



تعریف و اهمیت
ماموریت

اقیانوس آبی
آباز زندگی حرفه‌ای یک برند...

بیانیه ماموریت چیست و چطور آن را بنویسیم؟

تیم تحریریه اقیانوس آبی

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



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 شرکت 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 این مطلب با **مجله اقیانوس آبی** همراه باشید تا با تعریف، ویژگی ها و نحوه نوشتن ماموریت و چشم انداز آشنا شوید. در انتها نیز ماموریت و چشم انداز شرکت های بزرگ را به عنوان نمونه می ببینید.

ماموریت کسب و کار چیست؟

ماموریت کسب و کار نقش آن را در جامعه مشخص می کند که به نیاز خاصی از یک جامعه خاص اشاره دارد.

برای مثال یک ناشر و یک سردبیر مجله را در نظر بگیرید. هر دوی آنها برای برآورده کردن نیاز اطلاعاتی مردم جامعه تلاش می کنند. **هدف کسب و کار** ناشر، تولید و نشر کتاب های مورد نیاز جامعه است، اما یک سردبیر مجله سعی می کند تا اخبار را به صورتی بی طرف تجزیه و تحلیل کرده و به مردم ارائه دهد. در این مثال هر دوی آنها اهدافی متفاوت دارند، اما ماموریتشان در واقع یکی است.

بیانیه ماموریت چیست؟

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



بیانیه ماموریت، بیانیه کوتاهی است که دلایل وجودی یک سازمان، هدف اصلی آن، مخاطبان هدف، بازار فعالیتش، نوع محصول یا خدمت و منطقه جغرافیایی فعالیت آن را مشخص می‌کند. این بیانیه، همانند یک قطب‌نما، مسیر حرکت سازمان را تعیین کرده و تمامی فعالیت‌های آن را در راستای هدف مشخصی هدایت می‌کند.

بیانیه ماموریت، پاسخگوی دو پرسش اساسی است:

- **سازمان دقیقاً چه کاری انجام می‌دهد؟** این پرسش به توصیف فعالیت‌های اصلی سازمان می‌پردازد.
- **چه چیزی باعث تمایز سازمان از رقبا می‌شود؟** این پرسش به بیان ویژگی‌های منحصر به فرد محصولات یا خدمات سازمان می‌پردازد که آن را از سایر رقبا متمایز می‌سازد.

در بسیاری از موارد، بیانیه ماموریت، علاوه بر موارد فوق، ارزش‌های بنیادین سازمان را نیز بیان می‌کند. این ارزش‌ها، باورهای مشترکی هستند که اعضای سازمان را به هم پیوند داده و به آن‌ها جهت می‌دهد. بیانیه ماموریت، با بیان این ارزش‌ها، به عنوان یک نیروی متحدکننده عمل کرده و انگیزه کارکنان را افزایش می‌دهد.

تدوین بیانیه ماموریت، ابزاری قدرتمند برای ایجاد انگیزه در کارکنان و هدایت سازمان به سمت اهداف مشخص است. با تدوین و ابلاغ بیانیه ماموریت، می‌توان ارزش‌ها و چشم‌انداز سازمان را به طور شفاف به کارکنان منتقل کرده و از بروز هرگونه سردرگمی و بی‌تعلقی جلوگیری نمود.

اهمیت بیانیه مأموریت برای کسب و کار

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



بیانیه ماموریت کسب و کار یا بیانیه رسالت سازمان راهنمای مدیر است. با داشتن بیانیه ماموریت می‌توانید تمرکز سازمان را بیشتر کنید.

چه کسب و کار خود را تازه آغاز کرده باشید و چه در حال مدیریت یک کسب و کار عظیم و با قدمت باشید، می‌توانید از ماموریت سازمان برای شفاف سازی و همچنین اطمینان خاطر از تصمیماتی که می‌گیرید استفاده کنید. بیانیه ماموریت، قلب تپنده‌ی هر کسب‌وکاری است و به عنوان یک قطب‌نما، مسیر حرکت سازمان را مشخص می‌کند. دلایلی که بیانیه ماموریت مهم است عبارتند از:

- **ایجاد وضوح و جهت‌گیری:** بیانیه ماموریت به همه اعضای تیم، از مدیران تا کارمندان، یک هدف مشترک می‌دهد و باعث می‌شود همه در یک راستا حرکت کنند.
- **افزایش انگیزه:** وقتی کارمندان بدانند که کارشان چه تاثیری بر هدف بزرگ‌تر سازمان دارد، انگیزه‌شان برای تلاش بیشتر افزایش می‌یابد.
- **جذب مشتریان وفادار:** بیانیه ماموریت خوب، ارزش‌های سازمان را نشان می‌دهد و مشتریانی را جذب می‌کند که با این ارزش‌ها همسو هستند.
- **تسهیل تصمیم‌گیری:** در مواجهه با تصمیمات سخت، بیانیه ماموریت به عنوان یک راهنما عمل می‌کند و به شما کمک می‌کند تا تصمیم بهتری بگیرید.
- **تقویت برند:** بیانیه ماموریت، هویت برند سازمان را شکل می‌دهد و به شناخته شدن بهتر سازمان در بازار کمک می‌کند.

ویژگی‌های بیانیه ماموریت خوب چیست؟

اولین باری که کسی بیانیه ماموریت طرح کسب و کار شما را می‌خواند، باید آنقدر ساده و جذاب باشد که معنای آن به سرعت درک شود. این بیانیه، که حداکثر از یک تا سه جمله تشکیل

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



می‌شود، باید **اهداف اصلی کسب و کار** شما را به طور واضح و مختصر بیان کند. درست مثل بیانیه چشم‌انداز، در نوشتن بیانیه ماموریت هم بهتر است از اصطلاحات پیچیده و جمله‌های طولانی خودداری کنید.

- **ساده و قابل فهم:** از کلمات ساده و روزمره استفاده کنید تا همه بتوانند به راحتی آن را درک کنند.
- **جذاب و انگیزه‌بخش:** با استفاده از زبان حال و عبارات قدرتمند، به بیانیه ماموریت خود جان ببخشید و دیگران را به خود جذب کنید.
- **قابل اندازه‌گیری:** اهدافی را در بیانیه ماموریت خود تعیین کنید که بتوان آن‌ها را اندازه‌گیری کرد و پیشرفت خود را نسبت به آن‌ها بررسی کرد.
- **مرتبط با زندگی روزمره:** بیانیه ماموریت شما باید نشان دهد که چگونه کسب و کار شما به زندگی مردم کمک می‌کند و چه مشکلی را حل می‌کند.
- **ماندگار و الهام‌بخش:** بیانیه ماموریت باید به اندازه‌ای قوی باشد که حتی با گذشت زمان و رشد کسب و کار، همچنان الهام‌بخش و مرتبط باقی بماند.
- **مختصر و مفید:** به طور خلاصه اصول و اهداف اصلی سازمان را بیان می‌کند.
- **شامل ارزش‌ها و اصول:** ارزش‌هایی مانند اخلاق، کیفیت و نوآوری را در خود جای می‌دهد.
- **منعکس‌کننده فرهنگ سازمانی:** فرهنگ و ارزش‌های حاکم بر سازمان را نشان می‌دهد.
- **متناسب با هویت کسب و کار:** با ماهیت و فعالیت‌های کسب و کار همخوانی دارد.

جدول ویژگی‌های یک بیانیه ماموریت خوب

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

ویژگی	توضیحات
ساده و قابل فهم	از کلمات ساده و روزمره استفاده شود تا همه بتوانند به راحتی آن را درک کنند.
جذاب و انگیزه‌بخش	با استفاده از زبان حال و عبارات قوی، افراد را به خود جذب کرده و آن‌ها را به تلاش تشویق کند.
قابل اندازه‌گیری	اهدافی مشخص و قابل اندازه‌گیری داشته باشد تا پیشرفت قابل سنجش باشد.
مرتبط با زندگی روزمره	نشان دهد که چگونه کسب و کار به زندگی مردم کمک می‌کند و چه مشکلی را حل می‌کند.
ماندگار و الهام‌بخش	حتی با گذشت زمان نیز مرتبط و انگیزه بخش باقی بماند.
مختصر و مفید	اصول و اهداف اصلی را به طور خلاصه بیان کند.
شامل ارزش‌ها و اصول	ارزش‌هایی مانند اخلاق، کیفیت و نوآوری را در خود داشته باشد.
منعکس‌کننده فرهنگ سازمانی	فرهنگ و ارزش‌های حاکم بر سازمان را نشان دهد.
متناسب با هویت کسب و کار	با ماهیت و فعالیت‌های کسب و کار همخوانی داشته باشد.

در نهایت، بیانیه ماموریت قلب‌تپنده کسب و کار شماست. این بیانیه باید به گونه‌ای نوشته شود که هم برای شما و هم برای دیگران الهام‌بخش و انگیزه‌بخش باشد. با داشتن یک بیانیه ماموریت قوی، می‌توانید کسب و کار خود را به سمت موفقیت هدایت کنید.

کاربردها و مزایای ماموریت سازمان

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



ايجاد يك بيانیه مأموریت مؤثر، اولین گام در مسیر موفقیت کسب و کار است. یک مأموریت شفاف، زیربنای مدیریت استراتژیک است و به هدایت استراتژی‌هایی کمک می‌کند که هویت شرکت را تقویت کرده و به دستیابی به اهداف آن منجر می‌شود. در ادامه به چند کاربرد مهم بیانیه مأموریت اشاره شده است:

۱. جهت‌دهی به سازمان

بیانیه مأموریت با تعیین هدف، نقشه راهی برای اقدامات آینده ارائه می‌دهد. هر کسب و کاری برای حفظ رشد و ثبات خود نیازمند بیانیه مأموریت است. این بیانیه به هدایت تمامی اعضا و شرکا به سوی اهداف مشترک کمک می‌کند.

۲. همسوسازی تلاش‌ها و تمرکز سازمان

بیانیه مأموریت، نقش مهمی در هدایت تصمیمات سازمان دارد. با برجسته کردن هدف اصلی، اطمینان حاصل می‌شود که همه تصمیمات بر اساس آن گرفته می‌شوند. این بیانیه به مدیران در تصمیم‌گیری‌ها کمک کرده و از سردرگمی اعضا جلوگیری می‌کند، همچنین مبنایی برای تبادل نظر و حل چالش‌ها فراهم می‌سازد.

۳. ایجاد انگیزه و تحریک نوآوری

بیانیه مأموریت می‌تواند الهام‌بخش افراد مختلف در سازمان باشد. با شفاف‌سازی هدف، انگیزه‌ای برای تفکر خلاقانه و ایجاد ایده‌های نوین در ذهن ذینفعان ایجاد می‌کند.

۴. شکل‌دهی به فرهنگ سازمانی

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



بیانیه مأموریت با تعریف اهداف و ارزش‌های شرکت، به شکل‌گیری فرهنگ سازمان کمک می‌کند. این بیانیه نه تنها بر تصمیم‌گیری‌ها تأثیر می‌گذارد، بلکه نگرش کارکنان نسبت به شغل و سازمان را نیز شکل می‌دهد. همچنین در فرایند جذب نیرو، افراد همسو با ارزش‌های شرکت را به خود جذب می‌کند.

۵. ایجاد هماهنگی در بخش‌های مختلف سازمان

با رشد کسب‌وکار و افزایش تعداد بخش‌ها و کارکنان، بیانیه مأموریت به عنوان راهنمایی برای حفظ تمرکز و هم‌راستایی بخش‌های مختلف عمل می‌کند. این بیانیه به همه افراد کمک می‌کند تا در یک جهت و هماهنگی با یکدیگر حرکت کنند. پیش از انتشار بیانیه، حتماً نظر اعضای سازمان را جویا شوید و از دیدگاه دیگران استفاده کنید.

بیانیه چشم انداز چیست؟

چشم انداز نشان دهنده جایگاهی است که شرکت می‌خواهد در آینده داشته باشد. چشم‌انداز یک افق دراز مدت است. وقتی بیانیه مأموریت را می‌نویسید در واقع دارید نقشه راه رسیدن به چشم انداز شرکت را می‌کشید.

– تفاوت چشم انداز و مأموریت

بیانیه مأموریت، جوهره و هویت سازمان را مشخص می‌کند و می‌گوید هدف سازمان چیست و چرا به وجود آمده است. اما بیانیه چشم انداز آینده‌ای را که شرکت به دنبال آن است را ترسیم می‌کند.

نحوه نوشتن بیانیه مأموریت سازمان

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

نوشتن يك بيانیه مأموریت مؤثر نیازمند شناخت دقیق از سازمان، مخاطبان و بازار است. این بیانیه باید به گونه‌ای نوشته شود که افراد مختلف از جمله کارکنان، مشتریان و سرمایه‌گذاران به راحتی بتوانند هدف و مسیر شرکت شما را درک کنند. يك بيانیه ماموریت عالی از زبان ساده، واضح و به یاد ماندنی استفاده می کند. باید از جملات پیچیده، طولانی و پر از اصطلاحات پرهیز شود، زیرا درک مأموریت و احساس ارتباط با آن را برای مردم سخت تر می کند.

برای نوشتن يك بيانیه مأموریت تأثیرگذار، شما و تیم‌تان باید با توجه به هدف نهایی سازمان، پرسش‌هایی کلیدی را مطرح کنید تا به تعیین مأموریت سازمان نزدیک شوید. برخی از این پرسش‌ها عبارتند از:

- ارزش‌های اصلی سازمان چیست؟
- چه کسانی مخاطبان شما هستند؟
- چه تصویری از خود می‌خواهید به نمایش بگذارید؟
- چرا مشتریان به محصولات یا خدمات شما نیاز دارند؟
- چرا سرمایه‌گذاران باید به کسب‌وکار شما توجه کنند؟
- سازمان شما چه ویژگی منحصر به فردی دارد؟
- محصول من چه احساسی از مشتریان را درگیر خواهد کرد؟ شادی، اطمینان، راحتی، امنیت و...

– مراحل نوشتن بیانیه مأموریت

- **شناسایی محصولات یا خدمات:** اولین قدم، تعریف دقیق محصولات یا خدماتی است که سازمان ارائه می‌دهد و نقشی که در زندگی مشتریان ایفا می‌کند.

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

- **بیان ارزش‌های اصلی:** ارزش‌های اساسی سازمان خود را تعریف کنید. این ارزش‌ها باید نمایانگر اصول و باورهای شما باشند و مبنای تصمیم‌گیری‌های استراتژیک شما را تشکیل دهند.
 - **ارتباط دادن کارها با ارزش‌ها:** نشان دهید که چطور فعالیت‌های سازمان شما با ارزش‌های اصلی آن هماهنگ است. این مرحله برای تقویت هویت برند و ایجاد یکپارچگی در اقدامات سازمان ضروری است.
 - **طوفان فکری برای ایده‌ها:** با استفاده از جلسات طوفان فکری، راه‌های مختلفی برای بیان داستان سازمان پیدا کنید. این روش می‌تواند به خلق ایده‌های جدید و خلاقانه کمک کند.
 - **ادغام ایده‌ها و ایجاد پیش‌نویس:** پس از جمع‌آوری ایده‌ها، آن‌ها را با هم ترکیب کنید تا لیستی از بیانیه‌های مأموریت بالقوه به دست آید. سپس این لیست را مرور کنید تا مناسب‌ترین بیانیه را انتخاب نمایید.
 - **اصلاح و نهایی کردن:** بیانیه انتخاب شده را به بحث بگذارید و با کمک نظرات اعضای تیم آن را بازبینی و اصلاح کنید. مطمئن شوید که بیانیه نهایی به تمام پرسش‌های اصلی پاسخ داده و به وضوح مأموریت سازمان را بیان می‌کند.
- بعد از نوشتن مأموریت سازمان، آن را در مکان کسب و کارتان نصب کنید و انتشار دهید تا همواره آن را به یاد داشته باشید و از مسیر اصلی خود خارج نشوید.
- بیانیه‌های مأموریت باید به گونه‌ای نوشته شوند که تا حد امکان بی‌زمان و ماندگار باشند، تجدید نظر در بیانیه مأموریت با توجه به تکامل شرکت در طول زمان چیز غیرعادی نیست. یک کسب و کار به صورت دوره‌ای بیانیه خود را بررسی می‌کند تا مطمئن شود که مأموریت فعلی شرکت را در بر می‌گیرد.

نوشتن بیانیه چشم انداز

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

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

- به كجا مي‌خواهيد برسيد؟ بيانیه چشم انداز شما بايد آرمانی باشد و نشان دهد كه چگونه تجارت شما در آینده 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 چتری برای بيانیه ماموريت خود و اهداف شرکت در نظر بگيريد.

نمونه‌هایی از ماموریت و چشم انداز شرکت‌های بزرگ

در ادامه با [گروه اقيانوس آبي](#) همراه باشيد كه چند نمونه از ماموريت و چشم انداز شرکت‌های بزرگ برای درك بهتر مطلب ارائه شده است:

۱: Nike. ايجاد انگيزه برای هر ورزشكار در دنيا

شرکت نايك با مأموريت الهام‌بخش خود، هدفش را به وضوح بيان می‌کند: ارائه محصولاتى كه هر فرد، صرف‌نظر از سطح ورزشی، بتواند از آن‌ها برای بهبود عملکرد خود استفاده کند. اين بيانیه مأموريت کوتاه و مستقيم است و به افراد انگيزه می‌دهد.

۲: Amazon. ساختن جایی كه هر چیزی كه می‌توان اينترنتی خريد، در دسترس باشد

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



آمازون به عنوان بزرگ‌ترین پلتفرم تجارت الکترونیک، مأموریت خود را حول دسترسی آسان و همه‌جانبه به محصولات متنوع شکل داده است. این مأموریت با تأکید بر دسترسی مشتریان به هر چیزی از طریق اینترنت، تمام تلاش خود را برای تحقق این هدف نشان می‌دهد.

۳: Coca Cola. شاد کردن مردم

مأموریت کوکاکولا به سادگی بر شاد کردن مردم تمرکز دارد. این برند جهانی با نوشیدنی‌های خود به دنبال القای شادی و خوشحالی در میان مصرف‌کنندگان است.

۴: Walmart. فراهم کردن امکان خرید چیزهایی که مردم پولدار می‌خرند برای مردم عادی

هدف والمارت ارائه محصولات متنوع با قیمت‌های مناسب است تا همه افراد، حتی کسانی که توان مالی کمتری دارند، بتوانند از محصولات باکیفیت بهره‌مند شوند. این بیانیه نشان‌دهنده رسالت شرکت در دموکراتیزه کردن خرید است.

۵: McDonald's. تبدیل شدن به مکان و نحوه محبوب مردم برای غذا خوردن

مأموریت مک‌دونالد تمرکز بر راحتی و محبوبیت غذاخوری‌هایش دارد. این شرکت با ارائه غذاهای سریع و اقتصادی به دنبال تبدیل شدن به اولین انتخاب مردم برای صرف غذا است.

۶: Facebook. اتصال دنیا

اینه مأموریت فیسبوک در نهایت سادگی، به هدف اصلی خود اشاره می‌کند: ایجاد بستری برای برقراری ارتباط بین افراد در سراسر جهان. فیسبوک با ایجاد شبکه‌های اجتماعی به دنبال پیوند دادن مردم و جوامع مختلف است.

۷. Microsoft: توانمندسازی افراد و کسب‌وکارها برای بهره‌برداری از توانایی‌هایشان

مایکروسافت به عنوان یکی از بزرگ‌ترین شرکت‌های فناوری، مأموریت خود را بر توانمندسازی افراد و سازمان‌ها برای استفاده بهتر از فناوری و رسیدن به اهدافشان بنا نهاده است.

۸. Google: سازماندهی اطلاعات جهان و قابل دسترس و مفید ساختن آن برای همه

بیانیه مأموریت گوگل به وضوح بر نظم بخشیدن به حجم عظیم اطلاعات موجود در جهان و دسترسی‌پذیر کردن آن برای همه افراد تأکید دارد. این مأموریت به خوبی محدوده وسیع خدمات این شرکت را توصیف می‌کند.

۹. LinkedIn: اتصال حرفه‌ای‌های جهان برای موفقیت بیشتر

مأموریت لینکدین بر ایجاد شبکه‌های حرفه‌ای بین افراد تمرکز دارد تا از این طریق بهره‌وری و موفقیت آن‌ها را افزایش دهد. این بیانیه به خوبی اهمیت ارتباطات حرفه‌ای در دنیای کسب‌وکار را نشان می‌دهد.

۱۰. Tesla: تسریع ظهور حمل‌ونقل پایدار از طریق عرضه خودروهای برقی

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

تسلا به دنبال تغييرات اساسي در صنعت حمل و نقل با ارائه خودروهاي برقي است. مأموريت اين شرکت بر سرعت بخشيدن به حرکت جهانی به سوی حمل و نقل پايدار تأکيد دارد و حسی از فوريت و اميد به آينده را منتقل می‌کند.

۱۱: Disney. سرگرم کردن، اطلاع رسانی و الهام بخشی به مردم سراسر جهان از طريق داستان سرایی بی نظير و فناوری نوآورانه

مأموريت دیزنی بر ايجاد تجربه‌هاي ماندگار و الهام بخش از طريق داستان‌هاي جذاب و استفاده از فناوری‌هاي پیشرفته تأکيد دارد. اين شرکت با قدرت خلاقيت و نوآوری خود، تبديل به یکی از پیشروهاي صنعت سرگرمی در جهان شده است.

۱۲: MOMA. موزه هنر مدرن): اتصال مردم جهان به هنر زمان ما

بیانیه مأموريت موزه هنر مدرن، هدف خود را در زمينه فرهنگ و هنر روشن می‌سازد. اين موزه به دنبال ايجاد ارتباط بين مردم و هنر معاصر است و با اين بیانیه به جذب مخاطبانی علاقه‌مند به هنرهای نوین می‌پردازد.

۱۳. پزشکان بدون مرز: ارائه کمک‌هاي پزشکی بی‌طرفانه به قربانیان جنگ، بیماری و بلایای طبیعی بدون توجه به نژاد، مذهب یا وابستگی سیاسی

مأموريت پزشکان بدون مرز با تأکيد بر ارائه خدمات پزشکی به نیازمندان در شرایط بحرانی، به جذابیت عاطفی و انسانی بالایی دست پیدا کرده و مردم را به حمایت از اين حرکت جهانی دعوت می‌کند.

برای مشاهده سایر مقاله‌هاي ما، حتماً به [اقيانوس آبي](#) سر بزنید.



همانطور که می بینید تمام این ماموریت 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!

سوالات متداول

۱. بیانیه ماموریت شرکت چیست؟

بیانیه ماموریت یک جمله یا پاراگراف کوتاه است که هدف اصلی و دلیل وجودی یک شرکت را بیان می کند. این بیانیه به سؤالاتی مانند “چرا این شرکت وجود دارد؟” و “چه ارزشی برای مشتریان و جامعه ایجاد می کند؟” پاسخ می دهد. بیانیه ماموریت، راهنمای شرکت در تصمیم گیری ها و اقدامات آن است و به همه اعضای تیم، مشتریان و شرکا، جهت و هدف مشترکی می دهد.

۲. ماموریت سازمان چیست و چه تفاوتی با بیانیه ماموریت دارد؟

ماموریت سازمان به هدف اصلی و دلیل وجودی یک سازمان اشاره دارد. این هدف می تواند به صورت کلی یا جزئی تعریف شود. بیانیه ماموریت عبارت دقیق و کوتاهی است که ماموریت سازمان

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

را به طور رسمي بيان مي‌کند. اين بيان به زبان ساده و قابل فهم براي همه اعضاي سازمان و ذينفعان است و به آن‌ها نشان مي‌دهد که سازمان به دنبال چه چيزي است.

به عبارت ساده، مأموريت هدف کلي سازمان است و بيانیه مأموريت، بيان رسمي و دقيق آن هدف است.

۳. تفاوت بين بيانیه مأموريت و چشم‌انداز سازمان چيست؟

بيانیه مأموريت هدف کنونی و چرایی وجود سازمان را توضيح مي‌دهد، در حالی که چشم‌انداز به آینده بلندمدت سازمان و هدف نهایی که سازمان به دنبال آن است اشاره مي‌کند.

۴. بيانیه مأموريت بايد چقدر طولانی باشد؟

بيانیه مأموريت بايد مختصر، واضح و الهام‌بخش باشد. معمولاً در چند جمله کوتاه (حداکثر يک پاراگراف) نوشته مي‌شود تا به سادگی درک شود و به ياد ماندنی باشد.