



بیانیه ماموریت چیست و چطور آن را بنویسیم؟

هر کسب و کاری قبل از شروع فعالیت خود باید ماهیت خودش را تعیین کند که به آن بیانیه ماموریت سازمان یا mission statement می گویند. بیانیه ماموریت یعنی چرا این کسب و کار به وجود آمده و ماهیت وجودی آن چیست. هر سازمان برای تعیین استراتژی کسب و کار خود ابتدا باید بیانیه ماموریت و سپس چشم انداز سازمان را مشخص کند.

به عنوان یک مدیر کسب و کار، اگر تا به حال بیانیه ماموریت کسب و کارتان را تعیین نکرده اید و چشم اندازی مشخص نکرده اید، در ادامه

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.

اين مطلب با مجله اقيانوس آبي همراه باشيد تا با تعريف، ويژگي ها و نحوه نوشتن ماموريت و چشم انداز آشنا شويد. در انتها نيز ماموريت و چشم انداز شركت هاي بزرگ را به عنوان نمونه مي بينيد.

ماموريت كسب و كار چيست؟

ماموريت كسب و كار نقش آن را در جامعه مشخص مي كند كه به نياز خاصي از يك جامعه خاص اشاره دارد.

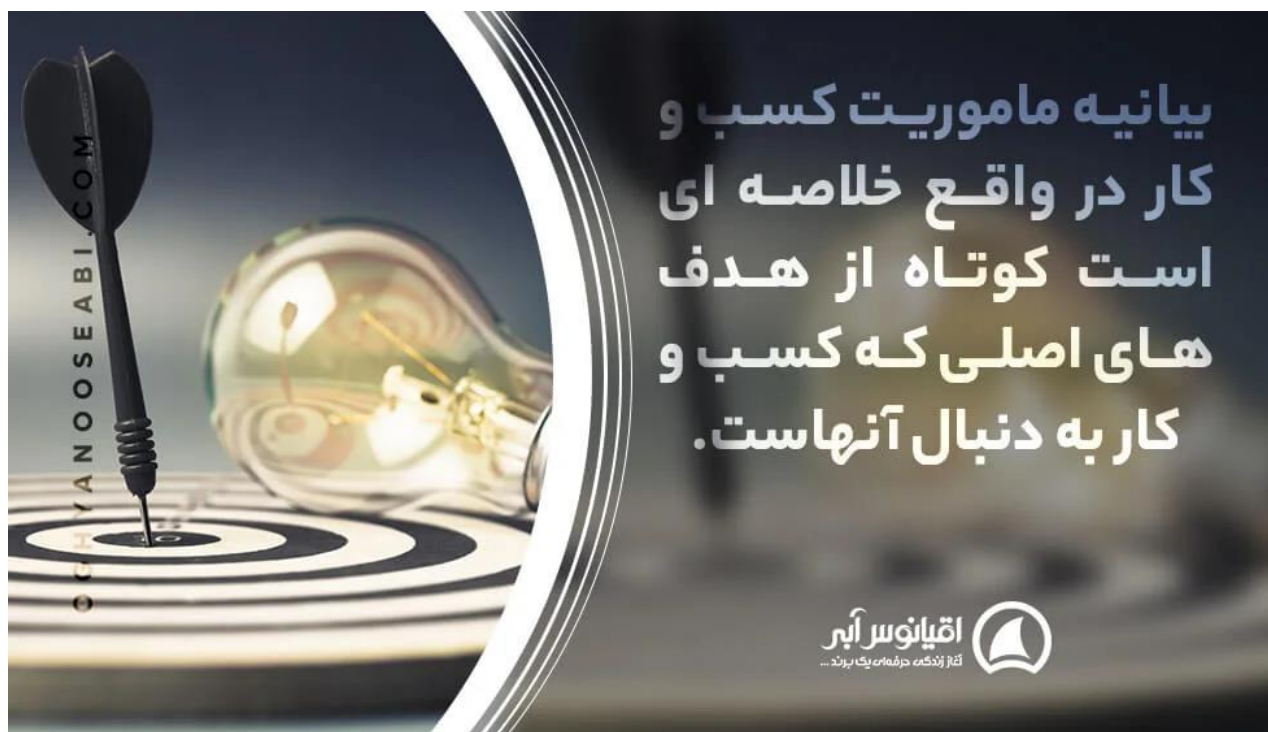
براي مثال يك ناشر و يك سردبير مجله را در نظر بگيريد. هر دوي آنها براي برآورده كردن نياز اطلاعاتي مردم جامعه تلاش مي كنند. هدف كسب و كار ناشر، توليد و نشر كتاب هاي مورد نياز جامعه است، اما يك سردبير مجله سعي مي كند تا اخبار را به صورتي بي طرف تجزيه و تحليل كرده و به مردم ارائه دهد. در اين مثال هر دوي آن ها اهدافي متفاوت دارند، اما ماموريتشان در واقع يكي است.

بيانيه ماموريت چيست؟

براي مشاهده ساير مقاله هاي ما، حتما به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.

بیانیه ماموریت، بیانیه کوتاهی است از چرایی وجود یک سازمان، هدف اصلی و اهداف عملیاتی، نوع محصول یا خدمت، مشتریان یا بازار اصلی و منطقه جغرافیایی فعالیت آن.

گاه‌ها خلاصه‌ای از ارزش‌های شرکت هم در بیانیه ماموریت آورده می‌شود. ارزش سازمان، باور افراد را در مورد سازمانی که عضو آن هستند و در آن سرمایه گذاری عاطفی دارند، نشان می‌دهد.



اهمیت بیانیه مأموریت برای کسب و کار

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به [اَقیانوس آبی](#) سر بزنید.

بيانيه ماموريت كسب و كار يا بيانيه رسالت سازمان راهنماي مدير است. با داشتن بيانيه ماموريت مي توانيد تمرکز سازمان را بيشتري كنيد.

چه كسب و كار خود را تازه آغاز کرده باشيد و چه در حال مديريت يك كسب و كار عظيم و با قدمت باشيد، مي توانيد از ماموريت سازمان براي شفاف سازي و همچنين اطمينان خاطر از تصميماتي كه مي گيريد استفاده كنيد.

ويژگي هاي بيانيه ماموريت

بيانيه ماموريت طرح كسب و كار بايد داراي ويژگي هاي زير باشد:

- بيانيه ماموريت بايد به صورت مختصر و مفيد اصول و اهداف اصلي سازمان را بيان كند.
- بيانيه ماموريت بايد هدف اصلي سازمان را به طور واضح و شفاف تعريف كند و درك آن را براي اعضاي سازمان و ساير افراد راحت كند.
- بيانيه ماموريت بايد ارزشها، اصول و مفاهيم اساسي را كه سازمان بر آنها تأكيد دارد، شامل شود، چيزهائي مثل اخلاقيات، نوع نگرش به مشتريان، كيفيت، نوآوري و همكاري.

- بيانيه ماموريت بايد نشان دهد كه سازمان چگونه روي جامعه، مشتريان، كاركنان و ساير ذينفعان تأثير مي گذارد و چگونه به بهبود وضعيت آنها كمك مي كند.
- بيانيه ماموريت بايد فرهنگ سازمانی را منعكس كند و بر تعهد سازمان به ارزش‌ها و اصول مشترك تأكيد كند. ماموريت نبايد با فعاليت‌هاي سازمان تضاد داشته باشد.
- ماموريت كسب و كار محدوديت زماني ندارد و پايان پذير نيست.
- ماموريت سازمان بايد معنوي باشد. معنوي بودن رسالت يعني چه كاري براي جامعه قرار است انجام شود و فقط به سوددهي فكر نشود.
- ماموريت بايد متناسب با هويت باشد. پس نمي توان چيزي را به عنوان ماموريت نوشت كه هيچ ارتباطي با كسب و كار ندارد.
- ماموريت سازمان بايد انگيزاننده و الهام بخش باشد. يك انسان اگر ماموريت انساني خود را كشف نكند، دليل وجودي خود را نخواهد فهميد. همين اتفاق براي كسب و كار هم مي افتد. كسب و كار براي پايداري خود بايد انگيزه معنوي و ماموريت درست داشته باشد تا هم پرسنل و هم خود مدير همواره براي ادامه كار انگيزه داشته باشند.



کاربردها و مزایای ماموریت سازمان

1. همه اعضا روی یک هدف مشترک تمرکز می‌کنند و تلاش خود را برای دستیابی به آن هدف هماهنگ می‌کنند.
2. با داشتن یک ماموریت واضح، افراد می‌توانند موثرتر و سریع‌تر تصمیم‌های استراتژیک بگیرند.
3. یک ماموریت شفاف به جذب و نگهداشت نیروی کار ماهر و متعهد کمک کند.
4. تعامل با ذینفعان: ماموریت واضح و قابل فهم، روابط سازمان با مشتریان، سهامداران، جامعه و سایر نهادها را بهبود می‌بخشد.

برای مشاهده سایر مقاله‌های ما، حتماً به [اَقیانوس آبی](#) سر بزنید.

5. با داشتن يك ماموريت معنادار، افراد احساس همبستگي بيشتري با سازمان خواهند داشت و انگيزه بيشتري براي همكاري و تلاش مشترك خواهند داشت.

بيانيه چشم انداز چيست؟

چشم انداز نشان دهنده جايگهي است كه شركت مي خواهد در آينده داشته باشد. چشم انداز يك افق دراز مدت است.

وقتي بيانيه ماموريت را مي نويسيد در واقع داريد نقشه راه رسيدن به چشم انداز شركت را مي كشيد.

تفاوت چشم انداز و ماموريت

بيانيه ماموريت، جوهره و هويت سازمان را مشخص مي كند و مي گويد هدف سازمان چيست و چرا به وجود آمده است. اما بيانيه چشم انداز آينده اي را كه شركت به دنبال آن است را ترسيم مي كند.

بيانيه چشم انداز سازمان و بيانيه ماموريت هر دو به يك اندازه براي
يك شركت مهم هستند زيرا مكمل يكديگر هستند و جهت سازمان
را هدايت مي كنند.



اقيانوس آبي copyright 2022 © all rights reserved for oghyanooseabi.com

نحوه نوشتن بيانيه ماموريت

براي نوشتن ماموريت سازمان، بايد ابتدا به چندين سوال در باهر كسب
و كار خود جواب بدهيد. تا پاسخ اين سوال ها در ذهن شما شفاف نباشند،
نمي توانيد در بيان ماموريت كسب و كار خود موفق عمل كنيد.

يك بيانيه ماموريت عالي از زبان ساده، واضح و به ياد ماندني استفاده
مي كند. بايد از جملات پيچيده، طولاني و پر از اصطلاحات پرهيز شود،
زيرا درك مأموريت و احساس ارتباط با آن را براي مردم سخت تر مي كند.

براي مشاهده ساير مقاله هاي ما، حتما به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.

بيانيه ماموريت شما بايد به وضوح بيان کند که برند شما چه کاری انجام می دهد، چگونه و چرا:

- محصول يا خدمات شما چه کاری انجام می دهند؟
- برای چه هدفی توليد شده اند؟
- برای چه کسانی اين محصول يا خدمت ارائه می شود؟
- اگر اين کار را نمی کرديم چه اتفاقی می افتاد؟
- چرا انجام اين کار مهم است؟
- محصول من چه احساسی از مشتريان را درگير خواهد کرد؟ شادی، اطمینان، راحتی، امنيت و...
- شرکت شما چه دستاوردهایی برای مشتريان دارد؟ چرا بايد به جای ساير رقبا از شما خريد کنند؟

بعد از نوشتن ماموريت سازمان، آن را در مکان کسب و کارتان نصب کنید و انتشار دهید تا همواره آن را به ياد داشته باشيد و از مسير اصلی خود خارج نشويد.

بيانيه های ماموريت بايد به گونه ای نوشته شوند که تا حد امکان بی زمان و ماندگار باشند، تجديد نظر در بيانيه ماموريت با توجه به تکامل شرکت در طول زمان چيز غيرعادی نيست. يك کسب و کار به صورت دوره ای بيانيه خود را بررسی می کند تا مطمئن شود که ماموريت فعلی شرکت را در بر می گيرد.



نوشتن بيانيه چشم انداز

يك بيانيه چشم انداز خوب بايد جسورانه، بلندپروازانه، الهام بخش و در عين حال با ماموريت شركت همسو باشد. براي نوشتن چشم انداز بايد ويژگي هاي زير را در نظر بگيريد:

به كجا مي خواهيد برسيد؟ بيانيه چشم انداز شما بايد آرمانی باشد و نشان دهد كه چگونه تجارت شما در آينده رشد خواهد كرد.

با اينكه چشم انداز بايد جاه طلبانه باشد، اما نبايد غيرممکن و دست نيافتنی باشد. هدفی را تعيين كنيد كه هم چالش برانگيز و هم عملی باشد.

چشم انداز شما بايد به اندازه كافي گسترده باشد تا تمام اهداف كلي برند شما را در برگيرد. آن را به عنوان چترى براي بيانيه ماموريت خود و اهداف شركت در نظر بگيريد.

نمونه هایی از ماموریت و چشم انداز شرکت های بزرگ

ماموریت Nike

ایجاد انگیزه برای هر ورزشکار در دنیا

ماموریت Amazon

جایی بسازم که هر چیزی که می شود اینترنتی خرید در دسترس مردم باشد.

ماموریت Coca Cola

شاد کردن مردم

ماموریت فروشگاه زنجیره ای Walmart

شانس خرید چیزهایی که مردم پولدار می خردند را به مردم عادی بدهم.

ماموریت رستوران های زنجیره ای مک دونالد

تبدیل شدن به مکان و نحوه محبوب مردم برای غذا خوردن

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به [اقیانوس آبی](#) سر بزنید.



ماموریت Facebook

اتصال دنیا

ماموریت Microsoft

دادن قابلیت به کسب و کارها و مردم که از تواناییهایشان حداکثر استفاده را ببرند.

همانطور که می بینید این مامورتي ها پایانی ندارند و معنوی هستند، اشاره ای به منافع سازمان ندارند و اگر مشتری آن را بخواند به خرید ترغیب می شود. هم چنین برای مدیر و پرسنل آن کسب و کار نیز انگیزاننده است.

نتیجه گیری

قبل از شروع یک کسب و کار باید تمام اهداف و مسیر هایی که قرار است طی کنید را مشخص کنید. با مشخص کردن این مسیر کمتر با موانع مواجه شده و سریع تر از دیگر رقبا به موفقیت خواهید رسید. نوشتن ماموریت و چشم انداز یک امر ضروری برای هر کسب و کار و حرکت بر اساس استراتژی است. حتی اگر در میانه راه باشید!