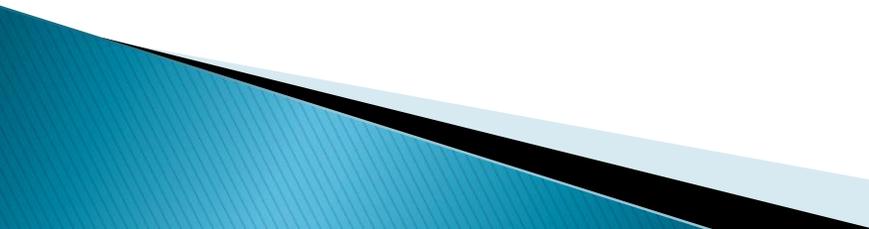


ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЛАН ПОДГОТОВКИ
УПРАВЛЕНЧЕСКИХ КАДРОВ
ДЛЯ ОРГАНИЗАЦИЙ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ГБОУ ВО «БАШКИРСКАЯ АКАДЕМИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ И
УПРАВЛЕНИЯ ПРИ ГЛАВЕ РЕСПУБЛИКИ БАШКОРТОСТАН»

**«АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ
ООО «АВТОЛИДЕР-ВОСТОК»**

**Научный руководитель:
А.Р. Кудашев**

Слушатель: В.Н.Балыбердина



Компания ООО «АвтоЛидер-Восток» дата основания 16 декабря 2006 года.



Компания ООО «АвтоЛидер-Восток официальный дилер Volvo Trucks & Renault Trucks



Таблица 1

Продажи грузовых автомобилей в РФ по маркам по итогам 4х месяцев 2021г.

№	Марка	Апрель 2021	Апрель 2020	Изм., %	4 мес. 2021	4 мес. 2020	Изм., %
1	KAMAZ	3 237	1 784	81,4	10 494	7 638	37,4
2	GAZ	937	501	87,0	2 799	2 177	28,6
3	SCANIA	839	314	167,2	2 096	1 234	69,9
4	MAZ	634	223	184,3	1 889	971	94,5
5	MAN	628	194	223,7	1 555	1 306	19,1
6	VOLVO	513	291	76,3	1 674	1 690	-1,0
7	URAL	431	279	54,5	1 594	1 306	22,1
8	MERCEDES-BENZ	428	163	162,6	1 126	1 028	9,5
9	DAF	301	49	514,3	764	569	34,3
10	NEFAZ	292	109	167,9	613	255	140,4
	Всего по России	9 648	4 718	104,5	29 011	22 069	31,5

Таблица 2

Продажи грузовых автомобилей в РФ по моделям по итогам 4х месяцев 2021

№	Модель	Апрель 2021	Апрель 2020	Изм., %	4 мес. 2021	4 мес. 2020	Изм., %
1	KAMAZ 5490	720	253	184,6	1 924	946	103,4
2	KAMAZ 43118	712	413	72,4	2 783	2 287	21,7
3	GAZ GAZON NEXT	662	304	117,8	1 822	1 373	32,7
4	KAMAZ 65115	617	390	58,2	1 751	1 331	31,6
5	VOLVO FH	394	178	121,3	1 091	1 089	0,2
6	MERCEDES-BENZ ACTROS	348	137	154,0	915	955	-4,2
7	KAMAZ 6520	341	193	76,7	1 050	739	42,1
8	MAN TGX	286	67	326,9	801	523	53,2
9	DAF TRUCKS XF SERIES	257	44	484,1	679	539	26,0
10	SCANIA G	231	106	117,9	662	460	43,9
	Всего по России	9 648	4 718	104,5	29 011	22 069	31,5

Рисунок 3

Результаты продаж автомобилей по брендам за 1й кв. 2021 года.

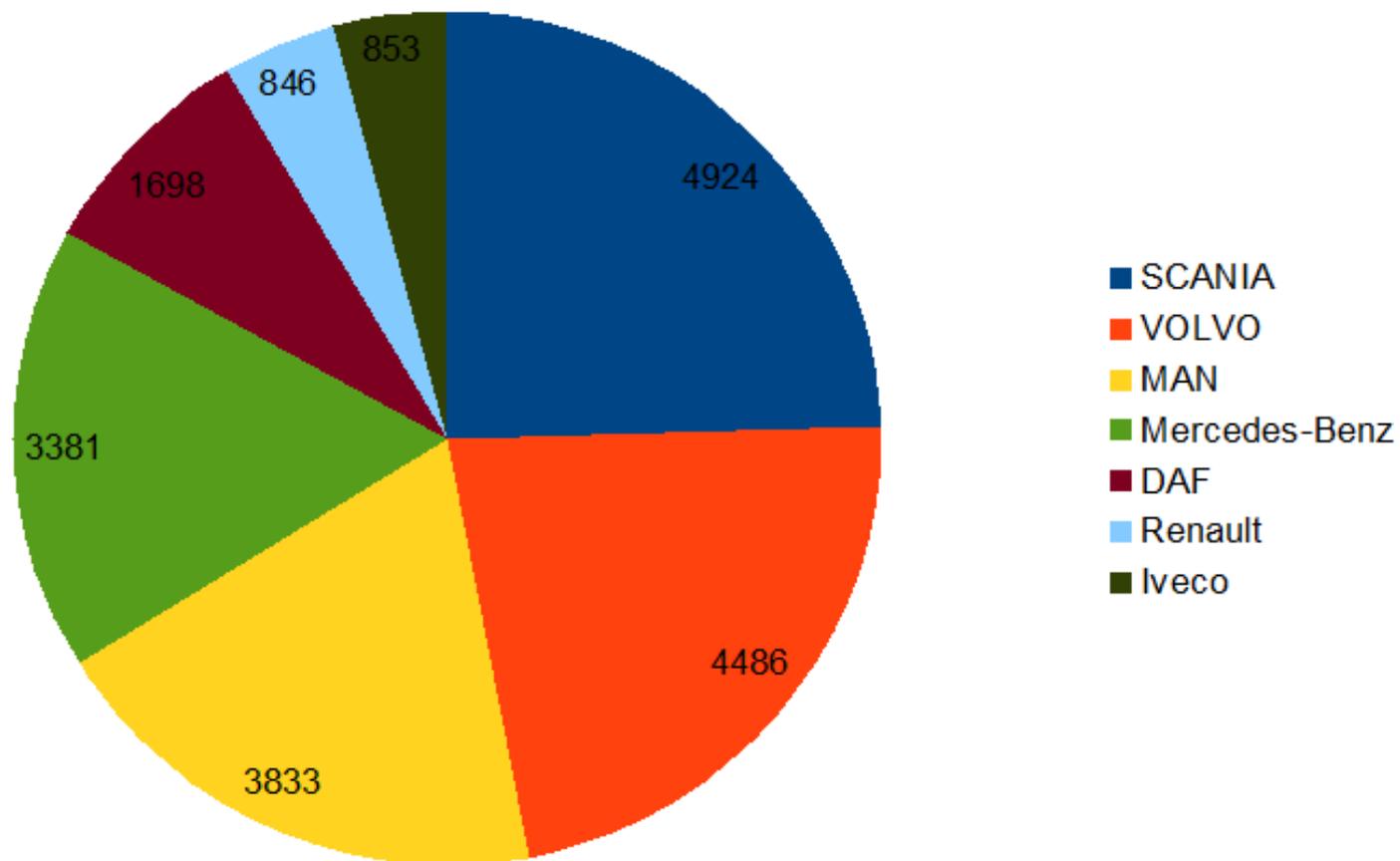


Рисунок 4

Организационная структура ООО «АвтоЛидер-Восток» линейно-функциональная

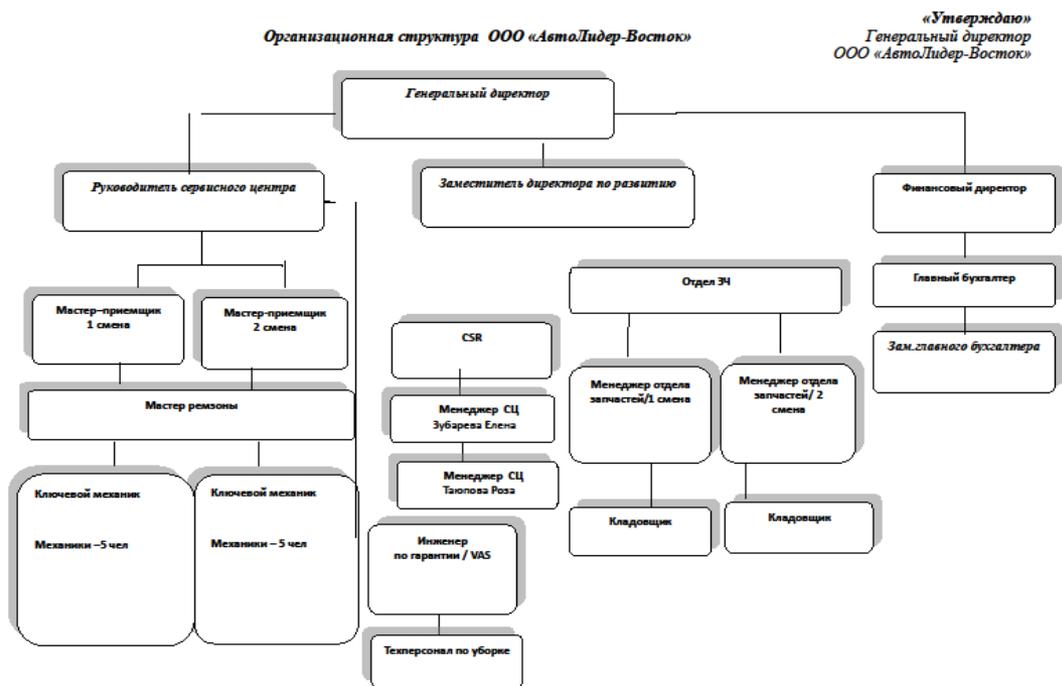


Рисунок 5

Основные конкуренты, рейтинг компаний по данным 2020 года

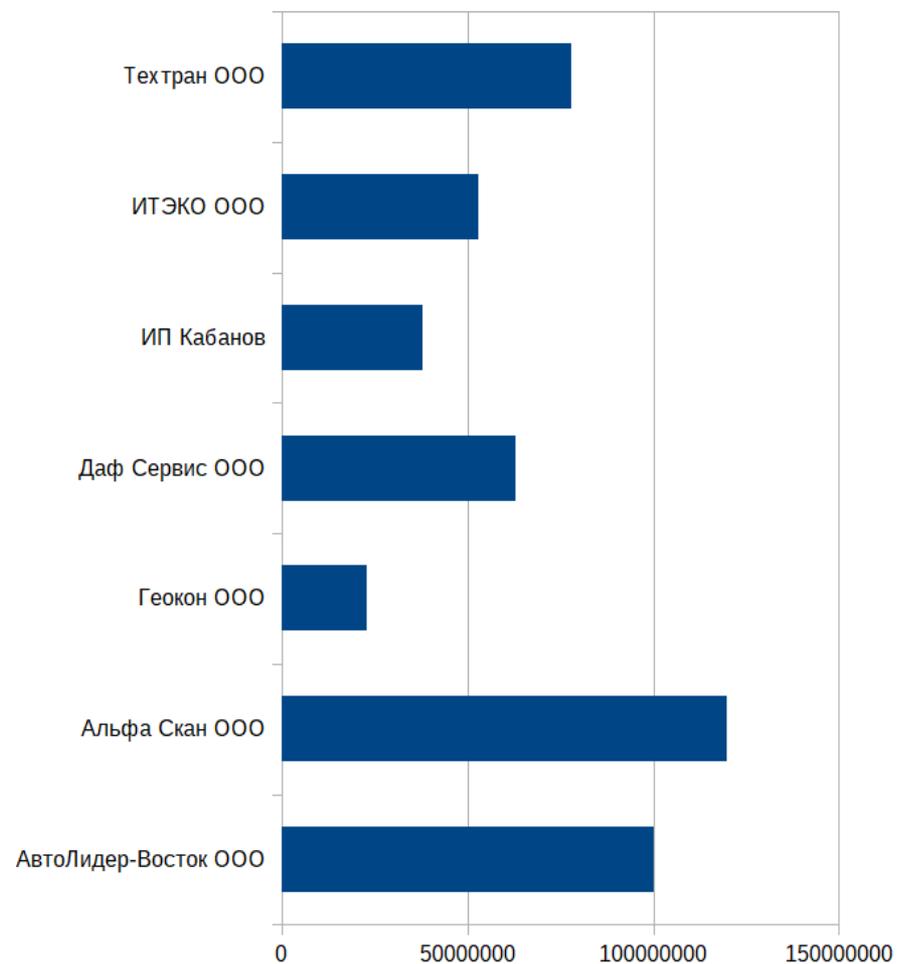


Таблица 6

PEST-анализ факторов макросреды ООО «АвтоЛидер-Восток»

Р-политико-правовые факторы

1. Законодательство, регулирующее деятельность автомобильных салонов в основном, не подвергается изменению.
2. Нестабильность общей мировой политики от которой зависит цена поставляемого товара.
3. Поддержка государством отечественных производителей.
4. Налоговая политика государства. На данный момент отсутствуют какие-либо специальные меры налоговой поддержки малого и среднего бизнеса в сфере обслуживания коммерческого транспорта.

Е-экономические факторы

1. Нестабильность курса национальной валюты этот фактор оказывает влияние на стоимость закупаемой продукции для автомобилей необходимым для ремонта, что приводит к увеличению цен.
2. Уровень безработицы в республике с начала года вырос почти в 5 раз.
3. Величина спроса (рост/снижение) в период карантина значительно упал спрос на сервисные услуги ~30%-40%.

С-социальные факторы

1. Продолжающееся падение реальных доходов населения (по итогам 2 квартала 8% в годовом сравнении)
2. Снижение средне профильного образования - нехватка рабочих специалистов.
3. Присутствие на рынке почти всех известных брендов значительно повышает уровень требований к качеству, комфорту и надежности грузовой техники.

Т-технологические факторы

1. Стабильное внедрение новых технологий, например выпуск двигателей, работающих только на природном газе. Постоянное совершенствование повышает привлекательность и конкурентоспособность предприятия.
2. Появление новых технологических продуктов, например внедрение интерактивных транспортных систем.
3. Обновление модельного ряда происходит чаще, раз в 3-5 лет.



Таблица 7

Выбор и обоснование стратегий развития ООО «Автолидер-Восток»

Наименование	Выбранный вариант	Обоснование выбора
Общая стратегическая альтернатива	Стратегия ограниченного роста с установлением целей от достигнутого	Выбор данной стратегии является наиболее реалистичной для зрелой отрасли, к которой относится автомобильный бизнес и в которой присутствует сильная конкуренция и не характерны резкие колебания из-за быстро меняющихся технологий.
Стратегия достижения конкурентного преимущества	Стратегия дифференциации	В стратегии достижения конкурентного преимущества выбор был сделан в пользу стратегии дифференциации. Она подразумевает предоставление большей пользы потребителям (кроме низкой цены) путем предложения товаров высокого качества с высоким уровнем сопутствующих услуг.
Стратегия роста	Стратегия концентрированного роста	является применение стратегии концентрированного роста может быть реализована за счет привлечения клиентов. Также перспективным направлением этой стратегии является вертикальная прогрессивная интеграция в нашем случае это освоение нового вида деятельности по ремонту и восстановлению коммерческого транспорта после ДТП (кузовной ремонт) на собственной производственной базе и дальнейшая реализация этого проекта на территории Республики Башкортостан увеличит занимаемую долю рынка и также повысит рентабельность от продажи запасных частей.

