

MISSION – VISION – KÆRNEVÆRDIER

MISSION (er afledt af det latinske ord "missio" der betyder udbrede)

Ordet mission bruges i en række sammenhænge (religiøse, militæret, virksomheder).

I management teorien anvendes dette til at beskrive, " hvad er det virksomheden vil udbrede, tilbyder til omverdenen". Eller udtrykt på en anden måde "Hvad står virksomheden for og hvordan vil vi gerne opfattes af kunderne".

Formuleringen af en mission – drejer sig om "nutiden" og derfor er det lettest for virksomhederne at starte formuleringen som:

GENERELT HJÆLPE-EKSEMPEL:

VI ER EN VIRKSOMHED DER UDFØRER – BIDRAGER – YDER EN SERVICE INDEN FOR DET OG DET FAGOMRÅDE MED DET FORMÅL AT YDE EN UP TO DATE SERVICE I TID – KVALITET OG OMKOSTNINGER FOR VORES KUNDER SÅLEDES, AT KUNDERNE OPFATTER VORT FIRMA SOM EN ORGANISATION AF TROVÆRDIGE, ORDHOLDNE PERSONER DER LEVERE EN FAGLIG KVALITET INDENFOR XX TIL EN KONKURRENCEDYGTIG PRIS, HVORVED VORT BIDRAG TIL KUNDER TOTALT OVERSTIGER KUNDERNES FORVENTNINGER.

Årsagen til at formulere en mission i virksomheden er ikke at tilfredsstille direktøren, men at formulere missionen og gennemdrøfte denne med organisationen og tilvejebringe de redskaber, uddannelser og holdninger der gør at missionen udføres som et fællesanliggende i virksomheden. Herved vil gennemslagskraften over for omverdenen blive ensartet og effekten stører. Jo mere tydeligt mission er formuleret, desto enklere er det for vore kunder at vælge vor ydelse og netop vor virksomhed og desto lettere er det, at formulere og sende vort budskab ud til vor målgruppe og potentielle kundegrupper.

VISION

Udtrykket står for en "fremtidig" ønskværdig tilstand – eller et forventet fremtidigt resultat skabt af vor organisation

Som bekendt er det vanskeligt at nå et mål – hvis man ikke har defineret det. Hvis organisationen ikke har en vision ved medarbejderne ikke hvor ledelsen ønsker at organisationen skal bevæge sig hen og hvilket mål der skal realiseres og lederen ved det heller ikke ?

Ønsker man således at organisationen skal udvikle sig er det et "must" at have en vision – den kan være blødt formuleret – vi vil være de bedste – de billigste eller andet ,DIN DRØM

De fleste kender præsiden Kennedys ord da han ville sætte skub i amerikanernes selvværd og ambitioner og virkelyst – "vi vil sætte et menneske på månen inden for 10år"

Når man skal formulere mission og vision for sin virksomhed kan det være til inspiration at gå ind på www. og se de forskellige virksomheder profiler – her står ofte mission og vision og værdigrundlag.

Et eksempel fra undervisningssektoren:

Handelshøjskolens mission:

Handelshøjskolen, Aarhus Universitet er et erhvervsrettet universitet, som bidrager til værdiskabelse for samfundet gennem forskning, uddannelse og dialog om virksomheders og organisationers opståen og udvikling.

Handelshøjskolens vision:

Handelshøjskolen vil være internationalt anerkendt som et universitet, der udvikler og omsætter idéer til gavn for virksomheders, organisationers og samfundets vækst.

Handelshøjskolen vil opnå dette gennem fremragende, erhvervsrettet forskning, internationalt anerkendte kandidater og frugtbart samarbejde med erhvervslivet.

Forudsætningen er en attraktiv, skabende og lærende arbejdsplads for medarbejdere og studerende samt et højt, internationalt niveau i alt, hvad vi gør.

SAMMENHÆNG MELLEM MISSION OG VISION

For at komme fra mission til realisering af visionen skal virksomheden udarbejde en strategi og målkæder. At komme fra mål til handling sker gennem udarbejdelse af en tidsat handlingsplan. Målene skal være operationelle ligesom resultatopfølgningen.

At have en mission uden at have en koordineret samlet handlingsplan for virksomheden – som periodevis kan måles på delresultatopnåelsen – er luftkasteller, der ikke kan drive virksomhedens energi mod sin vision.

DE UNDERLIGGENDE DELMÅL FOR EN VISION KUNNE EKSEMPELVIS VÆRE:

- Øge markedsandelene med 100% i nuværende marked
- Opnå en markedsandel på x% i følgende nye markeder: xx
- Øge vor overskudsgrad til 14 %
- Opnå en samlet indtjening der forrenter vor egenkapital med 20% p.a.
- Reducerer kapitalbinding i lagre til 3 mdrs. lagerbeholdning
- osv.

VÆRDIER (VÆRDIGRUNDLAG – KÆRNEVÆRDIER)

KERNEVÆRDIER er:

- med til at sætte dagsordenen for egne og andres forventninger til virksomheden
- et pejlemærke, for ALT hvad virksomheden foretager sig