



Cele działania przedsiębiorstwa

Podstawy biznesu Studium przypadku

2013



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



**Zachodniopomorska
Szkoła Biznesu
w Szczecinie**

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY





Cele działania przedsiębiorstwa

Cel

Celem jest weryfikacja oraz próba stworzenia nowej wizji i misji dla firmy Coco-Cola HBC Polska.

Wprowadzenie

Misja Coca-Cola HBC Polska jest:

- Przynosić orzeźwienie konsumentom naszych produktów.
- Współpracować z naszymi klientami na zasadach partnerstwa.
- Wypracowywać zysk dla naszych udziałowców.
- Aktywnie uczestniczyć w życiu lokalnych społeczności.

Jako firma działamy w oparciu o wartości, które są dla nas ważne w codziennej pracy. Aktywnie wcielamy je życie w kontaktach nie tylko z naszymi klientami, ale również z dostawcami, partnerami oraz pracownikami.

- Wiarygodność – mamy głęboko zakorzenione wartości, działamy uczciwie, robimy to, co słuszne, a nie to, co łatwe.
- Doskonałość – dążymy do tego, by zadziwiać – pasją i szybkością w działaniu.
- Nauka i rozwój – słuchamy i mamy naturalną ciekawość nowych rzeczy.
- Troska o naszych ludzi – wierzymy w naszych ludzi, inwestujemy w nich i dajemy im uprawnienia.
- Wspólne działanie – wierzymy w siłę wspólnej pracy i własnego wkładu do każdego działania.
- Wspólny sukces z klientami – nasi klienci są w centrum wszystkiego, co robimy.

Nasze wartości są głęboko osadzone w strategicznych ramach naszego działania Play to Win 2020, które ma na celu dostarczanie każdego dnia lepszej wartości, jeśli chodzi o zaufanie społeczności, znaczenie dla konsumentów, preferencję wśród klientów i efektywność kosztową.

Źródło: www.coca-cola.pl.

Przykłady misji i wizji znanych firm

DHL – przewoźnik międzynarodowy

Wizja–„Klienci mają zaufanie do DHL Polska jako wiodącego partnera, zapewniającego zintegrowane usługi ekspresowe i rozwiązania logistyczne, będącego integralną częścią międzynarodowej korporacji.

DHL Polska jest liderem branży usług logistycznych (TSL) pod względem jakości, rentowności i udziałów w rynku”.

Misja–„DHL Polska w oparciu o znajomość lokalnego rynku oraz unikatowe międzynarodowe doświadczenie oferuje najwyższej jakości usługi, kreując tym samym wartość dodaną dla klientów”.



Cele działania przedsiębiorstwa

PLL LOT – polskie linie lotnicze

Wizja–„LOT jest przewoźnikiem pierwszego wyboru dla Klientów podróżujących z i do Polski”.

Misja–„LOT w najbardziej efektywny i innowacyjny sposób zaspokaja potrzeby transportowe korporacyjnych i indywidualnych klientów latających z i do Polski pod względem jakości i wartości usługi, dzięki czemu staje się »przewoźnikiem pierwszego wyboru«. Lojalność klientów gwarantuje ciągły wzrost przychodów z działalności i maksymalizację zwrotu z kapitału zainwestowanego przez właścicieli”.

Kamis S.A. –producent przypraw

Misja–„Kamis S.A. rozpoczął swoją działalność w 1991 roku. Naszą misję i filozofię, której staramy się być wierni od samego początku, najlepiej odzwierciedla motto:

KAMIS to życie ze smakiem!

Dlatego w codziennej pracy dbamy o zapewnienie naszym konsumentom produktów najwyższej jakości, obsługę rynku oraz nieustanne dążenie do innowacyjności naszych produktów.

Wszystkie nasze działania zdeterminowane są podstawowymi zasadami, będącymi fundamentem filozofii firmy:

Najważniejszy jest Klient.

Najważniejszym zasobem firmy są jej Pracownicy

Najwyższa jakość jest naszym nadrzędnym celem.

Od 1991 roku jako ekspert w dziedzinie przypraw i musztard każdego dnia oferujemy naszym Konsumentom produkty najwyższej jakości – starannie wyselekcjonowane, najbardziej aromatyczne, o doskonałym smaku. To dlatego marka KAMIS stała się synonimem przypraw najwyższej jakości”.

Źródło: Serwisy internetowe firm.

Twoim zadaniem jest opracowanie nowej misji i wizji dla Coca-Cola HBC Polska. Następujące pytania mogą być pomocne:

- Jakie pytania i oczekiwania kierują klienci do przedsiębiorstwa?
- Jak zachowuje się konkurencja?
- Jaki jest potencjał przedsiębiorstwa użyteczny w zaspokajaniu potrzeb klientów?
- Jakie sposoby i środki należy zastosować, aby pozyskać nowych klientów?

Otoczenie podmiotu

Generalny celem przedsiębiorstwa jest misja oraz wizja przyszłości i długofalowych kierunków działania. Misja wynika z historii, aktualnych preferencji, otoczenia rynkowego i zasobów.

Cele główne przedsiębiorstwa to:

- cele ekonomiczne (zysk, rentowność),
- cele finansowe (płynność finansowa, zdolność kredytowa, samofinansowanie, struktura kapitału),



Cele działania przedsiębiorstwa

- celerynkowe (obróć, udział w rynku, pozycje rynkowe, nowe rynki),
- celesocjalne (bezpieczeństwo socjalne, satysfakcja z pracy, integracja społeczna, rozwój kadr),
- celezwiązane z władzą i prestiżem (niezależność, wizerunek, prestiż, wpływy społeczne i polityczne).

Głównym celem przedsiębiorstwa jest maksymalizacja (optymalizacja) zysku poprzez zdobywanie klientów i ich lojalności wobec organizacji.

W wyniku porównania przez klienta cech produktu z jego oczekiwaniami następuje stan zadowolenia lub jego brak. Zadowolenie klienta wynika ze swoistego łańcucha wartości, składającego się w pierwotnych działaniach z przekazywania surowców do przedsiębiorstwa, ich przetwarzania, przekazywania na rynek w nowej postaci, handlowania nimi oraz świadczenia dodatkowych usług. Sukces w gospodarce osiąga się przez dodawanie wartości, a nie przez pomniejszanie tej, którą osiągają konkurenci, opiera się to na zdolności do wyróżniania się, a nie na zdolności niszczenia.

Wyróżniamy następujące podstawowe koncepcje marketingowe: orientacja na klienta, zyskowość i integracja działań marketingowych.

Przedsiębiorstwo określa różne cele. Cele należy wyznaczać dla każdego działu z osobna. Ponadto poszczególne cele działowe muszą być wzajemnie sprzężone. Pojęcie „sformułowanie celów” stosuje się w określaniu wszystkich celów przedsięwzięcia. Najczęściej duże cele przedsiębiorstwa dzieli się na małe, wymierne zadania, a odpowiedzialność za ich osiągnięcie powierza się grupom pracowników, względnie jednemu z nich.

Źródło: <http://pracekierownik.wordpress.com>.

Problematyka

Misja i wizja przedsiębiorstwa musi być zgodna z celami i oczekiwaniami klientów. Dynamicznie zmieniający się rynek wymusza dostosowanie wizji i misji przedsiębiorstwa do oczekiwań rynku.

Główni aktorzy i ich role

Koncern Coca-Cola HBC Polska i konkurencja.

Ryzyko problemu

Czy zmiana misji i wizji koncernu Coca-Cola HBC Polska może wpłynąć na pozycję firmy na rynku?

Ważne pytania

Opracuj nową misję i wizję dla Coca-Cola HBC Polska.