

# تحلیل بیانیه مأموریت شرکت اینتل<sup>۱</sup>

زینب زمانی

درس مدیریت استراتژیک سیستم‌های اطلاعاتی

جناب آقای دکتر حجاریان

اینتل، رهبر جهانی در زمینه نوآوری‌های سیلیکونی است که تکنولوژی‌ها، محصولات و ابتکارات خود را جهت توسعه مستمر نحوه کار و زندگی مردم ایجاد می‌نماید. اینتل در سال ۱۹۶۸ تأسیس گردید تا حافظه‌های نیمه رسانا<sup>۲</sup> را تولید نماید و اولین ریزپردازنده جهان را در سال ۱۹۷۱ ارائه نمود.

## مأموریت ما:

مأموریت ما لذت و شادی مشتریان، کارکنان و سهامدارانمان، از طریق تحویل مستمر ارتقای پلت‌فورم و تکنولوژی است که برای مسیر کار و حیات ما ضروری است.

## ارزش‌های ما:

- مشتری‌محوری
- نتیجه‌گرایی
- ریسک‌پذیری
- مکانی مناسب برای کار
- کیفیت
- نظم

## اهداف ما:

- گسترش فناوری سیلیکونی و رهبری تولید

---

<sup>۱</sup> Intel  
<sup>۲</sup> Semiconductor Memory

- تحویل پلت فورم و ریزپردازنده‌های منحصربه‌فرد
- رشد سودآوری جهانی
- برتری جویی در مشتری‌مداری

## تحلیل مأموریت اینتل:

«مأموریت»، مقصود و ارزش‌های اصلی سازمان (و حوزه عملکرد آن) را مشخص می‌نماید. در واقع عبارتی است که دلیل وجود سازمان (یا فلسفه وجودی آن) را بیان می‌دارد.

یک بیانیه مأموریت خوب به چهار سؤال اساسی پاسخ می‌گوید:

۱. مشتری چه کسی است؟

۲. نتایج مطلوب مورد انتظار سازمان کدامند؟

۳. آیا تعیین نتایج مطلوب منجر به دستیابی به آنها خواهد شد؟

۴. آیا بیانیه، سازمان را در جهت تخصیص منابع هدایت می‌کند؟<sup>۱</sup>

در بیانیه مأموریت شرکت اینتل به طور مستقیم و مستقل، مشتری (به معنای افرادی که کالا یا خدماتی را از سازمان دریافت می‌کنند) ذکر نشده است، لیکن اگر مشتری را تمامی افراد جامعه در نظر بگیریم، هدف نهایی شرکت اینتل تمامی مشتریان، کارکنان و سهامداران بیان گردیده. در واقع شرکت تمام افرادی را که به نوعی به اهداف و فالیتهای شرکت مربوط می‌شوند، مشتری خود (به معنای کسی که رضایت او مورد نظر است یا همان ذی‌نفع) در نظر گرفته است.

به طور واضحی در بیانیه مأموریت شرکت، شادی تمام ذی‌نفعان نتیجه مطلوب و نهایی شرکت عنوان گردیده است.

<sup>۱</sup> Ewell (1988)

شرکت اینتل در بیانیه مأموریت خود نحوه دستیابی به نتایج مطلوب خود را ذکر نموده، که همان تحویل فناوری است.

همچنین بیانیه شرکت فعالیت اصلی سازمان و نیز ذی‌نفعان را معرفی نموده است؛ بنابراین مسیر بهینه تمرکز و تخصیص منابع در سازمان تا حدود زیادی مشخص می‌گردد. بیانیه مأموریت نشان می‌دهد که شرکت باید تمامی تلاش خود را در زمینه ایجاد و توسعه فناوری به کار بندد.

برخی صاحب‌نظران ماهیت مأموریت سازمان را بیان نگرش، به هم نزدیک کردن دیدگاه‌های مخالف، توجه به مشتری و اعلان سیاست‌های اجتماعی عنوان نموده‌اند.<sup>۱</sup> به عقیده آنها مأموریت سازمان باید دارای نه ویژگی باشد که در مورد شرکت اینتل، آنها را مورد بررسی قرار می‌دهیم:

۱. مشتریان: شرکت اینتل در مأموریت خود، به طور مشخص مشتری خود را تعیین نموده است.
۲. محصولات یا خدمات: شرکت اینتل در مأموریت خود، انواع پلت‌فرم و فناوری سیلیکون را به عنوان محصول معرفی نموده است.
۳. بازارها: شرکت اینتل در مأموریت خود، مشتریان، کارکنان و سهامداران را به عنوان بازار هدف خود تعیین نموده است.
۴. فناوری: شرکت اینتل در مأموریت خود، فناوری مورد استفاده را معرفی نکرده است.
۵. توجه به بقا، رشد و سودآوری: شرکت اینتل در مأموریت خود، تحویل و توسعه تکنولوژی را به عنوان راز بقا و تداوم حیات معرفی کرده است.
۶. فلسفه: شرکت اینتل در مأموریت خود، رضایت تمامی ذی‌نفعان را به عنوان فلسفه وجودی خود عنوان نموده است.
۷. ویژگی ممتاز: شرکت اینتل در مأموریت خود، رضایت کارکنان و سهامداران را علاوه بر مشتریان و نیز توسعه فناوری را در قالب ویژگی متمایزکننده معرفی نموده است.
۸. توجه به تصور مردم: شرکت اینتل در مأموریت خود، اشاره‌ای به نحوه تصور مردم ننموده است.
۹. توجه به کارکنان: شرکت اینتل در مأموریت خود، مستقیماً رضایت شادی و مسرت کارکنان را جزو رسالت خود معرفی کرده است.

---

<sup>۱</sup> فرد آر دیوید، ۱۳۸۲

## منابع:

دیوید، فرد آر، (۱۳۸۲)، مدیریت استراتژیک، ترجمه دکتر علی پارسایان و سیدمحمد اعرابی، چاپ پنجم، دفتر پژوهش‌های فرهنگی

Ewell. P. and R. P. Lisensky (1988). *Assessing Institutional Effectiveness*. Consortium for the Advancement of Private Higher Education