

«STARBUCKS» Pestel tahlili

1. «STARBUCKS» qahvaxonalari tarmog`ining PESTEL-tahlili



P- <u>Siyosiy omillar</u>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Hukumat barqarorligi ➤ Soliq siyosati ➤ Tashqi savdo qoidalar ➤ 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.

PESTEL atamasining kelib chiqishi.

Ushbu atama haqida dastlabki ma'lumot Frensis Aguilarning 1967 yilda nashr etilgan "ETPS (iqtisodiy, texnik, siyosiy va ijtimoiy) tahlillari kiritilgan" Korporativ muhitni o'rganish "kitobidan kelib chiqadi.

Ushbu kitobdan keyin nazariyani o'zgartirib, uni QADAM: "Strategik tendentsiyalarni baholash jarayoni" deb nomlagan ish olib borildi. Ushbu modifikatsiya qilingan va keyinchalik PESTEL omillarini o'z ichiga olgan STEPE tahlili deb nomlangan, faqat qonuniy omillardan tashqari.

1980-yillarning boshlarida axloqiy omilni qo'shadigan STEEPLE, ta'lim va demografik omillarni qo'shadigan STEEPLED yoki xalqaro va demografik omillarni qo'shadigan PESTLIED kabi variantlardan tashqari PESTEL qisqartmasi yaratildi.

PESTEL tahlili nima uchun kerak?

PESTEL tahlili – bu tashkilot faoliyatiga ta'sir ko'rsatadigan makro muhitning barcha omillarini yagona tizimga to'plashning oddiy usuli hisoblanadi. Bu usul uzoq muddatli rejalashtirish uchun alohida yoki SWOT tahlili bilan birgalikda ishlatilishi mumkin.

Tahlil qilish sabablari:

- bozordagi sharoitlar, imkoniyatlar, tahdidlar to'g'risida aniq tasavvurga ega bo'lish;
- biznesni rivojlantirish strategiyasini aniqlash;
- raqobatlashish usulini tanlash;
- xatarlarni boshqarish

PESTEL tahlil omillari.

PEST tahlili 6 ta omil guruhining qisqartmasi hisoblanadi:

P - siyosiy; P harfi siyosiy va huquqiy sektorning barcha hodisalariga ishora qiladi.

E - iqtisodiy; E harfi sanoatning iqtisodiy holatiga ishora qiladi.

S - ijtimoiy-madaniy; S harfi ijtimoiy-madaniy omillarga ishora qiladi.

T – texnologik; T harfi texnologik omillarga ishora qiladi.

E – ekologik; E harfi sanoatning ekologik omillariga ishora qiladi.

L – huquqiy. L harfi sanoatning yuridik omillariga ishora qiladi.

Ushbu tahlil, «STARBUCKS» qahvaxonalar tarmog'ini, Rossiyada joylashgan «КОНТИНЕНТ» savdo markazidagi filiali misolida qilingan.

Starbucks bugungi kunda dunyodagi yetakchi qahvaxona tarmoqlaridan biri hisoblanadi. Hozirgacha Starbucks Corporation MChJ 65 mamlakatda 20 000 dan ortiq muassasalarga ega. Aylanmasi 16 milliard dollardan ortiq.

Ichimliklardan tashqari, Starbucks qahvaxonalari o'z mehmonlariga yangi pishiriqlar, qulay muhit, Wi-Fi orqali uzluksiz Internetga kirishni taklif qiladi.

Balki shuning uchun ham tarmoq qahvaxonalari, o'z qulayliklari bilan biznes vakillari va yoshlar orasida juda ommalashgan. 2006 yilda "Starbucks Entertainment" bo'limi ochilib, u turli xil ijodiy faoliyat bilan shug'ullanadi: kitoblar nashr etish, filmlar suratga olish, kompakt disklar sotish. Qolaversa brendli mahsulotlar - stakanlar, termoslar va boshqa tegishli aksessuarlarni sotishdir.

Kompaniya doimo o'z kuchini faqat Starbucksni yaxshi ko'rgan va sodiq mijozlarga aylangan mijozlar uchun yangi g'oyalar, yangi mahsulotlar va yangi tajribalarni ishlab chiqishga sarflaydi.

2014 – yilda, Starbucks filiallaridan biri, «КОНТИНЕНТ» savdo markazida ochilib, joylashuvi jihatdan juda qulay hisoblanadi.

Har bir tashkilot o'zi faoliyat ko'rsatayotgan muhit bilan uzviy bog'liqdir. Uning rivojlanishiga ko'plab tashqi omillar ta'sir ko'rsatadi. Ularning Starbucksga ta'sirini tahlil qilish uchun biz PESTEL tahlilini o'tkazamiz.

SIYOSIY OMILLAR:

Rossiyaning mahsulot yetkazib beruvchi hamkor davlatlar bilan siyosiy aloqalari. (sanktsiyalar qo'llanilishi mumkin, bu kompaniya faoliyatini murakkablashtiradi);

Rossiyada umumiy ovqatlanish sohasini tartibga soluvchi qonunlar va turli huquqiy me'yoriy hujjatlar qahvaxona faoliyatiga ma'lum cheklovlar qo'yadi.

IQTISODIY OMILLAR:

Rubl kursi kompaniyaning xarajatlariga sezilarli ta'sir ko'rsatadi, shuningdek, narxlarni shakllantirishga ta'sir qiladi, chunki barcha xom ashyo va sarf materiallari AQSh dollarida sotib olinadi;

Aholining xarid qobiliyati kompaniya mahsulotlariga bo'lgan talab darajasini belgilovchi omil hisoblanadi, chunki ish haqi pasayganda odamlar arzonroq bo'lgan alternativ xizmatlardan foydalanadi;

Umumiy ovqatlanish sohasidagi ish haqi darajasi xodimlar uchun qahvaxonaning ish o'rinlariga bo'lgan qiziqishni ta'minlaydi.

IJTIMOIIY-MADANIY OMILLAR:

Iste'molchilarning xohish-istaklarini o'zgarishi;

Demografiya - kompaniyaning asosiy maqsadli segmenti yoshlar bo'lganligi sababli, Sankt-Peterburg va aniqrog'i Frunzenskiy tumani aholisining soni qahvaxonaga bo'lgan tashrifni ta'minlaydi.

TEXNOLOGIK OMILLAR:

Ijtimoiy tarmoqlarning rivojlanishi, mobil qurilmalar uchun turli ilovalarning ishlab chiqilishi muassasa mashhurligining oshishiga o'z ta'sirini ko'rsatmoqda;

Mijozlarga xizmat ko'rsatish sohasidagi texnologiyalarni rivojlantirish (mobil telefon orqali to'lov, moddiy karta o'rnini bosuvchi Starbucks mobil ilovasi);

Qahva donini qovurish va ichimliklar tayyorlash yo'lida innovatsion texnologiyalarning paydo bo'lishi mahsulot sifatini oshirish, shuningdek, tannarxni kamaytirishga yordam beradi.

EKOLOGIK OMILLAR:

Qahva donlarini yetishtirishga ta'sir etuvchi noqulay ob-havo. Tabiiy ofatlar (suv toshqinlari, yong'in, anomal issiqlik).

Ekologiya jiddiy havf soluvchi bir martta qo'llanish uchun mo'ljallangan plastik idishlar, chiqindilar.

HUQUQIY OMILLAR:Tashkilot o'zi faoliyat yuritadigan hududlarda qonuniy va vakolatli kompaniya ekanligini tushunishi kerak. U qonundagi har qanday o'zgarishlar va ularning biznes faoliyatiga ta'siridan xabardor bo'lishi kerak. Omillarga mehnat qonunchiligi, iste'molchilar huquqi, sog'liq va xavfsizlik, xalqaro va savdo qoidolari va cheklovlari kiradi.

Bu omillar siyosiy omillar bilan bir-biriga mos kelishi mumkin bo'lsa-da, monopoliyaga qarshi qonunlar, mehnat qonunlari, iste'molchilarni himoya qilish to'g'risidagi qonunlar, mualliflik huquqi va patent qonunlari, sog'liq va xavfsizlik qonunlari kabi aniqroq qonunlarni o'z ichiga oladi.. Agar tashkilot global miqyosda

savdo qilsa, jarayon ayniqsa murakkablashadi, chunki har bir davlatning o'z qoidalari mavjud.

O'tkazilgan SWOT va PESTEL tahlillari asosida biz tashqi muhitning o'zgaruvchanligi sababli korxona va uning boshqaruv tizimining asosiy muammolarini aniqlaymiz va tasniflaymiz.

Tovarlar narxlarini oshib ketishi. Rossiyadagi beqaror iqtisodiy vaziyat (yuqori inflyatsiya, rublning qadrsizlanishi) tufayli kompaniya narxlarning sezilarli o'sishini boshdan kechirmoqda. Shuningdek, narxga resurslar narxining oshishi, binolarni ijaraga olish ta'sir qiladi. Lekin shuni ham ta'kidlash joizki, ish haqi oshmaydi.**Hodimlarni qo'llab quvvatlamaslik.** Qahvaxonada kadrlar almashinuvi yuqori. Xodimlar uzoq muddatda bu ish joyida o'zlarini ko'rmaydilar. Moddiy va nomoddiy rag'batlantirishga kam e'tibor beriladi. Shu sababli, ish sifati, shuningdek, boshqaruvga munosabat pasayadi.

Etkazib beruvchi ta'minotchilarga bo'lgan kuchli bog'liqlik. Qahvaxona kompaniyaning bosh ofisi (AQSh) tomonidan belgilangan mahsulot sifati standartlariga mos kelishi kerak. Bu esa etkazib beruvchilarga bo'lgan kuchli bog'liqlik sababidir. Bunday holatda, etkazib beruvchilar narxlarni oshirish va o'z shartlarini belgilash imkoniyatiga ega bo'ladilar. Bundan tashqari, ushbu etkazib beruvchilar mahsulot yetkazib bera olmaydigan vaziyatda qahvaxona resurslar bilan bog'liq katta muammolarga duch keladi.

Kuchsiz reklama. Reklamaning yagona turi - doimiy mijozlarga turli aksiyalar va takliflar haqida ma'lumot yuborish. Bugungi kunda qahvaxonaning raqobatchilari soni tobora ortib borayotganini hisobga olsak, boshqa reklama kanallarini (Internet, shahar ko'chalarida bannerlar, boshqa brendlar bilan hamkorlik) rivojlantirish kerak.

2.XULOSA:

2023 yil holatidagi siyosiy vaziyat STARBUCKS kabi dunyoviy brendlarni ham o'z faoliyatini yakunlashga majbur qilmoqda. Rossiya davlatining g'arb mamlakatlari bilan nizolari oqibatida sanksiyalar qo'llanilmoqda. O'z navbatida, STARBUCKS brendi ham Rossiya bozorlarini tark etishga majbur bo'ldi. Ushbu xodisa, PESTEL tahlilining siyosiy, huquqiy va boshqa omillarni organishi qanchalik dolzarb masala ekanligiga yaqqol misol bo'la oladi.