

Misja i wizja Grupy PKP CARGO

102-16

Misja i wizja są rdzeniem strategii Grupy PKP CARGO, nadają ton codziennej pracy ludzi i determinują cele

Wizja i misja Grupy PKP CARGO



WIZJA

Środkowoeuropejski lider w przewozach kolejowych dzięki uzyskaniu dominującej pozycji w obszarze „Trójmorza” i na Nowym Jedwabnym Szlaku.



MISJA

Realizowanie kompleksowej usługi logistycznej na rynku kolejowych przewozów towarowych i usług intermodalnych dającej pozycję dostawcy pierwszego wyboru.

STRATEGIA GRUPY PKP CARGO NA LATA 2019 - 2023

ZAMKNIJ WSZYSTKIE



Misja, Wizja, Wartości PKP CARGO



WIZJA

Środkowoeuropejski lider w przewozach kolejowych dzięki uzyskaniu dominującej pozycji w obszarze „Trójmorza” i na Nowym Jedwabnym Szlaku.

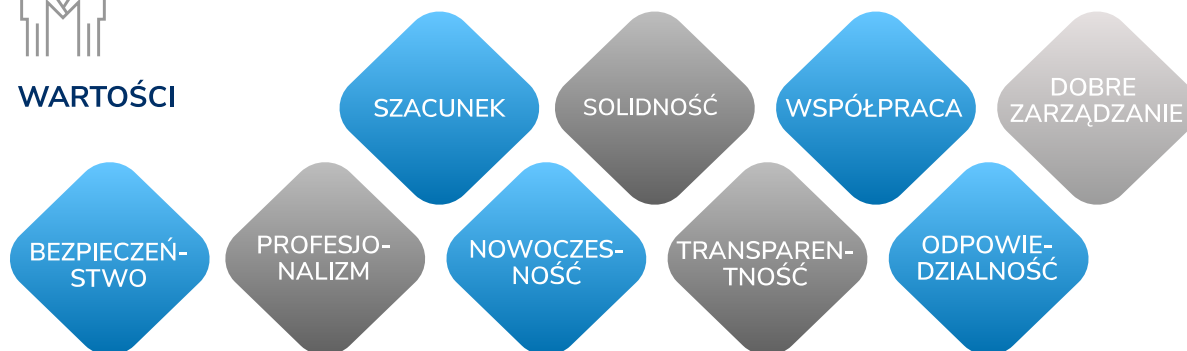


MISJA

Realizowanie kompleksowej usługi logistycznej na rynku kolejowych przewozów towarowych i usług intermodalnych dającej pozycję dostawcy pierwszego wyboru.



WARTOŚCI



Cele Grupy PKP CARGO



CELE STRATEGICZNE

- Pozycja nr 1 w obszarze „Trójmorza” i na trasach Nowego Jedwabnego Szlaku na obszarze Unii Europejskiej pod względem pracy przewozowej oraz przewiezionej masy do 2023 r. i wzmacnianie pozycji w latach 2023-2038.
- 65% udział w polskim rynku towarowych przewozów kolejowych do 2023 roku mierzony pracą przewozową.

CELE KRÓTKOOKRESOWE

- Stworzenie najbardziej konkurencyjnej oferty dla partnerów biznesowych na Nowym Jedwabnym Szlaku na obszarze Unii Europejskiej i w obszarze „Trójmorza”.
- Coroczny wzrost efektywności operacyjnej mierzony wskaźnikami KPI.

- Utrzymanie tempa wzrostu ceny akcji wyższego od wzrostu wartości WIG30.
- Coroczny zysk netto na poziomie minimum 5% przychodów od 2019 r. i minimum 8% przychodów od 2023 r.



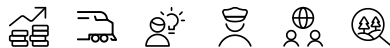
Inicjatywy strategiczne



WZROST EFEKTYWNOŚĆ OPERACYJNA

EFEKTYWNOŚĆ ORGANIZACYJNA

1. Przyjęcie i realizacja planu wzrostu organicznego na rynku krajowym.



2. Przyjęcie i realizacja planu wzrostu nieorganicznego na rynku krajowym.



3. Skoordinowanie ekspansji zagranicznej.



4. Dostosowanie oferty w celu integracji łańcucha dostaw do klienta.



5. Przyjęcie i realizacja planu działania dla obszaru marketing oraz CSR w koordynacji z Grupą PKP.



6. Rozwój innowacji.



Źródło: Opracowanie własne