**المحاضرة الثانية : الرسالة والرؤية والاهداف الاستراتبجية**

يشير Van Deusenوزملائه ( )2992إلى أنه أصبح هناك عدد كبير ومتزايد من الشركات يستخدم بيان
الرسالة ( ،)mission statementبما في ذلك الشركات الكبيرة وحتى المنظمات المجتمعية، وقد ظهر
بصفة بارزة بيان الرسالة منذ الثمانينيات. يعطي بيان الرسالة "التوجيه والهدف ووجهة النظر" لأولئك الذين داخل وخارج الشركة بما في ذلك الإدارة والموظفين والزبائن والمنقب عليهم الطريقة التي تظهر البسيطة لفهم وصياغة الرؤية والرسـالة الإستراتيجية هي الإجابة على مجموعة من التساؤلات الهامة والمتمثلة في:
- ما هو النشاط الحالي؟
- لمن تقدم المؤسسة منتجاتها وخدماتها؟
- ما الذي نقدمه لزبائننا؟
- كيف تؤدي المؤسسة عملها وتقدم خدماتها؟
- ما هي الأعمال التي ستؤديها المؤسسة مستقبلا؟المنافع التي يمكن تحقيقها من بيان الرؤية والرسالة الجيدة متعددة، أهمها ما يلي:

1. ضمان وضوح الغايات وأهداف المنظمة بين المدراء والموظفين.
.2تقديم الأسس لجميع أنشطة التخطيط الاستراتيجي.
.3تقديم الإطار العام الذي تتجه نحوه المؤسسة.
.4تقديم نقطة التركيز لمختلف أصحاب مصالح المؤسسة.
.9حل وجهات النظر المتباعدة بين المدراء.
.1ترقية حس التوقعات المشتركة بين المدراء والموظفين.
.2توجيه القيم والاتجاهات والثقافة التنظيمية.
.1تحقيق التضافر بين المدراء والموظفين

**أهمية الأهداف الإستراتيجية**في إطار الإدارة الإستراتيجية تهتم الشركة بإعداد أهداف واضحة ومحددة وذلك للعديد من الأسباب العملية.
تكمن أهمية تحديدها في ما يلي:
)1توحيد الغرض داخل الشركة: الأهداف الإستراتيجية تمثل نقطة أساسية لجميع جهود الأفراد، فهي
ترتب أولوياتهم وتسمح بضمان العمل لمختلف الأفراد.
)2الاستغلال الأمثل للموارد: الأهداف الطموحة تحتاج إلى قدرات مالية ومادية وبشرية عالية، بدون
أهداف تهدر الموارد المختلفة.
)3تحديد الأهداف الفرعية لمختلف وحدات النشاط: بناء على الأهداف الإستراتيجية العامة يتم
إعداد الأهداف الفرعية أو المرحلية والمشتقة لكل وحدة إدارية أو فريق عمل بحيث يتم مراعاة
التكامل