

# SWOT va PESTEL analiz

## 1. Kompaniya haqida

**Apple** — shaxsiy kompyuterlar, iPod audio-pleyerlar va dastur ta'minoti ishlab chiqaruvchi amerika korporatsiyasi. Kaliforniyada Steve Jobs va Steve Wozniak tomonidan asos solingan. Shaxsiy kompyuterlar va zamonaviy grafikli interfaysga asoslangan ko'p vazifali operatsion tizimlar olamida boshlab berganlardan biri hisoblanadi. Bosh ofisi — Kupertino, Kaliforniya shtatida joylashgan. 2007-yil 9-yanvargacha 30 yil davomida korporatsiya nomi „**Apple Computer**“ edi.

**Boshqaruvi:** „Apple“ — ommaviy kompaniya hisoblanadi va uning aksiyalari NASDAQ hamda London fond birjalarida sotiladi. 2007-yil iyul oyi o'rtalarida kapitalisatsiya — \$115,3 mlrdni tashkil etdi.

**Faoliyati:** Apple kompaniyasi mahsulotlarining bir qismini o'ziga tegishli do'konlar tizimi orqali sotadi. Kompaniya AQSH, Yaponiya, Kanada va Buyuk Britaniyada 147 ta do'konlari mavjud. „Apple“ 2005-yil 24-sentyabr moliyaviy yil yakunlariga ko'ra o'z do'konlaridan \$2.35 mlrd daromad olgan, bu uning yillik savdo hajmining 17 % ni tashkil etadi.

**Mahsulotlari:** Macintosh kompyuterlaridan tashqari MacPro, iMac va Mac mini modellari ishlab chiqaradi. Noutbuklar: MacBook va MacBook Pro, Xseve server mavjud. Apple iPod pleyerlari ishlab chiqaradi, shuningdek iTunes onlayn do'koni orqali raqamli audio va videoyozishlarni sotish bilan ham shug'ullanadi. Apple Cinema Display deb nomlanuvchi professional kompyuter displeylarini ham ishlab chiqaradi.

„Apple“ 2007-yil 29-iyundan yangicha boshqarish usuli Multi — Touch ga asoslangan iPhone yangi telefonini sotishni boshladi.

**Faoliyat ko'rsatkichlari:** Umumiy ishchilari soni — 14.8 ming kishi (24-sentyabr 2005) 2006 moliyaviy yilda (31-sentyabr 2006-yilda tugagan) Apple ning sotuvlari natijasi — \$19.3 mlrdni tashkil etgan.

### **Swot tahlili:**

#### **Kuchli tomonlari:**

- global miqyosda ikonik: Shaxsiylashtirilgan zamonaviy kompyuterlar va aqlli texnologiyalar qurilmalari haqida gap ketganda, Apple eng ishonchli kompaniyalardan biridir. Uning barqaror o'sishi bilan millionlab sodiq mijozlari bor.
- yuqori texnologiya: Apple birinchi bo'lib dunyoni o'zgartirgan eng yangi mahsulotlarni (iPhone, iPad) taqdim etdi. Apple hanuzgacha yanada yaxshi va malakali texnologik qurilmalarni yaratishga va ishlab chiqarishga qat'iy qaror qiladi va amalda ham mavjud.
- tajribali tadqiqot va ishlanma: Apple o'z mahsulotlarini ishlab chiqarishga bag'ishlaydi. Mijozlar ehtiyojlari va talablarini tushunishga yordam berish uchun ehtiyotkorlik bilan o'rganish boshlanadi va keyingi tadqiqotlar o'tkaziladi keyin mahsulot ishlab chiqariladi.

#### **Zaif tomonlari:**

- yuqori narxdagi mahsulotlar: Apple mahsulotlari premium(qimmat) narxlari tufayli hashamatli deb hisoblanishi mumkin. Mahsulotlar o'rtacha va yuqori daromadli iste'molchilar uchun narxlanadi. Daromadli iste'molchilar shunchaki

Apple mahsulotlarini sotib ololmaydilar. Premium narxlarini tufayli faqat o'rta yoki yuqori toifadagi shaxslar o'z mahsulotlarini sotib olishlari mumkin.

- cheklangan reklama va aksiyalar: Apple cheklangan reklama resurslari bilan ham sodiq mijozlarni tashkil etish orqali o'z asoslarini mustahkamlaydi. Apple marketingi o'zining taniqli va eng yirik chakana savdo do'konlariga ishonadi. Muvaffaqiyatlari tufayli Apple P&G, Coca Cola va Samsung texnologiyalari kabi boshqa yirik brendlar bilan taqqoslaganda reklama uchun ortiqcha sarf-xarajatlarga ehtiyoj sezmaydi.

- boshqa dasturiy taminot bilan mos kelmasligi: Mijoz Apple mahsulotini sotib olganida, ular Apple olamiga kirishadi. Apple mahsulotlari boshqa dasturiy ta'minotni yoki boshqa qurilmalar bilan mos kelmaydigan texnologiyalarni qo'llab-quvvatlamaydi. Mijozlar o'zlarining Apple mahsulotlaridan foydalanishni davom ettirish uchun faqat Apple ilovalari yoki aksessuarlarini sotib olishlari kerak.

### **Imkoniyatlar:**

- mijozlarning doimiy osishi: Apple ko'p yillar davomida texnologiya sohasida hukmronlik qilmoqda. Ular mijozlar tajribasida kashfiyotni taklif qiladigan eng sifatli va zamonaviy texnologiyalarni taqdim etadi. Ularning mijozlarni ushlab qolish darajasi 92% nihoyatda ajoyib. Apple har doim yangi mijozlar o'ttirish va yangi alyanslar tuzish uchun kelajakdagi imkoniyatlar uchun Internet kuchiga tayanishi mumkin.

- malakali mutahassislar: Apple tadqiqotchilari, ishlab chiquvchilari va mahsulot mutaxassislari iste'mol mahsulotlarini markalash bo'yicha ko'p yillik tajribaga ega bo'lgan yuqori malakali mutaxassislar guruhidir. Jamoasining kengayishi bilan Apple doimiy ravishda yangi imkoniyatlarni yaratishi mumkin.

- sun'iy intellektdan foydalanish: Foyda miqdorini oshirish va kuchli bozor mavqeiga ega bo'lish uchun Apple sun'iy intellektdan foydalanishi kerak. Yaqinda kompaniya o'zining sun'iy intellekt portfelini kengaytirdi.

2017 yilda Apple Frantsiyadagi Regaind, sun'iy intellekt vositasi va DeskConnect sotib oldi. Avvalgi sotib olish Apple-ga aqlli qidiruvni iPhone-dagi fotosuratlar dasturiga qo'shilishiga yordam beradi, ikkinchisi esa iste'molchilarga buyruqlar qatori bilan ilovalar va xususiyatlarni tartibga solishda yordam berish orqali vazifalarni avtomatlashtiradi. Kompaniya kelajakda kuchli mavqega ega bo'lish uchun o'zining sun'iy intellekt portfelini kengaytirishga e'tibor qaratishlari kerak.

### **Tahdidlari:**

- koronavirus epidemiyasining tasiri: Apple ishlab chiqarish va ta'minot zanjiri bo'yicha Xitoyga juda bog'liq. Bundan tashqari, 260 milliard dollarlik daromadning taxminan 17 foizi Xitoydan keladi. Epidemiya sezilarli darajada ta'sir ko'rsatdi va 2020 moliyaviy yilida Apple yillik daromadining taxminan 32 foizini buzish(epidemiya sarflash)da davom etishi mumkin.

- raqobatning kuchayishi: Apple brendi sifatida o'zini mustahkamlagan bo'lsa-da, raqobatchilar tahdidlariga duch kelmoqda. Texnologiyalarning rivojlanishi bilan Samsung, Google va Dell kabi brendlar Apple kompaniyasiga qattiq raqobat qilmoqda. Raqobat tobora kuchayib borayotganligi sababli, Apple yangi

texnologiyalarni joriy qilishi yoki raqobatdoshlaridan ustun turish uchun narx siyosatini qayta ko'rib chiqishi kerak.

-bozorga kirib borish: Smartfonlar bozorida boshqa brendlar tomonidan bozorga kirib borishda sezilarli o'zgarishlar yuz berdi. Samsung, HTC va Lenovo kabi kompaniyalar yangi smartfonlar yaratish uchun Android dasturiy ta'minotidan foydalanmoqdalar. Hozirda Android bozor ulushining 72,23 foizini egallab turibdi, Apple global bozor ulushining atigi 24,55 foiziga ega.

## 2. Pestel tahlili



<b>P- <u>Siyosiy omillar</u></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Hukumat barqarorligi</li> <li>➤ Soliq siyosati</li> <li>➤ Tashqi savdo qoidalari</li> <li>➤ Ijtimoiy ta'minot siyosati.</li> </ul>
<b>E - <u>Iqtisodiy omillar</u></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Iqtisodiy o'sish sur'ati.</li> <li>➤ Foiz stavkalari.</li> <li>➤ Pul massasi.</li> <li>➤ Inflyatsiya.</li> <li>➤ Ishsizlik.</li> <li>➤ Soliq stavkasi.</li> <li>➤ Valyuta kurslari.</li> </ul>
<b>S - <u>Ijtimoiy omillar</u></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Aholi demografiyasi.</li> <li>➤ Daromad taqsimoti.</li> <li>➤ Turmush tarzi o'zgarishi.</li> <li>➤ Mehnat va dam olishga munosabat.</li> <li>➤ Ta'lim darajalari.</li> </ul>
<b>T - <u>Texnologik omillar</u></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Tadqiqot uchun davlat xarajatlari.</li> <li>➤ Hukumat va sanoat texnologik harakatlarga e'tibor qaratadi.</li> <li>➤ Texnologiyani uzatish tezligi.</li> </ul>
<b>E - <u>Atrof-muhit omillari</u></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Atrof-muhitni muhofaza qilish qonunlari.</li> <li>➤ Chiqindilarni utilizatsiya qilish.</li> <li>➤ Energiya iste'moli.</li> </ul>
<b>L - <u>Huquqiy omillar</u></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Raqobat qonuni.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Mehnat qonuni.</li> <li>➤ Salomatlik va xavfsizlik.</li> <li>➤ Mahsulot xavfsizligi.</li> </ul>
--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

#### **Siyosiy:**

- Davlat tomonidan bozor nazorati.
- Importga solig'i.
- Siyosiy vaziyat. Har bir modelni yig'ish qimmatga tushadi va agar vaziyat yomonlashsa, kompaniya mahsulotlarining narxi oshishi mumkin.

#### **Iqtisodiy:**

YaIM. 2008 yilgi inqiroz Apple uchun izzsiz o'tmadi, lekin u undan omon qoldi va o'z o'rnida qolishga muvaffaq bo'ldi. AQShda kompaniya mahsulotlari yuqori sifati tufayli har doim ixtiyoriy ravishda sotib olinadi. Oilalar yangi smartfon yoki noutbuk foydasiga oziq-ovqat va kiyim-kechaklarni tejashni afzal ko'rishadi. Bu holatda YaIM muhim rol o'ynamaydi Iqtisodiy.

#### **Ijtimoiy:**

- **Demografiya.** Rivojlangan mamlakatlarda tug'ilish darajasi past bo'lganligi sababli odamlar soni kamayib bormoqda Apple mahsulotlarini xaridorlari asosan 20 yoshdan boshlanadi shu sababli, bu holat kompaniyani tashvishga solmaydi.
- **Yosh avlodning qiziqishlari va sevimli mashg'ulotlari.** Bolalarning hozirgi avlodi o'tgan asrning bolalaridan qiziqishlari bilan farq qiladi. Endi ular internet, planshetlar, smartfonlar va boshqa texnologiyalarga ko'proq qiziqishmoqda. Kompaniya uchun bu faqat plyus uchun ishlaydi.

#### **Texnologik:**

- Kompyuterlar va o'yin qurilmalaridan faol foydalanish. Har bir zamonaviy oilada uyda o'yin qurilmasi, shaxsiy kompyuter yoki noutbuk mavjud.
- Texnologiyaning jadal rivojlanishi. Apple soatlari gadjetlarni unchalik yoqtirmaydiganlar orasida ham asta-sekin mashhurlikka erishmoqda. Kompaniyaning o'zi savdo natijalarini oshkor qilmaydi va ma'lumotlarni sir saqlashni afzal ko'radi.

#### **Ekologik:**

- Apple ekologik muammolarga duch kelishi mumkin. Apple qurilmalari endi foydalanilmay qolgandan keyin utilizatsiya qilish eng dolzarb muammo hisoblanadi.
- Xitoydagi ishlab chiqarish shahobchalarining sanoat chiqindilari boshqa masala, chunki Xitoy emissiya qonunlarini yanada qattiqroq qo'llaydi.

#### **Huquqiy:**

- Apple kompaniyasining moliyaviy xizmatlar sanoatiga kirishi foydali tanlovdir. Biroq, bu ham tartibga solinadigan sohadir. Apple shuningdek, avtomobil ishlab chiqarish bo'limlarini ochish orqali o'z biznesini kengaytirishni rejalashtirmoqda.
- Ushbu biznes arenalari Apple uchun sug'urta va muvofiqlik xarajatlarini o'z ichiga oladi. Mahsulotlar assortimentini himoya qilish uchun intellektual

mulk o'g'irlanishiga qarshi kurashish uchun kompaniya sud xarajatlarini ham o'z zimmasiga olishi kerak.

### **3.Xulosa**

Apple kompaniyasi dunyo bo'ylab o'z o'rniga ega kuchli kompaniyalaridan biri hisoblanadi. Yaqin kelajakda ham yangidan yangi texnika, mobil aloqalar ishlab chiqarishda oldinlab ketishiga ishonchimiz komil. Har qanday sifatli hamda ekskluziv mahsulot o'zining mijozlariga ega.