



Система Сбалансированных Показателей ОАО «АвтоВАЗ»

Выполнила студентка группы ЦУММз – 21

Щеглова Анастасия

ОАО «АвтоВАЗ»

АВТОВАЗ – один из лидеров автомобильной промышленности России. Производственные мощности компании расположены в Тольятти и Ижевске. Технические возможности АВТОВАЗа позволяют выпускать до одного миллиона автомобилей и автокомплектов в год.

PEST – анализ.

Политические факторы:

- Изменение законодательства;
- Государственное субсидирование и поддержка программ утилизации.

Экономические факторы:

- Последствия мирового финансового кризиса
- Рост налогов и пошлин
- повышение стоимости металлов, энергоресурсов непосредственно влияют на себестоимость автомобилей
- рост безработицы

Социально-культурные факторы:

- Улучшение жизни населения
- Ухудшение жизни населения

Технологические факторы:

- совершенствование технологии производства
- изменение рекламных технологий
- совершенствование системы менеджмента

SWOT – анализ.

Сильные стороны

- Узнаваемость бренда
- Значительная доля рынка
- Невысокая стоимость продукции
- Дешевизна в обслуживании и эксплуатации
- Повышение качества продукции
- Обновление модельного ряда
- Модернизация производственных мощностей

Слабые стороны

- Невысокое качество продукции
- Устаревшие технологии производства продукции
- Недостаточное кол-во фин. средств

Возможности

- Увеличение доли рынка посредством вытеснения ближ. конкурентов
- Получение фин. поддержки со стороны государства
- Привлечение доп. средств за счет размещения ценных бумаг на фондовых биржах
- Увеличение доли рынка за счет недорогой продукции
- Создание новой модели за счет привлеченных финансовых средств
- Использовать узнаваемость бренда для увеличения доли на рынке
- Разработка новых моделей, повышение качества продукции, обновление производственных мощностей, за счет привлеченных фин. средств

Угрозы

- Снижение объема продаж
- Рост кол-ва конкурентов на рынке
- Снижение ввозных пошлин на подержанные иномарки после вступления в ВТО
- Повышение издержек

Базовые требования	Результативные	«Чувство счастья»
<ul style="list-style-type: none">- исправность ТС- безопасность ТС- качественные материалы	<ul style="list-style-type: none">- Объёмы двигателя- внешний вид- внутренний дизайн салона- Цена- пониженная ставка автокредиту, спец. программы по кредитованию.- наличие авто в ДЦ- увеличенная гарантия на авто.- цены на сервис и з/ч	<ul style="list-style-type: none">- Дополнительное оборудование в подарок- подарки для авто- Дополнительные скидки на ТО, запчасти и аксессуары.

Цели по направлениям.

Направление	Цель1	Цель2	Цель3
Финансовые	Увеличение прибыли на 30%	Увеличение доли рынка на 20%	Снижение стоимости на продукт
По клиентам	Повышение лояльности к бренду на 40%	Повышение удовлетворённости качеством продукции	
Бизнес процессы	Расширение ассортимента на 4 модели	Разработка и внедрение новых технологий в производство	Повысить внутреннюю ориентацию на клиента
Обучение	Повышение уровня квалификации персонала		

Перспектива	Страт.цели	Показатели	Целевая значимость	Мероприятия
Финансы	Увеличение прибыли	Рубли	30%	- Снижение издержек - Снижение цен на продукцию и з/ч - Расширение моделей автомобильного ряда
	Увеличение оборотных средств на 25%	Рубли	25%	- снижение затрат на производство- снижение стоимости на материалы
	Снижение стоимости на продукт	рубли		- поиск новых поставщиков - снижение издержек - снижение трудозатрат - автоматизация производства
Клиентоориентированность	Повышение лояльности к бренду на 40%	Кол-во положительных отзывов	40%	
	Повышение удовлетворённости качеством продукции	Отзывы		
Бизнес процессы	Расширение модельного ряда		На 4 модели	- разработка новых моделей - привлечение новых инженеров – разработчиков к работе
	Разработка и внедрение новых технологий в производство			- закупка новых технологий - обновление технологической части завода (станки и т. д)
	Повысить внутреннюю ориентацию на клиента		На 50%	- обучение персонала - налаживание контакта с клиентами - изучение мнения клиентов
Обучение	Повышение уровня квалификации		На 70%	- обучение персонала - аттестация персонала - поддержка персонала при заочном обучении.

Стратегия компании.

- Согласно стратегиям Майкла Портера ОАО “Автоваз” относится к стратегии специализации.
- Стратегия специализации заключается в том, чтобы выбрать определенный сегмент в отрасли и нацелиться исключительно на него, чтобы эта определенная группа покупателей выделила компанию на фоне конкурентов. Соответственно, задача компании выглядеть привлекательно именно для этого сегмента покупателей.
- Приверженность ОАО “Автоваз” к данной стратегии обуславливается следующими факторами:
 - 1) Компания пытается достичь преимуществ за счет минимизации издержек
 - 2) Нацеленность компании на продажи автомобилей, относящиеся к классу “бюджетные”.