

## Відділ кадрів

Бюджет - 50 000 \$

## Рекламний відділ

Бюджет - 100 000 \$

**Загальний бюджет - 500 000 \$**

Бюджет - 275 000 \$

Бюджет - 75 000 \$

## Виробничий відділ

## Відділ маркетингу

# Відділ кадрів

На нашу думку кількість клієнтів досить сильно залежить від кадрового відділу. Оскільки він займається безпосередньо забезпеченням підприємства кадрами,

веде облік кадрів, вирішує питання навчання і підвищення кваліфікації, стежить

за своєчасною ротацією, забезпечує соціальні потреби працівників. З погіршенням стану підприємства – можна сказати, що умови для співробітників погані. Це підтверджує факт відсутності перекваліфікації, атестації, своєчасної ротації та впровадження передових технологій

Виходом з цієї ситуації слід вважати наступне:

- 1) Перекваліфікація в першу чергу відділу кадрів, потім - решти штату
- 2) Впровадження чіткого плану розвитку співробітників
- 3) Впровадити мотиваційні заходи
- 4) Провести аудит персоналу усього підприємства



# Рекламний відділ

Важливим етапом впровадження продукції на ринок є реклама. Від того яка буде реклама продукту – будуть залежити його продажі. Оскільки попит на продукцію саме цього підприємства знизився є сенс замислитись про реформу в відділі реклами. На нашу думку, ефективним способом є залучення колективу у життя їх продукта: колективні збори, на яких усі співробітники будуть вирішувати ключові моменти реклами. Також слід провести тотальні зміни в складі самої команди. Це підвищити кваліфікацію співробітників , які мають інтерес продовжувати рухатись в компанії з новими силами. Можливо є сенс вкластись грошима в передових дизайнерів, або в потенційних співробітників і відправити їх на курси сучасної реклами.

# Виробничий відділ

Мабуть це буде відділ, який чекає найпотужніша реформація, оскільки обладнання не змінювалось з 1997 року, то перш за все, задля економії робочої сили – слід перейти на сучасне оладнення, яке в першу чергу в деяких місцях замінить людську силу, а по друге набагато полегшить процес самого виробництва.

# Відділ маркетингу

Поділити відділ на нові посади, і призначити людину, яка буде відповідати за тренди та тенденції на сучасному ринку. Відштовхуватись від потреб споживачів. Публікуватись у найпопулярніших виданнях. Дивитись на свої конкурентів і аналізувати, що ми можемо зробити краще. Можливо є сенс почати масштабне дослідження маркетинговим відділом просторів Інтернету та почати потрохи впроваджувати свій бізнес там