



Namatek
True Education



www.namatek.com

Strategic Goals

اهداف استراتژیک

فهرست مطالب

۱. تعریف اهداف استراتژیک
۲. ویژگی اهداف استراتژیک
۳. علل اهمیت اهداف استراتژیک
۴. مراحل تدوین اهداف استراتژیک
۵. مزایای اهداف استراتژیک
۶. اهداف استراتژیک شامل چه مواردی هستند؟

هدف گذاری بخش مهمی از استراتژی های کسب و کار است. اگر می خواهید مطمئن شوید که سازمان شما به صورت منسجم و در مسیر درست حرکت می کند، تعیین هدف، راهی عالی به منظور رسیدن به این نتایج است. اما برای تأثیرگذار بودن، این اهداف باید قابل اندازه گیری باشند. تنها ایجاد هدف مهم نیست بلکه آنچه که باید مورد توجه قرار گیرد، ایجاد اهداف استراتژیک است که نقشی اساسی در انجام مأموریت های کلی سازمان دارد. در این مقاله به بررسی اهداف استراتژیک، ویژگی ها، علل اهمیت و مزایای آن و همچنین مراحل تدوین اهداف استراتژیک می پردازیم. همراه ما باشید.

تعریف اهداف استراتژیک



اهداف استراتژیک، اهداف مشخص و بلندمدتی هستند که یک سازمان به منظور دستیابی به وضعیت مطلوب خود در آینده تعیین می کند و به اهداف و نتایج دقیق مالی و غیرمالی اشاره دارد. تلاش سازمان ها، رسیدن به این اهداف و وضعیت مطلوب در یک بازه زمانی مشخص است که معمولاً یک بازه ۳ تا ۵ ساله برای آن در نظر گرفته می شود.

همانگونه که گفته شد، اهداف استراتژیک اهداف مالی و غیرمالی را در بر می گیرند که بنابر مدل کسب و کار خاصی که هر سازمان در پیش گرفته می تواند، اشکال مختلفی داشته باشد. اهداف استراتژیک از اهداف سالانه، گسترده تر هستند؛ اما از اهداف بلندمدت، کوتاه تر هستند. این اهداف مشابه یک نقشه راه برای سازمان ها عمل می کنند و جهت گیری ها و تمرکز برای موارد زیر را فراهم می کنند:

- تصمیم گیری ها
- استراتژی های تجاری
- تخصیص منابع
- اجرای عملیاتی

این اهداف مشخص می کنند که هر سازمان قصد دارد به کجا برسد و به چه تدابیری نیاز دارد تا به این اهداف دست یابد. توجه به این نکته ضروری است که اهداف استراتژیک با اهداف تاکتیکی که کوتاه مدت، خاص و متمرکز بر دستیابی به وظایف یا نقاط عطف خاصی هستند، متفاوت است. این اهداف بلندمدت تر و گسترده تر هستند و به عنوان استراتژی های کلی کسب و کار در یک سازمان عمل می کنند.

اهداف استراتژیک در برابر برنامه ریزی استراتژیک



اهداف استراتژیک و برنامه ریزی استراتژیک دو مفهوم نزدیک به هم در تجارت هستند؛ اما دقیقاً یکی نیستند. اهداف استراتژیک، مشخص، قابل اندازه گیری و قابل اجرا هستند.

این در حالی است که برنامه ریزی استراتژیک، فرآیند ایجاد و اجرای استراتژی است که از دستیابی به اهداف کسب و کارها پشتیبانی می کند. فرآیند برنامه ریزی استراتژیک شامل موارد زیر است:

- تجزیه و تحلیل وضعیت فعلی کسب و کارها
- شناسایی نقاط ضعف و قوت آن
- تعیین اهداف
- تدوین برنامه هایی برای دستیابی به اهداف تعیین شده

اهداف استراتژیک در برابر مقاصد استراتژیک

تفاوت بین اهداف (Goals) و مقاصد (Objectives) استراتژیک تا حدودی ذهنی است. مقاصد خاص تر از اهداف هستند. برخی از افراد معتقدند که مقاصد فقط کمی (عددی) هستند، در حالی که اهداف هم کیفی

و هم کمی هستند. چه از اهداف استراتژیک استفاده کنید چه از مقاصد استراتژیک، باید مطمئن شوید که آن ها خاص، قابل اندازه گیری و عملی باشند.

اهداف استراتژیک در برابر اهداف تجاری

اهداف کسب و کار، اهدافی از پیش تعیین شده هستند که سازمان ها برای دستیابی به آن ها در یک زمان مشخص برنامه ریزی می کنند. از نظر فنی، اهداف استراتژیک نوعی از اهداف تجاری هستند.

ویژگی اهداف استراتژیک



برای ایجاد یک برنامه استراتژیک، سازمان ها ابتدا باید اهدافی را که قصد دارند به آن دست پیدا کنند را تعیین کنند. اهداف استراتژیک، اهداف قابل اندازه گیری سازمان ها هستند که نشان دهنده چشم انداز آن سازمان است. از جمله ویژگی های اهداف استراتژیک می توان به موارد زیر اشاره کرد:

• گسترده و سطح بالا

- همسویی با چشم اندازها و مأموریت ها
 - چالش برانگیز و در عین حال قابل دستیابی
 - محدود به زمان
 - تطبیقی
 - تأثیرگذار
 - دارای بهبود مستمر
 - جامع
 - منعکس کننده روند بازار و صنعت
 - پایدار
 - الهام بخش و برانگیزاننده
- در ادامه به بررسی ویژگی های اساسی اهداف استراتژیک خواهیم پرداخت که در هنگام هدف گذاری در سازمان ها، باید مد نظر قرار داد.

هدف محور

نقطه شروع ایجاد اهداف استراتژیک، پاسخ به این پرسش ها است که:

- هدف ها و ارزش های سازمان شما چیست؟
 - برای رسیدن به چه چیزهایی تلاش می کنید؟
 - چرا تعیین این اهداف مهم هستند؟
- پاسخ به این سؤالات به توسعه اهداف استراتژیک سازمان کمک می کند.

بلندمدت و آینده نگر

در حالی که اهداف استراتژیک، مقاصدی بلند مدت برای سازمان ها هستند، اهداف عملیاتی نقاط عطف روزانه ای هستند که برای دستیابی به این نوع

اهداف، باید ابتدا به آن ها دست یافت. زمانی که اهداف استراتژیک را تعیین می کنید به ارزش ها و چشم اندازهای بلندمدت سازمان فکر کنید و مطمئن شوید که اهداف استراتژیک و عملیاتی را با یکدیگر اشتباه نمی گیرید. برای مثال سازمانی را فرض کنید که قصد دارد یک استراتژی بازاریابی جدید ایجاد کند. ایجاد استراتژی جدید یک هدف عملیاتی است که چشم اندازی بلندمدت دارد. در اینجا هدف استراتژیک می تواند نفوذ به بخش های جدیدی از بازار باشد و ایجاد یک استراتژی بازاریابی جدید به آن کمک خواهد کرد. برای اطمینان از تعیین اهداف چالش برانگیز که می تواند تأثیر پایداری بر سازمان داشته باشد، نیاز به یک چشم انداز آینده محور است.

قابل اجرا

اهداف استراتژیک قوی نه تنها بلندمدت و متمرکز بر آینده هستند بلکه قابلیت های اجرایی نیز دارند. اگر اهداف عملیاتی ای که تیم بتواند با استفاده از آن دستیابی به اهداف استراتژیک را کامل کند، وجود ندارد؛ بهتر است سازمان زمان و منابع خود را در جاهای دیگری صرف کند. هنگام تدوین اهداف استراتژیک، به اهداف عملیاتی ای که در زیر این اهداف قرار دارند توجه کنید. آیا این اهداف برنامه های عملی ای دارند که تیم می تواند از آن ها برای دستیابی به اهداف سازمان استفاده کند؟

قابل اندازه گیری

هنگامی که می خواهید اهداف استراتژیک را مشخص کنید، تعیین نحوه سنجش پیشرفت و موفقیت، از بخش های بسیار مهمی هستند که باید مد

نظر قرار دهید. یکی از ابزارهایی که می توان برای ایجاد اهداف قابل اندازه گیری استفاده کرد، کارت امتیازی متوازن است که ابزاری برای ردیابی و اندازه گیری متغیرهای غیرمالی است. مهمترین بخش یک کارت امتیازی، همسویی آن با استراتژی های کسب و کار است.

علل اهمیت اهداف استراتژیک



اهداف استراتژیک مهم هستند؛ زیرا به کسب و کارها کمک می کنند تا تعیین کنند به کجا می خواهند بروند و چگونه به آن جا خواهند رسید. این اهداف، جهت، تمرکز و مقصد یک کسب و کار را مشخص می کنند و دستیابی به موفقیت را آسان تر می کنند. تجزیه یک استراتژی به اهداف آن، تأثیر عمیقی بر نحوه اجرای آن و در نهایت موفقیت کلی سازمان دارد. این اهداف مهم هستند زیرا:

- تنظیم اولویت ها، تخصیص منابع، الزامات قابلیت ها و فعالیت های بودجه بندی را هدایت می کنند.
- نیروی کار را از اهداف فردی و تیمی مورد استفاده به منظور تمرکز و همسو کردن تلاش های تمامی پرسنل آگاه می کنند.

- برنامه های بازاریابی، عملیات فناوری اطلاعات و منابع انسانی را برای سال های آینده مشخص می کنند.
- معیارهایی را به منظور مقایسه نتایج برنامه ریزی شده و نتایج واقعی به دست آمده ارائه می دهند.

مراحل تدوین اهداف استراتژیک



با طی مراحل زیر، پایه ای محکم برای تعیین اهدافی که جهت سازمان را مشخص و هدایت می کند، فراهم خواهد شد.

تعریف چشم انداز سازمان

قبل از شروع هدف گذاری، داشتن یک چشم انداز روشن بسیار مهم خواهد بود. چشم انداز، تصویری از آینده سازمان را ترسیم می کند و مسیری که سازمان در آن حرکت می کند را به وضوح نشان می دهد.

چشم انداز به این سؤال پاسخ می دهد که: کجا می خواهیم باشیم؟ در چشم انداز، آرزوهای سازمان گنجانده می شود، این آرزوها باید منطبق بر واقعیت باشند. ارتباط و تعامل با کارمندان، مشتریان و ذینفعان می تواند

سبب به دست آوردن ورودی های بسیار و متنوعی هنگام ایجاد چشم انداز شود.

تجزیه و تحلیل SWOT

SWOT مخفف Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats و به معنای نقاط قوت، نقاط ضعف، فرصت ها و تهدیدها است. تجزیه و تحلیل SWOT، یک رویکرد ساختار یافته برای ارزیابی عوامل داخلی و خارجی سازمان است که بر آن تأثیر می گذارد. درک این موضوع که سازمان در چه بخش هایی بهتر عمل کرده و برتری هایی که در آن بخش ها دارد و در چه بخش هایی دچار ضعف و چالش شده، می تواند به ایجاد اهدافی بیانجامد که از نقاط قوت سازمان استفاده می کند و زمینه های بهبود را فراهم می سازد. جلسات SWOT باید به صورت منظم برگزار شوند و در آن اعضای تیم از تمامی بخش های سازمان حضور داشته باشند تا دید جامعی از سازمان به دست آید.

اولویت بندی اهداف سازمان

تمامی اهدافی که تعیین شده به صورت یکسان پیش نمی روند. بهتر است هدف هایی که به بهترین وجه به تحقق چشم اندازهای سازمان کمک می کنند، اولویت بندی شوند. به همین منظور استفاده از ابزاری مانند ماتریس آیزنهاور (Eisenhower) برای تعیین فوریت ها و اهمیت اهداف بسیار کارساز خواهد بود. برای مثال، اگر در یک سازمان تجارت الکترونیک، توسعه بین المللی و راه اندازی یک برنامه تلفن همراه به عنوان اهداف این سازمان

مشخص شوند؛ اما زمان و بودجه محدودی داشته باشند، ممکن است برنامه ای بر اساس درآمد احتمالی فوری، در اولویت قرار گیرد.

SMART کردن اهداف

SMART مخفف Specific, Measurable, Achievable, Relevant, Time – bound و به معنای خاص، قابل اندازه گیری، در دسترس، مرتبط و در محدوده زمانی مشخص است. اگر هدف سازمان، افزایش فروش باشد، این هدف مبهم خواهد بود.

افزایش فروش ۱۵ درصدی طی ۱۲ ماه آینده، تمامی ویژگی های یک هدف SMART را دارد. این وضوح و شفافیت در هدف، اثربخشی آن و احتمال دستیابی به اهداف تعیین شده را افزایش خواهد داد.

در میان گذاشتن اهداف با تیم خود

پس از تعیین اهداف استراتژیک، باید مطمئن شوید که تمامی اعضای سازمان، این اهداف را به خوبی درک کرده اند.

این موضوع سبب می شود تا:

۱. همسویی تشویق شود.

۲. همکاری تقویت شود.

۳. به همه اطمینان دهد که تمامی اعضا در یک جهت حرکت می کنند.

از تمامی راه ها و کانال های ارتباطی مانند جلسات تیمی، ایمیل ها و پلتفرم های داخلی می توان برای اطمینان از دسترسی و درک گسترده اعضای سازمان استفاده کرد.

انعطاف پذیری

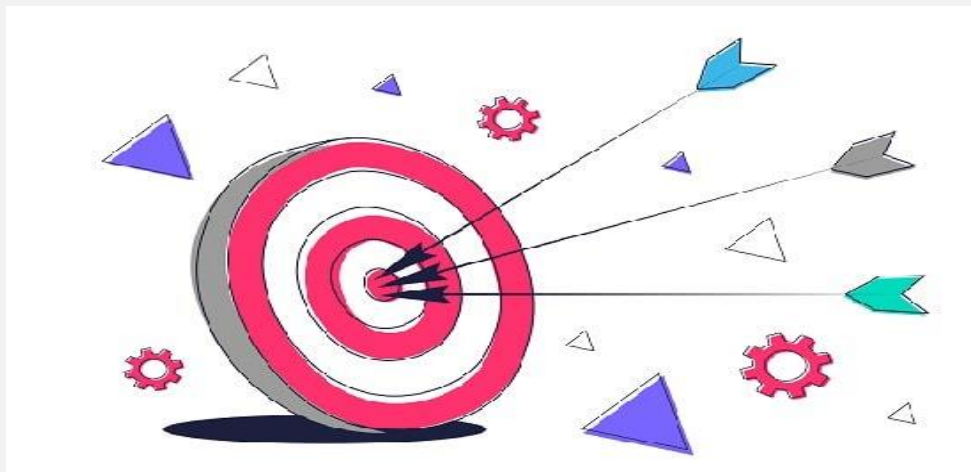
محیط های کسب و کار پویا هستند. همانطور که موقعیت ها تغییر می کند، سازمان ها باید آمادگی و انعطاف لازم برای تغییر و تنظیم اهداف را داشته باشند و اطمینان حاصل کنند که با چشم اندازهای گسترده تر و زمینه های پیش آمده هماهنگ باشند. به منظور ارزیابی ارتباط و عملی بودن اهداف جدید، جلسات منظمی را برنامه ریزی کنید. سپس بر اساس اطلاعات به دست آمده و بازخوردهای واقعی، تنظیمات لازم را انجام دهید.

مزایای اهداف استراتژیک

اهداف استراتژیک و شفاف، مزایای زیر را به دنبال دارند:

- بهبود تصمیم گیری های استراتژیک
- حمایت از چابکی و سازگاری سازمانی
- ایجاد شفافیت در سراسر سازمان
- ترویج به اشتراک گذاری دانش و مهارت ها در سطح سازمان
- هدایت نوآوری ها و خلاقیت ها

اهداف استراتژیک شامل چه مواردی هستند؟



بسته به صنعت، اندازه و بازار هدف سازمان، اهداف استراتژیک می توانند از یک کسب و کار به کسب و کار دیگر متفاوت باشند. با این حال این اهداف ویژگی های مشترکی دارند که در بخش های قبلی در مورد آن صحبت شده است. این اشتراکات کمک می کنند تا این اطمینان حاصل شود که اهداف استراتژیک معنادار، مرتبط و قابل دستیابی هستند و به عنوان پایه و اساس یک استراتژی تجاری موفق عمل می کنند.

برخی از این اهداف عبارت اند از:

- افزایش سهم بازار
- بهبود رضایت مشتری
- افزایش گستره بازارهای جغرافیایی
- ارائه محصولات متنوع
- کاهش هزینه های عملیاتی
- بهبود رضایت و حفظ کارکنان
- توسعه و اجرای تکنولوژی های جدید
- بهبود مدیریت زنجیره تأمین
- افزایش شناخت از برند
- افزایش درآمد و سودآوری
- اجرای شیوه های پایدار
- توسعه و حفظ مشارکت های قوی
- افزایش کیفیت و اطمینان از محصول
- افزایش نوآوری و خلاقیت
- تقویت فرهنگ سازمانی

- توسعه نیروی کاری ماهر و قوی
- بهبود تجربه مشتری
- سرمایه گذاری در بخش های تحقیق و توسعه یا R & D