

使命與使命宣言的功能與內容要素

使命通常是指組織之所以存在的理由與所追求的價值，也就是組織的存在與否對於其關係人和社會產生的價值貢獻。簡單說，使命代表了組織存在的根本價值。使命宣言(mission statement)要能精要地揭櫫了組織存在的目的與管理的哲學，其雖精要，但卻能明確地指出組織存在的根本理由，為組織建立起自己的經營範疇，並找出自己的獨一無二的特徵。若就管理的角度言之，使命的主要功能大約有以下六點：

- 1.使命指出未來共同努力的方向，可形成與聚集成員的貢獻：因為成員若對組織的經營方針與理念有共識，則較易協同合作並朝此方向邁進。
- 2.使命可以避免目標間相互衝突的產生:因有了使命所指引的方向，故組織不致去追求相互衝突的目標。
- 3.使命是資源分配的準則：使命揭示了組織應如何獲取、分配與運用資源的一般指導原則，以避免珍貴資源的浪費與誤用。
- 4.使命提供工作時的廣泛指導原則：因有使命的協調與指引，故各部門與成員間的工作或活動能取得一致的共識，不致出現多頭馬車的問題。
- 5.使命可以作為發展組織後續目標的基礎：使命指出組織之所以存在的理由與根本的價值，所以可做為組織發展後續目標的基礎，任何與使命不一致的目標均應加以修正或調整。
- 6.使命可以建立一種組織基調或組織氣候：使命傳達出組織所追求的基本價值，因此提供了形成組織氣候的基礎；另使命所揭櫫的「有所為、有所不為」的宣言，亦建構出組織活動的基調。

由於使命是對組織未來方向的一種廣泛描述，並透過使命規範組織所追求的目標。因此，一項好的組織使命宣言，其具體的內容應包括如下幾項要素：

- 1.顧客：誰是我們的顧客？他們在那裏？
- 2.產品或服務：我們所要提供的主要產品或服務是什麼？
- 3.地理涵蓋範圍：所要營運的地理和市場範圍為何？
- 4.核心技術：提供服務的技術為何？如生產品與服務所使用的工具、機器、技巧與程序等。
- 5.組織目標：對於組織目標做一般性的描述，如組織對生存、成長與服務成

果的要求與承諾。

- 6.經營哲學：主要用來指引成員的基本信念、價值、期望和哲學，及其間的優先順序。
- 7.自我概念：組織對本身的看法或印象？包括對自身的優勢、弱點，以及其所擁有的競爭優勢等的看法，即組織的獨特能耐與主要的競爭優勢是什麼？
- 8.公共形象：組織所企圖塑造的大眾印象，如組織能否因應社區、社會與環境的需求？應如何回應等問題。
- 9.激勵的魅力：組織的使命必須具有能夠激勵其閱讀者與組織成員的魅力。
- 10.對於員工的關切：是否認為員工是有價值的資產？應如何來對待員工？

總而言之，良好的組織使命應該能符合下列的標準：

- 1.必須能夠說明現在的組織是什麼？以及組織未來想變成什麼？
- 2.必須足夠證明以有助於組織成員判斷可以進入那些事業，同時也必須足夠寬廣以提供創造性成長的空間。
- 3.必須能將本組織與其他組織的差異予以有效區別出來。
- 4.必須能夠提供一套用來評估目前與未來組織活動的參考架構。
- 5.必須足夠清楚明確，讓整個組織成員容易瞭解。