



AUDI AG

59280 KUNEGUNDA KOSEK

OPIS ORGANIZACJI *AUDI AG*

AUDI AG TO NIEMIECKI PRODUCENT SAMOCHODÓW PREMIUM NALEŻĄCY DO GRUPY VOLKSWAGEN.

01 WIELKOŚĆ ORGANIZACJI:

Audi AG zatrudnia ponad 90 000 pracowników na całym świecie.

02 GŁÓWNA SIEDZIBA:

Ingolstadt, Niemcy.

03 DZIAŁY:

Produkcja samochodów, badania i rozwój (R&D), marketing i sprzedaż, logistyka, zasoby ludzkie, finanse.

04 BRANŻA:

Motoryzacyjna, segment premium.

05 PRODUKTY I USŁUGI:

06 RYNKI:

Globalny zasięg, z głównym naciskiem na Europę, Chiny, USA i inne kraje rozwinięte.

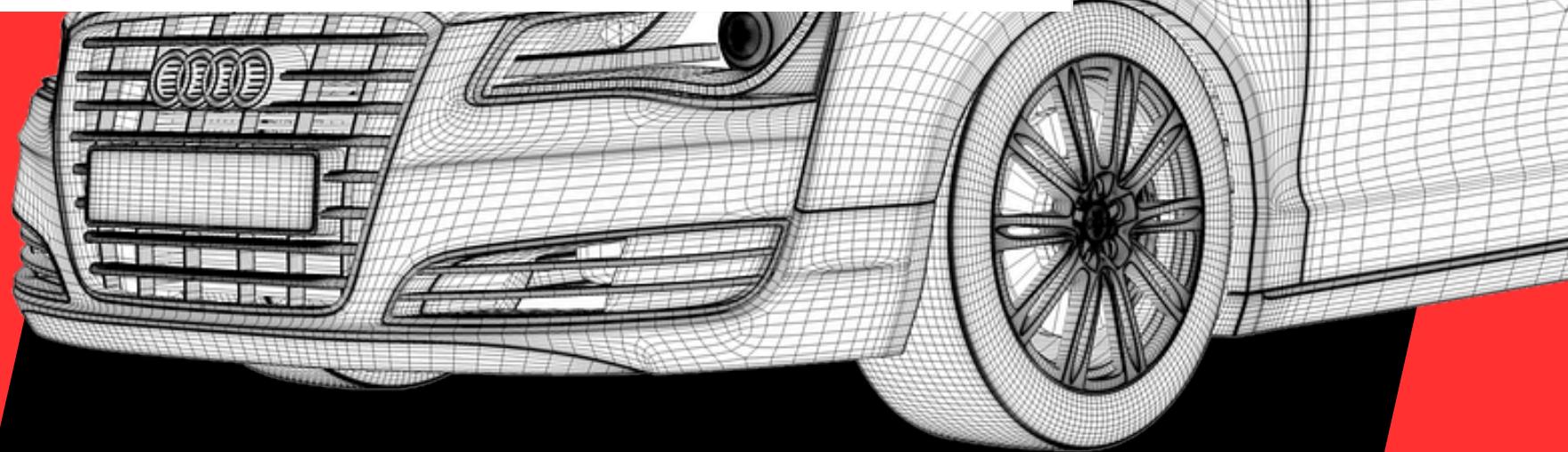
Audi oferuje innowacyjne produkty, takie jak modele elektryczne z linii e-tron, a także luksusowe SUV-y i sedany. Firma intensywnie inwestuje w złączoność samochodów, autonomiczną jazdę i technologie ekologiczne.



Audi Polska | Przewaga dzięki technice

Poznaj najnowsze modele, skonfiguruj swoje Audi i sprawdź możliwości finansowania zakupu dla przedsiębiorców i osób prywatnych.

audi.pl



ANALIZA OTOCZENIA MODEL PIĘCIU SIŁ PORTERA

01

SIŁA PRZETARGOWA DOSTAWCÓW:

- Dostawcy kluczowych komponentów (np. półprzewodników) mają wysoką siłę przetargową z powodu ograniczonej liczby alternatyw.
- Wzrost kosztów surowców może wpływać na marżę Audi.

02

SIŁA PRZETARGOWA NABYWЦCÓW:

- Klienci w segmencie premium są wymagający i oczekują wysokiej jakości oraz innowacji.
- Rosnąca liczba alternatywnych opcji (np. Tesla) zwiększa presję na innowacyjność Audi.

03

RYZYKO WEJСCIA NOWYCH GRACZY:

- Wysokie bariery wejścia (koszty technologii, budowy marki).
- Start-upy EV (jak Lucid Motors) stanowią potencjalne zagrożenie.

04

ZAGROЖENIE SUBSTYTUTAMI

- Alternatywy takie jak transport publiczny, car-sharing czy samochody elektryczne z niższego segmentu cenowego (np. Nissan Leaf).

05

RYWALIZACJA W BRANЖY:

- Bardzo silna konkurencja w segmencie premium: Mercedes-Benz, BMW, Tesla.
- Innowacje i marketing odgrywają kluczową rolę w przewadze konkurencyjnej.

Wnioski: Największym zagrożeniem dla zyskowności Audi są wysokie koszty dostaw komponentów oraz intensywna rywalizacja w segmencie premium.



ANALIZA MAKROOTOCZENIA

(SWOT - SZANSE I ZAGROŻENIA)

SZANSE:

- Rozwój rynku samochodów elektrycznych (EV): Rosnące zainteresowanie ekologicznymi rozwiązaniami.
- Wsparcie rządowe: Subsydia i ulgi podatkowe na pojazdy elektryczne w wielu krajach.
- Postęp technologiczny: Rozwój sztucznej inteligencji i autonomicznych pojazdów.
- Globalna ekspansja: Możliwość zwiększenia sprzedaży na rynkach rozwijających się (np. Chiny, Indie).

ZAGROŻENIA:

- Rosnąca konkurencja: Tesla, nowe startupy EV, oraz tradycyjni gracze (BMW, Mercedes-Benz).
- Regulacje ekologiczne: Wysokie koszty dostosowania produkcji do norm emisji CO₂.
- Kryzysy ekonomiczne: Wahania popytu na dobra luksusowe w czasie recesji.
- Problemy w łańcuchu dostaw: Braki półprzewodników i inne trudności logistyczne.



MISJA, WIZJA I CELE STRATEGICZNE AUDI



01 MISJA

"Tworzenie zrównoważonej, inteligentnej i luksusowej mobilności".



02 WIZJA

Ocena spójności: Misja, wizja i cele strategiczne są zgodne z diagnozą otoczenia oraz zasobami Audi. Firma kładzie nacisk na rozwój innowacji technologicznych, co jest kluczowe w rywalizacji z konkurencją.

"Być liderem w dziedzinie innowacyjnych i zrównoważonych rozwiązań motoryzacyjnych".



03 CELE STRATEGICZNE

- Zwiększenie udziału pojazdów elektrycznych w sprzedaży do 50% do 2030 r.
- Rozwój autonomicznych systemów jazdy i usług cyfrowych.
- Osiągnięcie neutralności węglowej w produkcji do 2050 r.

OCENA ADEKWATNOŚCI MISJI, WIZJI I CELÓW

01 OTOCZENIE RYNKOWE:

Cele strategiczne Audi są zgodne z trendami globalnymi (elektromobilność, zrównoważoność).

02 ZASOBY I KOMPETENCJE:

- Silne zaplecze technologiczne (Grupa Volkswagen), inwestycje w R&D oraz współpraca z dostawcami.

03 KONIECZNOŚĆ ZMIANY:

- Powód do zmiany: Wzrost konkurencji w segmencie EV (Tesla, chińskie firmy).
- Propozycja zmian:
 - a) Zwiększenie inwestycji w innowacje (np. baterie solid-state).
 - b) Przekształcenie fabryk na bardziej ekologiczne



STRATEGIE FUNKCJONALNE

01 STRATEGIA PRODUKCJI:

Wdrożenie technologii niskoemisyjnych w fabrykach.

02 STRATEGIA MARKETINGU:

Promocja nowych modeli EV z naciskiem na luksus i innowacje.

03 STRATEGIA SPRZEDAŻY:

Rozwój modelu subskrypcji pojazdów premium.



DIAGNOZA POZIOMU ZARZĄDZANIA KAPITAŁEM LUDZKIM

01

Audi AG stosuje zaawansowane systemy zarządzania zasobami ludzkimi, z naciskiem na rozwój pracowników poprzez szkolenia i programy motywacyjne.

02

Firma promuje różnorodność oraz kulturę inkluzywności.

03

Mobbing: Dotychczasowe raporty nie wskazują na poważne przypadki mobbingu, ale intensywna presja na wyniki może powodować stres wśród pracowników.

Wpływ: Efektywne zarządzanie kapitałem ludzkim poprawia morale pracowników i jakość działania firmy. Możliwe ryzyka związane z mobbingiem należy monitorować.

PROBLEMY ZARZĄDCZE I KOMUNIKACYJNE

01

KOMUNIKACJA:

- Audi stosuje wielopoziomowy model komunikacji, ale w tak dużej organizacji możliwe są zakłócenia w przepływie informacji.
- Problemy mogą wynikać z braku efektywnego feedbacku między działami.

02

PRZYWÓDZTWO:

- Styl przywództwa oparty na wartościach, promowanie innowacji i współpracy zespołowej.

Wpływ: Skuteczna komunikacja i przywództwo pozwalają na lepsze osiąganie celów strategicznych oraz poprawiają efektywność organizacyjną.



PROPOZYCJA ZMIANY

01

ZARZĄDZANIE KAPITAŁEM LUDZKIM:

- Wdrożenie systemów monitorowania dobrostanu pracowników w celu wczesnego wykrywania potencjalnych problemów (np. mobbing).
- Programy wsparcia psychologicznego dla pracowników.

02

KOMUNIKACJA:

- Zastosowanie nowoczesnych narzędzi do komunikacji (np. platformy intranetowe, aplikacje mobilne).
- Regularne spotkania pomiędzy zespołami w celu wymiany informacji.

Wpływ zmian: Zmiany poprawią efektywność zarządzania i komunikacji, co przełoży się na wyższą wydajność pracy i lepsze wyniki.



KONTROLA ZMIAN

01

Regularne audyty wewnętrzne dotyczące wdrażanych zmian w zarządzaniu kapitałem ludzkim i komunikacji.

02

Ankiety satysfakcji pracowników w celu monitorowania efektów zmian.

03

Utworzenie zespołu ds. kontroli zmian, odpowiedzialnego za raportowanie i ocenę skuteczności.





PODSUMOWANIE / WNIOSKI

- Audi AG skutecznie dostosowuje się do zmieniających się warunków rynkowych.
- Priorytetem jest transformacja w kierunku elektromobilności i zrównoważonego rozwoju.
- Kluczowym wyzwaniem jest zwiększenie zaangażowania i motywacji pracowników w obliczu zmian technologicznych.
- Propozycje zmian i kontroli mogą pomóc w osiągnięciu celów strategicznych i utrzymaniu pozycji lidera na rynku premium.