

UNIVERZA V LJUBLJANI  
EKONOMSKA FAKULTETA

ZAKLJUČNA STROKOVNA NALOGA VISOKE POSLOVNE ŠOLE  
**EKONOMSKI RAZVOJ TRGA ŠPORTNE OBUTVE**

Ljubljana, marec 2018

LUKA GRUIČIĆ

## IZJAVA O AVTORSTVU

Podpisan Luka Gruičić, študent Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, avtor predloženega dela z naslovom Ekonomski razvoj trga športne obutve, pripravljenega v sodelovanju s svetovalcem izr. prof. dr. Mitjo Kovačem docentom.

### IZJAVLJAM

1. da sem predloženo delo pripravil samostojno;
2. da je tiskana oblika predloženega dela istovetna njegovi elektronski obliki;
3. da je besedilo predloženega dela jezikovno korektno in tehnično pripravljeno v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, kar pomeni, da sem poskrbel, da so dela in mnenja drugih avtorjev oziroma avtoric, ki jih uporabljam oziroma navajam v besedilu, citirana oziroma povzeta v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani;
4. da se zavedam, da je plagiatorstvo – predstavljanje tujih del (v pisni ali grafični obliki) kot mojih lastnih – kaznivo po Kazenskem zakoniku Republike Slovenije;
5. da se zavedam posledic, ki bi jih na osnovi predloženega dela dokazano plagiatorstvo lahko predstavljalo za moj status na Ekonomski fakulteti Univerze v Ljubljani v skladu z relevantnim pravilnikom;
6. da sem pridobil vsa potrebna dovoljenja za uporabo podatkov in avtorskih del v predloženem delu in jih v njem jasno označil;
7. da sem pri pripravi predloženega dela ravnal v skladu z etičnimi načeli in, kjer je to potrebno, za raziskavo pridobil soglasje etične komisije;
8. da soglašam, da se elektronska oblika predloženega dela uporabi za preverjanje podobnosti vsebine z drugimi deli s programsko opremo za preverjanje podobnosti vsebine, ki je povezana s študijskim informacijskim sistemom članice;
9. da na Univerzo v Ljubljani neodplačno, neizključno, prostorsko in časovno neomejeno prenašam pravico shranitve predloženega dela v elektronski obliki, pravico reproduciranja ter pravico dajanja predloženega dela na voljo javnosti na svetovnem spletu preko Repozitorija Univerze v Ljubljani
10. da hkrati z objavo predloženega dela dovoljujem objavo svojih osebnih podatkov, ki so navedeni v njem in v tej izjavi.

V Ljubljani, dne 20. 3. 2018

Podpis študenta: \_\_\_\_\_

# KAZALO VSEBINE

<b>UVOD .....</b>	<b>1</b>
<b>1. ANALIZA STRATEGIJ POSLOVNIH MODELOV NIKEA IN ADIDASA .....</b>	<b>1</b>
1.1. Strategija in poslovni model Nike Inc. ....	2
1.2. Strategija in poslovni model Adidasa .....	2
<b>2. ANALIZA PRIMARNEGA TRGA ŠPORTNE OBUTVE .....</b>	<b>3</b>
2.1. Analiza Nike Inc. ....	3
2.2. Analiza Adidasa .....	7
<b>3. SEKUNDARNI TRG ŠPORTNE OBUTVE .....</b>	<b>9</b>
3.2. Spletni forumi in spletne aplikacije .....	10
3.3. Preprodajalci .....	11
3.4. Analiza sekundarnega trga .....	12
3.5. Zgodovina sekundarnega trga za Nike in Adidas .....	12
3.6. Primerjava Adidas NMD in Air Jordan športnih copatov .....	13
3.6.1. Adidas NMD .....	14
3.6.2. Air Jordan .....	15
3.6.3. Primerjava Adidas NMD in Air Jordan modelov .....	16
<b>SKLEP .....</b>	<b>19</b>
<b>LITERATURA IN VIRI .....</b>	<b>21</b>

## **KAZALO SLIK**

Slika 1: Prikaz razlike v usnju treh modelov Air Jordan 1 Royal Blue .....	4
Slika 2: Prihodki od prodaje športne obutve podjetja Nike v obdobju od 2010 do 2016 .....	5
Slika 3: Razlike v cenah športnih copatov Air Jordan ter inflacija originalnih cen.....	6

## **KAZALO TABEL**

Tabela 1: Razlike v cenah športnih copatov Air Jordan od I do XV ter inflacija cen.....	6
Tabela 2: Največja izguba in dobiček za športne copate Adidas NMD.....	14
Tabela 3: Največja izguba in dobiček za športne copate Air Jordan .....	15

## **SEZNAM KRATIC**

**NMD - (po angleško Nomad); Nomad**

**ROI – (po angleško Return on investment); Donosnost naložbe**

**DS – (po angleško DeadStock); nerabljeno**

## UVOD

Namen te diplomske naloge je podrobneje predstaviti primarni in sekundarni trg športne obutve ter tekmovanje znamk Adidas in Nike. Še v letu 2014 je bil sekundarni trg skoraj v celoti samo Nikeov, vendar pa zaradi različnih poslovnih modelov in določenih dogodkov (razhod Nikea in Kanye Westa ter podpis pogodbe Adidas in Kanye West) v letu 2017 Adidas postaja resen konkurent Nikeu. Ljudem, ki so aktivni pri zbiranju in preprodaji športnih copat, pri nas pravimo ljubitelji (po angl. *sneakerhead*, v nadaljevanju ljubitelj).

Športni copati so za večino ljudi le udobna obutev in modni dodatek, obstaja pa tudi skupina ljudi, ki zbirajo, si izmenjujejo in preprodajajo športne copate. Zaradi vse lažjega dostopa do športnih copat s pomočjo spletnih trgovin je tudi vse več ljudi, ki zbira športne copate, in tudi takih, ki želijo zaslužiti na športnih copatih in jih preprodajajo. Za lažjo predstavbo, kako to izgleda, bomo uporabili definicijo sekundarnega trga vrednostnih papirjev, ki pravi, da je »sekundarni trg vrednostnih papirjev namenjen trgovanju z že obstoječimi finančnimi oblikami in je v grobem razdeljen na trg obveznic, trg delnic in trg kratkoročnih vrednostnih papirjev« (Sekundarni trg, brez datuma). Športnih copatov ne delimo tako kot obveznice in kratkoročne vrednostne papirje, vendar nanje gledamo lahko le kot na delnice. Tako kot pri delnicah tudi pri športnih copatih njihova vrednost raste in pada, s tem pa je povezanih več pogojev, o katerih bomo govorili natančneje v analizi sekundarnega trga.

Poleg sekundarnega trga bomo pogledali tudi primarni trg, definicija le-tega pa pravi, da je »primarni trg namenjen novim izdajam vrednostnih papirjev, preko katerih izdajatelj zbirajo kapital za financiranje svojega poslovanja« (Primarni trg, brez datuma). Na tem trgu pa sta največja igralca Nike in Adidas, ki imata največjo tržno moč, vendar pa je premoč na strani Nikea. V letu 2015 je imel namreč 22,9 % tržnega deleža, medtem ko Adidas le 9,2 %. Celotna rast trga se pričakuje in tudi Adidas postaja vse bolj konkurenčen, vendar bomo več o tem govorili v analizi primarnega trga športne obutve. (statista.com, 2015).

Ogromno zaslug za rast primarnega in sekundarnega trga ima splet, kajti veliko nakupov se dogaja preko spleta, tako Nike kot Adidas svoje večje izdaje naredita v večjem številu na spletu kot v svojih trgovinah ali pa v maloprodajnih trgovinah. Še bolj pomemben pa postaja za sekundarni trg, kajti ogromno nakupov in izmenjav poteka preko spletnih strani, kot so ebay.com, stockx.com, klekt.com itd. Prodaja preko teh spletnih strani pa se odvija na več načinov, kajti lahko za fiksno ceno prodaš športne copate, lahko pa se jih proda preko dražbe. Za dražbo vse zgoraj omenjene strani uporabljajo angleški tip dražbe, ki »je odprta, progresivna dražba, kjer se cena zaporedno zvišuje toliko časa, dokler ne ostane le en ponudnik (zadnji ponudnik), ki je zmagovalec. Predmet je prodan zmagovalcu po ceni, ki je enaka njegovi zadnji ponudbi« (Klemperer, 1999, str. 4; Vickrey, 1961, str. 13–14).

## 1. ANALIZA STRATEGIJ POSLOVNIH MODELOV NIKEA IN ADIDASA

Namen strategije je, da podjetje začrta jasne dolgoročne cilje in le-tem sledi in jih poskuša izpolniti. »Strategija je konfiguracija in oblikovanje razpoložljivih sredstev za organizacijo pri doseganju potrebe, zahteve in pričakovanja trgov in interesnih skupin« (G. Johnson & K. Sholes, 2008). Strokovnjaki menijo, da ni točno določene definicije za strategijo in si jo vsak razlaga po svoje. Adidas in Nike imata različne strategije poslovnih modelov, kar se jasno kaže v izdelavi njihovih izdelkov in pričakovanjih pri porabnikih. S pomočjo strategije bomo

jasno videli, kako podjetji delujeta in kako to vpliva na prodajo in vse večjo priljubljenost športnih copatov pri ljubiteljih.

## **1.1.Strategija in poslovni model Nike Inc.**

Nike nima ene same strategije, vendar ima več različnih, s katerimi želi obdržati premoč na trgu. Ena od strategij, h kateri Nike stremi, je neprekinjen poudarek na inovacijah in spodbudi svojega R & D oddelka. Namen tega je predvsem, da izdelujejo športne copate in športna oblačila, ki pripomorejo k boljšim rezultatom in k čim manjšemu številu poškodb. Ker imajo inovativne in visoko zmogljive izdelke, uporabljajo strategijo posnemanja smetane pri postavitvi svojih cen. Ta strategija cilja na višje cene od konkurentov in s tem v kratkoročnem času pokriti stroške in pa na lojalnost strank, kajti zaradi višje cene kot pri konkurentih čisto vsak posameznik ne bo kupil športnih copatov za 190 evrov. Nike ima že vzpostavljeno vez med podjetjem in porabniki, zato se jim ta način strategije postavljanja cen splača, saj so kupci pripravljeni plačati več za športni copat. Zelo so aktivni tudi pri sponzoriranjih s slavnimi športniki (LeBron James, Kobe Bryant, Cristiano Ronaldo, Neymar itd.), profesionalnimi športnimi ekipami (Barcelona FC, Inter FC, North Carolina Tar Heels in s sezono 2017/2018 bo Nike tudi uradni opremljevalec lige NBA). Namen te strategije in sodelovanja s slavnimi športniki in ekipami je poudarek na kampanjah za njihove izdelke. LeBron James je v sodelovanju z Nikeom izdal že štirinajst modelov LeBron športnega copata, Michael Jordan ima celo svojo znamko znotraj Nikea, imenovano Jordan Brand. V zadnjem času pa je Nike začel delovati okolju prijazno in sledi tako imenovani »closed-loop business modelu«, ki stremi k temu, da podjetje poskuša doseči čim manj oziroma nič odpadkov tako, da vse reciklirajo in ponovno uporabijo pri izdelkih, ki so v izdelavi (H. A. Ali Mahdi, M. Abbas, T. I. Mazar & S. George, 2015).

Nike je dominanten na trgu športne obutve, športnih dodatkov in športnih oblačil že nekaj desetletij. Dominanco so dosegli s pomočjo agresivnega pristopa na trgu in sodelovanja s slavnimi. Najbolj znano in uspešno sodelovanje s športnikom je njihovo sodelovanje z Michaelom Jordanom, saj so po začetku sodelovanja dosegli hitro rast in še danes je Jordan Brand eden od sestavnih delov blagovne znamke Nike. Pri iskanju primernih športnikov za partnerstvo gledajo na različne dejavnike, glavni pa je ROI (po angl. *Return on investment*, v nadaljevanju ROI), do tega pridejo s pomočjo socialnih omrežij, saj tam vidijo koliko sledilcev in koliko »všečkov« imajo ti športniki. Inovacija pri Nikeu v zadnjih letih je prišla s športnim copatom Flyknit Racer, ki je lahek tekaški športni copat, narejen s tehnologijo Flyknit, ki se prilega nogi in daje uporabniku občutek, kot da ima obuto nogavico. Ta športni copat je nastal s povezavo vseh zgoraj naštetih strategij, saj je inovativen in narejen okolju prijazno (H. A. Ali Mahdi, M. Abbas, T. I. Mazar & S. George, 2015).

## **1.2. Strategija in poslovni model Adidasa**

Adidas na drugi strani uporablja strategijo široke diferenciacije, saj na ravni podjetja stremi k inovaciji izdelkov, procesov in storitev, saj tako lahko ostajajo pred konkurenco. V letu 2014 so odprli centralizirano prodajalno, ki daje podporo celotnemu Adidasovemu trgu po svetu. Vendar pa je ena glavnih značilnosti Adidasovih strategij, da imajo več znamk v svojem portfelju (Adidas Original, Reebok itd.), ki jim daje konkurenčno prednost pred ostalimi znamkami (Puma, Asics, Nike itd.). Namen tega je predvsem to, da se tako lahko posvečajo celotnemu trgu in ne samo določenim segmentom (Adidas Original je predvsem

namenjen mladim, ki so modno ozaveščeni). Pomembna strategija Adidasa je to, da veliko svojih resorsov namenijo iskanju čim boljših distribucijskih kanalov v različnih državah sveta. To počnejo predvsem z ocenjevanjem vedenjskih navad kupcev in nato poiščejo, kje v trgovini bi bil primeren prostor za njihove izdelke. Da lahko to počnejo, razlog tiči tudi v tem, da je njihova oskrbovalna veriga zelo dobro povezana in je usmerjena k inovaciji in prilagajanju izdelkov. Znotraj podjetja stremijo k inovativnosti in to je tudi eden od pglavitnih dejavnikov same kulture Adidasa. Ta usmerjenost k inovaciji je v zadnjih letih prinesla veliko uspeha, saj so razvili kar nekaj zelo dobrih stvari, ki so njihove izdelke naredile še privlačnejše:

- **climacool**, sistem namenjen hlajenju športnih copat in oblačil;
- **ultraboost** je inovativen podplat, ki je odgovor na Nike Air in je namenjen predvsem hoji in teku.

Adidasova strategija in kultura podjetja, ki stremi k inovaciji, se kaže tudi v poslovnem modelu podjetja. Za razliko od Nikea ne išče toliko estradnikov in športnikov, ki bi promovirali njihove izdelke (Pharrel Williams, Kanye West, Lionell Messi, James Harden). Poudariti je treba le Kanye Westa, ki ima svojo modno linijo športnih copat Yeezy Boost in je ena izmed najbolj priljubljenih pri ljubiteljih športnih copatov, vendar bomo o tem govorili kasneje. Razlog, da se Adidas ne posveča toliko slavnim, da bi jih promovirali, tiči v tem, da se raje posvečajo izdelavi dobrih in inovativnih izdelkov, ki bodo na podlagi tega pridobili zaupanje in lojalnost kupca. Obenem pa se posvečajo tudi hitrejšemu razvoju in izdelavi izdelkov ter posodabljanju procesov, infrastrukture in sistemov. Ravno to posvečanje razvoju in posodabljanju je privedlo do vse večjega zanimanja investitorjev za nakup Adidasovih delnic, saj podjetje kaže dosledno rast vsako leto (H. A. Ali Mahdi, M. Abbas, T. I. Mazar & S. George, 2015).

## **2. ANALIZA PRIMARNEGA TRGA ŠPORTNE OBUTVE**

Na trgu športne obutve je veliko podjetij (Nike, Adidas, Puma, New Balance, Under Armor itd.), vendar sta največja in najpomembnejša Nike in Adidas. Obe podjetji imata svoj način poslovanja, kot je bilo to že prikazano v poglavju o poslovnem in strateškem modelu obeh podjetij. Zdaj pa se bomo bolj osredotočili na same športne copate, zakaj so priljubljeni, kakšne so cene, kako se prodajajo (preko spleta, v trgovinah itd.), katera so pomembna sodelovanja s slavnimi obeh znamk. Najbolj se bomo posvetili sodelovanju Nikea z Michaelom Jordanom ter Adidasa s Kanyeom Westom, kajti njuni modeli so daleč najbolj priljubljeni in zaželeni pri ljubiteljih.

### **2.1. Analiza Nike Inc.**

Nike je najmočnejše in najbolj prepoznavna znamka športnih copatov, vendar pa se bomo za namene te raziskave posvetili predvsem :

- znamki in modelom Jordan Branda,
- Nike Air Force 1 modelom,
- Nike Air Max modelom,
- Nike Yeezy I in Yeezy II modelom.

Jordan Brand je del Nike Inc. in modeli izdani pod to znamko so daleč najbolj priljubljeni pri ljubiteljih, predvsem zaradi Michaela Jordana in zato, ker so nekateri modeli (Air Jordan III Cement, Air Jordan XI Concorde, Air Jordan 1 Banned itd.) dosegli kultni status in so med najbolj zaželenimi. Natančneje o tem v analizi sekundarnega trga. Air Force 1 in Air Max modeli so eni izmed najbolj prepoznavnih modelov Nikea in so ravno tako ob posebnih izdajah, kot so Nike Air Force 1 Special Forces, izdani v omejenih količinah in zelo zaželeni pri ljubiteljih.

Nike je vodilno podjetje na trgu z veliko premočjo, vendar pa je v zadnjih letih prišlo do preobrata, kajti Nike je začel izdelovati športne copate za vse višjo ceno in vse slabšo kvaliteto. Kot primer tega si bomo ogledali nedavno izdani model Air Jordan I Royal Blue, ki je bil v aprilu 2017 izdan že tretjič. Leta 2001 je bil ta model izdan prvič in cena je takrat znašala 80 ameriških dolarjev, letos so ob izidu športni copati stali 160 ameriških dolarjev. Treba je vzeti v zakup inflacijo in vrednost denarja danes, vendar so ob primerjavah ljudje ugotovili tudi težave z usnjem, udobjem, videzom in dodatki. Model, izdan leta 2001, ima boljše usnje, je udobnejši in ima tudi določene dodatke, ki pritegnejo vse ljubitelje (poster z Michaelom Jordanom ter obesek za ključke) (Woolf 2017). O tem, da je primerjava teh dveh modelov zanimiva, govori tudi dejstvo, da je imela letošnja izdaja še dodatne težave, saj so nekateri kupci dobili en copat z lepim in nategnjnim usnjem, drug copat pa je bil zguban.

*Slika 1: Prikaz razlike v usnju treh modelov Air Jordan 1 Royal Blue*



*Vir: SoleCollector. A comparison of every »Royal« Air Jordan 1 Retro. Solecollector.com, 2017.*

Na sliki je prikazana razlika v usnju vseh treh modelov Air Jordan Royal Blue in jasno je razvidno, kako se je kvaliteta iz leta 2001 do leta 2017 poslabšala. Na modelu iz leta 2017 je že takoj vidno zgubano (po angl. *creasing*) usnje, medtem ko je na modelih iz leta 2013 in 2001 še povsem gladko in trdno.

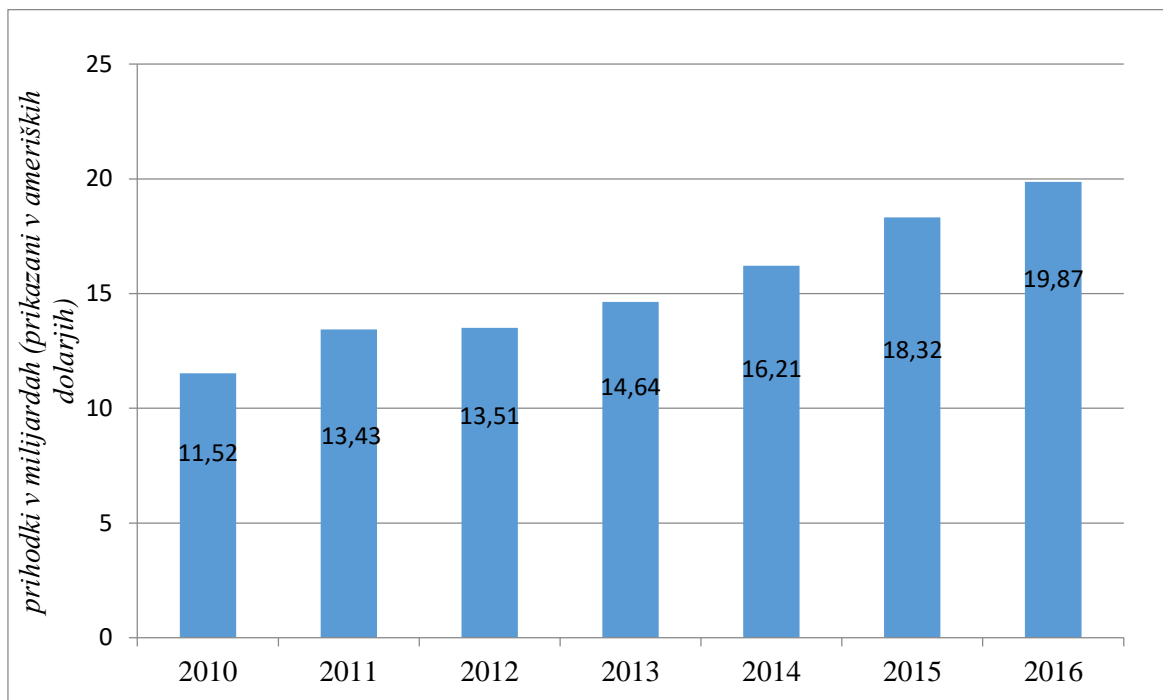
Vendar pa to niso prve težave, ki so se pokazale pri Nikeu, kajti januarja 2017 je izšel model Air Jordan XV Retro, ki so ga na spletni strani fastpass.cn razrezali v zanimanju, da vidijo, kakšen je Air Zoom v podplatu. Na presenečenje vseh so ugotovili, da v podplatu ni bilo tehnologije Air Zoom, ki je oglaševana kot del copata. Cena tega copata je ravno tako 180 ameriških dolarjev.

Kljub vsem tem težavam, večanju cen in nižanju kvalitete, Nike vseeno povečuje svoj letni prihodek od prodaje športnih copat. V letu 2015 je imel Nike 18,32 milijard ameriških



dolarjev prihodka, v letu 2016 pa 19,87 milijard ameriških dolarjev, kar je 8 % rast v primerjavi s prejšnjim letom (statista.com, 2017).

Slika 2: Prihodki od prodaje športne obutve Nike v obdobju od 2010 do 2016

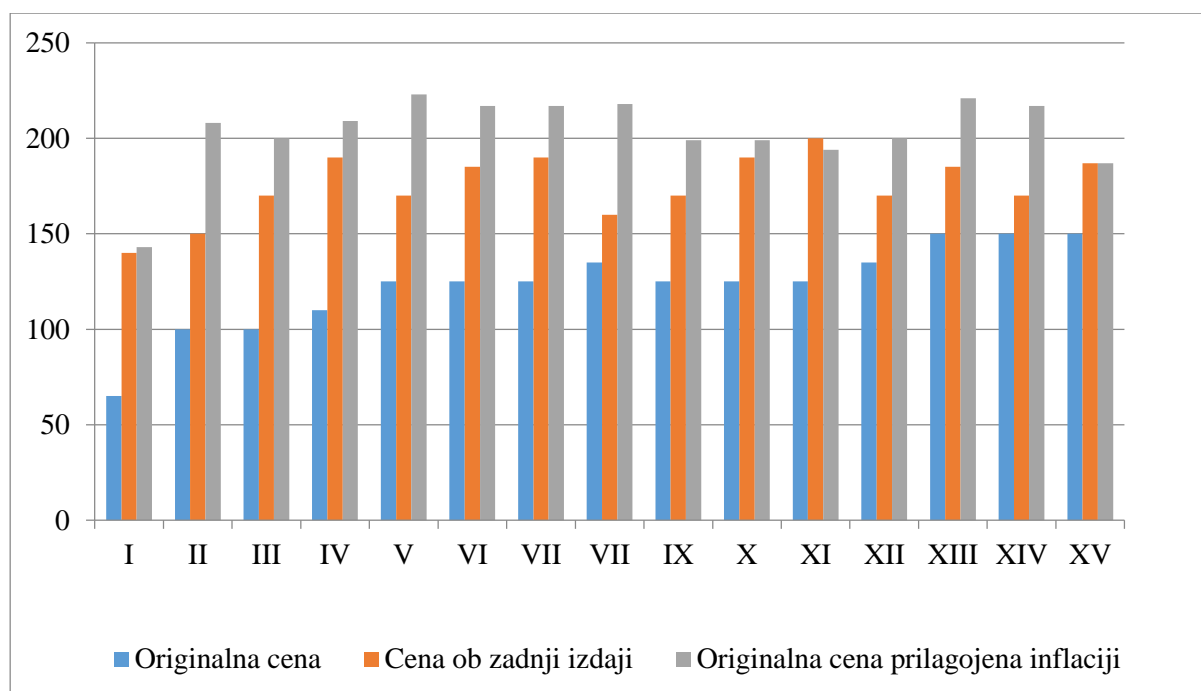


Vir: Statista. Athletic footwear market share worldwide by company in 2015; Statista.com

V grafu so prikazani prihodki od prodaje športnih copat podjetja Nike za obdobja od leta 2010 do 2016. Iz grafa je jasno razvidno, da se prihodki Nikeu iz leta v leto večajo. Posebej zanimiva je predvsem rast v letih 2014, 2015 in 2016, saj so v teh letih imeli kar 10,3 % povprečno rast prihodkov od prodaje. Leta 2014 je bila rast 10,7 %, leta 2015 kar 13 % in leta 2016 8,4 %. Iz podatkov se tudi vidi manjši upad rasti v primerjavi z letoma 2014 in 2015, kar bi lahko pripisali konkurenci (predvsem Adidasu) in pa tudi višanju cen ter slabšanju kvalitete izdelkov. V nadaljevanju bomo primerjali kvalitete izdelkov.

Za rast cen bi lahko našteali več razlogov, eden glavnih je zagotovo povečana inflacija. »O inflaciji govorimo takrat, ko pride do splošnega zvišanja cen izdelkov in storitev, ne le cen posameznih artiklov. Zaradi tega lahko za 1 evro kupimo manj – ali povedano drugače, evro je vreden manj kot prej« (Inflacija, brez datuma). Če pogledamo rast cen, lahko zagotovo ogromno zaslug pripišemo ravno pojavu inflacije, vendar pa je bil Nike s strani potrošnikov skritiziran zaradi trenda višanja cen in slabše kvalitete izdelkov. Sama inflacija je razumljiva za ljudi, ki se v to poglabijo in se tudi pokaže, da so na podlagi same inflacije cene zdaj poštene, vendar pa težava nastopi zaradi toliko slabše kvalitete, kar smo prikazali že v analizi Nikea na primeru Air Jordan Royal Blue 2001 in 2017. Tam je jasno razvidno, koliko slabše usnje se je uporabilo pri modelu iz leta 2017 v primerjavi s tistim iz leta 2001, in pa seveda reklamiranje Air Zoom tehnologije, ki nato niti ni bila uporabljena v modelu Air Jordan XV iz leta 2017. Na drugi strani Adidas še ni imel takšnih težav predvsem zaradi dejstva, da so Ultra Boost, Nomad (okrajšava NMD, v nadaljevanju NMD), Yeezy Boost športni copati na trgu le nekaj let (nekateri od leta 2014, nekateri od 2015). Zanimivo bo videti, kaj se bo zgodilo v bližnji prihodnosti s cenami teh športnih copatov in kakšna bo kvaliteta in rast cen.

Slika 3: Razlike v cenah športnih copatov Air Jordan ter inflacija originalnih cen



Vir: Dubasik Z. Proof that Air Jordan Prices ar fairer than you think; SoleCollector.com

Tabela 1: Razlike v cenah športnih copatov Air Jordan od I do XV ter inflacija cen

Model	Originalna cena v ameriških dolarjih	Cena ob zadnji izdaji v ameriških dolarjih	Originalna cena prilagojena inflaciji za leto 2015 v ameriških dolarjih
Air Jordan I	65	140	143
Air Jordan II	100	150	208
Air Jordan III	100	170	200
Air Jordan IV	110	190	209
Air Jordan V	125	170	223
Air Jordan VI	125	185	217
Air Jordan VII	125	190	217
Air Jordan VIII	135	160	218
Air Jordan IX	125	170	199
Air Jordan X	125	190	199
Air Jordan XI	125	200	194
Air Jordan XII	135	170	200
Air Jordan XIII	150	185	221
Air Jordan XIV	150	170	217
Air Jordan XV	150	187	187

Vir: Dubasik Z. Proof that Air Jordan Prices ar fairer than you think; SoleCollector.com

V tabeli in na grafu je prikazana rast cen športnih copatov Air Jordan od modela I do XV, iz podatkov se lahko jasno razbere, da so cene pri določenih modelih zrasle tudi za več kot 100 % (Air Jordan I je ob izdaji stal 65 ameriških dolarjev, v letu 2015 pa kar 140 ameriških dolarjev). Iz podatkov se jasno vidi, da je imela inflacija velik vpliv na povečanje cen, vendar pa, da so cene v večini primerov nižje, kot pa bi bile, če bi se Nike striktno držal rasti inflacije, le Air Jordan XI stane več kot ob preračunu inflacije (cena copatov je 200 ameriških

dolarjev, medtem ko je cena po inflaciji 194 ameriških dolarjev). Razlog za to bi lahko bil predvsem v dejstvu, da je ta model daleč najbolj iskan med zbiratelji in ga Nike izda le enkrat letno (v času božičnih praznikov). Kolikor se ljudje pritožujejo nad višanjem cen, lahko rečemo, da je inflacija velik krivec za to in da vsaj tukaj Nike ne daje previsokih cen, kot bi si to lahko mislili, ter da je njihova največja težava zagotovo slabša kvaliteta današnjih športnih copatov v primerjavi s starejšimi modeli.

## 2.2. Analiza Adidasa

V zadnjih treh letih (2015, 2016 in 2017) se je Adidas pokazal kot glavni konkurent Nikea na trgu športne obutve. Razlogov za to je več, mi se bomo posvetili naslednjim trem:

- sodelovanje s Kanyeom Westom,
- dobra kvaliteta športnih copat,
- razvoj ultraboosta,
- vse večja popularnost modelov Adidas Superstar.

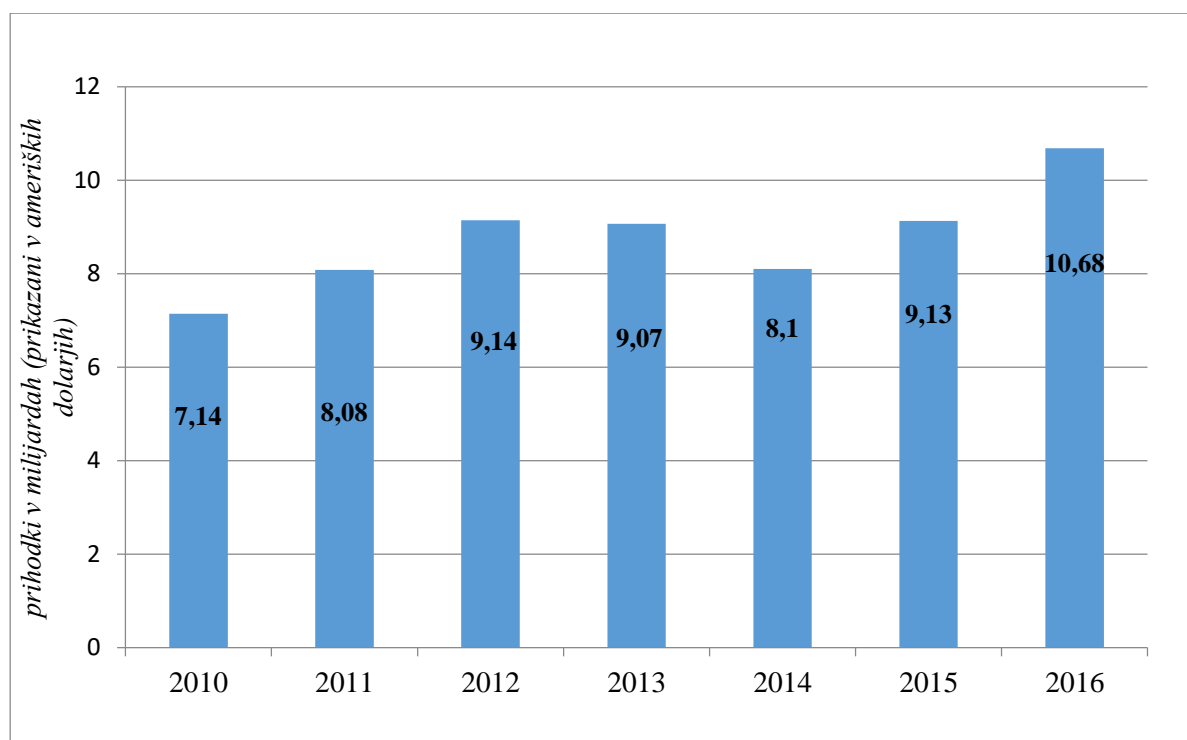
V letu 2015 je Adidas podaljšal sodelovanje z estradnikom Kanyeom Westom, razlog za to je predvsem dejstvo, da so športni copati linije Yeezy najbolj iskani in vedno razprodani v nekaj trenutkih po prihodu na trg (H. McIntyre, 2016). Kot bomo v nadaljevanju videli, se športni copati Yeezy odlično prodajajo tudi na sekundarnem trgu in bi lahko rekli kar, da so najbolj iskana športna obutev ta trenutek. Vendar pa, kot je to poudaril tudi H. McIntyre v svojem članku v časopisu Forbes, je to sodelovanje lahko tudi problematično, kajti gospod West je znan po svojem nenavadnem vedenju in izjavah, ki jih daje v medijih (po svojem sporu z Nikeom ga je javno okrcal na svojih koncertih in tudi v svoji pesmi Facts).

Priljubljenost Adidas Superstar športnega copata sega v leto izdaje tega modela (1969), takrat predvsem za namen igranja košarke. Vendar pa so ti copati postali izredno priljubljeni v osemdesetih letih prejšnjega stoletja, ko jih je nosila in promovirala skupina Run DMC. Danes so ti športni copati predvsem priljubljeni pri ženskah, saj se zaradi elegantnega zglada in klasične bele barve prilegajo k vsakemu stilu (Kumar, 2017).

Kot smo že omenili pri strategiji in poslovnem modelu, Adidas stremi k razvoju novih idej in tehnologiji in dobri kvaliteti. S to ideologijo v mislih so razvili tehnologijo Ultraboost, ki je postala izredno priljubljena pri ljubiteljih in tistih, ki se aktivno ukvarjajo s tekom. Težava pri tem je le ta, da en par športnih copatov Ultraboost stane okrog 200 ameriških dolarjev, kar je visoka cena v primerjavi z Nike Roshe modeli, ki so okoli 150 ameriških dolarjev. Vendar pa so kritike Ultraboosta izredno pozitivne in ljudem je vse bolj všeč. Kot je Rob Murray (2017, Adidas Ultra Boost Review; Trainingarunner.com) napisal v svoji kritiki: »Kar kupiš, to dobiš in visoka cena te ne zmoti zaradi visoke kvalitete, vzdržljivosti, udobja in hitrosti športnega copata, Adidasova kampanja, da je to najboljši čevelj na svetu ni daleč od resnice. Vendar pa to ni edini Adidasov model na trgu, ki je pritegnil pozornost ljudi. Izdali so tudi malce cenejši model NMD, ki pa je namenjen bolj za stilsko nošenje kot za tek in tudi ta športni copat ima tehnologijo boost v svojem podplatu. NMD modeli so primerljivi z Nike Air Max modeli oziroma po prodaji z Jordan Brand modeli. Cena NMD modela se giblje tam od 130 pa vse do 200 ameriških dolarjev. Odvisno je od tega, kakšen model kupimo, kajti osnovni modeli, ki prihajajo redno na police, stanejo od 130 do 150 ameriških dolarjev. Medtem ko športni copati, ki so del sodelovanja z glasbenikom Pharrellom Williamsom, spletno stranjo nicekicks.com ali trgovino BAPE dražji in stanejo okrog 200 do 220 ameriških dolarjev in so s tem razlogom tudi težje dostopni vsem. Kot bomo prikazali

v analizi sekundarnega trga tudi njihova cena raste in sčasoma postanejo zelo iskani pri ljubiteljih. Razlog, da je ta model primerljiv z Air Max modeli, je predvsem to, da so oboji narejeni predvsem kot modni dodatek in ne tekaški čevlji, in pa cena, kajti Air Max modeli se gibljejo tam od 150 do 180 ameriških dolarjev, kar je primerljivo z NMD.

*Slika 4: Prihodki od prodaje športne obutve podjetja Adidas v obdobju od leta 2010 do 2016*



*Vir: Statista. Athletic footwear market share worldwide by company in 2015, Statista.com*

Na grafu so prikazani prihodki podjetja Adidas, ki so jih dosegli s prodajo športnih copatov. Takoj je opazno, da je prihodkov v primerjavi z Nikeom veliko manj, vendar pa, da v zadnjih dveh letih (2015 in 2016) vztrajno rastejo. Prihodki so v letu 2015 v primerjavi z letom 2014 zrasli za kar 12,7 %, medtem ko so v letu 2016 v primerjavi z letom 2015 zrasli še za 16,9 %, kar pomeni 14,8 % rast v zadnjih dveh letih. To rast bi lahko pripisali predvsem priljubljenosti Yeezy boost, NMD, Ultra boost in Superstar modelom. Adidas je v letu 2014 podpisal pogodbo s Kanyeom Westom in v letu 2015 so izšli prvi modeli Yeezy Boost in s tem beležimo tudi močno rast Adidasa. Vendar pa je treba poudariti, da zaradi ekskluzivnosti in visoke cene (športnih copatov Yeezy boost pride na trg zelo malo in stanejo od 220 ameriških dolarjev naprej) ne moremo pripisati vse zasluge tem modelom, ampak predvsem vse večji priljubljenosti NMD in Superstar čevljev.

Za razliko od Nikea, ki se sooča s kritikami zaradi višanja svojih cen, se Adidas s tem še ni soočil, predvsem zato, ker so njihovi športni copati začeli dosegati visoko priljubljenost v letu 2015 in od takrat do danes so cene ostale enake. S pomočjo spletne strani stockx.com smo prišli do podatkov iz leta 2016 o številu modelov in cenah le-teh modelov Adidas NMD (za primer smo vzeli NMD zato, ker Adidas izda največ modelov tega športnega copata in ker se njihova cena giblje od 120 do 240 ameriških dolarjev). V letu 2016 je tako Adidas na trg poslal 127 različnih parov športnega copata NMD (všteti so tudi otroški modeli, ki imajo oznako GS – *angleško grade school*). Povprečna cena teh športnih copat je znašala 131,45 ameriških dolarjev, najcenejši model Adidas NMD R1 Bright Cyan GS je stal 95 ameriških

dolarjev, najdražji Adidas NMD HU Pharrell Williams Yellow pa 240 ameriških dolarjev. Da je bila razlika v ceni tako visoka, govori predvsem dejstvo, da so otroški modeli dosti cenejši in pa, da so NMD Human Race eni izmed najbolj zaželenih in iskanih športnih copatov, zaradi sodelovanja z umetnikom Pharrellom Williamsom in se vedno izdajo v omejenih količinah in so težko dostopni vsem posameznikom.

### 3. SEKUNDARNI TRG ŠPORTNE OBUTVE

Sekundarni trg športne obutve postaja iz leto v leto bolj atraktiven za posameznike, ki želijo zaslužiti na vse večji priljubljenosti športnih copatov. Poudariti je treba, da noben zakon ne regulira trga, vendar pa spletne strani, preko katerih ljudje prodajajo, kupujejo in izmenjujejo (K'lekt, stockx.com, ebay.com) postavijo določena pravila. Za lažje razumevanje bomo najprej obravnavali vse pomembnejše akterje na trgu.

- **trgovine** (RIF LA, Flight Club, Champs, Stadium Goods itd.)
- **spletne strani**, ki se ukvarjajo s preprodajo (stockx.com, K'lekt, ebay.com, GOAT)
- **preprodajalce na trgu**
- **spletne strani**, ki so glavni vir novic o izdaji novih športnih copat (solecollector, stockx.com, sneakernews itd.)

Pri sami analizi trga pa bomo naredili simulacijo s pomočjo spletne strani stockx.com, kjer bomo primerjali stroške, prihodke in dobiček ob nakupu Adidas NMD, Air Jordan in Yeezy modelov. Za Adidas NMD in Air Jordan modele so na spletni strani stockx.com na voljo podatki, kjer je prikazana cena ob prihodu na trg, cena skozi celotno leto ter povprečna cena (cene so tako urejene tako za primarni in sekundarni trg). Copate lahko obravnavamo kot delnice in po tem principu bomo tudi mi gledali nanje, kot posrednike pa bomo upoštevali stockx.com, GOAT in ostale spletne strani, ki smo jih že omenili.

Cene na sekundarnem trgu so višje ali nižje od prodajnih cen na primarnem trgu. Ocenjevanje vrednosti posameznega športnega copata se gleda po določenih kriterijih. Ti kriteriji so:

- **Redkost:** zelo pomembna je količina športnih copatov poslana na trg, kajti manj kot jih je, težje so dostopni in temu primerno je njihova cena višja. Primer Adidas Yeezy Boost V2 Zebra so ob prihodu na trg stale ravno toliko kot Yeezy Boost V2 Cream –240 ameriških dolarjev –, vendar pa je bil model Zebra izdan v veliko manjši količini in zdaj njegova cena na sekundarnem trgu znaša 1300 ameriških dolarjev (stockx, brez datuma (g)), medtem ko Cream stanejo 450 ameriških dolarjev (stockx, brez datuma (f)).
- **Leto izdaje:** to je zelo pomembno za znamko Nike in Air Jordan, kajti, kot je bilo že razloženo, ima Nike velike težave s kvaliteto v zadnjih letih in so starejši modeli bolj cenjeni zaradi same kvalitete in pa ker jih je na trgu veliko manj. Air Jordan Royal Blue 2013 stanejo 400 ameriških dolarjev (stockx, brez datuma (o)), medtem ko Air Jordan Royal Blue 2001 600 ameriških dolarjev (stockx, brez datuma (n)).
- **Velikost:** pomemben vpliv pri ceni ima tudi sama velikost, kajti določene številke so težje dosegljive kot druge. Večja kot je številka, manj modelov je dosegljivih. Adidas Yeezy Boost V2 Zebra številka 44 stane 1400 ameriških dolarjev, medtem ko isti model številke 48 stane kar 1800 ameriških dolarjev (stockx, brez datuma (g)).
- **Stanje:** mogoče celo najpomembnejše za postavitev cene je samo stanje športnega copata, kajti bolj kot je copat obrabljen, nižja je cena in težje se ga proda. Vse spletne

strani in prodajalci za ocenjevanje uporabljajo lestvico od 1 do 10 (10 najbolj ohranjen, 1 skoraj uničen). Kako to vpliva na ceno, si lahko pogledamo na primeru Air Jordan XII Infrared, rabljen copat, stanje 6/10 stane 179 ameriških dolarjev, medtem ko isti copat, vendar nov, ocenjen z 10/10 stane okrog 250 ameriških dolarjev (stockx, brez datuma (p)). Večina športnih copatov se prodaja novih oziroma nerabljenih (po angl. *deadstock* oz. kratica DS, v nadaljevanju nerabljeni).

- **Kvaliteta:** zelo pomembna je tudi kvaliteta, kajti novejši modeli imajo slabšo kvaliteto in to tudi dodatno vpliva na nižjo ceno, za primer si lahko vzamemo istega kot pri letu izdaje, kajti ta težava se daleč najbolj nanaša na Nike.

Ti kriteriji se uporabljajo povsod v trgovinah (RIF LA, Stadium Goods, Champ, Flight Club), spletnih straneh (stockx.com, K'lekt, ebay.com) in tudi pri samih preprodajalcih, treba je poudariti, da spletna stran stockx.com in trgovine prodajajo le nove športne copate, medtem ko lahko preko ebay.com in K'lekta kupimo tudi rabljene copate. Za namen naše raziskave in analize bomo vedno uporabljali le nerabljene modele.

### 3.1. Trgovine (Flight Club, RIF LA, Stadium Goods ...)

Na sekundarnem trgu veliko vlogo igrajo tudi trgovine, ki so specializirane za prodajo športnih copatov, glavne od teh trgovin so: Flight Club, Champs, RIF LA, Stadium Goods. Namen teh trgovin je prodaja športne obutve, ki zaradi razprodaje zalog ni več dosegljiva v maloprodajnih trgovinah (End Clothing, Size?, Nike Store, Adidas Store itd.). V teh trgovinah so cene športne obutve višje kot v maloprodajnih in se cenovno ujemajo s cenami na sekundarnem trgu (trgovine si dodajajo maržo, vendar to je odvisno od trgovine do trgovine). Razlog, da ljudje zaupajo tem trgovinam kljub višjim cenam, kot jih ponujajo preprodajalci, je predvsem varnost, kajti vsak športni copat, ki ga prodajajo, ima certifikat originala. Ker so te trgovine podjetja, so tudi zagotovila glede prejema izdelkov zagotovljena. V teh trgovinah prodajajo izključno nerabljeni modele in nobenih rabljenih izdelkov, kot primer cene pa si lahko pogledamo ceno Adidas Yeezy Boost V2 Zebra velikost 44, ki na stockx.com stane 1300 ameriških dolarjev (stockx, brez datuma), medtem ko je v trgovini Flight Club isti izdelek 1400 ameriških dolarjev (Flight Club, brez datuma).

### 3.2. Spletni forumi in spletne aplikacije

Preprodajalci svoje športne copate v večini primerov prodajajo preko spletnih portalov, v Evropi sta največja portala za to K'lekt in ebay.com, medtem ko je v ZDA poleg obeh teh prisoten še stockx.com. Poudariti je treba, da se stockx.com počasi širi iz ZDA po celem svetu (v Veliki Britaniji lahko že kupujemo in prodajamo), vendar pa zaradi carinskih taks in geografske oddaljenosti v Evropi še ni toliko priljubljen portal.

K'lekt je spletni portal, namenjen preprodaji športnih copatov, oblek in modnih dodatkov. Za preprodajalce športnih copatov je največji evropski portal in najbolj obiskan. Za nakup/prodajo imamo dve možnosti ali takojšnji nakup po postavljeni ceni, ali pa pošljemo ponudniku ponudbo in se nato pogajamo za cene. Za varnost je poskrbljeno dokaj dobro, saj zahtevajo, da priložite račun o nakupu pri slikanju izdelka za na spletno stran. Nakup se lahko opravi le preko PayPal aplikacije, poštnina in pošiljanje sta v domeni kupca in prodajalca, vendar v navadi je, da kupec krije stroške prodaje. Podjetje K'lekt pa si vzame tudi manjšo provizijo, in sicer 5 % + 1 evro od prodaje (če prodamo par za 150 evrov bo

K'lekt vzel 7,5 evrov (5 %) + 1 evro, kar skupaj zneso 8,5 evrov). Vendar pa ker se zna zgoditi, da bo prodaja znašala preko 500 evrov, je K'lekt omejil provizijo na 19 evrov ob prodaji.

Drug pomemben spletni portal v Evropi je eBay, kjer se stvari odvijajo malce drugače kot pri K'lektu in se v večini primerov dogaja tako imenovan angleški tip dražbe, kjer svojo ponudbo javno objavimo in nato čakamo, ali bo kdo ponudil več denarja ali ne. Poleg tega se lahko dogovorimo tudi za fiksno ceno športnega copata, če ne želimo sodelovati pri dražbi. Vendar pa eBay zaradi prihoda aplikacij, kot sta Stockx.com in GOAT postaja vse manj popularen in zanimiv, kajti varnost je relativno slaba in lahko smo hitro priča goljufijam.

Stockx.com je od vseh spletnih portalov, povezanih s športnimi copati, usmerjen v prodajo/nakup in vrednost športnih copat. Na spletni strani ima vsak uporabnik možnost narediti svoj profil in portfelje, kjer lahko spremlja rast/padec vrednosti svojih športnih copatov. Pri sami prodaji/nakupu se držijo načela, da prodajajo le nerabljene modele in nič rabljenih. Za dodatno varnost je poskrbljeno tako, da moramo vsak par, ki ga posameznik proda, poslati na naslov podjetja stockx.com, kjer nato strokovnjaki v podjetju pregledajo in izdajo certifikat, da copat ni ponaredek, zaradi tega sam proces od nakupa do prevzema traja malce dlje, vendar pa je prodaja/nakup varen in ne prihaja do goljufij. Druga pomembna zadeva je, da se posameznik ob prodaji/nakupu zaveže, da bo storitev opravil, če tega ne stori ali če pošlje ponaredek ali napačno številko podjetju v pregled, mu bodo zaračunali kazen v višini do 15 % od vrednosti športnih copatov. Tako kot eBay tudi stockx.com deluje po principu dražbe, ravno tako po principu angleškega tipa.

Poleg stockx.com je druga največja in najbolj priljubljena aplikacija GOAT, razlog za to je podoben kot pri stockx.com, kajti pri GOAT je odlično poskrbljeno za varnost in verifikacijo športnih copatov, ker preden lahko začnemo s samo prodajo, moramo preko identifikacijskih števil, ki jih imamo na listku o izdelavi (po navadi na notranji strani jezika copata), te moramo poslati aplikaciji, da preveri, ali je copat pravi ali ne. Poleg tega za razliko od stockx.com omogoča prodajo rabljenih copatov, vendar pa, ko mi pošljemo slike svojih copatov (poslati je treba slike copata z vseh možnih zornih kotov, vključno s škatlo), preverijo, ali drži, da je naš copat nerabljen ali ne, če ni, ga takoj ocenijo za rabljenega in temu primerno postavijo nižjo ceno. Cene so primerljive tem na stockx.com, tako da se ne bomo ušteli, če kupimo preko ene ali druge aplikacije. Velik plus za GOAT pa je ta, da je bolj aktiven v Evropi kot stockx.com, kar takoj zmanjša stroške pošiljanja in samih carin, tako da je za nas v Evropi v tem trenutku bolj privlačna aplikacija kot stockx.com.

### **3.3. Preprodajalci**

Zaradi razvoja socialnih omrežij, spletnih strani, kot je stockx.com, K'lekt in aplikacije GOAT, je vse manj preprodajalcev, ki aktivno prodajajo iz roke v roko. Za to je veliko razlogov, kot je omenil Josh Luber (2016), ustanovitelj stockx.com, sam meni, da je to predvsem zato, ker je bolj varno plačati 10 ameriških dolarjev podjetju Stockx, kot da te nekdo na ulici oropa ali celo ubije. Nasilje pri športnih copatih je poglaviten del kulture, kajti dogajajo se ropi in celo umori povezani z njimi. Zaradi takih stvari in zaradi loterij, ki jih vpeljujeta Nike in Adidas, ter maloprodajne trgovine, je zdaj dosti težje priti do več kot enega para športnih copatov. Obenem pa je tudi cenovno dosti lažje za kupca, če gre v

trgovine, kot so Flight Club, ali pa kupi preko Stockx.com, kajti cena bo skoraj zagotovo nižja in kupec ne bo okraden ali ogoljufan za par, ki si ga želi.

V obdobju aktivne preprodaje in pred vsemi aplikacijami in spletnimi forumi so bili preprodajalci zelo močno prisotni na trgu. Nekateri so bili tudi tako uspešni, da so lahko odprli svoje trgovine (butike), kjer na legalen in varen način prodajajo športne copate. Vendar kot je povedal Adam Gage (2017) (na socialnih omrežjih znan kot Soley Ghost), lastnik butika East Coast Boutique, je tudi on sam začel prodajati na ulici in iz prtljavnika svojega avtomobila, vendar pa ko se je vsa ta kultura ljubiteljev razširila in postajala vse večja okrog leta 2011/2012, je to iz hobija preraslo v kariero in nato je v letu 2014 tudi odprl svoj prvi butik, namenjen izključno športnim copatom.

Namen preprodajalcev na trgu je še vedno zelo pomemben, saj brez njih tudi spletne strani, kot so stockx.com, K'lekt in aplikacija GOAT, ne bi delovale, vendar pa se njihova vloga zaradi razvoja spleta in socialnih omrežij spreminja. V zadnjih letih je prišlo do velike spremembe predvsem v prodaji določenih znamk, saj Nike zaradi vse večjega števila copatov, ki jih pošilja na trg, in višanja cen izgublja vrednost pri preprodajalcih in zbirateljih in zato je vse več prodaje, usmerjene v Adidas, vendar pa tudi Adidasove cene počasi padajo, ker kljub trenutnemu trendu tudi sami izdajajo vse več parov. Kaj to pomeni za prihodnost, ne vemo, vendar se lahko zgodi, da bosta obe znamki popolnoma uničili posel preprodajalca ali pa bosta kmalu ugotovili, da se ob tako velikih količinah copati ne prodajo in bosta znižali količino na trgu in ponovno povečali posel preprodajalcem. Za enkrat bolj kaže na to, da bosta obe znamki povečevali količino, poslano na trg, in tako nižala vrednost preprodajalcev in samih copatov.

### **3.4. Analiza sekundarnega trga**

Sekundarni trg deluje po principu delnic, kjer cene padajo in rastejo glede na zanimanje, prodajo, količino itd. Do leta 2015 je Nike dominiral na trgu sekundarne obutve, saj je bilo 96 % športnih copatov prodanih ravno znamke Nike. Ostalo so si razdelili Adidas, Puma, Reebok itd. (Luber, 2015). V letu 2016 se je to začelo spreminjati in zdaj je s pomočjo Kanye Westa, požrešnosti Nikea, Adidas začel povečevati svojo moč na sekundarnem trgu. Namen te analize je ravno primerjava obeh znamk in ugotoviti, zakaj prihaja do takih sprememb. Za lažje razumevanje in boljši pregled je analiza razdeljena na več delov. Najprej bomo pogledali primerjavo Adidas NMD modelov z Air Jordan modeli za leto 2016, ker primerjalno si je znamka Air Jordan in model NMD najbolj blizu v količini poslanih copat na trg in tudi cene. Nato bomo analizirali prodajo Yeezy Boost in Nike Yeezy modelov, ker so ravno to najpomembnejši športni copati za ljubitelje (oboje copati so bili narejeni v sodelovanju z estradnikom Kanyeom Westom).

### **3.5. Zgodovina sekundarnega trga za Nike in Adidas**

Zgodovina sekundarnega trga je dominirana s strani Nikea, kajti njihovo sodelovanje z Michaelom Jordanom in kasneje LeBronom Jamesom, Kobejem Bryantom itd. je prineslo veliko športnih copatov, ki so bili izredno iskani in zaželeni na sekundarnem trgu. Ravno zato je nenaden prihod Adidasa v letu 2014 bolj zanimiv in v nadaljevanju si bomo bolj



natančno pogledali, kakšen je bil Adidasov sekundarni trg do leta 2015, ko so začeli s hitro rastjo s pomočjo NMD, Ultra Boost in Yeezy Boost modelov.

V letu 2013 je Adidas predstavljal 0,5 % sekundarnega trga, tudi pred tem niso imeli veliko izdelkov, ki bi bili privlačni za sekundarni trg. Od leta 2008 do 2013 so imeli vsega skupaj šest športnih copatov.

- **2008** – adidas Consortium AZX Project, cena 600 ameriških dolarjev
- **2009** – adidas x Star Wars, cena 500 ameriških dolarjev
- **2010** – adidas x Mastermind, cena 600 ameriških dolarjev
- **2011** – adidas x RUN DMC, cena 400 ameriških dolarjev
- **2012** – adidas x Big Sean, cena 1000 ameriških dolarjev
- **2013** – adidas x Bape x Undeafated, cena 500 ameriških dolarjev

Kot je razvidno, so imeli od leta 2008 do 2013 le po en copat, ki je bil resnično privlačen na sekundarnem trgu, ravno zato je njihova rast toliko bolj zanimiva. V letu 2014 so doživeli za svoje razmere veliko rast, saj so predstavljali 1 % sekundarnega trga, ki je bil v tem času po navedbah Luberja (2016) vreden že več kot eno milijardo ameriških dolarjev. V tem letu so imeli štiri copate, ki so bili relativno zanimivi za sekundarni trg in so skupaj imeli za 239.000 ameriških dolarjev prihodka, kot zanimivost naj omenimo, da je v letu 2014 najuspešnejši model Air Jordan 11 Retro Gamma Blue na sekundarnem trgu dosegel 3.800.000 ameriških dolarjev prihodka. Tukaj se jasno vidi premoč Nikea proti Adidasu (stockx, 2016).

V letu 2015 pa pride do revolucije, ko Adidas začne z izdajo NMD športnih copat, ki so prihajali ven le kot ekskluzivni pari in so ljudem postali izredno všeč, ti modeli s pomočjo Yeezy Boosta in Ultra Boosta Adidasu prinesejo okoli 20 % tržne moči na sekundarnem trgu, kar je neverjetno, ko pogledamo leto 2014, ko so imeli le 1 %. V tem času Adidas NMD na sekundarnem trgu postane tudi bolj profitabilen v primerjavi z Air Jordanom (stockx, 2016).

### **3.6. Primerjava Adidas NMD in Air Jordan športnih copatov**

Podatke za analizo smo pridobili s strani stockx.com, kjer so priredili tekmovanje in so želeli izvedeti, kaj je boljša naložba: NMD ali Air Jordan copati. Podatki so pobrani s strani stockx.com in v njih so le copati, ki so se prodajali tudi na sekundarnem trgu, ker je namen analize prikazati, katera znamka ima večjo vrednost.

Za začetek lahko omenimo, da je v analizo vključenih 126 različnih parov športnih copatov NMD in 152 parov Air Jordan modela. Povprečna prodajna cena ob izdaji športnih copatov NMD je 146 ameriških dolarjev, povprečna cena Air Jordan modelov ob izdaji pa je 186,54 ameriških dolarjev. Za našo analizo ne bomo upoštevali povprečne cene čez leto, zato ker se prodajna cena spreminja glede na letne popuste v trgovinah. Treba je dodati, da imajo modeli, ki so bili izdani pod oznakami samo družina in prijatelji (po angl. *family and friends*), prodajno ceno 0 ameriških dolarjev, ker so to posebni copati, ki jih ljudje lahko kupijo preko dražb ali pa dobijo v dar s strani Nikea oziroma Adidas.

Za namen raziskave bomo uporabili teorijo, da kupimo vsak par športnih copatov in ga nato prodamo na sekundarnem trgu, tako bomo dobili sliko, kakšni bi bili prihodki od prodaje vseh športnih copatov oziroma kakšna bi bila njihova vrednost, če bi jih zadržali v svojem

portfelju in koliko bi znašali stroški za nakup vseh copatov po prodajnih cenah. Vse cene na sekundarnem trgu so preračunane za nerabljene modele, kar pomeni, da rabljenih copatov ne prodajamo oziroma nimamo v svojem portfelju.

### 3.6.1. Adidas NMD

Kot smo že omenili, je v raziskavo vključenih 126 različnih parov športnih copatov NMD, katerih povprečna prodajna cena je znašala 146 ameriških dolarjev, poudariti je treba, da med teh 126 parov štejemo tudi Adidas NMD Friends & Family Pitch Black model, ki nima prodajne cene na primarnem trgu, zato smo prodajno ceno zanje postavili na 0 ameriških dolarjev.

*Tabela 2: Največja izguba in dobiček za športne copate Adidas NMD*

Model	Izguba/dobiček v ameriških dolarjih	Prodajna cena v ameriških dolarjih	Cena na sekundarnem trgu v ameriških dolarjih
Adidas NMD C1 Trail Solid Grey	-25	140	115
Adidas NMD R1 Red Apple	2056	170	2226

*Vir: Luber J. Data Contest. Analyze Jordans & NMDs. Win Money*

V tabeli sta prikazana športna copata NMD, ki sta imela največjo izgubo in dobiček na sekundarnem trgu. Vse cene v tabeli so prikazane v ameriških dolarjih. Največjo izgubo bi na sekundarnem trgu zabeležili, če bi hoteli prodati model NMD C1 Trail Solid Grey, ki mu je cena padla za 25 ameriških dolarjev (iz 140 na 115 ameriških dolarjev), največji dobiček pa z NMD R1 Red Apple, ki bi prinesel kar 2056 ameriških dolarjev dobička (cena na sekundarnem trgu je narasla na 2226 ameriških dolarjev). V celoti gledano je bila prodaja povezana z NMD modeli na trgu zelo dobičkonosna. Od 126 parov bi z izgubo poslovali le pri štirih parih:

- **Adidas NMD C1 Trail Solid Grey:** prodajna cena 140 ameriških dolarjev, cena na sekundarnem trgu 115 ameriških dolarjev (25 ameriških dolarjev izgube),
- **Adidas NMD R1 Blanche Blue W (ženski model):** prodajna cena 120 ameriških dolarjev, cena na sekundarnem trgu 100 ameriških dolarjev (20 ameriških dolarjev izgube),
- **Adidas NMD C1 Trail Core Black:** prodajna cena 140 ameriških dolarjev, cena na sekundarnem trgu 133 ameriških dolarjev (7 ameriških dolarjev izgube),
- **Adidas NMD R2 Black Pink W (ženski model):** prodajna cena 170 ameriških dolarjev, cena na sekundarnem trgu 169 ameriških dolarjev (1 ameriški dolar izgube).

Od 126 parov NMD modela, ki bi jih kupili, bi nam vrednost zrasla pri 122 parih. To pomeni, da bi v primeru prodaje imeli prihodke v višini 34.884 ameriških dolarjev, cena posameznega para na sekundarnem trgu pa bi znašala 276,85 ameriških dolarjev. Odhodki za nakup vseh NMD copatov bi znašali 18.404 ameriških dolarjev, povprečna cena za par pa bi bila, kot smo že omenili, 146 ameriških dolarjev. Skupaj bi imeli ob prodaji dobiček v višini 16.480 ameriških dolarjev, najdonosnejši štirje modeli pa bi bili:

- **Adidas NMD Friends & Family Pitch Black:** prodajna cena 0 ameriških dolarjev, cena na sekundarnem trgu 2995 ameriških dolarjev (2995 ameriških dolarjev dobička),

- **Adidas NMD R1 Red Apple:** prodajna cena 170 ameriških dolarjev, cena na sekundarnem trgu 2226 ameriških dolarjev (2056 ameriških dolarjev dobička),
- **Adidas NMD R1 Bape Camo:** prodajna cena 150 ameriških dolarjev, cena na sekundarnem trgu 1177 ameriških dolarjev (1027 ameriških dolarjev dobička),
- **Adidas NMD R1 Nice Kicks:** prodajna cena 150 ameriških dolarjev, cena na sekundarnem trgu 734 ameriških dolarjev (564 ameriških dolarjev dobička).

Ravno tako bi se vrednost copatov povečala, če bi jih imeli le v svojem portfelju, lahko tudi rečemo, da če bi copate držali v portfelju in bi jih prodali v letu 2017, bi imeli še večje prihodke in dobiček, vendar to so le špekulacije, pri katerih bi se lahko ravno tako uštel, kajti velikokrat je cena tudi odvisna od tega ali bomo copat prodali ali ne.

### 3.6.2. Air Jordan

V letu 2016 je bilo izdanih več športnih copatov Air Jordan (152 parov) kot NMD (126 parov), povprečna cena za par na primarnem trgu je bila 186,54 ameriških dolarjev. Tako kot pri Adidasu bomo tudi v tem poglavju primerjali štiri copate z največjo izgubo in štiri z največjim dobičkom.

*Tabela 3: Največja izguba in dobiček za športne copate Air Jordan*

	<b>Model</b>	<b>Izguba/dobiček v ameriških dolarjih</b>	<b>Prodajna cena v ameriških dolarjih</b>	<b>cena na sekundarnem trgu v ameriških dolarjih</b>
Največja izguba	Air Jordan 10 Retro Chicago Flag	-94	190	96
Največji dobiček	Air Jordan 1 Retro Satin	1295	175	1470

*Vir: Luber J. Data Contest. Analyze Jordans & NMDS. Win Money*

V tabeli sta prikazana copata, ki sta imela največji dobiček in največjo izgubo na sekundarnem trgu v letu 2016. Kot je razvidno je bila izguba višja kot pri Adidasu, saj bi ob nakupu in prodaji Air Jordan 10 Retro Chicago Flag izgubili kar 94 ameriških dolarjev. Velik dobiček pa bi zabeležili ob nakupu in prodaji Air Jordan 1 Retro Satin, in to kar 1295 ameriških dolarjev. Stroški za nakup vseh 152 parov bi znašali 28.355 ameriških dolarjev, medtem ko bi prodaja vseh parov na sekundarnem trgu prinesla prihodke v višini 34.494, povprečna cena na par pa bi bila 226,93 ameriških dolarjev. Skupaj bi imeli dobiček v višini 6139 ameriških dolarjev. Največjo izgubo bi nam prinašali naslednji štirje modeli:

- **Air Jordan 10 Retro Chicago Flag:** prodajna cena 190 ameriških dolarjev, cena na sekundarnem trgu 96 ameriških dolarjev (94 ameriških dolarjev izgube),
- **Air Jordan 3 Retro Cyber Monday:** prodajna cena 190 ameriških dolarjev, cena na sekundarnem trgu 97 ameriških dolarjev (93 ameriških dolarjev izgube),
- **Air Jordan 17 Retro Chicago Bulls:** prodajna cena 250 ameriških dolarjev, cena na sekundarnem trgu 158 ameriških dolarjev (92 ameriških dolarjev izgube),
- **Air Jordan 10 Retro Charlotte 2016:** prodajna cena 190 ameriških dolarjev, cena na sekundarnem trgu 107 ameriških dolarjev (83 ameriških dolarjev izgube).

Kot je razvidno je bila izguba za posamezen par kar velika in skupno je izgubo prinašalo 59 parov, kar pomeni, da je dobiček prinašalo 93 parov Air Jordan. Štirje pari z največjim dobičkom pa so bili:

- **Air Jordan 1 Retro Satin:** prodajna cena 175 ameriških dolarjev, cena na sekundarnem trgu 1470 ameriških dolarjev (1295 ameriških dolarjev dobička),
- **Air Jordan 23 Trophy Room White:** prodajna cena 275 ameriških dolarjev, cena na sekundarnem trgu 982 ameriških dolarjev (707 ameriških dolarjev dobička),
- **Air Jordan 15 Retro Kubo:** prodajna cena 0 ameriških dolarjev, cena na sekundarnem trgu 692 ameriških dolarjev (692 ameriških dolarjev dobička),
- **Air Jordan 12 OVO White:** prodajna cena 225 ameriških dolarjev, cena na sekundarnem trgu 686 ameriških dolarjev (461 ameriških dolarjev dobička).

Poudariti moramo, da so bili Air Jordan Retro Kubo modeli, ravno tako kot Adidas NMD Friends & Family, podarjeni ali prodani na dražbah, tako da je njihova prodajna cena 0, obenem pa moramo poudariti, da imamo v našem primeru v portfelju nepodpisan par s strani Tinkerja Hatfielda in Matthewa McChounagheya. Vsi štirje športni copati so prinesli dokaj velik dobiček, vendar pa lahko trdimo, da je bilo zaradi omejenih števil in velikosti do njih zelo težko priti in je tudi cena na sekundarnem trgu temu primerna in visoka.

### 3.6.3. Primerjava Adidas NMD in Air Jordan modelov

Kot lahko vidimo iz analize obeh znamk posamezno, je bilo v letu 2016 donosnejše poslovati z Adidas NMD modeli, kajti, če samo pogledamo povprečne cene na primarnem trgu, je bila Adidasova 146 ameriških dolarjev manjša kar za 40,54 ameriških dolarjev v primerjavi s prodajno ceno Air Jordan (ki je bila 186,54 ameriških dolarjev). Ravno tako pa je bila cena NMD modelov na sekundarnem trgu višja, in to kar za 49,92 ameriških dolarjev, kar tudi pomeni, da je bil dobiček ob poslovanju z NMD copati višji – 16.480 ameriških dolarjev v primerjavi z Air Jordan dobičkom, ki je znašal 6139 ameriških dolarjev.

Razlogi za to se kažejo v dejstvu, da je Nike na trg poslal 152 parov Air Jordan znamke, medtem ko je Adidas na trg poslal le 126 parov NMD. Tukaj se že takoj pokaže strategija zasičenja, ki jo želi izvajati Nike, da bi si pridobil dobiček, ki ga delajo preprodajalci. Učinek te strategije je bil negativen, saj je bila vrednost 126 parov NMD večja kot pa Nikeovih 156 Jordan parov. Seveda če bi želeli maksimirati dobiček, bi se osredotočili in kupovali obe znamki, kajti vseh osem najdonosnejših parov bi bilo zelo težko dobiti in tako bi se tudi naš dobiček in vrednost portfelja znižala. Za namen raziskave je naša analiza, da lahko dobimo vse pare obeh znamk, dobra, da vidimo, kakšne so dejanske razlike v cenah in rast cen. Vendar pa je realnost takšna, da bi zelo težko prišli do posameznih modelov (Adidas NMD R1 Family & Friends Pitch Black, Air Jordan 15 Retro Kubo itd.). Če pogledamo oba dobička, vidimo ogromno razliko med Nikeom in Adidasom, vendar je bil zaradi večjega števila modelov in večje količine posameznih parov, poslanih na trg, Nike bolj dostopen in s premišljenim nakupom bi lahko prišli do copata, ki bi bil donosen na sekundarnem trgu.

Veliko ljudi špekulira in poskuša ciljati le na najbolj zaželene in redke modele, ki prihajajo na trg, ker tako lahko najlažje maksimirajo dobiček, vendar pa je očitno, da zaradi težke dosegljivosti teh redkih copatov tudi s pametnimi nakupi pridobimo veliko. V letu 2016 bi lahko med pametne nakupe šteli:

- **Adidas NMD R1 Primeknit All Black:** prodajna cena 170 ameriških dolarjev, cena na sekundarnem trgu 274 ameriških dolarjev (104 ameriške dolarje dobička od prodaje),
- **Adidas NMD R1 Red Camo:** prodajna cena 170 ameriških dolarjev, cena na sekundarnem trgu 271 ameriških dolarjev ( 101 ameriški dolar dobička od prodaje),

- **Air Jordan 12 Retro The Master:** prodajna cena 190 ameriških dolarjev, cena na sekundarnem trgu 270 ameriških dolarjev (80 ameriških dolarjev dobička od prodaje),
- **Air Jordan 11 Space Jam:** prodajna cena 220 ameriških dolarjev, cena na sekundarnem trgu 293 ameriških dolarjev (73 ameriških dolarjev dobička od prodaje).

Izpostavili smo dva para Adidas NMD in dva para Air Jordan, ki jih lahko štejejo kot pameten nakup. O tem, da so ti modeli pameten nakup, govori predvsem dejstvo, da so bili ti športni copati bolj dostopni kot Adidas NMD Friends & Family Pitch Black ali Air Jordan 12 Retro OVO. Zgoraj omenjeni copati so se prodajali v večini trgovin in so bili izdani v večjih količinah, ki se jih je nato dalo ob dobrem špekuliranju tudi dobro prodati naprej. Vidimo lahko, da sta oba para Adidasa imela nižje prodajne cene in višje cene na sekundarnem trgu, kar ponovno dokazuje, da Nike izgublja ta primat, ki se ga je držal še do nedavnega. Copatov, za katere lahko rečemo, da so pameten nakup, se najde še veliko, potrebna je samo dobra analiza trga in predvidevanje, kaj bodo želeli posamezniki. Do teh podatkov pridemo predvsem s pomočjo blogov, spletnih strani, kot je colecollector.com, nicekicks.com ipd., in socialnih omrežij. S pomočjo spleta lahko dokaj hitro natančno vidimo, kateri par bo izredno iskan in ga ljubitelji nestrpno pričakujejo (*po angleško hype*). Ti pari so lahko izredno redki, kot je Air Jordan 12 Retro OVO, lahko pa so pari, kot je Air Jordan 1 Retro Reverse Shattered backboard. Lahko rečemo, da je špekuliranje podobno kot na borzi z delnicami, razlika je le ta, da tukaj upravljamo s športnimi copati in brez kakršnih koli zakonov in regulativ.

Kot smo že na hitro razložili v zgodovini sekundarnega trga, je bil Adidas do leta 2014 popolnoma nekonkurenčen, vendar je predvsem s pomočjo NMD modelov prišel do 20 % tržne moči v letu 2015 in kar 30 % v letu 2016 (stockx.com, 2016). Že v letu 2015 je bil NMD bolj dobičkonosen v primerjavi z Air Jordanom.

### 3.7. Primerjava Adidas Yeezy Bost in Nike Air Yeezy modelov

V svetu ljubiteljev in preprodajalcev športne obutve je ime Kanye West eno najbolj omenjenih in priljubljenih. Športni copati iz linije Yeezy sodijo med najbolj zaželene in najbolj iskane športne copate. Ta trend se je začel s sodelovanjem Nikea in Kanye Westa, ki je pod okriljem te znamke izdal dva modela: Nike Air Yeezy in Nike Air Yeezy II. Med letoma 2009 in 2014 je bilo na trg poslanih skupaj šest modelov Air Yeezy (trije Air Yeezy in trije Air Yeezy II). Vsi copati sodijo med izredno redke in iskane, zato imajo tudi cene na sekundarnem trgu temu primerno visoke.

- **Air Yeezy 1 Net Tan:** 2035 ameriških dolarjev (stockx, brez datuma (j)),
- **Air Yeezy 1 Zen Grey:** 2300 ameriških dolarjev (stockx, brez datuma (k)),
- **Air Yeezy 1 Blink:** 2815 ameriških dolarjev (stockx, brez datuma (i)),
- **Air Yeezy 2 Pure Platinum:** 2850 ameriških dolarjev (stockx, brez datuma (h)),
- **Air Yeezy 2 Red October:** 4300 ameriških dolarjev (stockx, brez datuma (l))
- **Air Yeezy 2 Solar Red:** 4999 ameriških dolarjev (stockx, brez datuma (m)).

Vendar pa so te cene le povprečen izračun prodajnih cen, kajti Air Yeezy 2 Red October so se nedavno prodali za 7000 ameriških dolarjev, medtem ko so se Air Yeezy 2 Solar Red prodali za 3600 ameriških dolarjev. Popularnost Air Yeezy 2 v primerjavi z Air Yeezy 1 je večja, ker so se v času izdaje Air Yeezy 2 začele težave med Nikeom in Kanyeom Westom. Red October so bili izdani 9. 2. 2014 brez kakršnega koli pompa in marketinga, zaradi spora

med Nikeom in Kanyeom Westom. Ker je Kanye po tem sporu odšel k Adidasu, je Nike moral na hitro in brez pompa izdati zadnji model Air Yeezy 2, kar je privedlo do še večje histerije na trgu in priljubljenosti teh parov. Če pa izpostavimo, da je Kanye v času sodelovanja z Nikeom skupaj izdal le šest parov, potem je jasno, zakaj so cene teh copatov tako visoke.

Po neprijetnem in precej javnem razhodu z Nikeom je Kanye West začel sodelovati z Adidasom in pod njegovim okriljem od leta 2015 do 2017 izdal dvajset različnih parov Adidas Yeezy Boost. Med teh dvajset parov sodijo štiri različni modeli:

- **Adidas Yeezy Boost 350,**
- **Adidas Yeezy Boost 750,**
- **Adidas Yeezy Boost 90,**
- **Adidas Yeezy Boost 350 V2.**

Najpogostejša modela sta Adidas Yeezy Boost 350 in 350 V2, ki sta do zdaj izšla v trinajstih različnih barvnih kombinacijah (Yeezy Boost 350 v petih in 350 V2 v osmih). Najdražji in najcenejši Yeezy Boost modela sta:

- **Adidas Yeezy Boost 350 V2 Cream White:** 449 ameriških dolarjev (stockx, brez datuma (f))
- **Adidas Yeezy Boost 350 Turtle Dove:** 2000 ameriških dolarjev (stockx, brez datuma (a)).

Do take razlike v ceni je prišlo predvsem zato, ker je bilo toliko več V2 modelov poslanih na trg in ker je Adidas začel povečevati količino posameznih parov na trgu (Adidas Yeezy Boost V2 Zebra je bil na trg poslan februarja in nato 24. junija 2017 pričakujemo novo izdajo povsod po svetu). Povprečna cena Yeezy Boost modelov nasploh bi lahko rekli, da je okoli 1028,69 ameriških dolarjev, kar je precej nižje kot cena Air Yeezy, ki znaša povprečno 3216,5 ameriških dolarjev.

Prisotnost Kanye Westa in njegove Yeezy linije je na trgu velika in vsak ljubitelj si želi imeti vsaj en par v svoji kolekciji, zato ti pari sodijo med najbolj iskane in zaželene. Kot je jasno vidno, je Air Yeezy dražji in mnogo redkejši od Yeezy Boost linije, vendar pa je razlog za to predvsem to, da je Nike končal sodelovanje s Kanyeom Westom v letu 2014 ter da Adidas izredno zaupa temu muhastemu zvezdniku (o tem smo že govorili pri analizi poslovnega modela Adidas), kar se kaže v številu različnih copatov, izdanih v tako kratkem času. Kako se bo zgodba odvijala, bomo videli, vendar se bo v letu 2017 nadaljevala izdaja V2 modelov. Adidas pa že govori o novem športnem copatu, ki naj bi ga izdali v letu 2018 v sklopu linije Yeezy Boost. Trenutni trendi na sekundarnem trgu kažejo padec cen modelom Yeezy Boost, kar lahko najbolj slikovito prikažemo z Adidas Yeezy Boost 350 V2 Zebra modelom, ki je bil ob izdaji februarja leta 2017 eden izmed najredkejših V2 modelov ter ravno zato toliko bolj iskan, ocenjen na ceno okrog 1300 ameriških dolarjev. Ko se bliža ponovna izdaja tega copata (izid je predviden 24. 6. 2017), je cena drastično padla, zdaj lahko pare dobimo že za 700 ameriških dolarjev in v prihajajočih tednih se pričakuje še dodaten padec cene (stockx, brez datuma (g)). Nasploh lahko pogledamo tudi trend cen za ostale V2 modele:

- **Adidas Yeezy Boost 350 V2 Cream:** 449 ameriških dolarjev (stockx, brez datuma (f)),
- **Adidas Yeezy Boost 350 V2 Core Black Green:** 597 ameriških dolarjev (stockx, brez datuma (č)),

- **Adidas Yeezy Boost 350 V2 Core Black White:** 635 ameriških dolarjev (stockx, brez datuma (e))
- **Adidas Yeezy Boost 350 V2 Core Black Copper:** 645 ameriških dolarjev (stockx, brez datuma (c)),
- **Adidas Yeezy Boost 350 V2 Black Red:** 665 ameriških dolarjev (stockx, brez datuma (r)),
- **Adidas Yeezy Boost 350 V2 Zebra:** 700 ameriških dolarjev (stockx, brez datuma (g)),
- **Adidas Yeezy Boost 350 V2 Core Black Red:** 900 ameriških dolarjev (stockx, brez datuma (d)),
- **Adidas Yeezy Boost 350 V2 Beluga:** 910 ameriških dolarjev (stockx, brez datuma (b))

V2 Beluga je bil prvi model, ki je bil izdan v drugi generaciji Yeezy Boost 350, in tudi izredno redek, zato je cena še vedno visoka, zanimivo je predvsem to, da so bili Core Black White, Copper in Red izdani na isti dan (28. oktober 2016), vendar je cena za Core Black Red mnogo višja, kot za ostala dva para. Za model V2 Zebra smo že razložili, kakšen padec cen doživlja. Najbolj zanimiv je zagotovo zadnji model, ki je bil izdan, in to je V2 Cream, katerega cena je 449 ameriških dolarjev, kar jasno nakazuje, da je bil izdan v mnogo večjih količinah kot ostali pari in da na trgu ni tako redek kot recimo V2 Beluga. Če sledimo trendom teh cen, jasno vidimo, da Adidas poskuša narediti Yeezy Boost linijo dostopno prav vsem, kar pa je lahko dvorezen meč, kajti cene na sekundarnem trgu padajo, kar pomeni, da je vse več parov v obtoku in s tem večja zasičenost. Špekuliranje je odveč, kajti jasno sliko, kam Adidas cilja, bomo imeli do konca leta 2017, ko izide še nekaj parov Yeezy Boost V2 in pa nato v letu 2018, ko izide nov model iz linije Yeezy.

## SKLEP

Primarni in sekundarni trg delujeta simbiotsko, kar se jasno vidi v odločitvah obeh znamk. Poslovni model Nikea, odločitev, da prekinejo sodelovanje s Kanyeom Westom, ter visoke cene za relativno slabe izdelke so privedli do vse večjega zanimanja za Adidasove izdelke. Na drugi strani je Adidas s svojim poslovnim modelom, ki stremi h kvalitetnim izdelkom in konstantnemu razvoju razvil tehnologijo Ultra Boost, ki je pripeljala veliko privrženecv in tako naredila copate NMD in Ultra Boost izredno priljubljene in iskane. Seveda je velik met Adidasu uspel v letu 2014, ko so se dogovorili s Kanyeom Westom, ki pod okriljem te znamke izdaja svojo linijo Yeezy, ki je daleč najbolj popularna med vsemi copati. Trenutna slika na sekundarnem trgu kaže, da bo rast Adidas v letu 2017 in 2018 še večja in bo pridobil še nekaj odstotkov trga v primerjavi z Nikeom, vendar pa, če bolj podrobno pogledamo predvsem izdaje Yeezy Boost linije, vidimo, da tudi Adidas stremi k večji količini in večjemu številu ekskluzivnih modelov na trgu, kar ima lahko dolgoročno isti vpliv, kot ga je imelo pri Nikeu. Ljudje postanejo vse manj zainteresirani v njihove copate, cene jim padejo na sekundarnem trgu in posledično s tem tudi prodaja na primarnem trgu.

Primerjave Adidas NMD – Air Jordan ter Nike Air Yeezy – Adidas Yeezy Boost modelov prikazeta različne slike o poslovanju in delovanju obeh podjetij na sekundarnem trgu. NMD in Air Jordan sta si po številu modelov poslanih na trg podobna, vendar pa, kot se je videlo v analizi, je za posameznika, ki bi želel investirati v športne copate, bolj dobičkonosna investicija v NMD modele, seveda, če bi želeli maksimirati dobiček, bi investirali v obe znamki, vendar pa je večja možnost za izgubo pri modelu Air Jordan. Medtem ko je pri

Yeezy Boost in Air Yeezy situacija ravno obratna, vendar pa vseeno zaradi imena in povezave s Kanyeom Westom lahko naredimo dobro investicijo in zaslužek tudi z Yeezy Boost modeli, za posamezen par ne bo tako velikega dobička kot pri Air Yeezy, vendar bo vseeno večji kot pri skoraj vseh Air Jordan in NMD copatih. Sekundarni trg je odlična priložnost za hiter zaslužek, če znamo predvidevati in analizirati posamezen par, ki pride na trg, vendar pa je obenem lahko tudi past, kajti če se analiza ne izide, lahko zelo hitro namesto dobička delamo izgubo. Prodaja je postala izredno preprosta zaradi socialnih omrežij in aplikacij, kot so stockx.com, K'lekt in GOAT, kar nam olajša delo predvsem na področju varnosti (izmenjava copatov in denarja je še vedno lahko nevarna na določenih forumih in smo lahko dokaj hitro žrtev goljufije), saj aplikacije jemljejo določene odstotke od prodaje, ki so namenjeni kaznim, če se izkaže, da prodaje oziroma izmenjave nismo izvedli. Obenem pa je treba poudariti, da je Adidas dosegel nekaj neverjetnega v časovnem obdobju od 2014 do 2016, kajti v tem času je prišel iz 1 % tržne moči na sekundarnem trgu na 20 % v letu 2015 in kar 30 % v letu 2016. Nike na drugi strani pa je padel iz 96 % v letu 2014, na 77 % v 2015 in na 67 % v 2016. Obiti za leto 2017 napovedujejo podoben padec in s tem vse večjo enakost na trgu med obema znamkama, vendar pa, kaj se bo točno dogajalo v prihodnosti, ne moremo z gotovostjo napovedati, ker je trg nepredvidljiv, kar je bilo dokazano s tako hitro rastjo Adidasa.



## LITERATURA IN VIRI

1. *A Comparison of Every 'Royal' Air Jordan 1 Retro.* (2. april 2017). SoleCollector., Pridobljeno 11. maj 2017 na spletnem naslovu: <https://solecollector.com/news/2017/04/air-jordan-1-royal-2001-2013-2017-comparison>
2. *Athletic footwear market share worldwide by company in 2015.* (1. maj 2016). Statista.com. Pridobljeno 6. maja 2017 na spletnem naslovu: <https://www.statista.com/statistics/246501/athletic-apparel-companies-ranked-by-global-market-share-in-footwear-sales/>
3. Dubasik Z., (24. januar 2015). *Proof That Air Jordan Prices Are Fairer Than You Think.* SoleCollector.com. Pridobljeno 23. maja 2017 na spletnem naslovu: <https://solecollector.com/news/2015/01/proof-that-air-jordan-prices-are-fairer-than-you-think>
4. Edler, (11. februar 2016). *How adidas Was Able to Make the Ultra Boost the Greatest Running Sneaker.* Complex. Pridobljeno 12. maja 2017 na spletnem naslovu: <http://www.complex.com/sneakers/2016/02/one-year-of-ultra-boost>
5. Engval N., (2. avgust 2016). *The Jordan Hype Is Slowing Down and StockX Has Proof.* Highsnobiety. Pridobljen 18. junija 2017 na spletnem naslovu: <https://stockx.com/news/highsnobiety-the-jordan-hype>
6. Flight Club, (brez datuma). *Adidas Yeezy Boost 350 V2 »Zebra«.* Pridobljeno 25. maja 2017 na spletnem naslovu: <https://www.flightclub.com/yeezy-350-v2-white-cblack-red-800502>
7. Flores G., (9. februar 2014). *Did Nike Handle the "Red October" Air Yeezy II Launch the Right Way?* Complex. Pridobljeno 17. junija 2017 na spletnem naslovu: <http://uk.complex.com/sneakers/2014/02/did-nike-handle-red-october-air-yeezy-2-launch-right-way>
8. Hurriyati R., Lisnawati, & Rhanmadani F. (2017). *Online Consumer Reviews on Using E-Shopping Service of E-Commerce.* IOP Science. Pridobljeno 7. maja 2017 na splošnem naslovu: <http://iopscience.iop.org/article/10.1088/1757-899X/180/1/012287/pdf>
9. Inflacija, (brez datuma). *Kaj je inflacija?* Najdeno 5. maja 2017 na spletnem naslovu: <https://www.ecb.europa.eu/ecb/educational/hicp/html/index.sl.html>
10. Jaconetta S., (13. februar 2017). *A Complete Guide to YEEZY Resale Prices in 2016.* Stockx. Pridobljeno 17. maja 2017 na spletnem naslovu: <https://stockx.com/news/complete-guide-yeezy-resale-prices-2016/>
11. Jaconetta S., (30. junij 2016). *Adidas enters uncharted territory going all in on Kanye West.* Stockx. Pridobljeno 18. junija 2017 na spletnem naslovu: <https://stockx.com/news/adidas-enters-uncharted-territory-going-kanye-west/>
12. Klemperer P., (1999): *Auction Theory: A Guide to the Literature.* *Journal of Economic Survey*, Vol. 13 (3), str. 227–286
13. Kumar V., (2. marec 2017). *The Increasing popularity of the Adidas superstar Shoes.* Articlesfactory. Pridobljeno 13. maja 2017 na spletnem naslovu: <http://www.articlesfactory.com/articles/sales/the-increasing-popularity-of-the-adidas-superstar-shoes.html>
14. Luber J., (18. november 2016). *The history of Adidas resell.* Stockx. Pridobljeno 18. junija 2017 na spletnem naslovu: <https://stockx.com/news/the-history-of-adidas-resell/>
15. Luber J., (21. oktober 2015). *Why sneakers are a great investment.* Stockx. Pridobljeno 10. junija 2017 na spletnem naslovu: [https://www.ted.com/talks/josh\\_luber\\_why\\_sneakers\\_are\\_a\\_great\\_investment](https://www.ted.com/talks/josh_luber_why_sneakers_are_a_great_investment),

16. Luber J., (23. avgust 2016). *Retail Sneaker Data Expert Says: "Kanye is helping drive adidas sales"*. Stockx. Pridobljeno 18. junija 2017 na spletnem naslovu: <https://stockx.com/news/retail-sneaker-data-expert-says-kanye-helping-drive-adidas-sales/>
17. Luber J., (3. januar 2017). *Data Contest. Analyze Jordans & NMDS. Win Money*. Stockx. Pridobljeno 12. maja 2017 na spletnem naslovu: <https://stockx.com/news/data-contest-analyze-jordans-nmnds-win-money/>
18. Mahdi H.A.A., Abbas M., & Mazar T. I., & dr. George S. (2015) *A Comparative Analysis of Strategies and Business Models of Nike, Inc. And Adidas Group with special reference to Competitive Advantage in the context of a Dynamic and Competitive Environment. International Journal of Business Management and Economic Research, Vol. 6 (3), str. 167–177*
19. Mcintyre H., (30. junij 2016). *Is Adidas' New Partnership With Kanye West Dangerous?* Forbes. Pridobljeno 12. maja 2017 na spletnem naslovu: <https://www.forbes.com/sites/hughmcintyre/2016/06/30/is-adidas-new-partnership->
20. Murray R., (11. marec 2015). *Adidas UltraBoost Review*. Trainingrunner. Najdeno 12. maj 2017 iz <http://www.trainingrunner.com/2015/03/11/adidas-ultra-boost-review/>
21. Primarni trg (brez datuma). *Slovar borznih izrazov*. Pridobljeno 5. maja 2017 na spletnem naslovu: <http://www.ljse.si/cgi-bin/jve.cgi?doc=791&crka=T>
22. *Proof That Air Jordan prices are fairer than you think*, (14. januar 2015), SoleCollector. Pridobljeno 11. maja 2017 na spletnem naslovu: <https://solecollector.com/news/2015/01/proof-that-air-jordan-prices-are-fairer-than-you-think>
23. *Revenue from footwear segment of Nike, Adidas and Puma from 2010 to 2016 (in billion U.S. dollars)*, (2016). Statista.com. Pridobljeno 12. maja 2017 na spletnem naslovu: <https://www.statista.com/statistics/278834/revenue-nike-adidas-puma-footwear-segment/>
24. Sekundarni trg (brez datuma). *Slovar borznih izrazov*. Pridobljeno 5. maja 2017 na spletnem naslovu: <http://www.ljse.si/cgi-bin/jve.cgi?doc=791&crka=T>
25. *Statistics and facts on Nike*, (2016). Statista. Pridobljeno 12. maja 2017 na spletnem naslovu: <https://www.statista.com/topics/1243/nike/>
26. Stockx, (brez datuma (a)). *Adidas Yeezy Boost 350 Turtledove*. Pridobljeno 17. junija na spletnem naslovu: <https://stockx.com/adidas-yeezy-boost-350-turtledove>
27. Stockx, (brez datuma (b)). *Adidas Yeezy Boost 350 V2 Beluga*. Pridobljeno 17. junija 2017 na spletnem naslovu: <https://stockx.com/adidas-yeezy-boost-350-v2-steeple-grey-beluga-solar-red>
28. Stockx, (brez datuma (c)). *Adidas Yeezy Boost 350 V2 Core Black Copper*. Pridobljeno 17. junija 2017 na spletnem naslovu: <https://stockx.com/adidas-yeezy-boost-350-v2-core-black-copper>
29. Stockx, (brez datuma (č)). *Adidas Yeezy Boost 350 V2 Core Black Green*. Pridobljeno 17. junija 2017 na spletnem naslovu: <https://stockx.com/adidas-yeezy-boost-350-v2-core-black-green>
30. Stockx, (brez datuma (d)). *Adidas Yeezy Boost 350 V2 Core Black Red*. Pridobljeno 17. junija 2017 na spletnem naslovu: <https://stockx.com/adidas-yeezy-boost-350-v2-core-black-red>
31. Stockx, (brez datuma (e)). *Adidas Yeezy Boost 350 V2 Core Black White*. Pridobljeno 17. junija 2017 na spletnem naslovu: <https://stockx.com/adidas-yeezy-boost-350-v2-core-black-white>

32. Stockx, (brez datuma (f)). Adidas Yeezy Boost 350 V2 Cream White. Pridobljeno 25. maja 2017 na spletnem naslovu: <https://stockx.com/adidas-yeezy-boost-350-v2-cream-white>
33. Stockx, (brez datuma (g)). Adidas Yeezy Boost 350 V2 Zebra. Pridobljeno 25. maja 2017 na spletnem naslovu: <https://stockx.com/adidas-yeezy-boost-350-v2-white-core-black-red>
34. Stockx, (brez datuma (h)). *Air Yeezy 2 Pure Platinum*. Pridobljeno 17. junija 2017 na spletnem naslovu: <https://stockx.com/air-yeezy-2-pure-platinum>
35. Stockx, (brez datuma (i)). *Air Yeezy 1 Blink*. Pridobljeno 17. junija 2017 na spletnem naslovu: <https://stockx.com/air-yeezy-1-blink>
36. Stockx, (brez datuma (j)). *Air Yeezy 1 Net Tan*. Pridobljeno 17. junija 2017 na spletnem naslovu: <https://stockx.com/air-yeezy-1-net>
37. Stockx, (brez datuma (k)). *Air Yeezy 1 Zen Grey*. Pridobljeno 17. junija 2017 na spletnem naslovu: <https://stockx.com/air-yeezy-1-zen-grey>
38. Stockx, (brez datuma (l)). *Air Yeezy 2 Red October*. Pridobljeno 17. junija 2017 na spletnem naslovu: <https://stockx.com/air-yeezy-2-red-october>
39. Stockx, (brez datuma (m)). *Air Yeezy 2 Solar Red*. Pridobljeno 17. junija 2017 na spletnem naslovu: <https://stockx.com/air-yeezy-2-solar-red>
40. Stockx, (brez datuma (n)). *Jordan 1 Retro Black Royal Blue (2001)*. Pridobljeno 25. maja 2017 na spletnem naslovu: <https://stockx.com/jordan-1-retro-black-royal-blue-2001>
41. Stockx, (brez datuma (o)). *Jordan 1 Retro Black Royal Blue (2013)*. Pridobljeno 25. maja 2017 na spletnem naslovu: <https://stockx.com/jordan-1-retro-black-royal-blue-2013>
42. Stockx, (brez datuma (p)). *Jordan 6 Retro Infrared White (2014.)*. Pridobljeno 25. maja 2017 na spletnem naslovu: <https://stockx.com/jordan-6-retro-infrared-white-2014>
43. Stockx, (brez datuma (r)). *Yeezy Boost V2 350 Black Red*. Pridobljeno 17. junija 2017 na spletnem naslovu: <https://stockx.com/adidas-yeezy-boost-350-v2-core-black-red-2017>
44. Vickrey William: *Counterspeculation, Auctions and Competitive Sealed Tenders*. *New York: Journal of Finance*, 16 (1961), str. 8–37
45. Welty M., (22. maja 2017). *Has Sneaker Reselling Died or Is It Just Evolving?* Pridobljeno 25. maja 2017 na spletnem naslovu: <http://www.complex.com/sneakers/2017/05/has-sneaker-reselling-died-or-is-it-just-evolving>
46. Woodhouse, (8. marec 2017). *Adidas net income grows 41% in 2016*. *Financial Times*. Pridobljeno 12. maja 2017 na spletnem naslovu: <https://www.ft.com/content/9b7b8fe0-ede6-390e-b821-a415f0e1d1d1>
47. Woolf J. (31. marec 2017); *The Air Jordan 1 Royal 2001 Rerelease Is Still the Best Version of the Iconic Sneaker*. *GQ*. Pridobljeno 11. maja 2017 na spletnem naslovu: <http://www.gq.com/story/air-jordan-1-royal-retro-2001-vs-2017>
48. Zaroban S., (21. december 2016). *Nike kicks up 46% web sales growth this quarter*. *Digital Commerce*. Pridobljeno 25. maja 2017 na spletnem naslovu: [digitalcommerce360.com/2016/12/21/nike-kicks-46-web-sales-growth-quarter/](http://digitalcommerce360.com/2016/12/21/nike-kicks-46-web-sales-growth-quarter/)