

## بررسی و تحلیل بیانیه ماموریت شرکت کوکاکولا

سیاوش فنایی، علیرضا احمدی زاده

### ماموریت ما

ما زنده ایم تا برای صاحبان سهام خود، در دراز مدت، از طریق ساخت کسب و کاری که نشان تجاری شرکت کوکاکولا را بالا ببرد، ارزش ایجاد نماییم. این امر تعهد نهایی ما نیز هست.

به عنوان بزرگترین شرکت تولید کننده نوشیدنی در جهان، ما به جهانیان نیروی تازه ای می بخشیم. ما این کار را از طریق تولید نوشابه های برتر کربنی و غیر کربنی، و سیستم های نوشیدنی های غیر الکلی سود آور که برای شرکت ما، همکاران بطری ساز ما، و مشتریان ما، ارزش ایجاد می نماید، انجام می دهیم.

در راه ایجاد ارزش، ما خدمتگزار سرمایه های کلیدی خود هستیم :

۱. کوکاکولا، قوی ترین نشان تجاری در جهان، و سایر نشان های تجاری پر ارزش.
۲. کاراترین و فراگیرترین سیستم توزیع در جهان.
۳. مشتریان راضی، که از طریق فروش محصولات خود به آنها، سود خوبی برای ما ایجاد می شود.
۴. پرسنل ما، که در نهایت مسؤلیت ساخت این بنگاه اقتصادی را بر عهده دارند.
۵. منابع فراوان ما، که می بایست به صورت هوشمندانه ای تخصیص یابند.
۶. رهبری جهانی قدرتمند ما در حوزه صنعت نوشیدنی به طور خاص، و در حوزه دنیای کسب و کار به طور عام.

### Our Mission

*We exist to create value for our share owners on a long-term basis by building a business that enhances the Coca-Cola Company's trademarks. This is also our ultimate commitment.*

*As the world's largest beverage company, we refresh the world. We do this by developing superior soft drinks, both carbonated and noncarbonated, and profitable nonalcoholic beverage systems that create value for our company, our bottling partners and our customers.*

*In creating value, we succeed and fail based on our ability to perform as steward of several key assets:*

1. *Coca-Cola, the world's most powerful trademark, and other highly valuable trademarks.*
2. *The world's most effective and pervasive distribution system.*
3. *Satisfied customers, who make a good profit selling our products.*
4. *Our people, who are ultimately responsible for building this enterprise.*
5. *Our abundant resources, which must be intelligently allocated.*
6. *Our strong global leadership in the beverage industry in particular and in the business world in general.*

## تحلیل ماموریت

ما تحلیل خود را بر اساس اجزای ارائه شده در کتاب مدیریت استراتژیک فرد. آر. دیوید انجام دادیم.

وی در صفحه ۱۸۹ کتاب خود، درباره اجزای تشکیل دهنده ماموریت سازمان می نویسد:

ماموریت سازمانها از نظر حجم، محتوا، شکل و پرداختن به جزئیات با هم متفاوتند. بیشتر کارشناسان و افراد صاحب نظر در مدیریت استراتژیک چنین می پندارند که مفاد ماموریت سازمان باید دارای نه ویژگی برجسته باشد. از آنجا که اغلب، ماموریت سازمان بیش از سایر فرایندهای مدیریت استراتژیک به چشم می خورد و همگان از آن آگاه می شوند، پس مهم این است که دربرگیرنده همه نه جز اصلی باشد.

### ۱. مشتریان

در ماموریت شرکت کوکاکولا، مشتریان این شرکت، تمام جهان معرفی شده اند.

### ۲. محصولات یا خدمات

در ماموریت شرکت کوکاکولا، محصولات این شرکت، انواع نوشابه های غیر الکلی کربنی و غیر کربنی معرفی شده است.

### ۳. بازارها

در ماموریت شرکت کوکاکولا، بازار این شرکت، تمامی پهنه جهان، معرفی شده است.

### ۴. فناوری

در ماموریت شرکت کوکاکولا، فناوری مورد استفاده این شرکت معرفی نشده است.

### ۵. توجه به بقا، رشد و سودآوری

در ماموریت شرکت کوکاکولا، ایجاد ارزش برای صاحبان سهام، مشتریان و تامین کنندگان مطرح شده اند. اما در رابطه با اهداف توسعه ای، اشاره ای نشده است.

### ۶. فلسفه

در ماموریت شرکت کوکاکولا، اشاره ای به اصول اخلاقی و باورهای این شرکت نشده است.

### ۷. ویژگی ممتاز

در ماموریت شرکت کوکاکولا، از نشان تجاری قدرتمند، مشتریان راضی، کارکنان، سیستم توزیع قوی و تولیدات برتر به عنوان ویژگی های ممتاز نام برده شده است.

### ۸. توجه به تصور مردم

در ماموریت شرکت کوکاکولا، درباره نوع توجه شرکت به مسائل جامعه و موضع شرکت در قبال آنها، صحبتی به میان نیامده است.

## ۹. توجه به کارکنان

در ماموریت شرکت کوکاکولا، درباره نوع توجه شرکت به کارکنان، از حفظ کارکنان صحبت شده و عنوان شده است که در نهایت کارکنان هستند که شرکت را شکل می دهند.