

Analiza przedsiębiorstwa dla potrzeb zmian może być również prowadzona z uwzględnieniem poszczególnych funkcji i obszarów działania. Jej rezultatem jest ujawnienie mocnych słabych stron przedsiębiorstwa(tab.4).

Tab.4

Mocne i słabe strony przedsiębiorstwa

Funkcje i obszary	Ocena				
	+ 2	+ 1	0	-1	-2
MARKETING					
- Produkty/usługi: jakość, ceny, marka					X
- Koncentracja produktów/klientów		X			
- System informacji zwrotnej o sprzedaży					X
- Kanały dystrybucji					X
- Organizacja sprzedaży, promocji i obsługi posprzedażnej				X	
FINANSE I RACHUNKOWOŚĆ					
- Zasoby finansowe firmy			X		
- Kontrola kosztów, analiza punktów powstawania kosztów i możliwości redukcji				X	
- Wielkość i elastyczność struktury kapitałowej			X		
- Koszt kapitału (relatywnie do konkurentów i średniej w branży)			X		
- Zdolność kredytowa (krótko i długookresowa)			X		
- Zyskowność, płynność gotówkowa				X	
III. PERSONEL					
- Kwalifikacje i umiejętności kadry kierowniczej wyższego szczebla		X			
- Kwalifikacje i umiejętności średniego i niższego szczebla kierowniczego		X			
- Morale i poziom motywacji pracowników(klimat organizacyjny)			X		
- Skuteczność systemów motywacji				X	
- Absencja, fluktuacja i stopień integracji			X		
- Jakość i wartość informacyjna systemów oceny pracowników			X		
TECHNOLOGIA/PRODUKCJA					
- Dostępność, jakość, terminowość zaopatrzenia		X			
- Efektywność systemu kontroli zapasów i jakości produkcji				X	
- Wykorzystanie mocy produkcyjnych					X
- Fizyczne i moralne zużycie środków trwałych					X
- Rozwój nowych wyrobów/usług					X
ORGANIZACJA I ZARZĄDZANIE					
- Jakość przywództwa liderów				X	
- Kultura organizacyjna		X			
- Procedury zarządcze		X			
- Stopień osiągniętej synergii				X	
- Elastyczność firmy					X

- +2 — b. mocna strona
+1 — mocna strona
0 — sytuacja porównywalna z innymi
-1 — słaba strona
-2 — zdecydowanie słaba strona