

FASPROFILANALYS

Denna analys är främst avsedd att vara ett underlag för diskussioner inom en organisation om olika aspekter på dess verksamhet.

Inom varje aspekt väljer deltagarna det påstående som man tycker bäst stämmer med nuläget (rådande verklighet) utifrån den kunskap man har för stunden.

ALLTSÅ skall man svara som man anser att den **nuvarande situationen är** och UNDVIKA att svara som man tycker att det borde vara.

Det valda alternativet för respektive område förs in på sidan 5.

A. EXTERNT BETEENDE

(Välj det av följande påståenden som passar bäst på nu - situationen)

Ringa in valt alternativ

När vi skall få kunden att köpa våra produkter/tjänster är det viktigast att:

1. Beskriva produktens/-ernas specifikation och egenskaper.
2. Beskriva våran produktionsprocess och nedlagd arbets kvalitet.
3. Beskriva vårt distributionsnät och vår serviceorganisation.
4. a Tala om pris och leveranstider.
b Förstå kundens problem.

B. AFFÄRSIDÉ

(Välj det av följande påståenden som passar bäst på nu - situationen)

Ringa in valt alternativ

Vår nuvarande affärsidé lägger tyngdpunkten på:

1. Helheten, d.v.s. en balans mellan marknadens behov, våra produkter och våra resurser.
2. Våra Produkter
3. Våra Resurser
4. Vår Marknad

C. STRATEGISK DRIVKRAFT

(Välj det av följande påståenden som passar bäst på nu - situationen)

Ringa in valt alternativ

1. Vi har storlek/tillväxt som främsta drivkraft och sätter därför storleks/tillväxtmål som markant skiljer sig från nuvarande.
2. Vi har avkastning/vinst som främsta drivkraft och bestämmer omfattningen av produkter och marknader på basis av kraven på avkastning/vinst.
OBS. För att detta skall vara den dominanta drivkraften, måste den leda till förändring i produkt eller marknadsinriktning.
3. Vi har utbudna produkter som främsta drivkraft och strävar efter att producera och leverera produkter som liknar våra nuvarande.
4. Vi har vår teknologi som främsta drivkraft och vi söker applikationer för den.
5. Vi har vår produktionskapacitet som främsta drivkraft och strävar efter att arbeta med produkter som kan utvecklas och tillverkas genom utnyttjande av befintlig produktionskunskap, processer, system och utrustning.
6. Vi har vår försäljningsmetod som främsta drivkraft och söker andra försäljningsansatser som är liknande eller förenliga med vår nuvarande.
7. Vi har vår distributionsmetod som främsta drivkraft och väljer produkter, kunder och dessas geografiska spridning på basis av att dessa produkter eller tjänster och kunder kan hanteras av våra etablerade distributionskanaler.
8. Vi har vår tillgång till naturtillgångar som främsta drivkraft och utvecklar produkter och marknader genom användande eller bevarande av dessa.
9. Vi har marknadsbehov som främsta drivkraft och strävar efter att utveckla eller förvärva nya produkter som möter nuvarande marknadssegments behov.

Ringa in 1 om Ni valt 1 eller 2 ovan

Ringa in 2 om Ni valt 3 ovan

Ringa in 3 om Ni valt 4, 5, 6, 7 eller 8 ovan

Ringa in 4 om Ni valt 9 ovan

Det är den ovan inringade siffran (1 - 4) som skall överföras till sidan 5.

D. ORGANISATIONSFILOSOFI

(Välj det av följande påståenden som passar bäst på organisationens nu - situationen)

Ringa in valt alternativ

Det mest kritiska problemet i vår nuvarande organisation är:

1. - Formella organisationen fungerar ej.
 - Verksamheten baseras huvudsakligen på "anarkistiskt samarbete", d v s
 Individer/avdelningar deltar endast på egna villkor.
2. - Beslut förvanskas
 - Information förvanskas
 - Individerna förefaller ofta hjälplösa
3. - Brist på koordinering
 - Bristande affärsmässighet
 - Revirkamper
4. - Växande administration
 - Vi "prisar ut oss" p g a internprissättning.
 - Bristande motivation, ansvarskänsla och kreativitet.

E. LEDNINGSTIL

(Välj det av följande påståenden som passar bäst på nu - situationen)

Ringa in valt alternativ

Den ledningsstil som framför allt används är en ledningsstil som:

1. Har både hög uppgifts- och relationsorientering.
 dvs. en ledare som nytänker, deltar, motiverar, samordnar och samspekar
2. Har hög uppgiftsorientering och låg relationsorientering
 dvs. en ledare som organiserar, initierar, ger order, utvärderar och slutför
3. Har såväl låg uppgifts- som relationsorientering
 dvs. en ledare som vidmakthåller, undersöker, kontrollerar, mäter och
 administrerar
4. Har hög relationsorientering men låg uppgiftsorientering
 dvs. en ledare som litar på, lyssnar till, accepterar, råder och uppmuntrar

F. MARKNADSSITUATION

(Välj det av nedanstående påståenden som passar bäst på nu - situationen)

Ringa in valt alternativ

Vår marknad är:

1. Nyetablerad eller det har kommit in helt nya inbrytningar som gör den svårbedömd.
2. I tillväxt sedan en kortare tid.
3. I tillväxt sedan länge och eventuellt kan en avmattning iakttas.
4. Stabil eller i avtagande.

G KONKURRENTSITUATION

(Välj det av följande påståenden som passar bäst på nu - situationen)

Ringa in valt alternativ

1. Våra huvudkonkurrenter dominerar marknaden och vårt inträde står totalt i konflikt med deras intressen.
2. Vi tävlar mot våra konkurrenter men vi är i en beroendesituation till dem, t ex som underleverantör.
3. Vi tävlar mot våra konkurrenter och det är en hård kamp då vi är helt oberoende av dem.
4. Vi och våra konkurrenter är ömsesidigt beroende av varandra och därför är vi intresserade av samarbete.

H. RISKTAGANDE

(Välj den av följande påståenden som passar bäst på nu - situationen.)

Ringa in valt alternativ

1. Vi har hög riskbenägenhet.
2. Vi strävar efter att endast ta välkända risker.
3. Vi strävar efter att ta minsta möjliga risk.
4. Vi tar risker först efter noggranna risk-/vinstavvägningar.

Fasprofil för _____

IFYLLD AV: _____

DATUM : _____

Ringa in det alternativ som valts under resp. rubrik och sammanbind dem.

	1	2	3	4
A. EXTERNT BETEENDE	X	X	X	X
B. AFFÄRSIDÉ	X	X	X	X
C. STRATEGISK DRIVKRAFT	X	X	X	X
D. ORGANISATIONSFILOSOFI	X	X	X	X
E. LEDNINGSSSTIL	X	X	X	X
F. MARKNADSSITUATION	X	X	X	X
G. KONKURRENDSITUATION	X	X	X	X
H. RISKTAGANDE	X	X	X	X