

## ذینفعان شرکت شاهین مفصل

[illegible]

طبقه‌بندی ذینفعان	گروه ذینفعان	ذینفعان
درون سازمانی	کارکنان	کارخانه
	مدیران	دفتر مرکزی
		مدیران ارشد
اقتصادی	سهامداران	مدیران میانی و سرپرستان
	مشتریان	سهماداران
		مصرف کنندگان
		فروشنندگان و عرضه کنندگان کالا
		نمایندگان فروش رسمی
		پیمانکاران و مشاورین صنعتی
		سازمان‌های بزرگ و مشتریان خاص
	تامین کنندگان	مشتریان بین‌المللی
		فروشنندگان کالا، تجهیزات و مواد اولیه
		تامین کنندگان خدمات عمومی
		پیمانکاران تخصصی
		تولید کنندگان زنجیره ارزش (برون‌سپاری)
		مشاورین
	شرکای (سازمانی) عملیاتی	تامین کنندگان آب و انرژی
		نمایندگان فروش خاص داخلی
		نمایندگان فروش خاص خارجی
	اعتباردهندگان	شرکت‌های واگذارنده نمایندگی / لایسنس
		بانک‌ها و موسسات اعتباری
سرمایه‌گذاران		
اجتماعی	نهادهای حاکمیتی / قانونی	دولت / وزارت نیرو
		سازمان امور مالیاتی
		سازمان تامین اجتماعی / وزارت کار
		فرمانداری
		سازمان بازرسی
		دادگستری (قوه قضاییه)
		بهداشت و درمان
		سازمان استاندارد
		سازمان محیط‌زیست
		شرکت شهرک‌های صنعتی
	رسانه‌ها	سایر نهادهای نظارتی
		صدا و سیما
		روزنامه‌ها و جراید
		رسانه‌های مجازی (رسمی)
	سازمان‌ها و نهادهای عمومی و اجتماعی	شبکه‌های مجازی اجتماعی
		شهرداری / بخش‌داری
		نیروی انتظامی / راهنمایی و رانندگی
		توزیع برق
		گاز
		مخابرات
		موسسات و نهادهای فرهنگی و مذهبی
		موسسات آموزشی و پژوهشی
		گروه‌های مردم نهاد
		خانواده کارکنان
جامعه	ساکنین (شهروندان) منطقه	
	همسایگان و اعضا شهرک صنعتی	
	جامعه (عموم)	
	آب	
محیط‌زیست	خاک	
	هوا	
	منابع طبیعی	

تحلیل شرایط بیرونی

0/08

0/12

0/12

0/08

HIGH RISK ≥0/12

0/08 ≤ AVERAGE RISK < 0/12

LOW RISK < 0/08

ردیف	کد	فهرست تهدیدها ( T )	نمره کل
۱	T۰۵	امکان افت کیفیت (استانداردها) بعضی محصولات در آینده به دلیل کیفیت پایین مواد اولیه	۰/۱۳۹
۲	T۰۸	گرانی مواد اولیه – افزایش قیمت تمام شده محصولات	۰/۱۳۶
۳	T۱۷	قدرت چانه‌زنی بالای مشتریان اصلی	۰/۱۳۳
۴	T۱۳	کاهش توان اقتصادی و مالی دولت و شرکتهای بزرگ (مصرف کنندگان) دولتی برای انجام پروژه‌های جدید	۰/۱۲۲
۵	T۲۰	عدم توسعه کمی و کیفی فعالیت‌های شرکت به علت عدم جذب سرمایه جدید	۰/۱۲۱
۶	T۱۸	عرضه محصولات بی کیفیت ارزان به بازار توسط رقبا	۰/۱۲۰
۷	T۱۵	نحوه فروش، قیمت‌ها، ارتباطات و رانت رقبا	۰/۱۱۴
۸	T۰۷	از دست دادن بازار برخی محصولات	۰/۱۱۴
۹	T۱۱	کمبود آب	۰/۱۰۶
۱۰	T۰۹	کمبود انرژی برای تولید (قطعی برق و گاز)	۰/۱۰۵
۱۱	T۰۶	ورود محصولات جدید توسط رقبا به بازار	۰/۰۹۹
۱۲	T۱۶	قدرت چانه‌زنی بالای تامین کنندگان اصلی (مس باهنر، اسکان و ...)	۰/۰۹۸
۱۳	T۱۲	ماهیت شرکت و مشکلات بیرونی ناشی از آن	۰/۰۹۶
۱۴	T۰۳	ورود کالاهای تقلبی به نام شرکت توسط دیگران	۰/۰۹۵
۱۵	T۱۴	وجود رقبای چینی و هندی و ارائه محصولات ارزانتر	۰/۰۹۲
۱۶	T۱۰	عدم امکان دسترسی به نیروی کار مناسب و متخصص	۰/۰۸۹
۱۷	T۱۹	عقب افتادن در بازار هریک از گروه‌های محصولات از رقبایی که به صورت انحصاری تولید می کنند	۰/۰۸۰
۱۸	T۰۴	افزایش محدودیت‌های تجاری	۰/۰۷۸
۱۹	T۰۱	تغییر در سلاقی و استانداردهای مشتریان	۰/۰۷۷
۲۰	T۰۲	ظهور رقبای جدید	۰/۰۶۴

۲/۰۸

۰/۱۰

۰/۰۲

۰/۱۲

۰/۰۸

0/13

0/24

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0/13

0/13

0/24

0

۲/۵۶

۰/۱۸

۰/۰۵۲۸

۰/۲۴

۰/۱۳

تحلیل شرایط درونی

0/05

0/08

0/08

0/05

HIGH RISK ≥0/08

0/05 ≤ AVERAGE RISK < 0/08

LOW RISK < 0/05

ردیف	کد	فهرست ضعف‌ها ( W )	نمره کل
۱	W۰۳	کیفیت پایین مواد اولیه (بعضی مواد)	۰/۰۶
۲	W۱۹	عدم یکپارچگی بین فرآیندهای زنجیره تامین (برنامه ریزی، فروش، تولید و ...)	۰/۰۶
۳	W۲۵	بالا بودن هزینه سربار	۰/۰۸
۴	W۲۰	عدم اجرای بهینه فرآیندهای داخلی شرکت	۰/۰۶
۵	W۲۶	نداشتن تامین کنندگان معتبر چینی یا هندی با قیمت‌های قابل رقابت جهت عرضه به بازار	۰/۰۶
۶	W۲۳	ضعف جایگاه سرپرستان برای امور مربوط به پرسنل	۰/۰۴
۷	W۲۱	نبود فرآیندهای کاری و دستورالعمل‌های تخصصی	۰/۰۳
۸	W۰۹	زمان طولانی دریافت مواد اولیه	۰/۰۵
۹	W۱۰	پایین بودن روحیه کارکنان	۰/۰۷
۱۰	W۲۲	عدم انتقال کارها و تحویل نتایج بین افراد ( ... و بصری)	۰/۰۷
۱۱	W۲۹	عدم حضور فیزیکی مدیرعامل شرکت در ایران	۰/۰۷
۱۲	W۱۳	نبود سیستم منظم انگیزشی و ارتقا مزایای شغلی / کنترل و بازخواست	۰/۰۶
۱۳	W۱۸	قیمت فروش غیر رقابتی بعضی محصولات مانند کابلشو فشار ضعیف، اسپلایس، مفصل فشار ضعیف و ...	۰/۰۷
۱۴	W۱۱	عدم تطابق بین وظایف و مسئولیت‌ها	۰/۰۶
۱۵	W۱۴	عدم وجود نظام مدیریت و ارزیابی عملکرد کارکنان	۰/۰۷
۱۶	W۱۵	عدم دسترسی به منابع آموزشی مناسب- نبود سیستم و محتوا مناسب آموزشی و ارتقا سطح شایستگی پرسنل	۰/۰۶
۱۷	W۱۷	وجود تامین کنندگان محدود	۰/۰۶
۱۸	W۱۲	نبود سیستم مدیریت دانش و ثبت تجربیات	۰/۰۶
۱۹	W۱۶	عدم شفافیت و تعریف سیستماتیک تفویض اختیارات	۰/۰۸
۲۰	W۲۴	عدم باور نسبی و تعامل مطلوب بین کارخانه و واحد فروش بطور متقابل	۰/۰۸
۲۱	W۳۱	به وجودآمدن روابط کاری ناسالم و چند دستگی بین پرسنل (وجود گروه‌های غیر رسمی در شرکت)	۰/۰۷
۲۲	W۰۴	فرسودگی تجهیزات	۰/۰۷
۲۳	W۲۸	تعطل در جذب نیروی انسانی متخصص و کارآمد	۰/۰۷
۲۴	W۳۰	افزایش نسبت نیرو در قسمت اداری	۰/۰۶
۲۵	W۰۲	کمبود بعضی تجهیزات (مربوط به تولید /پرس و ...)	۰/۰۸
۲۶	W۰۵	انباشتگی زائدات و ضایعات	۰/۰۷
۲۷	W۰۸	کندی اجرای برنامه‌های اتوماسیون‌سازی تولید	۰/۰۴
۲۸	W۰۱	کمبود نیروی انسانی و عدم توانایی در جایگزینی نیروی متخصص	۰/۰۶
۲۹	W۲۷	تعطل در تجهیز و به‌روز رسانی آزمایشگاه و عدم امکان استفاده درست از آزمایشگاه شرکت	۰/۰۷
۳۰	W۰۶	عدم وجود نظام آراستگی محیط کار	۰/۰۶
۳۱	W۰۷	عدم تجهیز کارخانه به برق اضطراری	۰/۰۶

۱/۹۹

۰/۰۶

۰/۰۱۱۴

۰/۰۸

۰/۰۵

0/09

0/15

0/15

0/09

HIGH RISK ≥0/15

0/09 ≤ AVERAGE RISK < 0/15

LOW RISK < 0/09

ردیف	کد	فهرست قوت‌ها ( S )	نمره کل
۱	S۰۳	فرهنگ کار تیمی	۰/۱۷
۲	S۱۷	حضور در وندور لیست اکثر سازمان‌های معتبر (توانیر، وزارت نفت، شرکت‌های توزیع برق و ...) و دارا بودن تاییده‌های توانیر (۴ محصول)	۰/۱۶
۳	S۰۸	محصولات بدون رقیب- انحصاری بودن برخی تولیدات	۰/۱۵
۴	S۲۰	پیشرفت قابل توجه در زمینه آبکاری قطعات	۰/۱۵
۵	S۱۸	کارخانه و فضای مناسب تولید	۰/۱۴
۶	S۰۶	ارائه محصولات جدید	۰/۱۴
۷	S۲۲	توجه مدیریت ارشد (مدیرعامل) به برنامه‌ریزی و رویکردهای سیستماتیک	۰/۱۴
۸	S۰۵	کارکنان چند مهارتی و متخصص	۰/۱۳
۹	S۱۴	اخلاق خوب و حمایت‌های مدیریت ارشد	۰/۱۳
۱۰	S۰۹	تعهد و مسئولیت‌پذیری پرسنل	۰/۱۲
۱۱	S۱۵	آزمایشگاه مجهز	۰/۱۲
۱۲	S۲۱	همکاری تامین کنندگان و پیمانکاران متعهد و متخصص	۰/۱۲
۱۳	S۱۳	تنوع محصولات - سبد کالای گسترده	۰/۱۱
۱۴	S۱۶	ارتباطات مناسب بین‌المللی و تداوم تامین محصولات حرارتی از اروپا	۰/۱۱
۱۵	S۱۰	موقعیت جغرافیایی مناسب شرکت	۰/۱۱
۱۶	S۱۹	داشتن وب سایت مناسب	۰/۱۱
۱۷	S۰۴	پاداش و مزایای رفاهی و انگیزشی	۰/۱۰
۱۸	S۰۲	محیط کار مناسب و فضای ارتباطی محترمانه	۰/۱۰
۱۹	S۲۳	نداشتن بدهی بانکی و مطالبات عمده از خریداران	۰/۰۹
۲۰	S۰۷	برند شناخته شده و قوی	۰/۰۹
۲۱	S۱۲	انجام به‌موقع تعهدات مالی توسط شرکت	۰/۰۹
۲۲	S۰۱	کیفیت مناسب محصولات تولیدی	۰/۰۹
۲۳	S۱۱	وجود شبکه گسترده فروش	۰/۰۷

۲/۲۸

۰/۱۲

۰/۰۲۶

۰/۱۵

۰/۰۹

استراتژی‌ها

ردیف	کد	فهرست قوت‌ها ( S )	نمره کل	ردیف	کد	فهرست ضعف‌ها ( W )	نمره کل
۱	S ۰۳	فرهنگ کار تیمی	۰.۱۷	۱	W ۰۳	کیفیت پایین مواد اولیه (بعضی مواد)	۰.۰۶
۲	S ۱۷	حضور در وندور لیست اکثر سازمان‌های معتبر (توانیر، وزارت نفت، شرکت‌های توزیع برق و ...) و دارا بودن تاییده‌های توانیر (۴ محصول)	۰.۱۶	۲	W ۱۹	عدم یکپارچگی بین فرآیندهای زنجیره تامین (برنامه ریزی، فروش، تولید و ...)	۰.۰۶
۳	S ۰۸	محصولات بدون رقیب- انحصاری بودن برخی تولیدات	۰.۱۵	۳	W ۲۵	بالا بودن هزینه سربار	۰.۰۸
۴	S ۲۰	پیشرفت قابل توجه در زمینه آبکاری قطعات	۰.۱۵	۴	W ۲۰	عدم اجرای بهینه فرآیندهای داخلی شرکت	۰.۰۶
۵	S ۱۸	کارخانه و فضای مناسب تولید	۰.۱۴	۵	W ۲۶	نداشتن تامین کنندگان معتبر چینی یا هندی با قیمت‌های قابل رقابت جهت عرضه به بازار	۰.۰۶
۶	S ۰۶	ارائه محصولات جدید	۰.۱۴	۶	W ۲۳	ضعف جایگاه سرپرستان برای امور مربوط به پرسنل	۰.۰۴
۷	S ۲۲	توجه مدیریت ارشد (مدیرعامل) به برنامه‌ریزی و رویکردهای سیستماتیک	۰.۱۴	۷	W ۲۱	نبود فرآیندهای کاری و دستورالعمل‌های تخصصی	۰.۰۳
۸	S ۰۵	کارکنان چند مهارتی و متخصص	۰.۱۳	۸	W ۰۹	زمان طولانی دریافت مواد اولیه	۰.۰۵
۹	S ۱۴	اخلاق خوب و حمایت‌های مدیریت ارشد	۰.۱۳	۹	W ۱۰	پایین بودن روحیه کارکنان	۰.۰۷
۱۰	S ۰۹	تعهد و مسئولیت‌پذیری پرسنل	۰.۱۲	۱۰	W ۲۲	عدم انتقال کارها و تحویل نتایج بین افراد ( ... و بصری)	۰.۰۷
۱۱	S ۱۵	آزمایشگاه مجهز	۰.۱۲	۱۱	W ۲۹	عدم حضور فیزیکی مدیرعامل شرکت در ایران	۰.۰۷
۱۲	S ۲۱	همکاری تامین کنندگان و پیمانکاران معهد و متخصص	۰.۱۲	۱۲	W ۱۳	نبود سیستم منظم انگیزشی و ارتقا مزایای شغلی / کنترل و بازخواست	۰.۰۶
۱۳	S ۱۳	تنوع محصولات - سبد کالای گسترده	۰.۱۱	۱۳	W ۱۸	قیمت فروش غیر رقابتی بعضی محصولات مانند کابلهو فشار ضعیف، اسپلایس، مفصل فشار ضعیف و ...	۰.۰۷
۱۴	S ۱۶	ارتباطات مناسب بین‌المللی و تداوم تامین محصولات حرارتی از اروپا	۰.۱۱	۱۴	W ۱۱	عدم تطابق بین وظایف و مسئولیت‌ها	۰.۰۶
۱۵	S ۱۰	موقعیت جغرافیایی مناسب شرکت	۰.۱۱	۱۵	W ۱۴	عدم وجود نظام مدیریت و ارزیابی عملکرد کارکنان	۰.۰۷
۱۶	S ۱۹	داشتن وب سایت مناسب	۰.۱۱	۱۶	W ۱۵	عدم دسترسی به منابع آموزشی مناسب-نبود سیستم و محتوا مناسب آموزشی و ارتقا سطح شایستگی پرسنل	۰.۰۶
۱۷	S ۰۴	پاداش و مزایای رفاهی و انگیزشی	۰.۱۰	۱۷	W ۱۷	وجود تامین کنندگان محدود	۰.۰۶
۱۸	S ۰۲	محیط کار مناسب و فضای ارتباطی محرمانه	۰.۱۰	۱۸	W ۱۲	نبود سیستم مدیریت دانش و ثبت تجربیات	۰.۰۶
۱۹	S ۲۳	نداشتن بدهی بانکی و مطالبات عمده از خریداران	۰.۰۹	۱۹	W ۱۶	عدم شفافیت و تعریف سیستماتیک تفویض اختیارات	۰.۰۸
۲۰	S ۰۷	برند شناخته شده و قوی	۰.۰۹	۲۰	W ۲۴	عدم باور نسبی و تعامل مطلوب بین کارخانه و واحد فروش بطور متقابل	۰.۰۸
۲۱	S ۱۲	انجام به‌موقع تعهدات مالی توسط شرکت	۰.۰۹	۲۱	W ۳۱	به وجود آمدن روابط کاری ناسالم و چند دستگی بین پرسنل (وجود گروه‌های غیر رسمی در شرکت)	۰.۰۷
۲۲	S ۰۱	کیفیت مناسب محصولات تولیدی	۰.۰۹	۲۲	W ۰۴	فرسودگی تجهیزات	۰.۰۷
۲۳	S ۱۱	وجود شبکه گسترده فروش	۰.۰۷	۲۳	W ۲۸	تعلل در جذب نیروی انسانی متخصص و کارآمد	۰.۰۷
				۲۴	W ۳۰	افزایش نسبت نیرو در قسمت اداری	۰.۰۶
				۲۵	W ۰۲	کمبود بعضی تجهیزات (مربوط به تولید /پرس و ...)	۰.۰۸
				۲۶	W ۰۵	انباشتنی زائدات و ضایعات	۰.۰۷
				۲۷	W ۰۸	کندی اجرای برنامه‌های اتوماسیون‌سازی تولید	۰.۰۴
				۲۸	W ۰۱	کمبود نیروی انسانی و عدم توانایی در جایگزینی نیروی متخصص	۰.۰۶
				۲۹	W ۲۷	تعلل در تجهیز و به‌روز رسانی آزمایشگاه و عدم امکان استفاده درست از آزمایشگاه شرکت	۰.۰۷
				۳۰	W ۰۶	عدم وجود نظام آراستگی محیط کار	۰.۰۶
				۳۱	W ۰۷	عدم تجهیز کارخانه به برق اضطراری	۰.۰۶

فهرست فرصت ها (O)			
ردیف	کد	فهرست فرصت ها (O)	نمره کل
۱	O ۰۷	امکان توسعه حضور در بازار داخلی به دلیل تحریم‌ها و نبود رقبای جدید و وجود رقبای تازه‌کار و ضعیف	۰.۲۹
۲	O ۰۳	امکان کاهش قیمت تمام‌شده با بهره‌بردن از اتوماسیون تولید	۰.۲۵
۳	O ۰۸	برنامه دولت برای احداث پالایشگاه‌ها و نیروگاه‌های جدید و نیروگاه‌های جدید انرژی تجدید پذیر	۰.۲۴
۴	O ۱۴	امکان توسعه کمی و کیفی فعالیت‌های شرکت از طریق جذب نیروهای مجرب و انتقال دانش به مجموعه	۰.۲۲
۵	O ۰۴	افزایش سهم بازار تولیدات خاص و جدید و محصولاتی که مشتریان از آنها آگاهی ندارند	۰.۲۰
۶	O ۱۲	امکان توسعه فعالیت‌های شرکت در زمینه تولید خارج از کارخانه (برون سپاری)	۰.۲۰
۷	O ۰۱	حذف موانع تجارت جهانی و کم شدن محدودیت‌های قانونی	۰.۱۸
۸	O ۰۲	استفاده از فناوری اطلاعات برای بازاریابی بین‌الملل	۰.۱۷
۹	O ۱۰	روند رو به رشد تقاضا طی سال‌های آتی	۰.۱۶
۱۰	O ۰۵	صادرات به کشورهای همسایه که منابع خرید خود را از دست داده‌اند (روسیه) و کشورهای همسایه (عراق)	۰.۱۶
۱۱	O ۰۶	امکان فروش تجهیزات با برند اروپایی که در بازار موجود نیست (عدم وجود رقیب)	۰.۱۴
۱۲	O ۱۱	امکان اخذ وام بانکی برای فعالیت‌های توسعه‌ای	۰.۱۴
۱۳	O ۱۳	امکان گسترش فعالیت‌های صرفاً بازرگانی	۰.۱۳
۱۴	O ۰۹	انحصاری بودن برخی محصولات خاص در بازار	۰.۱۰

فهرست تهدیدها ( T )			
ردیف	کد	فهرست تهدیدها ( T )	نمره کل
۱	T ۰۵	امکان افت کیفیت (استانداردها) بعضی محصولات در آینده به دلیل کیفیت پایین مواد اولیه	۰.۱۴
۲	T ۰۸	گرانی مواد اولیه - افزایش قیمت تمام شده محصولات	۰.۱۴
۳	T ۱۷	قدرت چانه‌زنی بالای مشتریان اصلی	۰.۱۳
۴	T ۱۳	کاهش توان اقتصادی و مالی دولت و شرکتهای بزرگ (مصرف‌کنندگان) دولتی برای انجام پروژه‌های جدید	۰.۱۲
۵	T ۲۰	عدم توسعه کمی و کیفی فعالیت‌های شرکت به علت عدم جذب سرمایه جدید	۰.۱۲
۶	T ۱۸	عرضه محصولات بی‌کیفیت ارزان به بازار توسط رقیب	۰.۱۲
۷	T ۱۵	نحوه فروش، قیمت‌ها، ارتباطات و رانت رقیب	۰.۱۱
۸	T ۰۷	از دست دادن بازار برخی محصولات	۰.۱۱
۹	T ۱۱	کمبود آب	۰.۱۱
۱۰	T ۰۹	کمبود انرژی برای تولید (قطعی برق و گاز)	۰.۱۰
۱۱	T ۰۶	ورود محصولات جدید توسط رقیب به بازار	۰.۱۰
۱۲	T ۱۶	قدرت چانه‌زنی بالای تامین کنندگان اصلی (مس باهنر، اسکان و ...)	۰.۱۰
۱۳	T ۱۲	ماهیت شرکت و مشکلات بیرونی ناشی از آن	۰.۱۰
۱۴	T ۰۳	ورود کالاهای تقلبی به نام شرکت توسط دیگران	۰.۰۹
۱۵	T ۱۴	وجود رقبای چینی و هندی و ارائه محصولات ارزانتر	۰.۰۹
۱۶	T ۱۰	عدم امکان دسترسی به نیروی کار مناسب و متخصص	۰.۰۹
۱۷	T ۱۹	عقب افتادن در بازار هریک از گروه‌های محصولات از رقبایی که به صورت انحصاری تولید می‌کنند	۰.۰۸
۱۸	T ۰۴	افزایش محدودیت‌های تجاری	۰.۰۸
۱۹	T ۰۱	تغییر در سلیقه و استانداردهای مشتریان	۰.۰۸
۲۰	T ۰۲	ظهور رقبای جدید	۰.۰۶

فهرست فرصت ها (O)			
ردیف	کد	فهرست فرصت ها (O)	نمره کل
۱	O ۰۷	امکان توسعه حضور در بازار داخلی به دلیل تحریم‌ها و نبود رقبای جدید و وجود رقبای تازه‌کار و ضعیف	۰.۲۹
۲	O ۰۳	امکان کاهش قیمت تمام‌شده با بهره‌بردن از اتوماسیون تولید	۰.۲۵
۳	O ۰۸	برنامه دولت برای احداث پالایشگاه‌ها و نیروگاه‌های جدید و نیروگاه‌های جدید انرژی تجدید پذیر	۰.۲۴
۴	O ۱۴	امکان توسعه کمی و کیفی فعالیت‌های شرکت از طریق جذب نیروهای مجرب و انتقال دانش به مجموعه	۰.۲۲
۵	O ۰۴	افزایش سهم بازار تولیدات خاص و جدید و محصولاتی که مشتریان از آنها آگاهی ندارند	۰.۲۰
۶	O ۱۲	امکان توسعه فعالیت‌های شرکت در زمینه تولید خارج از کارخانه (برون سپاری)	۰.۲۰
۷	O ۰۱	حذف موانع تجارت جهانی و کم شدن محدودیت‌های قانونی	۰.۱۸
۸	O ۰۲	استفاده از فناوری اطلاعات برای بازاریابی بین‌الملل	۰.۱۷
۹	O ۱۰	روند رو به رشد تقاضا طی سال‌های آتی	۰.۱۶
۱۰	O ۰۵	صادرات به کشورهای همسایه که منابع خرید خود را از دست داده‌اند (روسیه) و کشورهای همسایه (عراق)	۰.۱۶
۱۱	O ۰۶	امکان فروش تجهیزات با برند اروپایی که در بازار موجود نیست (عدم وجود رقیب)	۰.۱۴
۱۲	O ۱۱	امکان اخذ وام بانکی برای فعالیت‌های توسعه‌ای	۰.۱۴
۱۳	O ۱۳	امکان گسترش فعالیت‌های صرفاً بازرگانی	۰.۱۳
۱۴	O ۰۹	انحصاری بودن برخی محصولات خاص در بازار	۰.۱۰

فهرست تهدیدها ( T )			
ردیف	کد	فهرست تهدیدها ( T )	نمره کل
۱	T ۰۵	امکان افت کیفیت (استانداردها) بعضی محصولات در آینده به دلیل کیفیت پایین مواد اولیه	۰.۱۴
۲	T ۰۸	گرانی مواد اولیه - افزایش قیمت تمام شده محصولات	۰.۱۴
۳	T ۱۷	قدرت چانه‌زنی بالای مشتریان اصلی	۰.۱۳
۴	T ۱۳	کاهش توان اقتصادی و مالی دولت و شرکتهای بزرگ (مصرف‌کنندگان) دولتی برای انجام پروژه‌های جدید	۰.۱۲
۵	T ۲۰	عدم توسعه کمی و کیفی فعالیت‌های شرکت به علت عدم جذب سرمایه جدید	۰.۱۲
۶	T ۱۸	عرضه محصولات بی‌کیفیت ارزان به بازار توسط رقیب	۰.۱۲
۷	T ۱۵	نحوه فروش، قیمت‌ها، ارتباطات و رانت رقیب	۰.۱۱
۸	T ۰۷	از دست دادن بازار برخی محصولات	۰.۱۱
۹	T ۱۱	کمبود آب	۰.۱۱
۱۰	T ۰۹	کمبود انرژی برای تولید (قطعی برق و گاز)	۰.۱۰
۱۱	T ۰۶	ورود محصولات جدید توسط رقیب به بازار	۰.۱۰
۱۲	T ۱۶	قدرت چانه‌زنی بالای تامین کنندگان اصلی (مس باهنر، اسکان و ...)	۰.۱۰
۱۳	T ۱۲	ماهیت شرکت و مشکلات بیرونی ناشی از آن	۰.۱۰
۱۴	T ۰۳	ورود کالاهای تقلبی به نام شرکت توسط دیگران	۰.۰۹
۱۵	T ۱۴	وجود رقبای چینی و هندی و ارائه محصولات ارزانتر	۰.۰۹
۱۶	T ۱۰	عدم امکان دسترسی به نیروی کار مناسب و متخصص	۰.۰۹
۱۷	T ۱۹	عقب افتادن در بازار هریک از گروه‌های محصولات از رقبایی که به صورت انحصاری تولید می‌کنند	۰.۰۸
۱۸	T ۰۴	افزایش محدودیت‌های تجاری	۰.۰۸
۱۹	T ۰۱	تغییر در سلیقه و استانداردهای مشتریان	۰.۰۸
۲۰	T ۰۲	ظهور رقبای جدید	۰.۰۶

فهرست فرصت ها (O)			
ردیف	کد	فهرست فرصت ها (O)	نمره کل
۱	O ۰۷	امکان توسعه حضور در بازار داخلی به دلیل تحریم‌ها و نبود رقبای جدید و وجود رقبای تازه‌کار و ضعیف	۰.۲۹
۲	O ۰۳	امکان کاهش قیمت تمام‌شده با بهره‌بردن از اتوماسیون تولید	۰.۲۵
۳	O ۰۸	برنامه دولت برای احداث پالایشگاه‌ها و نیروگاه‌های جدید و نیروگاه‌های جدید انرژی تجدید پذیر	۰.۲۴
۴	O ۱۴	امکان توسعه کمی و کیفی فعالیت‌های شرکت از طریق جذب نیروهای مجرب و انتقال دانش به مجموعه	۰.۲۲
۵	O ۰۴	افزایش سهم بازار تولیدات خاص و جدید و محصولاتی که مشتریان از آنها آگاهی ندارند	۰.۲۰
۶	O ۱۲	امکان توسعه فعالیت‌های شرکت در زمینه تولید خارج از کارخانه (برون سپاری)	۰.۲۰
۷	O ۰۱	حذف موانع تجارت جهانی و کم شدن محدودیت‌های قانونی	۰.۱۸
۸	O ۰۲	استفاده از فناوری اطلاعات برای بازاریابی بین‌الملل	۰.۱۷
۹	O ۱۰	روند رو به رشد تقاضا طی سال‌های آتی	۰.۱۶
۱۰	O ۰۵	صادرات به کشورهای همسایه که منابع خرید خود را از دست داده‌اند (روسیه) و کشورهای همسایه (عراق)	۰.۱۶
۱۱	O ۰۶	امکان فروش تجهیزات با برند اروپایی که در بازار موجود نیست (عدم وجود رقیب)	۰.۱۴
۱۲	O ۱۱	امکان اخذ وام بانکی برای فعالیت‌های توسعه‌ای	۰.۱۴
۱۳	O ۱۳	امکان گسترش فعالیت‌های صرفاً بازرگانی	۰.۱۳
۱۴	O ۰۹	انحصاری بودن برخی محصولات خاص در بازار	۰.۱۰

فهرست تهدیدها ( T )			
ردیف	کد	فهرست تهدیدها ( T )	نمره کل
۱	T ۰۵	امکان افت کیفیت (استانداردها) بعضی محصولات در آینده به دلیل کیفیت پایین مواد اولیه	۰.۱۴
۲	T ۰۸	گرانی مواد اولیه - افزایش قیمت تمام شده محصولات	۰.۱۴
۳	T ۱۷	قدرت چانه‌زنی بالای مشتریان اصلی	۰.۱۳
۴	T ۱۳	کاهش توان اقتصادی و مالی دولت و شرکتهای بزرگ (مصرف‌کنندگان) دولتی برای انجام پروژه‌های جدید	۰.۱۲
۵	T ۲۰	عدم توسعه کمی و کیفی فعالیت‌های شرکت به علت عدم جذب سرمایه جدید	۰.۱۲
۶	T ۱۸	عرضه محصولات بی‌کیفیت ارزان به بازار توسط رقیب	۰.۱۲
۷	T ۱۵	نحوه فروش، قیمت‌ها، ارتباطات و رانت رقیب	۰.۱۱
۸	T ۰۷	از دست دادن بازار برخی محصولات	۰.۱۱
۹	T ۱۱	کمبود آب	۰.۱۱
۱۰	T ۰۹	کمبود انرژی برای تولید (قطعی برق و گاز)	۰.۱۰
۱۱	T ۰۶	ورود محصولات جدید توسط رقیب به بازار	۰.۱۰
۱۲	T ۱۶	قدرت چانه‌زنی بالای تامین کنندگان اصلی (مس باهنر، اسکان و ...)	۰.۱۰
۱۳	T ۱۲	ماهیت شرکت و مشکلات بیرونی ناشی از آن	۰.۱۰
۱۴	T ۰۳	ورود کالاهای تقلبی به نام شرکت توسط دیگران	۰.۰۹
۱۵	T ۱۴	وجود رقبای چینی و هندی و ارائه محصولات ارزانتر	۰.۰۹
۱۶	T ۱۰	عدم امکان دسترسی به نیروی کار مناسب و متخصص	۰.۰۹
۱۷	T ۱۹	عقب افتادن در بازار هریک از گروه‌های محصولات از رقبایی که به صورت انحصاری تولید می‌کنند	۰.۰۸
۱۸	T ۰۴	افزایش محدودیت‌های تجاری	۰.۰۸
۱۹	T ۰۱	تغییر در سلیقه و استانداردهای مشتریان	۰.۰۸
۲۰	T ۰۲	ظهور رقبای جدید	۰.۰۶

فهرست فرصت ها (O)			
ردیف	کد	فهرست فرصت ها (O)	نمره کل
۱	O ۰۷	امکان توسعه حضور در بازار داخلی به دلیل تحریم‌ها و نبود رقبای جدید و وجود رقبای تازه‌کار و ضعیف	۰.۲۹
۲	O ۰۳	امکان کاهش قیمت تمام‌شده با بهره‌بردن از اتوماسیون تولید	۰.۲۵
۳	O ۰۸	برنامه دولت برای احداث پالایشگاه‌ها و نیروگاه‌های جدید و نیروگاه‌های جدید انرژی تجدید پذیر	۰.۲۴
۴	O ۱۴	امکان توسعه کمی و کیفی فعالیت‌های شرکت از طریق جذب نیروهای مجرب و انتقال دانش به مجموعه	۰.۲۲
۵	O ۰۴	افزایش سهم بازار تولیدات خاص و جدید و محصولاتی که مشتریان از آنها آگاهی ندارند	۰.۲۰
۶	O ۱۲	امکان توسعه فعالیت‌های شرکت در زمینه تولید خارج از کارخانه (برون سپاری)	۰.۲۰
۷	O ۰۱	حذف موانع تجارت جهانی و کم شدن محدودیت‌های قانونی	۰.۱۸
۸	O ۰۲	استفاده از فناوری اطلاعات برای بازاریابی بین‌الملل	۰.۱۷
۹	O ۱۰	روند رو به رشد تقاضا طی سال‌های آتی	۰.۱۶
۱۰	O ۰۵	صادرات به کشورهای همسایه که منابع خرید خود را از دست داده‌اند (روسیه) و کشورهای همسایه (عراق)	۰.۱۶
۱۱	O ۰۶	امکان فروش تجهیزات با برند اروپایی که در بازار موجود نیست (عدم وجود رقیب)	۰.۱۴
۱۲	O ۱۱	امکان اخذ وام بانکی برای فعالیت‌های توسعه‌ای	۰.۱۴
۱۳	O ۱۳	امکان گسترش فعالیت‌های صرفاً بازرگانی	۰.۱۳
۱۴	O ۰۹	انحصاری بودن برخی محصولات خاص در بازار	۰.۱۰

فهرست تهدیدها ( T )			
ردیف	کد	فهرست تهدیدها ( T )	نمره کل
۱	T ۰۵	امکان افت کیفیت (استانداردها) بعضی محصولات در آینده به دلیل کیفیت پایین مواد اولیه	۰.۱۴
۲	T ۰۸	گرانی مواد اولیه - افزایش قیمت تمام شده محصولات	۰.۱۴
۳	T ۱۷	قدرت چانه‌زنی بالای مشتریان اصلی	۰.۱۳
۴	T ۱۳	کاهش توان اقتصادی و مالی دولت و شرکتهای بزرگ (مصرف‌کنندگان) دولتی برای انجام پروژه‌های جدید	۰.۱۲
۵	T ۲۰	عدم توسعه کمی و کیفی فعالیت‌های شرکت به علت عدم جذب سرمایه جدید	۰.۱۲
۶	T ۱۸	عرضه محصولات بی‌کیفیت ارزان به بازار توسط رقیب	۰.۱۲
۷	T ۱۵	نحوه فروش، قیمت‌ها، ارتباطات و رانت رقیب	۰.۱۱
۸	T ۰۷	از دست دادن بازار برخی محصولات	۰.۱۱
۹	T ۱۱	کمبود آب	۰.۱۱
۱۰	T ۰۹	کمبود انرژی برای تولید (قطعی برق و گاز)	۰.۱۰
۱۱	T ۰۶	ورود محصولات جدید توسط رقیب به بازار	۰.۱۰
۱۲	T ۱۶	قدرت چانه‌زنی بالای تامین کنندگان اصلی (مس باهنر، اسکان و ...)	۰.۱۰
۱۳	T ۱۲	ماهیت شرکت و مشکلات بیرونی ناشی از آن	۰.۱۰
۱۴	T ۰۳	ورود کالاهای تقلبی به نام شرکت توسط دیگران	۰.۰۹
۱۵	T ۱۴	وجود رقبای چینی و هندی و ارائه محصولات ارزانتر	۰.۰۹
۱۶	T ۱۰	عدم امکان دسترسی به نیروی کار مناسب و متخصص	۰.۰۹
۱۷	T ۱۹	عقب افتادن در بازار هریک از گروه‌های محصولات از رقبایی که به صورت انحصاری تولید می‌کنند	۰.۰۸
۱۸	T ۰۴	افزایش محدودیت‌های تجاری	۰.۰۸
۱۹	T ۰۱	تغییر در سلیقه و استانداردهای مشتریان	۰.۰۸
۲۰	T ۰۲	ظهور رقبای جدید	۰.۰۶

فهرست فرصت ها (O)			
ردیف	کد	فهرست فرصت ها (O)	نمره کل
۱	O ۰۷	امکان توسعه حضور در بازار داخلی به دلیل تحریم‌ها و نبود رقبای جدید و وجود رقبای تازه‌کار و ضعیف	۰.۲۹
۲	O ۰۳	امکان کاهش قیمت تمام‌شده با بهره‌بردن از اتوماسیون تولید	۰.۲۵
۳	O ۰۸	برنامه دولت برای احداث پالایشگاه‌ها و نیروگاه‌های جدید و نیروگاه‌های جدید انرژی تجدید پذیر	۰.۲۴
۴	O ۱۴	امکان توسعه کمی و کیفی فعالیت‌های شرکت از طریق جذب نیروهای مجرب و انتقال دانش به مجموعه	۰.۲۲
۵	O ۰۴	افزایش سهم بازار تولیدات خاص و جدید و محصولاتی که مشتریان از آنها آگاهی ندارند	۰.۲۰
۶	O ۱۲	امکان توسعه فعالیت‌های شرکت در زمینه تولید خارج از کارخانه (برون سپاری)	۰.۲۰
۷	O ۰۱	حذف موانع تجارت جهانی و کم شدن محدودیت‌های قانونی	۰.۱۸
۸	O ۰۲	استفاده از فناوری اطلاعات برای بازاریابی بین‌الملل	۰.۱۷
۹	O ۱۰	روند رو به رشد تقاضا طی سال‌های آتی	۰.۱۶
۱۰	O ۰۵	صادرات به کشورهای همسایه که منابع خرید خود را از دست داده‌اند (روسیه) و کشورهای همسایه (عراق)	۰.۱۶
۱۱	O ۰۶	امکان فروش تجهیزات با برند اروپایی که در بازار موجود نیست (عدم وجود رقیب)	۰.۱۴
۱۲	O ۱۱	امکان اخذ وام بانکی برای فعالیت‌های توسعه‌ای	۰.۱۴
۱۳	O ۱۳	امکان گسترش فعالیت‌های صرفاً بازرگانی	۰.۱۳
۱۴	O ۰۹	انحصاری بودن برخی محصولات خاص در بازار	۰.۱۰

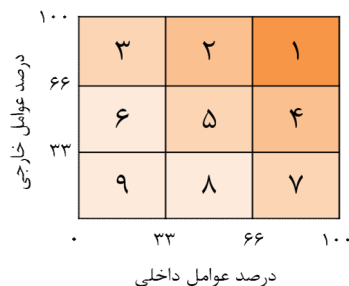
فهرست تهدیدها ( T )			
ردیف	کد	فهرست تهدیدها ( T )	نمره کل
۱	T ۰۵	امکان افت کیفیت (استانداردها) بعضی محصولات در آینده به دلیل کیفیت پایین مواد اولیه	۰.۱۴
۲	T ۰۸	گرانی مواد اولیه - افزایش قیمت تمام شده محصولات	۰.۱۴
۳	T ۱۷	قدرت چانه‌زنی بالای مشتریان اصلی	۰.۱۳
۴	T ۱۳	کاهش توان اقتصادی و مالی دولت و شرکتهای بزرگ (مصرف‌کنندگان) دولتی برای انجام پروژه‌های جدید	۰.۱۲
۵	T ۲۰	عدم توسعه کمی و کیفی فعالیت‌های شرکت به علت عدم جذب سرمایه جدید	۰.۱۲
۶	T ۱۸	عرضه محصولات بی‌کیفیت ارزان به بازار توسط رقیب	۰.۱۲
۷	T ۱۵	نحوه فروش، قیمت‌ها، ارتباطات و رانت رقیب	۰.۱۱
۸	T ۰۷	از دست دادن بازار برخی محصولات	۰.۱۱
۹	T ۱۱	کمبود آب	۰.۱۱
۱۰	T ۰۹	کمبود انرژی برای تولید (قطعی برق و گاز)	۰.۱۰
۱۱	T ۰۶	ورود محصولات جدید توسط رقیب به بازار	۰.۱۰
۱۲	T ۱۶	قدرت چانه‌زنی بالای تامین کنندگان اصلی (مس باهنر، اسکان و ...)	۰.۱۰
۱۳	T ۱۲	ماهیت شرکت و مشکلات بیرونی ناشی از آن	۰.۱۰
۱۴	T ۰۳	ورود کالاهای تقلبی به نام شرکت توسط دیگران	۰.۰۹
۱۵	T ۱۴	وجود رقبای چینی و هندی و ارائه محصولات ارزانتر	۰.۰۹
۱۶	T ۱۰	عدم امکان دسترسی به نیروی کار مناسب و متخصص	۰.۰۹
۱۷	T ۱۹	عقب افتادن در بازار هریک از گروه‌های محصولات از رقبایی که به صورت انحصاری تولید می‌کنند	۰.۰۸
۱۸	T ۰۴	افزایش محدودیت‌های تجاری	۰.۰۸
۱۹	T ۰۱	تغییر در سلیقه و استانداردهای مشتریان	۰.۰۸
۲۰	T ۰۲	ظهور رقبای جدید	۰.۰۶

فهرست فرصت ها (O)			
ردیف	کد	فهرست فرصت ها (O)	نمره کل
۱	O ۰۷	امکان توسعه حضور در بازار داخلی به دلیل تحریم‌ها و نبود رقبای جدید و وجود رقبای تازه‌کار و ضعیف	۰.۲۹
۲	O ۰۳	امکان کاهش قیمت تمام‌شده با بهره‌بردن از اتوماسیون تولید	۰.۲۵
۳	O ۰۸	برنامه دولت برای احداث پالایشگاه‌ها و نیروگاه‌های جدید و نیروگاه‌های جدید انرژی تجدید پذیر	۰.۲۴
۴	O ۱۴	امکان توسعه کمی و کیفی فعالیت‌های شرکت از طریق جذب نیروهای مجرب و انتقال دانش به مجموعه	۰.۲۲
۵	O ۰۴	افزایش سهم بازار تولیدات خاص و جدید و محصولاتی که مشتریان از آنها آگاهی ندارند	۰.۲۰
۶	O ۱۲	امکان توسعه فعالیت‌های شرکت در زمینه تولید خارج از کارخانه (برون سپاری)	۰.۲۰
۷	O ۰۱	حذف موانع تجارت جهانی و کم شدن محدودیت‌های قانونی	۰.۱۸
۸	O ۰۲	استفاده از فناوری اطلاعات برای بازاریابی بین‌الملل	۰.۱۷
۹	O ۱۰	روند رو به رشد تقاضا طی سال‌های آتی	۰.۱۶
۱۰	O ۰۵	صادرات به کشورهای همسایه که منابع خرید خود را از دست داده‌اند (روسیه) و کشورهای همسایه (عراق)	۰.۱۶
۱۱	O ۰۶	امکان فروش تجهیزات با برند اروپایی که در بازار موجود نیست (عدم وجود رقیب)	۰.۱۴
۱۲	O ۱۱	امکان اخذ وام بانکی برای فعالیت‌های توسعه‌ای	۰.۱۴
۱۳	O ۱۳	امکان گسترش فعالیت‌های صرفاً بازرگانی	۰.۱۳
۱۴	O ۰۹	انحصاری بودن برخی محصولات خاص در بازار	۰.۱۰

فهرست تهدیدها ( T )			
ردیف	کد	فهرست تهدیدها ( T )	نمره کل
۱	T ۰۵	امکان افت کیفیت (استانداردها) بعضی محصولات در آینده به دلیل کیفیت پایین مواد اولیه	۰.۱۴
۲	T ۰۸	گرانی مواد اولیه - افزایش قیمت تمام شده محصولات	۰.۱۴
۳	T ۱۷	قدرت چانه‌زنی بالای مشتریان اصلی	۰.۱۳
۴	T ۱۳	کاهش توان اقتصادی و مالی دولت و شرکتهای بزرگ (مصرف‌کنندگان) دولتی برای انجام پروژه‌های جدید	۰.۱۲
۵	T ۲۰	عدم توسعه کمی و کیفی فعالیت‌های شرکت به علت عدم جذب سرمایه جدید	۰.۱۲
۶	T ۱۸	عرضه محصولات بی‌کیفیت ارزان به بازار توسط رقیب	۰.۱۲
۷	T ۱۵	نحوه فروش، قیمت‌ها، ارتباطات و رانت رقیب	۰.۱۱
۸	T ۰۷	از دست دادن بازار برخی محصولات	۰.۱۱
۹	T ۱۱	کمبود آب	۰.۱۱
۱۰	T ۰۹	کمبود انرژی برای تولید (قطعی برق و گاز)	۰.۱۰
۱۱	T ۰۶	ورود محصولات جدید توسط رقیب به بازار	۰.۱۰
۱۲	T ۱۶	قدرت چانه‌زنی بالای تامین کنندگان اصلی (مس باهنر، اسکان و ...)	۰.۱۰
۱۳	T ۱۲	ماهیت شرکت و مشکلات بیرونی ناشی از آن	۰.۱۰
۱۴	T ۰۳	ورود کالاهای تقلبی به نام شرکت توسط دیگران	۰.۰۹
۱۵	T ۱۴	وجود رقبای چینی و هندی و ارائه محصولات ارزانتر	۰.۰۹
۱۶	T ۱۰	عدم امکان دسترسی به نیروی کار مناسب و متخصص	۰.۰۹
۱۷	T ۱۹	عقب افتادن در بازار هریک از گروه‌های محصولات از رقبایی که به صورت انحصاری تولید می‌کنند	۰.۰۸
۱۸	T ۰۴	افزایش محدودیت‌های تجاری	۰.۰۸
۱۹	T ۰۱	تغییر در سلیقه و استانداردهای مشتریان	۰.۰۸
۲۰	T ۰۲	ظهور رقبای جدید	۰.۰۶

فهرست فرصت ها (O)			
ردیف	کد	فهرست فرصت ها (O)	نمره کل
۱	O ۰۷	امکان توسعه حضور در بازار داخلی به دلیل تحریم‌ها و نبود رقبای جدید و وجود رقبای تازه‌کار و ضعیف	۰.۲۹
۲	O ۰۳	امکان کاهش قیمت تمام‌شده با بهره‌بردن از اتوماسیون تولید	۰.۲۵
۳	O ۰		

## تعیین محدوده استراتژیک شرکت



محیط درونی	نقاط قوت	S	2/28
	نقاط ضعف	W	1/99
محیط بیرونی	فرصت‌ها	O	2/56
	تهدیدها	T	2/08

$$\% IF = \frac{S + W}{4 + 4} \times 100$$

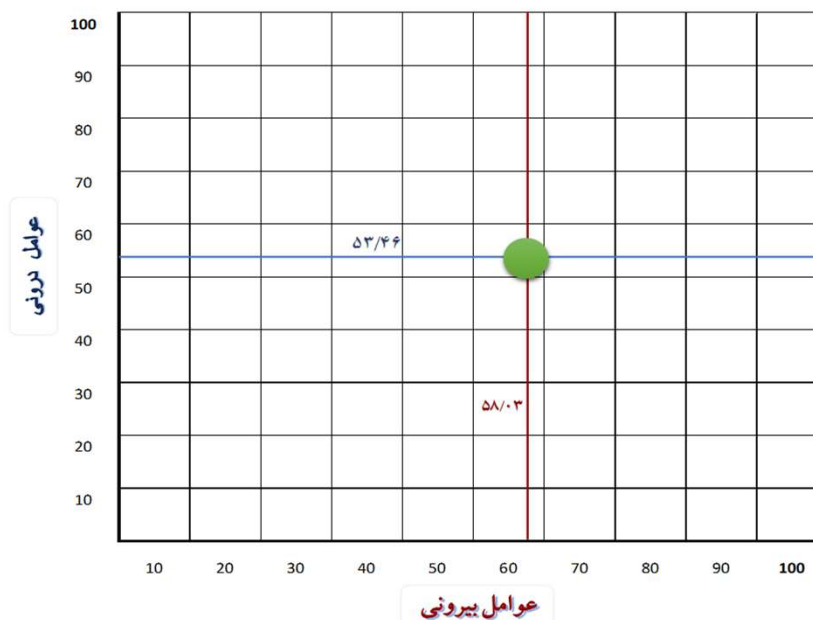
$$\% EF = \frac{O + T}{4 + 4} \times 100$$

## ناحیه استراتژیک ۵

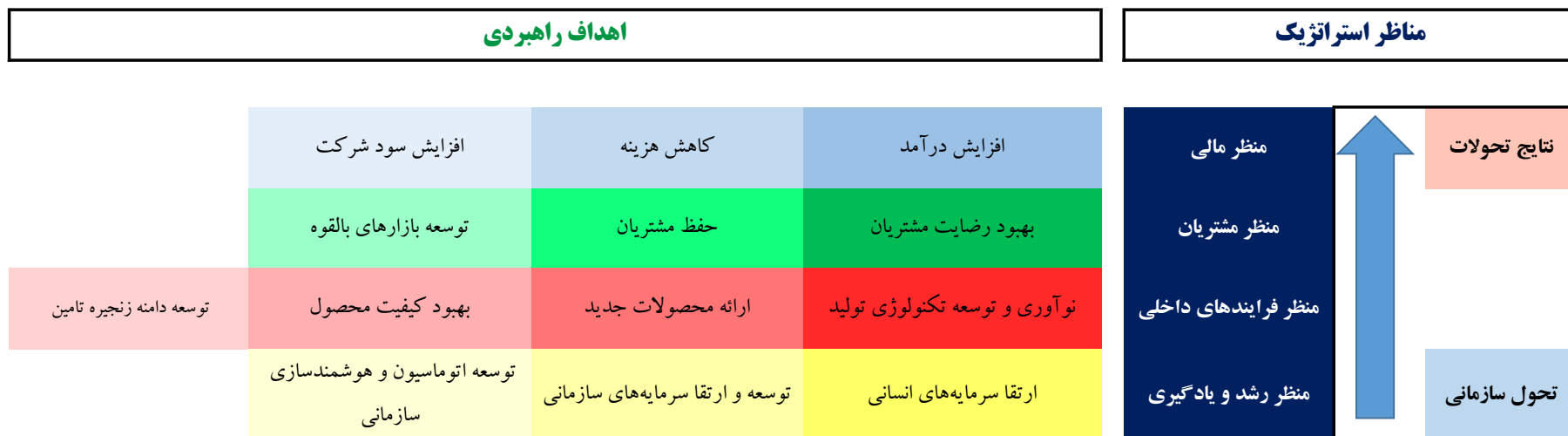
### انتخاب استراتژی

با توجه به انطباق وضعیت سازمان با هریک از خانه‌های ماتریس فوق، استراتژی‌های کلان زیر تجویز می‌شود:

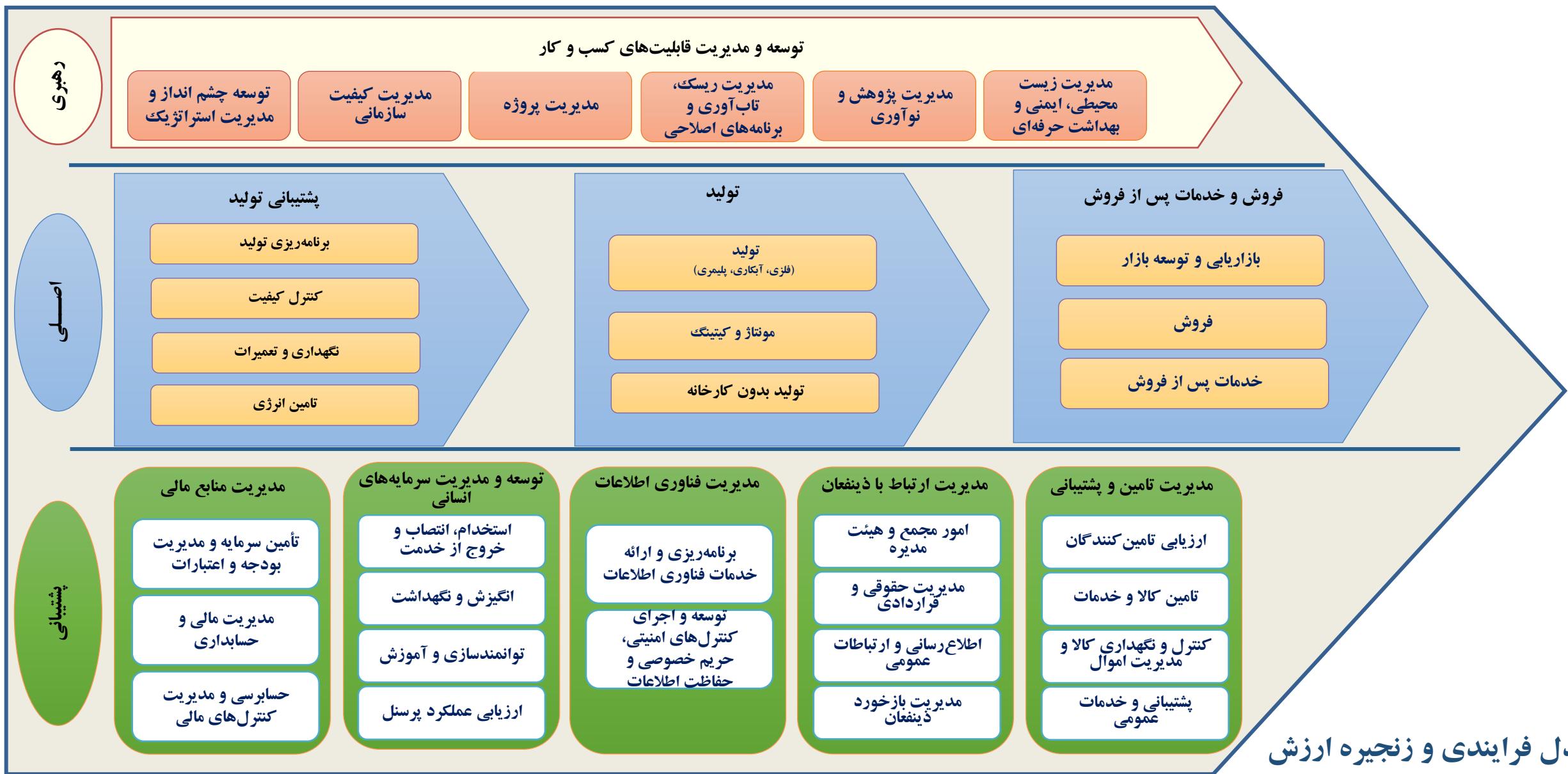
استراتژی	ساخت و رشد	موقعیت (۱): استراتژی توسعه طبیعی - شامل توسعه محصولات، خدمات و بازار هدف در فرصت‌ها
		موقعیت (۲ و ۴): استراتژی توسعه انتخابی - شامل انتخاب جذاب‌ترین فرصت توسعه از میان فرصت‌های توسعه بالقوه
	حفظ و نگهداری	موقعیت (۳ و ۵ و ۷): استراتژی حفظ و مراقبت رقبا - تلاش برای حفظ وضعیت موجود (سهم بازار)
	برداشت و رهاسازی	موقعیت (۶ و ۹): استراتژی کاهش - خروجی تدریجی از صنعت و یا تغییر حوزه فعالیت



## اهداف راهبردی شرکت - بعد کلان







مدل فرایندی و زنجیره ارزش

شرکت شاهین مفصل