

*Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:*

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kontrolnaya-rabota/295947>

**Тип работы:** Контрольная работа

**Предмет:** Менеджмент

нет

Автомобильная группа Акционерное общество «АВИЛОН АГ» (далее АО «АВИЛОГ АГ») – лидирующий, динамично развивающийся автомобильный холдинг в России.

Компания организована в 1997 году.

На сегодняшний день АГ «АВИЛОН» имеет в своем портфеле 30 автомобильных брендов: Rolls-Royce, Bentley, Aston Martin, Ferrari, Bugatti, Maserati, Mercedes-Benz, Mercedes-AMG, BMW, BMW i, MINI, Motorrad, Audi, Cadillac, Jaguar, Land Rover, Genesis, Volvo, Chrysler, Chevrolet, Volkswagen, Ford, Jeep, Hyundai, Fiat, Aurus, Peugeot, Citroën, Mitsubishi, KIA. В 2020 году «АВИЛОН» реализовал 32 179 автомобилей. Выручка компании составила более 108 млрд рублей. В компании «АВИЛОН» трудится 2 300 сотрудников.

Деятельность компании: АО «АВИЛОН» осуществляет продажу, гарантийное и послегарантийное обслуживание автомобилей, а также продажу оригинальных запасных частей и аксессуаров.

Сильные стороны организации:

- регулярные исследования рынка;
- долговременные и эффективные связи с поставщиками;
- наличие опыта адаптации к подобным ситуациям;
- высокая маркетинговая и сбытовая активность;
- участие в промо-мероприятиях.

Слабые стороны организации:

- высокая зависимость от поставщиков;
- высокий уровень зависимости от изменений курса валют;
- неготовность к значительным изменениям на рынке автомобильной промышленности, связанным с политической ситуацией;
- ограниченная способность в удовлетворении покупательского спроса на определенные марки и категории автомобилей.

На деятельность предприятия в данный период и в ближайшей перспективе будут влиять, прежде всего политико-правовые и экономические факторы. Сложная военно-политическая обстановка и экономические санкции западных стран существенно ограничивают возможности для технологического роста, а также влияют на рост цен на сырье и конечный продукт, переориентируя покупательский спрос на автомобиле российской автомобильной промышленности.

Теперь компания находится в ярко выраженных условиях неравновесности и нестабильности внешнего окружения, что является основанием для изменения ее стратегии и поведения на рынке.

нет

*Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:*

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kontrolnaya-rabota/295947>