

## **“ADIDAS” kompaniyasining PESTEL tahlili**

**1. Firma haqida.** Adidas AG (Adidas deb talaffuz qilinadi) – dunyoga mashhur sport mahsulotlari ishlab chiqaruvchi nemis kompaniyasi. Bosh ofisi Germaniyaning Herzogenaurach shahrida joylashgan. Kompaniyaning bosh direktori – Gerbert Hayner. Hozirgi vaqtda kompaniya Adidas, Reebok, Rockportshuningdek, Taylor-Made Golf kompaniyalari mahsulotlarini mijozlarga yetkazib berish xizmati bilan shug‘ullanadi. Kompaniyaga Adolf Dassler tomonidan onasining uyida asos solingan; 1924-yilda akasi Rudolf bilan birgalikda Aka-uka Dassler oyoq kiyim fabrikasi nomi bilan nomlashgandi. Dasslerlar ko‘plab sport turlari uchun mo‘jallangan temir tishli oyoq kiyimlar ishlab chiqish va rivojlantirishga hissa qo‘shishdi. Sport oyoq kiyimlari sifatini oshirish maqsadida Adolf oldingi og‘ir bo‘lgan temir tishlar o‘rniga qayta ishlanuvchi rezina va charmdan foydalandi. Dassler AQShlik sprentir Jasse Owensni 1936-yilgi Yozgi Olimpiya o‘yinlarida shaxsan o‘zi tayyorlagan butsilardan foydalanishga ko‘ndirgan. 1949-yilda ikki aka-uka o‘rtasidagi kelishmovchilik tufayli Adolf Adidasni yaratadi, Rudolf esa Adidasga raqobatchi bo‘luvchi Pumani. Adidas Germaniyada joylashgan Herzogenaurach shahridagi onasining oshxonasi yoki kirxonasida sport oyoq kiyimlari ishlab chiqaruvchi Adolf “Adi” Dassler tomonidan Birinchi jahon urushidan qaytganidan asos solingan. 1924-yil iyulida biznesga akasi Rudolf ham qo‘shildi va Aka-uka Dasslerlar nomi oyoq kiyim fabrikasiga aylandi. Herzogenaurachda elektr energiyasi yetkazib berish uzluksiz emasdi, shuning uchun aka-ukalar ba‘zan qo‘zg‘almas velosipeddan olingan tok kuchi orqali o‘z mahsulotlarini ishlab chiqarishga to‘g‘ri kelardi. Dasslerlar ko‘plab sport turlari uchun tishli oyoq kiyimlarni ishlab chiqishdi. Dassler AQShlik sprentir Jasse Owensni 1936-yilgi Yozgi Olimpia o‘yinlarida shaxsan o‘zi tayyorlagan butsilardan foydalanishga ko‘ndirgan. Owensning olimpiyadadagi to‘rtta oltin medalidan so‘ng Dassler oyoq kiyimlari shuhrati butun dunyo sportchilari va ularning murabbiylari orasida oshib ketdi. Biznes muvaffaqiyatli edi va Dasslerlar Ikkinchi jahon urushiga qadar yiliga 200,000 juft oyoq kiyim sotishar edi. Dasslerlar fabrikasi Ikkinchi jahon urushi davomida tankka qarshi qurollar ishlab chiqardi. 1945-yilga kelib esa AQSh qurolli kuchlari tomonidan deyarli vayrona holatga keltirildi. Lekin Adolf Dasslarning xotini Amerikaliklarni kompaniya va uning ishchilari faqat sport oyoq kiyimlarini ishlab chiqarishga qiziqqanligiga ishontirolishi tufayli saqlab qolindi. Amerika okkupatsiya kuchlari keyinchalik Dasslerlarning katta buyurtmachisiga aylandi.

## **2. “ADIDAS” kompaniyasining 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> <li>➤ Mehnat qonuni.</li> <li>➤ Salomatlik va xavfsizlik.</li> <li>➤ Mahsulot xavfsizligi.</li> </ul>

**PESTEL tahlil** bu-kengaytirilgan versiyadan mavjud vaziyatni va yuzaga kelishi mumkin bo'lgan tahdidlarni chuqurroq anglash uchun foydalaniladi. Ba'zi hollarda PESTEL tahlilidan foydalaniladi. Tahlil doirasida tabiiy yoki ekologik omillar (E - ekologik), agar ular kompaniya faoliyatiga ta'sir ko'rsatsa, qo'shimcha ravishda o'rganiladi. Masalan, omillar quyidagilar bo'lishi mumkin:

- mintaqadagi iqlimning xususiyatlari;
- ob-havo;
- ekologik vaziyat va aholining sotib olish qobiliyati o'rtasidagi bog'liqlik

Shuningdek, mintaqaning asosiy daromad guruhi foydali qazilmalarni qazib olish, qishloq xo'jaligi mahsulotlarini yetishtirishga to'g'ri keladigan bo'lsa, PESTEL tahlilini o'tkazish tavsiya etiladi. Bunday holda, potensial mijozlar va ularning daromadlari iqlim va ekologiyaga bog'liq.

PESTEL tahlili doirasida yuridik omillar (L – huquqiy) siyosiy omillarning katta guruhidan alohida ajralib turadi. Ushbu kichik guruh mehnat qonunchiligi, iste'molchilar huquqlarini himoya qilishni o'z ichiga oladi.

PESTEL'dan foydalanish sizga aniqroq strategiyani ishlab chiqishga imkon beradi. Atrof-muhit jihatlarini maqsadli auditoriyaning aniq portretini yaratishga yordam beradi va huquqiy jihatlar xatarlar ehtimolini kamaytiradi.

PESTEL tahlili sanoat omillarini alohida toifaga ajratishni nazarda tutadi. Bu ma'lum bir sohaga xos bo'lgan omillar. Bundan tashqari, ekologik va huquqiy omillar o'rganiladi.

**Siyosiy omillar**-Adidas uchun eng dolzarb siyosiy masala bu ko'plab mamlakatlardagi o'zgaruvchan savdo siyosati va siyosiy tartibsizliklardir. Adidas o'zining moliyaviy va global ko'rsatkichlarini saqlab qolish uchun bunday muammolarni hal qilishi kerak. Kompaniyaning mahsulotlari butun dunyo bo'ylab sayohat qilganligi sababli, Adidas hukumat va soliq tizimlarining turli shakllari bilan shug'ullanishi kerak. Kompaniya o'z mahsulotlarini ishlab chiqishni uchinchi dunyo mamlakatlariga topshiradi, chunki bu ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytiradi. Tramp ma'muriyati tomonidan o'rnatilgan import va eksport tariflari cheklovlari Adidas uchun asosiy to'siq bo'lib xizmat qilishi mumkin, chunki Germaniya yirik eksportchi hisoblanadi. Cheklovlar Germaniyaga 20 milliard yevroga tushishi mumkin. Brendning butun dunyo bo'ylab mavjudligi undan turli maqsadlar va maqsadlarga erishish uchun turli qonunlar va tartiblarni engib o'tib, ta'minot zanjirini boshqarishning murakkab masalalarini hal qilishni talab qiladi.

**Iqtisodiy omillar**-Butun sport industriyasining daromad ulushi juda jamlangan bo'lib, 50 ta eng yirik kompaniya sanoatning umumiy daromadining 70 foizini tashkil etadi. Adidas eng yirik kompaniyalardan biridir. Ishsizlik, ish haqi

stavkalari, soliqqa tortish, inflyatsiya va foiz stavkalari kompaniyaning rentabellik koeffitsientiga ta'sir qiluvchi iqtisodiy omillardir. Odatda ma'lum turmush tarziga rioya qiladigan kompaniya iste'molchilari brend mahsulotlariga bo'lgan afzalliklarga asoslanadi. Mahsulotlar zaruriy narsalar sifatida emas, balki dam olish buyumlari sifatida tasniflanadi. Sport sanoatidagi mahsulotlar musiqa va o'yin sanoati mahsulotlari bilan raqobatlashadi. Brend ma'lum bir bozorga kirishdan oldin o'sish va imkoniyatlarni tahlil qilishi kerak. Adidas o'z mahsulotlarini Xitoyda ishlab chiqaradi, chunki ular mehnat talab qiladigan mahsulotlarni arzon narxlarda ishlab chiqaradi. Adidas o'z mahsulotlarini, ayniqsa, Shimoliy Amerika mamlakatlari mahsulotlariga nisbatan ehtiyotkorlik bilan narxlashi kerak.

**Ijtimoiy omillar**-Madaniyat, din, turmush tarzi brendning ishlashiga ta'sir qiluvchi ijtimoiy omillardir. Ular bozordagi kompaniyaning brend imidjiga ta'sir qiladi, bu esa mijozlarning sodiqligiga ta'sir qiladi. Adidas kompaniyasining asosiy maqsadli auditoriyasi - sog'lig'iga e'tibor qaratadigan, sportga muhabbati bor iste'molchilar. Ko'proq odamlar o'z kuchlarini sog'lom turmush tarzini saqlashga yo'naltirishsa, kompaniyaning savdosi shunchalik yaxshi bo'ladi, chunki odamlar bunday sport kiyimlarini talab qiladilar. O'rnatilgan mijozlar bazasini saqlab qolish uchun ular yangi mijozlarni saqlab qolish va sotib olish uchun imtiyozlar va eng so'nggi tendentsiyalardan xabardor bo'lishlari kerak. Bundan tashqari, ular jamoalarni qo'llab-quvvatlaydigan va odamlarning sog'lig'ini rag'batlantiradigan korporativ ko'ngilli dasturlarni taklif qilishadi. Adidas kompaniyasi bozorda o'z mahsulotlarining o'ziga xos dizaynini muvaffaqiyatli rivojlantirishga muvaffaq bo'ldi.

**Ekologik omillar**-raqobatbardosh bozorda omon qolish va ustun mavqeni saqlab qolish uchun har bir sport brendi bozordagi yangi innovatsion texnologiyalarga moslashishi muhim ahamiyatga ega. Kompaniyaning samarali ishlashi uchun texnologiya nafaqat mahsulotning o'zida, balki kompaniyaning jarayon, boshqaruv va buxgalteriya tizimlari kabi ishlashiga ham kiritilishi muhimdir. Adidas mahsulotlari turli sharoitlarda sinovdan o'tkazilishi kerak, shunda oxirgi foydalanuvchilar, ya'ni murabbiylar va mutaxassislar o'z ish faoliyatini optimallashtirishlari mumkin. Sportchilar duch keladigan muammolarni barqaror hal qilish uchun kompaniya tomonidan materiallarni almashtirish qo'llaniladi. Kompaniya aqlli sport kiyimlari sanoatini o'rganish bo'yicha o'z tadqiqotlarini kengaytirdi, u erda sog'liqni saqlashni o'ylaydigan jamoalar orasida juda mashhur bo'lgan Fitbit kabi texnologiyani chuqur tushundi.

**Huquqiy omillar**-Adidas intellektual mulk va IP tizimlariga ega. Ular kompaniyani har qanday huquqbuzarliklardan himoya qiluvchi dizayn patentlariga ega. Patentlar, shuningdek, kompaniya uchun, ayniqsa, sport kiyimlari sanoatida keng tarqalgan kontrafakt biznesni tugatish uchun huquqiy himoya bo'lib xizmat qiladi. Chunki, Adidas yirik brend nomi bo'lib, ular tabiiy ravishda savdo belgisi ishlab chiqarishga ega. 2014 yilda Adidas kiyim-kechak, shlyapa va poyabzalda

"mahsulotga istalgan yo'nalishda qo'llaniladigan bir xil kenglikdagi uchta parallel teng chiziq" savdo belgisiga ega bo'ldi. Biroq, 2016 yilda Shoe Branding Europe tovar belgisini bekor qilish uchun Yevropa Ittifoqi intellektual mulk idorasiga murojaat qildi. Kompaniya huquqiy kurashda yutqazdi, chunki ular iste'molchilar Adidas brendini uchta chiziqqa qaragandan so'ng tan olishlari haqida etarli dalillar keltira olmadilar.

**Atrof muhit omillari**-Adidasning ta'kidlashicha, kompaniyaning barcha zavodlari va ishlab chiqarish bo'linmalari hech qanday cheklangan mahsulot ishlab chiqarmaydi. Bu kompaniyaga uchuvchi va aralash emissiyalarni kamaytirishga yordam beradi. Kompaniya 2020 yilga borib yashil kompaniya maqsadlariga erishishni maqsad qilgan. Ular "kam chiqindilarni tashkil etish tashabbusi dasturi"ni ishlab chiqdilar, bunda ular ikki jihatga – uglerod izlarini kamaytirish uchun materiallarni tanlash va ularni qanday ishlab chiqarishga e'tibor qaratadilar. Uglerod chiqindilarini kamaytirishga yordam beradigan yog'ga asoslangan plastmassadan saqlanib. Yupqaroq yoki engilroq, shuningdek, kamroq chiqindilar va kamroq ko'milgan uglerodga olib keladi. Adidas tomonidan olib borilgan ba'zi tashabbuslar - Okeanlar uchun suhbat, Futurecraft Loop, Sport Infinity, Biosteel tolasi, Bo'yash jarayonlari, Kam chiqindilar va Chiqindilarni va chiqindilarni kamaytirish - Adidas Formotion Technology. Kompaniya axloqiy manbalardan foydalanish va resurslarni etkazib berishni ta'minlaydi. Kompaniya faoliyat yuritadigan har bir mamlakatda etkazib berish ushbu qoidalarga rioya qilishini ta'minlash uchun turli qoidalarni ishlab chiqdi.

### **3. Xulosa**

Xulosa qilib aytadigan bo'lsak, yuqoridagi Adidas kompaniyasining PESTLE tahlili uning biznes samaradorligiga ta'sir qiluvchi turli elementlarni ta'kidlaydi. Ushbu tushuncha har qanday brend uchun tashqi biznes omillarining tanqidiyligini baholashga yordam beradi.