

Nike kompaniyasining Pestel taxlili

Kirish. Pestel to'g'risida ma'lumot. PESTEL tahlili (ilgari PEST tahlili sifatida tanilgan) butun dunyo bo'ylab marketologlar tomonidan har qanday biznes tashkilotiga aks ettiruvchi ta'sir ko'rsatadigan turli xil makro-ekologik yoki tashqi marketing kuchlarini tahlil qilish va monitoring qilish uchun ishlatiladigan ramka yoki vositadir." PESTEL tahlili boshlang'ich korxonalar uchun va tashqi bozorga chiqishda eng yaxshi tavsiya etilgan vositadir. Agar siz ushbu sohada ishlayotgan bo'lsangiz, siz ikkita boshqa biznes-tahlil vositalari, xususan SWOT tahlili va Porterning beshta kuchi haqida eshitgan bo'lishingiz mumkin. Ushbu uchta vosita ko'pincha tashkilotni boshqaradigan ichki va tashqi kuchlarni tushunish uchun bir-biri bilan hamkorlikda qo'llaniladi. Ba'zan uni PESTEL deb ham atashadi.

NIKE kompaniyasining PESTEL tahlili: brend biznesiga sanoatning makro-ekologik omillari qanday ta'sir qilishini bilib oling.

PESTEL biznes tahlili tadbirkorlar va ishbilarmonlarga makro-muhit omillarining ularning biznesiga ta'sirini tushunishga yordam beradigan asosdir.

PESTEL qisqartmasi **Siyosiy , Iqtisodiy , Ijtimoiy , Texnologik , Ekologik va Huquqiy .** _ PESTEL haqida va bu ramka biznesingizga qanday yordam berishi mumkinligini shu [*yerda*](#) bilib oling .

NIKE dunyodagi eng yirik sport poyabzali ishlab chiqaruvchisi. Soha mutaxassislarining hisob-kitoblariga ko'ra, kompaniya hozirda **bozorning 28% ulushiga ega.**

2020 yilda uning global daromadi 2020 yilda qariyb **37,4 milliard AQSh dollarini tashkil etdi .**

Agar siz dunyodagi eng qimmat brendlardan birining muvaffaqiyatiga nima hissa qo'shgani haqida ko'proq bilmoqchi bo'lsangiz , [*Brend ortidagi hikoya: NIKE*](#) ni o'qing.

Keling, PESTEL ramkasini qo'llash orqali Nike makro muhitini tahlil qilaylik.

NIKE - Siyosiy omillar

Siyosiy omillar tadbirkorga hukumatning iqtisodiyotga yoki ma'lum bir sohaga aralashish darajasini va uning qarorlari kompaniyaning hozirgi va kelajagiga qanday ta'sir qilishini baholashga yordam beradi.

Umuman olganda, AQSh hukumati o'sishga qaratilgan ko'plab tashabbuslarni ishlab chiqdi. **Qo'shma Shtatlar Nike uchun asosiy bozor** bo'lib , kompaniya 2019 yilda umumiy daromadining taxminan 41 foizini ishlab chiqaradi.

Nike poyabzallari **AQShdagi 36 ta fabrikada 5151 ishchi** tomonidan ishlab chiqariladi . Boshqa bozorlarga va boshqa biznes sabablarga ko'ra kengaytirish uchun Nike **41 mamlakatda 517 ta ishlab chiqarish zavodiga ega .**

Kompaniya **Xitoy va Vetnamda** eng ko'p ishlab chiqarish joylariga ega (108 ta), undan keyin **Indoneziya va Tailand** . Xitoy 2019 yilda daromadi 22 foizga oshgan Nike uchun eng yirik bozorlardan biri hisoblanadi.

Xalqaro kompaniya sifatida Nike o'z poyabzali va boshqa tovarlari bo'ysunadigan tariflarni hisobga olishi kerak. Misol uchun, AQShda poyabzal kompaniyalari boshqa sohalarga nisbatan eng yuqori bojlardan biri bo'lgan tariflarda 25% ni to'laydi.

2019 -yilda **AQSh va Xitoy o'rtasidagi savdo ziddiyatlari Tramp** Xitoy tovarlariga, jumladan, barcha turdagi poyabzallar, krossovkalardan tortib sandalgacha bo'lgan tariflarni 10

foizga oshirish bilan tahdid qilganida kuchaygan edi . Tariflar amerikalik mijozlarga yiliga qo'shimcha 7 milliard dollarga tushishi taxmin qilingan edi.

Trampga yozgan ochiq maktubida Nike va boshqa 173 poyabzal kompaniyalari sobiq prezidentni Xitoyda ishlab chiqarilgan poyafzallarga tariflarni qayta ko'rib chiqishga va “ *bu savdo urushini tugatishga* ” undagan.

Sanoat mutaxassislarining ta'kidlashicha, Xitoyda ishlab chiqarilgan Nike tovarlarining atigi 10 foizi Amerika bozoriga eksport qilinayotganligi sababli, kompaniyaga tariflarning oshishi kichik darajada ta'sir ko'rsatishi mumkin edi .

Shuningdek, u Vetnam, Indoneziya va Tailand kabi Osiyo qit'asidagi boshqa mamlakatlarda tarqalgan ishlab chiqarish maydonchalarini o'z ichiga olish uchun ta'minot zanjirini diversifikatsiya qildi. Bu yirik poyabzal ishlab chiqaruvchisini siyosiy hokimiyatning moliyaviy oqibatlaridan himoya qilgan yaxshi biznes qarori edi.

Nike yechimi: geografik jihatdan xilma-xil ta'minot zanjiri.

Manba: bloombergquint.com

NIKE - Iqtisodiy omillar

PESTEL tahlilida iqtisodiy omillar iqtisodiy o'sish, valyuta kurslari, foiz stavkalari, ishsizlik darajasi, mamlakat infratuzilmasining holati, soliqlarni o'rganish orqali iqtisodiyotning ko'rsatkichlarini belgilaydi.

Bu omil xaridorlarning xarid qobiliyatiga ta'sir qiladi va bozorning talab va taklif dinamikasini o'zgartirishi mumkin. Bu, o'z navbatida, mahsulot va xizmatlar narxiga ta'sir qiladi.

2008 yilgi iqtisodiy inqiroz gigant sport kiyimlariga ta'sir qildimi?

Ha, shunday bo'ldi. Mijozlar ishni yo'qotish va daromadlarning pasayishi bilan kurashdilar, bu esa savdoning **12% ga pasayishiga olib keldi**. Bundan tashqari, [kompaniyaning aktsiyalari 28% ni yo'qotdi](#) .

Nike kompaniya tarixidagi [eng katta ish o'rinlarini qisqartirishda](#) xarajatlarni va ishchi kuchining **5% ni qisqartirish** orqali qimmat qayta qurish orqali yangi muhitga moslashdi . Boshqa korxonalar bankrot bo'lganda, Nike omon qoldi.

Retsessiya tugagandan so'ng, savdo va aktsiyalar kuchli tiklandi.

" Iqtisodiy qiyinchiliklar davrida iste'molchilar o'zlari ishonadigan va bog'lana oladigan brendlarga boradilar. Iqtisodiyot nafaqat yuqori darajadagi, balki o'rtacha narx oraliq'ida ham mahsulotimizning sotilishiga keskin ta'sir ko'rsatganini ko'rmadik ", dedi [o'sha paytda bosh ijrochi direktor Mark Parker](#) .

“ Biz eng yaxshi ishimizga e'tiborimizni qaratib, sportchilarga xizmat qiladigan, iste'molchilarni ilhomlantiradigan va aktsiyadorlarimizni mukofotlaydigan innovatsion mahsulotlar va tajribalarni taqdim etish orqali bunga erisha olamiz. ”

Hozir ham xuddi shunday, 2020 yilda, biz **COVID-19 pandemiyasi** sabab yana bir iqtisodiy inqirozni boshdan kechirmoqdamiz .

To'rtinchi chorakda global daromadlar 38% ga kamaygan holda, kompaniya keng tarqalgan jismoniy do'konlar yopilishi tufayli savdoni yo'qotdi. **Bu gigantning katta ko'chalardagi do'konlarga tayanishini va biznesga ta'sirini ochib berdi.**

Do'konlar yopilishining salbiy oqibatlarini muvozanatlash uchun Nike o'zining **elektron tijorat biznesiga** qaratilgan sa'y-harakatlarni tezlashtirdi .

Pandemiya davrida kompaniyaning raqamli savdosi umumiy daromadning **30 foizigacha ko'tarildi** . [Bu davrda Nike ilovalari orasida yangi a'zolik ro'yxatdan o'tganlar](#) ikki baravar ko'payib, 25 millionga yetdi , ularning yarmi ayollarga tegishli.

Nike 2011-yildayoq mobil aloqaga chiqish majburiy ekanligini anglab yetdi . O'shandan beri kompaniya Nike va SNKRS ilovalarini ishlab chiqdi. Ular brendning iste'molchilar bilan to'g'ridan-to'g'ri aloqalarini oshirish uchun mo'ljallangan, bu esa ko'proq sotuvga olib keladi .

Nike yechimi: davom etayotgan raqamli strategiya.

Manba: spglobal.com

NIKE - Ijtimoiy omillar

PESTEL kompaniyasining biznes tahliliga ko'ra, ijtimoiy omillarni hisobga olgan holda, kompaniyalar mijozlarning xatti-harakatlarini tahlil qilishlari va iloji boricha aniq mijozlar profilini yaratishlari mumkin.

Poyafzal bozorida 1970-yillarning oxiri - 1980-yillarning boshidan buyon qiziqarli madaniyat o'sib bormoqda - **krossovkalar madaniyati** .

Nike o'z mijozlari kimligini, ular nima haqida va kimga intilayotganini bilar edi. O'sha paytda **Maykl Jordan** basketbol maydonidagi har bir o'yinda g'alaba qozonib, o'zining ajoyib sakrashini amalga oshirardi. Dunyo bo'ylab har bir bolaning xonasida Maykl Jordanning plakati bor edi.

Nike kompaniyasining basketbol yulduzi Maykl Jordan bilan hamkorligi krossovkalar madaniyatining yuksalishiga va global rivojlanishga hissa qo'shdi.

Bugungi kunda krossovkalarni qayta sotish bozori 2 milliard dollarga baholanmoqda.

Nike, shuningdek, jamiyatda sodir bo'layotgan o'zgarishlar va ularning eng muhim mijozlari qadriyatlari yillar davomida qanday o'zgarganini yaxshi biladi. O'zining 2018 ***Dream Crazy*** reklamasini ishga tushirar ekan, Nike o'z mijozlar bazasining ma'lum bir segmenti tomonidan **tortishuvlarga** va **mumkin bo'lgan norozilikka** duch kelishini bilar edi . Bu sodir bo'lgan. Kompaniyani tashvishlantirmadi, chunki bu reklama brend o'stirmoqchi bo'lgan va bog'lanmoqchi bo'lgan ma'lum bir mijozlar bazasiga qaratilgan edi.

Nike: mijozlaringizning qadriyatlari va e'tiqodlarini aks ettiradi.

Manba: kedglobal.com

NIKE - Texnologik omillar

Texnologiya deyarli barcha sohalarda faoliyatni to'xtatuvchi omillardan biridir.

Biz raqamli va mobil Nike ekotizimining savdo, marketing va hamjamiyat ishtiroki uchun qanchalik muhimligi haqida gaplashdik.

Texnologik o'zgarishlar kompaniyaning mahsulot dizayni va ishlab chiqarishi uchun bir xil darajada muhim bo'lgan. Brendning vazifasi inson salohiyatini kengaytirishdir. Bunga erishish uchun Nike o'yinni o'zgartiruvchi innovatsiyalar orqali yangi mahsulotlar yaratadi.

Aksariyat innovatsiyalar brendning shaxsiy laboratoriyasi, Nike Sport Research Laboratoriyasidan keladi. **Nike Flywire qo'llab-quvvatlash tizimi** , **Lunarlite ko'pikli tamponlama** , **Hyperdunk basketbol poyabzali** eng mashhurlari qatoriga kiradi.

Eng so'nggi yangilik [Nike Fit](#) bo'lib, u har bir insonga eng mos keladiganini topishga mo'ljallangan oyoq skanerlash yechimidir. Nike Fit sizga mos keladigan narsani topish uchun kompyuterni ko'rish, ma'lumot fanlari, mashinalarni o'rganish, sun'iy intellekt va tavsiyalar algoritmlarining xususiy kombinatsiyasidan foydalanadi.

Nike endi sport poyabzali ishlab chiqaruvchisi emas, bu texnologiya kompaniyasi.

manba: Pinterest

NIKE - Atrof-muhit omillari

Texnologik omil singari, ekologik omil ham bugungi kunda tobora ortib bormoqda. Endi korxonalar o'z faoliyatining atrof-muhitga salbiy ta'siri uchun javobgarlikka tortiladi. Katta va kichik kompaniyalar uglerod izini kamaytirishi, chiqindilar va ifloslanishni kamaytirish va atrof-muhitni saqlash bo'yicha choralar ko'rishi kutilmoqda. Yaqinda Nike **ter do'konlari** va **atrof-muhitga salbiy ta'sir ko'rsatishning** sinonimi edi . O'tgan yigirma yil ichida Nike **atrof-muhitga e'tiborli va barqaror bo'lish yo'lida katta muvaffaqiyatlarga erishdi** .

Bugun Nike faqat qayta tiklanadigan energiyadan foydalanishga va **yuk tashish chiqindilarini kamaytirishga** va'da beradi .

Kompaniya **qayta ishlangan chiqindi plastmassalardan tayyorlangan sport formolari va krossovkalar qatorini ishlab chiqdi va 2025 yilgacha 100% qayta tiklanadigan energiyaga o'tish majburiyatini** e'lon qildi .

Shuningdek, 2021 yil oxiriga kelib, Nike **o'zining barcha do'konlarida bir martalik plastik qoplarni butunlay yo'q qiladi** .

Nike: ekologik jihatdan ehtiyotkor va barqaror.

NIKE - Huquqiy omillar

PESTEL tahlilining huquqiy omili sanoat qonunlari va qoidalariga qaraydi.

Yillar davomida Nike bir qator qonuniy kurashlarda qatnashdi.

1980-yillarning oxirida kompaniya **yomon ish sharoitlarini oshkor qilmagani** uchun sudga tortildi .

Bundan tashqari, patent buzilishi bo'yicha Adidas bilan uzoq huquqiy tarixga ega .

Yaqinda Nike yaqinda poyabzal raqobatchisi Skechersga dizayn patentlarini nusxalash uchun sudga da'vo qildi .

Jahon sport poyabzali sanoati 2026 yilga kelib 96,10 milliard dollarga ko'tarilishi kutilmoqda, shuning uchun bozordagi raqobat kuchli.

Nike: dizayn patentlarini sudga himoya qiladi.