

目標・設定項目の種類

目標は行動に移せる形でなければならない。抽象的な目標は、夢でしかない。目標は一つではなく、複数ある。複数の目標のバランスを取って、組み立てる。

四つの問

第一の問 商品、生産、市場、流通等の分析

第二の問 今日は有効であるか、明日も有効か、今日顧客に価値を与えているか、明日も与えているか。

第三の問 今日の人口、市場、経済、社会の実態に合っているか。

第四の問 合っていないならば、如何に廃棄するか、もしくは、資源、努力を投ずることを如何に中止するか。

五つの目標

第一の目標 「我が社の事業は何か」の解。使命を実現する具体的なもの。成果を評価するもの。

第二の目標 具体的な仕事と成果につながるもの。基準になり、動機付けになるもの。

第三の目標 資源と行動の集中を確かにするもの。

第四の目標 目標は複数はある。多用なニーズがある。複数の目標は当然である。目標のバランスをとる。

第五の目標 目標を設定すべき領域は事業の全体である。あらゆる部署にあり、事業の目標を達成する。

必要となる八つの目標領域

第一の領域	マーケティング	第二の領域	イノベーション	第三の領域	人的資源	第四の領域	資金
第五の領域	物的資源	第六の領域	生産性	第七の領域	社会的責任	第八の領域	利益

マーケティングの目標

第一の目標 既存市場の既存商品についての目標

第二の目標 既存商品の廃棄についての目標

第三の目標 既存市場における新商品についての目標

第四の目標 新しい市場についての目標

第五の目標 流通チャンネルについての目標

第六の目標 アフターサービスについての目標

第七の目標 信用供与についての目標

目標は具体的でなければならない。行動に移せる形でなければならない。抽象的な目標は、夢でしかない。

◇イノベーションには大きく、商品、市場、流通に関わるものがある。各分野で、イノベーションの目標を明確にしなければならない。

◇スペシャリストの確保と育成の目標、全従業員のスキルと姿勢についての目標がいる。

◇必要とする最低の利益を求める。その手段はあるか。

P.F.ドラッカー『マネジメント』より