

Εταιρική Αποστολή - Όραμα

Έννοια, σημασία και ανάγκη

Παράγοντες επιτυχίας

Εταιρική Αποστολή και αποδοτικότητα

“Vision without action is merely dream. Action without vision is merely passing time. Vision with action can change the world”

Nelson Mandela (1918-2013)



Οι έννοιες αποστολή-όραμα-φιλοσοφία

- Αποστολή - όραμα είναι το **που θέλουμε να βρισκόμαστε** σε 5-10-15 χρόνια από σήμερα
- Αποστολη και όραμα είναι στενα συνδεδεμένοι όροι
 - **Αποστολή** είναι το τι κάνουμε ως επιχείρηση, ποιές είναι οι σχέσεις μας με τους άλλους οργανισμούς. Θέτει συγκεκριμένους στόχους
 - **Όραμα** είναι το τι φιλοδοξούμε να γίνουμε ως επιχείρηση. Θέτει γενικούς στόχους. οδηγεί την στρατηγική και την αποστολή
 - **Φιλοσοφία** είναι οι οργανωτικές αξίες, οι γενικές αρχές, και η δεοντολογική συμπεριφορά της επιχείρησης
- Οι μεγάλες επιχειρήσεις έχουν καταρτίσει αποστολή.
- Αναγκαιότητα, πολυτέλεια ή εντυπωσιασμός;

Το μοντέλο MOST



Η ανάγκη κατάρτισης Εταιρικής Αποστολής

- Επιστέγασμα της MOST
- Ομοφωνία σχετικά με τους στόχους – σκοπούς της επιχείρησης
- Συμβάλλει στην λήψη στρατηγικών αποφάσεων
- Κεντρικό σημείο αναφοράς, που δίνει το επιχειρησιακό στίγμα και κλίμα
- Διευκολύνει την μετατροπή των στόχων σε καθημερινές αρμοδιότητες και πρακτικές
- Κριτήριο αξιολόγησης και επιλογής των στελεχών
- Καθημερινός οδηγός κατεύθυνσης

Οι σημαντικότεροι λόγοι κατάρτισης αποστολής

- Στρατηγικός σχεδιασμός
- Επίκεντρο λειτουργιών
- Εκφρασή κοινού σκοπού
- Δημιουργία κοινών προσδοκιών
- Αντανάκλαση ηγετικού στύλ
- Εκφράση των συμφερόντων των stakeholders
- Υποκίνηση εργαζομένων
- Εκπαίδευση και ανάπτυξη προσωπικού

Οι σημαντικότεροι λόγοι μη κατάρτισης αποστολής

- Είναι απλά μια άσκηση δημοσίων σχέσεων
- Χρονοβόρα και δύσκολη στην εφαρμογή
- Δύσκολα συμπεριλαμβάνονται όλες οι επιχειρηματικές λειτουργίες
- Ανομοιογένεια οράματος/φιλοσοφίας
- Ξεπερασμένη και προφανής
- Ελλειψη γνώσης και εξειδίκευσης
- Είμαστε θυγατρική επιχείρηση και δε χρειαζόμαστε δήλωση απόστολής

Τι πρέπει να περιέχει μια εταιρική αποστολή;

- Το προϊόν/υπηρεσία
- Την καταναλωτική ανάγκη που καλύπτει σε συγκεκριμένο τμήμα της αγοράς
- Την τεχνολογία που θα χρησιμοποιήσουμε
- Τον απώτερο σκοπό της επιχείρησης
- Την παρούσα και επιδιωκόμενη φιλοσοφία-κουλτούρα της επιχείρησης
- Το ιδιαίτερο προσωπικό στοιχείο που την ξεχωρίζει από τον ανταγωνισμό
- Τις θεμελιώδεις ικανότητες της
- Το ενδιαφέρον για τους εργαζομένους, μετόχους και stakeholders της

Παράγοντες επιτυχίας

- Παρέχει πληροφόρηση - πηγή εμπνευσης
- Συγκεκριμένη αλλά όχι περιοριστική
- Ευέλικτη ευπροσάρμοστη
- Πηγή έμπνευσης - ρεαλιστική
- Βασίζεται σε πραγματικές ανάγκες των πελατών - εργαζομένων - μετόχων - stakeholders
- Θέτει στόχο, χρονικά συγκεκριμένο
- Μετρήσιμη αλλά όχι περιοριστική
- Εύκολα αντιληπτή αλλά όχι υπεραπλουστευμένη

Αποτελεσματική εταιρική αποστολή

- Αντιληπτά χαρακτηριστικά
 - πηγή εμπνευσης
 - ρεαλιστική- βασίζεται στις συνθήκες της αγοράς - ανταγωνισμού
- Εσωτερική επικοινωνία της αποστολής
- Αξιοπιστία διοίκησης στο μέσο εργαζόμενο
- Αφοσίωση στελεχών
- Βαθμός συμμετοχής στη δημιουργία της αποστολής



NOKIA
Connecting People

Η πιο γνωστή εταιρική
αποστολή

Συγκεκριμένη και απλή
Γνωστή σε όλους τους
εμπλεκόμενους με την επιχείρηση

Starbucks

“Να εμπνέουμε και να
καλλιεργούμε το ανθρώπινο
πνεύμα – έναν άνθρωπο, μία
κούπα καφέ και μία γειτονιά
κάθε φορά”

