Таблица 2.3.

Матрица SWOT

	<p align="center"><u>Возможности</u></p> <p>Имеется ряд надежных поставщиков материалов и комплектующих по приемлемым ценам и возможной отсрочки платежа. Имеется возможность привлекать молодых квалифицированных кадров по договорам профессиональными училищами и обучать их в цеху Желание покупать качественное оборудование по приемлемым ценам.</p>	<p align="center"><u>Угрозы</u></p> <p>Увеличение требований потребителей к уровню сервиса при заказах. Появление у конкурентов более эффективных технологий, способных снизить себестоимость оборотных средств.</p>
<p align="center"><u>Сильные стороны</u></p> <p>Перед организацией стоит цель - получение прибыли. Наличие четкой линейно-функциональной структуры в условиях стабильной среды. Выполнение всех этапов бизнес-процесса четко и в срок. Наличие конструкторской документации и производственных возможностей для производства. Наличие квалифицированных рабочих. Высокий уровень квалификации руководства. Большое желание и потенциалные возможности молодого энергичного директора по совершенствованию бизнес-процессов. Наличие отдела маркетинга.</p>	<p align="center"><u>Мероприятия</u></p> <p>Увеличить территориальный охват потенциальных потребителей. Усилить роль отдела маркетинга на предприятии. Провести разъяснительную работу среди персонала для предотвращения скрытого саботажа. Увеличить расходы на рекламу. Регулярное повышение квалификации специалистов и рабочих. Расширить перечень сопутствующих услуг клиентам. Усилить ОТК.</p>	
<p align="center"><u>Слабые стороны</u></p> <p>Не создаются в полном объеме условия для выполнения поставленных целей. Слабое взаимодействие между отделами. Нерациональность распределения прав и ответственности. Не восприятие или даже сопротивление старых сотрудников новому. Роль отдела маркетинга не оценена. Отсутствие инициативы у сотрудников отдела маркетинга. Слабое финансирование Рекламы. Нарушение сроков поставки материалов. Слабое ОТК. Отсутствие достаточного количества оборотных средств. Выплаты по кредитам.</p>	<p align="center"><u>Мероприятия</u></p> <p>Усилить мотивацию персонала. Полученную прибыль направить на развитие материально-технической базы компании и мотивации персонала. Исполнить материальные и финансовые возможности для выполнения целей. Наладить сотрудничество отдела снабжения с поставщиками с целью снижения задержек поставок. Следить за увеличением себестоимости и искать пути по ее снижению. Провести четкое разделение функциональных обязанностей в отделе маркетинга. Осуществить планирование, организацию, контроль за выполнением целей. Оптимизировать финансовые потоки.</p>	