

“Nestle” kompaniyasing SWOT va PESTEL tahlili

1. Kompaniya haqida

Nafaqat O'zbekistonga balki, ko'plab mamlakatlarga taniqli va sevimli bo'lgan “Nestle” kompaniyasi va mahsulotlarini barchamiz yaxshi bilamiz. “Nestle” kompaniyasi ona sutiga yaqin permomentlardan tayyorlangan tabiiy sut va sut mahsulotlari turli xildagi shokoladlar, yarim tayyor mahsulotlar nonushta uchun turli xildagi yeguliklar suyuq shokoladlar ishlab chiqaradi.

1866-yilda Shveysariyalik farmatsevt Genri Nestli go'daklar o'limining oldini olish maqsadida ularning o'lim sabablarini o'rganib chiqdi va ona suti yetishmovchiligidan vafot etayotgan yosh go'daklar uchun sut, bug'doy uni va shakarining turli nisbatlarda aralashtirib “Nestle sut uni” yaratdi va uni ishlab chiqarishni yo'lga qo'ydi.

“Nestle” brendi asosan turli sut mahsulotlari, sut aralashmalari va quruq sut holatidagi mahsulotlarni mineral suvlarni va alkogolsiz ichimliklarni bolalar oziq-ovqatlari va kattalarga ham birdek yoquvchi shirinliklar quruq hamda suyuq holatdagi kofelar konserva tayyor mahsulotlar va parhez mahsulotlarini ishlab chiqarishni va sotishni yo'lga qo'ygan. “Nestle” kompaniyasining bugunga kelib ishlab chiqaradigan va sotadigan oziq-ovqat mahsulotlarining 9mingga yaqin turi mavjud.

SWOT

STRENGTH (kuch kelajagi)- “Nestle” kompaniyasi dunyoning eng yirik kompaniya brendi xisoblanadi. Bugungi kunga kelib “Nestle” mahsulotlarini totib ko'rmagan inson bo'lmasak kerak hattoki go'daklar ozuqa suti va bo'tqalar ham “Nestle” kompaniyasi mahsulotlari bugungi kunga kelib ham birinchilikni boy bermayapti desak mubolag'a bo'lmaydi. “Nestle” kompaniyasining muvoffaqqiyati va kuchi shundan iboratki u xech qachon to'xtamagan va yangi mahsulotlar taqdim etishdan qo'rqmagan. “Nestle” tarixiga nazar solsak boshlanishida faqatgina sut mahsulotini ishlab chiqargan bu kompaniya bugungi kunga kelib 9mingga yaqin mahsulotlarni o'z ta'mida ishlab chiqargan ommaga sotgan va ularga o'z mahsulotini sevimli qila olgan.

WEAKNESS(zaifligi)-“Nestle” kompaniyasidagi zaif jihatlardan biri bu unga raqobatning haddan ziyod ko'pligi. “Nestle” brendi bolalar bo'tqasi ishlab chiqaradi ammo bugungi kunga kelib bolalar bo'tqasi ishlab chiqaruvchi kompaniyalar juda ko'p. Sut mahsulotlariga ham bugungi kunda bozorda talab katta ammo, bozorlarda axamyat bersak “Nestle” brendidagi sut mahsulotlarini nisbatan ko'p haridorlar sotib oladi ammo boshqa mahsulotlarida raqobat juda kuchli. Hoh u shirinliklari yoki nonushta uchun mahsulotlar yoki shokoladlar barchasida raqobat juda kuchli. Bunday raqobat bilan kurashish uchun esa “Nestle” kompaniyasidan doimo reklama va yangilik qilish talab qilinadi.

OPPORTUNITIES(imkoniyatlari)- “Nestle” kompaniyasining juda yaxshi shiori bor buyam bo'lsa “Yaxshi taom, yaxshi hayot” va “Nestle” kompaniyasi doimo manashu shiorga doimo har qanday vaziyatda amal qiladi. Turli

marketlarga kirsak haridorlarni kuzatsak, ko'p haridorlar "Nestle" kompaniyasi maxsulotlarini xarid qilayotganligiga ko'zimiz tushadi.

THREATS(tahdid)- "Nestle" kompaniyasiga taxdid soluvchi narsa bu raqobatning kuchliligi va maxsulotning muddati qisqa ekanligi. Sut va sut maxsulotlarining muddati juda qisqa. Shuning xisobiga kun issiq paytlarida maxsulot aynishiga taxdid juda kuchayadi.

PESTEL

2. **PESTEL tahlili** – bu degani tashkilot faoliyati davomida ta'sir ko'rsatadigan makro muhitning hamma omillarini yagona tizimga to'plashning oddiy usuli hisoblanadi.



| | |
|-------------------------------------|---|
| P- <u>Siyosiy omillar</u> | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Hukumat barqarorligi ➤ Soliq siyosati ➤ Tashqi savdo qoidalari ➤ Ijtimoiy ta'minot siyosati. |
| E - <u>Iqtisodiy omillar</u> | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Iqtisodiy o'sish sur'ati. ➤ Foiz stavkalari. ➤ Pul massasi. ➤ Inflyatsiya. ➤ Ishsizlik. ➤ Soliq stavkasi. ➤ Valyuta kurslari. |
| S - <u>Ijtimoiy omillar</u> | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Aholi demografiyasi. ➤ Daromad taqsimoti. ➤ Turmush tarzi o'zgarishi. ➤ Mehnat va dam olishga munosabat. ➤ Ta'lim darajalari. |

| | |
|--|---|
| T - <u>Texnologik omillar</u> | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Tadqiqot uchun davlat xarajatlari. ➤ Hukumat va sanoat texnologik harakatlarga e'tibor qaratadi. ➤ Texnologiyani uzatish tezligi. |
| E - <u>Atrof-muhit omillari</u> | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Atrof-muhitni muhofaza qilish qonunlari. ➤ Chiqindilarni utilizatsiya qilish. ➤ Energiya iste'moli. |
| L - <u>Huquqiy omillar</u> | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Raqobat qonuni. ➤ Mehnat qonuni. ➤ Salomatlik va xavfsizlik. ➤ Mahsulot xavfsizligi. |

POLITICAL (Siyosiy omillar)- kompaniya faoliyatiga maxsulotlarga qo'shimchalarni, soliq tortishni, tovarlar sertifikatlashni, mijozlarni jalb etish va ularni xaridorlarga aylantirish usullarini tartibga soluvchi barcha qonunlar ta'sir etadi.

O'zgaruvchan qonunchilikdan tashqari davlat va biznesga boshqa vositalar yordamida ta'sir etishi e'tibordan xoli emas. Siyosiy omillarni tahlil qilishda mintaqadagi va sanoatdagi korrupsiya darajasi va davlatning xalqaro tashkilotlar va boshqa mamlakatlar bilan munosabatlarini hisobga olishni maslahat beradi. Masalan, agar kompaniya boshqa mamlakatdan tovar ishlab chiqarish uchun xom ashyo buyurtma qilsa o'zaro hamkorlikni yo'lga qo'yishi kerak.

Bugungi kunga kelib, "Nestle" kompaniyasining O'zbekiston hududida O'zbekiston, 100015, Toshkent, Mirobod tumani, Mirobod ko'chasi, 41/3 manzilida faoliyat yuritadi. "Nestle" kompaniyasida sut va sut mahsulotlari, bolalar bo'tqasi, turli xildagi shirinliklar, suyuq shokoladlar va sovuq kofe mahsulotlari va ishlab chiqariladi. Bugungi kunga kelib "Nestle" kompaniyasining 9 mingga yaqin turi ya'ni mahsulotlari mavjud.

ECONOMIC(ekonomik)- bu kompaniyaning iqtisodiy axvolini nazorat qiladi. Korxonaning kirim xamda chiqimini xisoblab uni nazorat qiluvchi omildir. Iqtisodiy rivojlanishni 6 turga bo'lish mumkin.

1. Soxada ish xaqqining o'sishi
2. Ishsiz fuqorolarni ulushi ko'rsatkichining dinamikasi
3. Xom ashyoning yuqori narxi
4. Maqsadli auditoriya daromadda o'sishi
5. Bank tendensiyasi
6. Iqtisodiyotning global darajasi

"Nestle" kompaniyasining turlari ko'pligi odamlarga biroz noqulayliklar yaratadi. Chunki bir mahsulotning xar xil qadoqlarda ishlab chiqarilishi ularning ta'mi qisman bir xil bo'lsada ularning narxini xar xil ekanligi katta kichikligidagi xajmi insonlarni biroz chalg'itadi.

SOCIAL(ijtimoiy)- “Nestle” kompaniyasining ijtimoiy tomonlama biroz no’noq desak mubolag’a bo’lmaydi. To’g’ri “Nestle” kompaniyasi yetarli darajada taniqli, ammo u marketing telekanallarga ko’chalarga reklama berish bo’yicha biroz orqada qoladi. Biz ko’chalarda pepsi kompaniyasining reklamalarini hattoki maxsuloti yaxshi bo’lmagan kompaniyalarni maxsulotlarini topishimiz mumkin ammo “Nestle” kompaniyasining reklamarini doimo xam ko’ra olmaymiz. Balki, kompaniya bu narsaga ehtiyoj sezmas ammo reklama xar jabxada va doimo kerakli.

TECHNOLOGIKAL(texnologik)- Ular sohadagi texnologik taraqqiyotni tavsiflaydi. Texnologik jixatdan xozir sanaluvchi masalalar katta e’tibor qaratadi. Mahsulot yoki xizmatni yaratish va yoyishda foydalaniladigan va foydalanib kelinayotgan asosiy texnologiyalar o’zgarishining mavjudligi muhim o’rin tutadi. Biznes yuritishning yangi usullarini joriy etish hamda ijtimoiy tarmoqlarda targ’ib qilishni keng yoyish, yangi xom ashyolardan foydalanish kiradi va yana omillar kiradi.

1. Mobil qurilmalarning sanoat va bozor rivojlanishiga ta’siri darajasi.
2. Kompaniyaning samarali raqobatlashishiga imkon beradigan IT-yangiliklar.

3.Xulosa

“Nestle” bir necha yillardan beri o’z faoliyatini yuritib kelayotgan xalqaro bozor miqyosida yetakchilikni bermay kelayotgan “Nestle” kompaniyasi o’z xaridorlariga ega. “Nestle” kompaniyasining bugunga kelib 8 mingdan ziyod mahsulot turlari mavjud va ular har bir xaridor uchun sevimli bo’lishga ulgurgan. Pestel analizimizda “Nestle” kompaniyasini yoritishga uni taxlil etishga kamchiliklari va avzalliklarini sanashga va ehtiyod shart qilishi zarur bo’lgan ishlarni sanashga xarakt qildik. “Nestle” kompaniyasi xar bir insonning va hattoki go’daklarga xam tanish bo’lgan kompaniya brendi. Boshida faqatgina sut va sut mahsulotlarini ishlab chiqarishni boshlagan yillar davomida tushish xamda o’sishlarni boshdan kechirgan va bugungi kunga kelib bozorning eng oldi rastalaridan o’rin olgan “Nestle” kompaniyasidir. “Nestle” Good food - Good life.