

Chương II

NHIỆM VỤ & MỤC TIÊU CHIẾN LƯỢC



ThS. ĐOÀN XUÂN HẬU

NỘI DUNG

- ❖ Xác định tầm nhìn, sứ mệnh
- ❖ Xác định ngành, lĩnh vực kinh doanh
- ❖ Hoạch định mục tiêu chiến lược

TẦM NHÌN (vision)



Tương lai của doanh nghiệp là gì?

Xây dựng tầm nhìn của doanh nghiệp

Viễn cảnh tương lai

- Mục tiêu chiến lược cho 10 đến 30 năm sau
- Mô tả cụ thể

Tư tưởng cốt lõi

- Giá trị cốt lõi
- Mục tiêu cốt lõi

Jim Collins and Jerry I. Porras, *Xây dựng để trường tồn: Những thói quen Thành công của Các Công ty có Tầm nhìn*

Tư tưởng cốt lõi

- **Chúng tôi là ai? Chúng tôi tồn tại và đại diện cho cái gì?**
- Tư tưởng cốt lõi **mang tính bất biến** của một DN, đó chính là yếu tố mang tính nhất quán, vượt lên trên các vòng đời sản phẩm/thị trường, các tiến bộ công nghệ, các phong cách quản trị và các nhà lãnh đạo; là **kim chỉ nam cho sự phát triển của DN**.
- Có vai trò **hướng dẫn và truyền cảm hứng** chứ không phải là để tạo ra sự khác biệt
- *Tư tưởng cốt lõi gồm 2 thành phần chủ yếu:*
 - **Giá trị cốt lõi**
Niềm tin nào định hướng công ty?
 - **Mục tiêu cốt lõi**
Mục tiêu căn bản trong hoạt động của công ty là gì?

Viễn cảnh tương lai

- Điều gì bạn có thể cảm thấy, nắm bắt được/ một giấc mơ, một hy vọng, một hoài bão
- *Viễn cảnh tương lai gồm 2 thành phần chủ yếu:*
 - Mục tiêu chiến lược cho 10 đến 30 năm sau
 - Mô tả cụ thể

Tầm nhìn của SONY

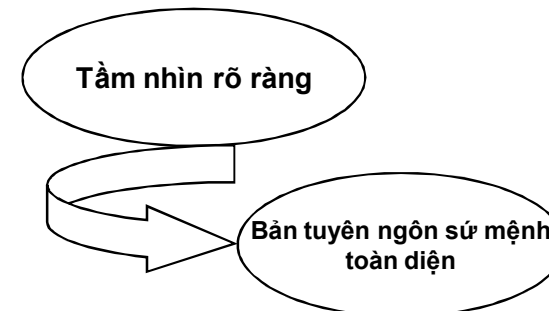
SONY

- ❖ **Giá trị cốt lõi**
 - Nâng cao hình ảnh quốc gia và văn hóa của Nhật Bản
 - Luôn luôn đi tiên phong; thực hiện những điều không thể
- ❖ **Mục tiêu cốt lõi**
 - Trải nghiệm sự sáng tạo và ứng dụng công nghệ vì lợi ích và giải trí của cộng đồng
- ❖ **Mục tiêu chiến lược**
 - *Trở thành hãng được biết đến chủ yếu là vì thay đổi hình ảnh của Nhật Bản về chất lượng thấp kém của sản phẩm*
- ❖ **Mô tả cụ thể (Hình dung về tương lai của SONY)**

Chúng tôi sẽ tạo ra những sản phẩm phổ biến trên toàn thế giới... Chúng tôi sẽ là hãng Nhật Bản đầu tiên có mặt và phân phối trực tiếp trên đất Mỹ... Chúng tôi sẽ thành công với những sự đổi mới mà các hãng Mỹ đã thất bại, chẳng hạn như máy thu thanh bán dẫn...

50 năm sau, Sony sẽ trở nên nổi tiếng thế giới... "Sản xuất tại Nhật Bản" sẽ có nghĩa là chất lượng cao, chứ không phải là kém phẩm chất

Tầm nhìn và sứ mệnh




SỨ MỆNH

Cách thức nào để công ty đạt tới vị thế trong tương lai dài hạn?



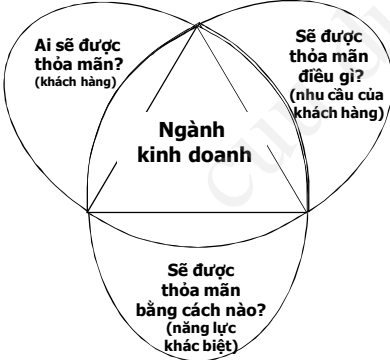
Sứ mệnh (mission)

- Xác định bản chất công việc kinh doanh của DN = xác định lĩnh vực/phạm vi kinh doanh → mô hình Derek F. Abell
- Triết lý kinh doanh = các giá trị cốt lõi (core values)



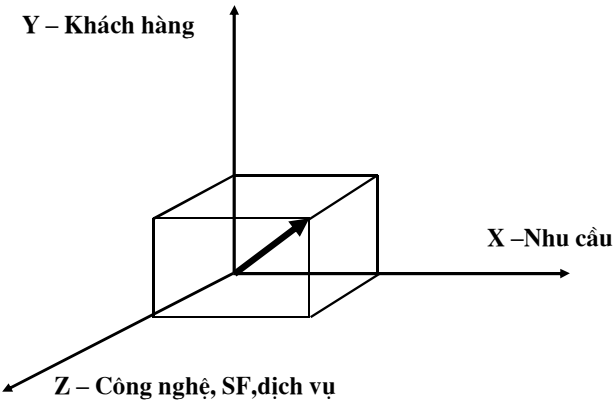
NHIỆM VỤ CỦA DOANH NGHIỆP

- > Định hướng vào khách hàng
- > Xác định lĩnh vực và ngành kinh doanh chủ yếu



Mô hình khung 3 chiều của Derek F. Abell

MÔ HÌNH KHUNG BA CHIỀU CỦA D. ABELL



Y – Khách hàng

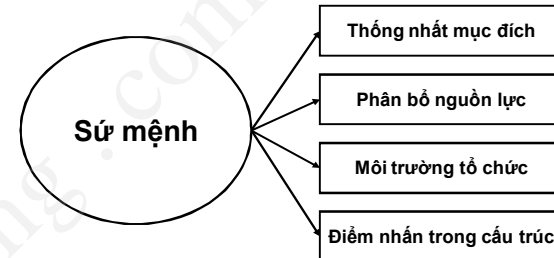
X – Nhu cầu

Z – Công nghệ, SF, dịch vụ

TRIẾT LÝ KINH DOANH

- ❖ Là toàn bộ quan điểm, tư tưởng, giá trị, niềm tin chi phối mọi hoạt động ra quyết định của doanh nghiệp
- ❖ Các giá trị cốt lõi sẽ tồn tại cùng với DN trong bất kỳ hoàn cảnh nào.
- ❖ Ví dụ:
 - Dịch vụ tuyệt hảo
 - Dẫn đầu về công nghệ
 - Sáng tạo
 - Minh bạch
 - Trách nhiệm xã hội

Lợi ích của bản tuyên bố sứ mệnh



MỤC TIÊU CHIẾN LƯỢC



Mục tiêu chiến lược




Mục tiêu chiến lược là **đích kết quả** mà doanh nghiệp mong muốn **trong từng thời kỳ**

Phân loại mục tiêu


Mục tiêu tài chính

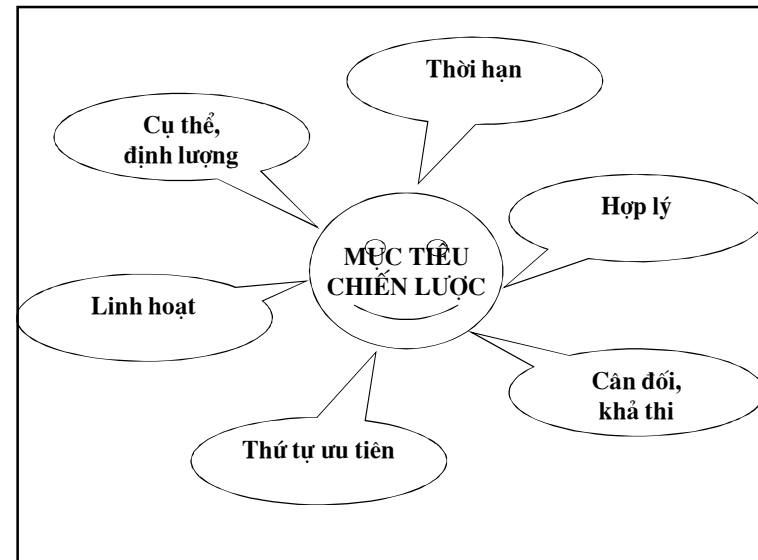
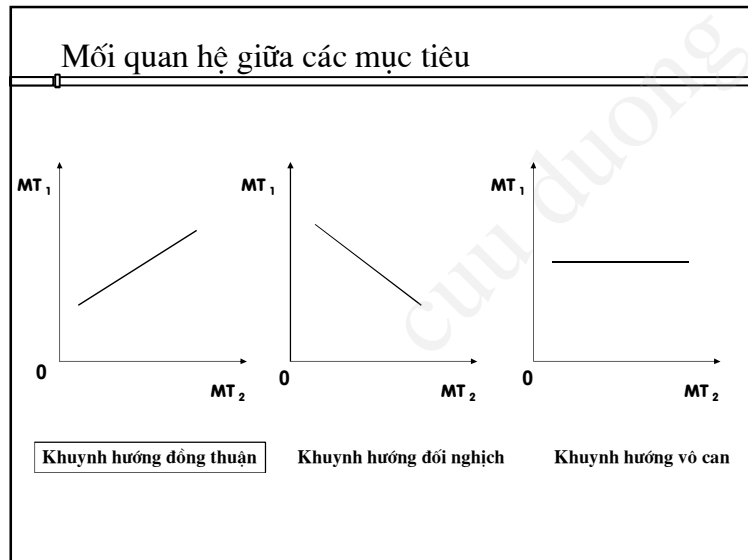
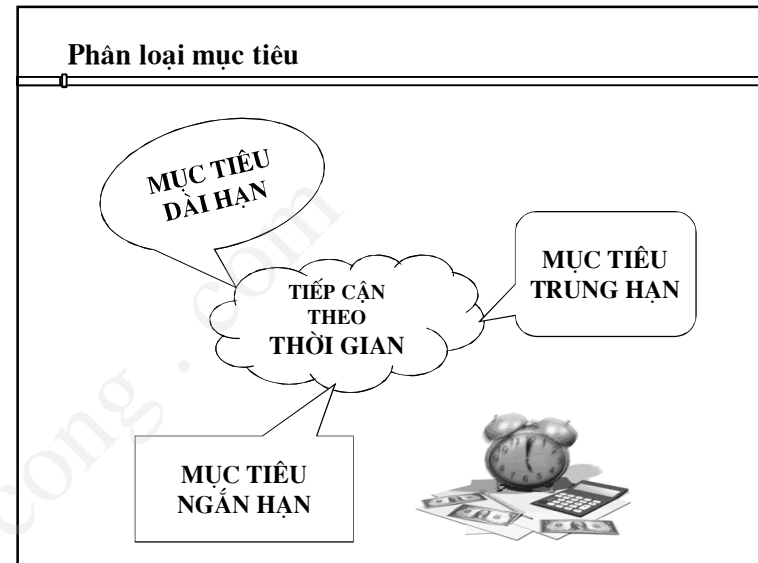
Kết quả đầu ra tập trung vào tăng cường **hiệu quả hoạt động tài chính**



Mục tiêu chiến lược

Kết quả đầu ra tập trung vào tăng cường **vị thế cạnh tranh dài hạn**





Các yếu tố tác động tới việc xác định nhiệm vụ và mục tiêu chiến lược

- * Các yếu tố của môi trường kinh doanh
- * Các nguồn lực và lợi thế cạnh tranh
- * Quan điểm của ban giám đốc
- * Lịch sử hình thành và phát triển của doanh nghiệp
- * Các đối tượng hữu quan (stakeholders)

CÁC ĐỐI TƯỢNG HỮU QUAN

