

مطالعه‌ای روی ماهیت هدف به‌منظور تلاش برای هدف‌گذاری صحیح و دقیق

علیرضا محمودی فرد^{*۱}

ا‌کارشناس ارشد مدیریت صنعتی (و مدرس دانشگاه‌ها)، گروه مدیریت صنعتی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه شاهد، تهران، ایران
alireza10.m10@gmail.com

چکیده

یکی از مهم‌ترین موارد در مورد زندگی شخصی و یا حیاط سازمانی، بحث هدف و هدف‌گذاری صحیح و دقیق است؛ هدف و هدف‌گذاری درست، آن قدر مهم است که هر چقدر انسان برای آن زمان بگذارد و دقت به خرج دهد، رواست. هدف، ایده‌ای از آینده یا نتیجه‌ای مطلوب است که شخص یا گروهی از مردم تصور کرده و برای آن برنامه‌ریزی می‌کنند و متعهد می‌شوند آن را به‌دست آورند. اهداف نشانگر تصمیماتی هستند که می‌گیریم و مسئولیت‌هایی را برای دستیابی به آن‌ها می‌پذیریم، برخی از عادت‌های بد خود را ترک می‌کنیم، عادت‌های مفیدی را کسب، یا در زمینه‌های مختلف زندگی، دستاوردهایی کسب می‌کنیم. اهداف، ما را قادر می‌سازند تا با تعیین آن چه در زندگی می‌خواهیم، به تمرکز بیشتری برسیم. داشتن هدف در زندگی، ما را با انگیزه نگه می‌دارد و دائما ما را به عمل کردن وامی‌دارند. هنگامی که هدفی در زندگی به‌درستی انتخاب و دنبال شود، می‌تواند به ما کمک کند تا از فرصت‌های زندگی مان به نحو احسن بهره ببریم. در این مقاله، به بحث ماهیت هدف به‌منظور تلاش برای هدف‌گذاری صحیح و دقیق، پرداخته شده و مفاهیم و مطالب مرتبط با آن ارائه شده است؛ در مقالات آتی، به روش‌های هدف‌گذاری صحیح اشاره خواهد شد.

واژه‌های کلیدی: هدف، هدف‌گذاری صحیح و دقیق، عملکرد، برنامه‌ریزی استراتژیک، چشم‌انداز، راهبرد، ارزش، نتیجه

۱. مقدمه

۱.۱. پیش مقدمه

برایان تریسی می گوید تا حدود زیادی موفقیت شما در زندگی، با توانایی فکر کردن، برنامه ریزی، تصمیم گیری و اقدام کردن مشخص می شود؛ هر چه در این زمینه ها از مهارت بیشتری برخوردار باشید، سریع تر به اهداف تان می رسید و از زندگی و از شغل خود راضی تر می شوید.

برنامه ریزی راهبردی شخصی، ابزاری است که شما را از جایی که هستید، به جایی که می خواهید باشید می رساند؛ تفاوت میان کسانی که از برنامه ریزی راهبردی شخصی برای سازمان دادن و راهنمایی کردن زندگی شان استفاده می کنند و کسانی که این کار را نمی کنند، به تفاوت میان سوار شدن در قطار و هواپیما، شباهت دارد؛ هر دو از نقطه (الف) به نقطه (ب) می رسند، اما هواپیما (برنامه ریزی راهبردی شخصی) با سرعت بیشتری شما را به مقصد می رساند، توقف هایش هم کمتر است [۱].

۲.۱. برنامه ریزی راهبردی از منظرهای مختلف

در جدول ۱، برنامه ریزی استراتژیک از منظرهای مختلف بررسی شده است.

جدول ۱: برنامه ریزی راهبردی از منظرهای مختلف

کوتاه مدت	زمانی	برنامه ریزی از منظر
میان مدت		
بلند مدت		
از بالا به پایین	تمرکز	
از پایین به بالا		
کلان	گستره	
بخشی		
خرد		
از درون به بیرون	دیدگاه	
از بیرون به درون		

برنامه ریزی از منظر زمانی، به سه دسته کوتاه مدت، میان مدت و بلند مدت (دراز مدت) تقسیم می شود؛ در یک دسته بندی، برنامه های کوتاه مدت، برنامه هایی هستند که تا یک سال اجرایی می شوند؛ برنامه های میان مدت شامل برنامه های یک تا سه سال شده و برنامه های بلند مدت، برنامه هایی تا پنج سال هستند؛ البته تقسیم بندی های دیگری نیز وجود دارد.

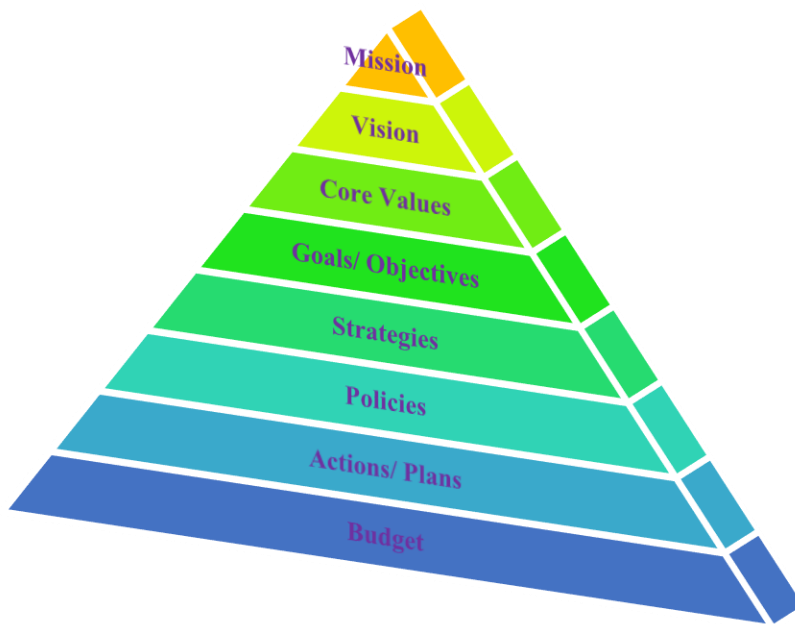
برنامه ریزی از منظر دیدگاه، شامل دو مورد از درون به بیرون و از بیرون به درون می شوند؛ از بیرون به درون، حالتی است که اول محیط در نظر گرفته شده و بعد سازمان خود را با شرایط محیطی، تطبیق و وفق می دهد؛ در حالت از درون به بیرون، ابتدا داخل سازمان و مهارت ها و تخصص ها و کالاها و خدماتش در نظر گرفته می شود و با نوآوری و خلاقیت در بخش تحقیق و توسعه (R&D)، کالا و محصولات یا خدماتی جدید به بیرون عرضه می شود؛ در حالت از بیرون به درون، رفع نیاز صورت گرفته و در حالت از درون به بیرون، نیازسازی انجام می شود.

برنامه‌ریزی از منظر تمرکز، شامل دو حالت تمرکز از بالا به پایین (تمرکز) و تمرکز از پایین به بالا (عدم تمرکز) می‌شود؛ اینکه کدام سبک مدیریتی بهتر است، کاملاً اقتضایی و وابسته به محیط و شرایط است؛ هر کدام ممکن است در جایی بهتر عمل کند؛ مثلاً اگر سازمان با بحران و شرایط غیر قابل پیش‌بینی مواجه شده است، یا تعداد کارکنان کم است، یا فعالیت‌ها چندان وسیع یا سطح بالا نیست، تصمیم‌گیری تمرکزی، مناسب‌تر است؛ اما اگر سازمان فرصت کار کارشناسی شده را دارد، یا فعالیت‌ها در سطح بالا و تخصصی انجام می‌شود، مسلماً تصمیم‌گیری از پایین به بالا، خروجی بهتری خواهد داشت.

برنامه‌ریزی از منظر گستره، شامل سه حالت خرد، بخشی و کلان می‌شود؛ بستگی دارد که نگاه کلان را چه چیزی بگیریم تا یک سطح کمتر از آن، بشود بخشی و لول پایین‌تر بشود خرد؛ مثلاً اگر نگاه کلان، ملی، فراملی و بین‌المللی یا جهانی است، بخشی همانند وزات‌خانه‌ها و ارگان‌ها می‌شود و خرد هم شامل سازمان‌های کوچک و شرکت‌ها می‌شود.

۳.۱. مفاهیم مهم برنامه‌ریزی استراتژیک

سه بحث ماموریت، چشم‌انداز و ارزش‌های کلیدی، با مخفف MVV برای سازمان بسیار مهم هستند و در برنامه‌ریزی استراتژیک ما، باید مورد توجه باشند. علاوه بر این سه مفهوم، مفاهیم اهداف بلندمدت، راهبردها، سیاست‌ها، اقدامات یا برنامه‌های عملی یا اهداف کوتاه‌مدت و همچنین بودجه، اصلی‌ترین مفاهیم برنامه‌ریزی استراتژیک را شامل می‌شوند. در شکل ۱، مفاهیم مهم برنامه‌ریزی استراتژیک ارائه شده است.

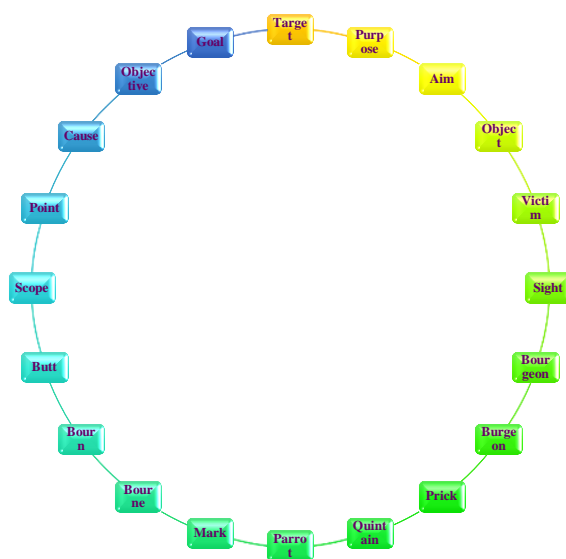


شکل ۱: مفاهیم مهم برنامه‌ریزی استراتژیک

۲. متن بررسی

۱.۲. معادل‌های انگلیسی واژه هدف

کلماتی که واژه "هدف"، یکی از معانی آن‌هاست، در شکل ۲ آمده‌اند [۲].



شکل ۲: کلماتی که واژه "هدف"، یکی از معانی آن‌هاست

۲.۲. هدف (گُل)، چهارچوب و تیرهای دروازه (مرزها) در فوتبال

یکی از بهترین تمثیل‌ها در مورد هدف یا گُل، همان مفهوم گُل در ورزش پرطرفدار فوتبال (همچنین در ورزش‌های فوتبال ساحلی، فوتسال، هندبال، فوتبال هفت نفره، فوتبال پنج نفره و ...) است. وقتی در ورزشی که مفهوم گُل در آن وجود دارد، به گُل می‌رسیم، در واقع به هدف مسابقه رسیده‌ایم. شکل ۳، در مورد تمثیل هدف (گُل) می‌باشد.



شکل ۳: تمثیل هدف (گُل)

۳.۲. برخی مفاهیم مهم در خصوص هدف

- ▶ هدف، ایده‌ای از آینده یا نتیجه‌ای مطلوب است که شخص یا گروهی از مردم تصور کرده و برای آن برنامه‌ریزی می‌کنند و متعهد می‌شوند آن را به دست آورند.
- ▶ اهداف نشانگر تصمیماتی هستند که می‌گیریم و مسئولیت‌هایی را برای دستیابی به آن‌ها می‌پذیریم، برخی از عادت‌های بد خود را ترک می‌کنیم، عادت‌های مفیدی را کسب، یا در زمینه‌های مختلف زندگی، دستاوردهایی کسب می‌کنیم.
- ▶ اهداف، ما را قادر می‌سازند تا با تعیین آنچه در زندگی می‌خواهیم، به تمرکز بیشتری برسیم. داشتن هدف در زندگی، ما را با انگیزه نگه می‌دارد و دائماً ما را به عمل کردن وامی‌دارند. هنگامی که هدفی در زندگی به درستی انتخاب و دنبال شود، می‌تواند به ما کمک کند تا از فرصت‌های زندگی مان به نحو احسن بهره ببریم.
- ▶ هدف‌ها را می‌توان در زمینه‌ها و همچنین بازه‌های زمانی مختلفی از زندگی اعمال کرد؛ به عنوان مثال، اهداف زندگی شما می‌تواند شامل هدف‌های توسعه فردی، اهداف شغلی، آموزشی، بهداشتی، خانوادگی و روابط، اهداف معنوی، اجتماعی و ... باشد.
- ▶ همچنین اهداف را می‌توان بر اساس زمان و مدت آن‌ها به اهداف زندگی یا بلندمدت، کوتاه‌مدت و حتی اهداف موعده، که هدف‌های کوچکی هستند و برای رسیدن به اهداف کوتاه‌مدت و طولانی‌مدت تعیین می‌کنیم، تقسیم کرد.

۴.۲. تعریفی در خصوص هدف

در تعریفی، اهداف چیزهایی را که باید به آن‌ها نائل شد یا نقطه‌ای که باید به آن رسید را توصیف می‌کنند. اهداف یا مقاصد، آنچه را که از سازمان‌ها، کارکردها، بخش‌ها و کارکنان در طول یک دوره زمانی انتظار می‌رود به آن برسند، تعریف می‌کند [۹].

۵.۲. توصیفات در خصوص هدف

- ▶ یک هدف یا هدف عملکردی، مشخص می‌کند که چه چیزی را شخص باید انجام دهد. اهداف را می‌توان به عنوان اهداف عملکردی خاص که نتایج کمی برای دستیابی به آن‌ها تعیین می‌شود یا استانداردهای عملکردی کیفی که شرایطی را که هنگام انجام یک کار درست انجام می‌شود، توصیف کرد. یک تعریف کلیدی در حوزه نتیجه که نتایج مورد انتظار را بیان می‌کند، در واقع یک هدف است. اهداف غالباً نتایجی را که باید در یک تاریخ مشخص در یک بازه زمانی به دست آید، بیان می‌کنند. استانداردها و گزاره‌های حوزه‌های نتیجه کلیدی ممکن است در جریان باشند، هرچند که همیشه مورد تجدیدنظر قرار می‌گیرند.
- ▶ همچنین می‌توان اهداف رفتاری و یادگیری را تعیین کرد؛ اولی به جنبه‌هایی از رفتار مانند کار گروهی و همکاری اشاره می‌کند و دومی مربوط به توسعه مهارت‌های موجود یا کسب مهارت‌های جدید است [۷].

۶.۲. نمونه‌هایی از استانداردهای عملکرد

نمونه‌هایی از استانداردهای عملکرد عبارتند از:

- ▶ هنگامی که با تماس‌گیرندگان در هر زمان حتی در مواقع سختی تماس می‌گیرند، عملکرد در حد استاندارد خواهد بود.
- ▶ هنگامی که مدیران راهنمایی در مورد شیوه‌های کنترل موجودی دریافت کنند، که در دستیابی به اهداف موجودی سهم بسزایی دارند، عملکرد در حد استاندارد خواهد بود.
- ▶ هنگامی که پیشنهادها مربوط به توسعه محصول جدید توسط داده‌های حاصل از تحقیقات بازار و برنامه‌های آزمایش محصول، مورد حمایت کامل قرار گیرد، عملکرد در حد استاندارد خواهد بود.

► وقتی داده‌ها به‌طور پیوسته و سریع به پایگاه داده وارد شوند، عملکرد آن‌ها در حد استاندارد خواهد بود [۷].

۷.۲. فرآیند تعیین اهداف

تعیین اهداف با شناسایی، تعریف و توافق هدف از نقش و اعمال اصلی که باید برای دستیابی به آن هدف انجام شود (یعنی حوزه‌های نتیجه کلیدی)، آغاز می‌شود؛ که شامل پاسخ به پنج سوال است:

- ۱- هدف کلی نقش چیست؟
- ۲- فعالیت‌های کلیدی (حوزه‌های نتیجه کلیدی) که صاحب نقش برای دستیابی به آن هدف باید انجام دهد کدامند؟ (حداکثر پنج یا شش عدد)
- ۳- برای هر یک از این فعالیت‌های کلیدی، صاحب شغل انتظار دارد به چه چیزی برسد؟
- ۴- چگونه این اهداف دستیابی به اهداف شرکت را پشتیبانی می‌کنند؟
- ۵- چگونه متوجه خواهیم شد که این اهداف یا استانداردهای عملکرد به‌دست آمده است [۷]؟

۸.۲. معیارهای یک هدف

یک هدف خوب، واضح، مرتبط و چالش‌برانگیز است، اما قابل دستیابی است؛ باید بتوان بدون مشکل زیادی میزان دستیابی به آن را تعیین کرد؛ تا آنجا که ممکن است باید با اهداف شرکت هماهنگ شود (این امر زمانی که اهداف شرکت به‌طور ضعیف بیان شوند، یا از نقش بسیار دور باشند، به‌راحتی انجام نمی‌شود، اما رویکرد ارزیابی متوازن، یک روش احتمالی برای حل این مشکل است).

سرواژه "SMART" اغلب برای تعریف یک هدف خوب استفاده می‌شود؛ به‌طور سنتی، S به معنای خاص، M معرف اندازه‌گیری، A معرف توافق شده، R معرف واقع‌گرایانه و T معرف زمان است؛ اما خطر اتکای بیش از حد به سرواژه SMART وجود دارد، که می‌تواند هم ساده و هم فنی و پیچیده باشد.

هنگامی که اهداف زیادی تعیین شوند، ممکن است در نتیجه سردرگمی و افزایش حوزه‌ها، مشکلاتی ایجاد شود؛ این چیزی است که پیر نانتروم، مدیر اجرایی Accenture، در مصاحبه با واشنگتن پست در سال ۲۰۱۵ گفت:

به‌عنوان مثال، همه شرکت‌ها قصد دارند اهداف صحیحی را برای مردم تعیین کنند، اما به‌سرعت ۵، ۱۰، ۱۵، ۲۰ هدف را لیست کرده که با تضادهای بسیار و ارزیابی سخت آغاز می‌شود؛ این اهداف، بوروکراسی عمیق ایجاد کرده و در پایان روز افراد را متوقف می‌کند [۷].

۹.۲. کارا کردن اهداف

(2016) CIPD نتیجه‌گیری‌های زیر را از تجزیه و تحلیل تحقیقات گسترده در این زمینه به‌دست آورد:

- تعیین هدف به‌عنوان محرک عملکرد فقط در صورتی کار می‌کند که کارکنان بتوانند بر پیشرفت خود نظارت داشته باشند و بازخورد وجود داشته باشد.
- تعیین اهداف می‌تواند به‌خوبی کار کند، اما باید با دقت مورد استفاده قرار گیرد؛ تأثیر آن با توجه به شرایط متفاوت خواهد بود و می‌تواند به همان میزان بهبود عملکرد منجر به تحریک انگیزه شود.
- وقتی وظایف پیچیده هستند، اهداف بر یادگیری و رفتاری که ترجیح دارند، متمرکز هستند.
- اهداف رفتاری و یادگیری بهترین راه برای بهبود عملکرد است، تا زمانی که افراد بتوانند کارهایی که باید انجام دهند، را بیاموزند [۷].

۱۰.۲. روشی برای تعیین اهداف

تعیین اهداف می‌تواند یک فرآیند پیچیده، دلهره‌آور و نامطلوب باشد. با ساده‌سازی، آموزش و راهنمایی، می‌توان این مشکلات را کاهش داد؛ اما اغلب درک آن برای مدیران و کارکنان یک مفهوم دشوار باقی می‌ماند. راه دیگر این است که غیرقابل تصور فکر کنید و روش سنتی تعیین اهداف را به‌طور کلی لغو کنید؛ این کاری است که مایکروسافت انجام داده است؛ کارکنان انتظار دارند به‌جای تعیین اهداف "SMART"، لیستی از اولویت‌های اصلی خود را داشته باشند؛ این اهداف فقط توصیف می‌کنند که فرد قرار است چه کاری انجام دهد، تاثیر مورد انتظار چیست و راه‌های اندازه‌گیری یا کمی موفقیت چیست. اولویت‌های اصلی یک کارمند ممکن است به مدت سه هفته مرتبط باشد، در حالی که اولویت دیگر ممکن است به مدت سه سال یا هر زمانی بین این مدت، مربوط باشد. مایکروسافت افراد را راهنمایی می‌کند که فقط بین سه تا پنج اولویت فعال داشته باشند و به آن‌ها پیشنهاد می‌کند فقط نیاز به دو یا سه جمله دارند؛ اما نحوه تعیین اولویت‌های اصلی افراد، بسیار انعطاف‌پذیر است؛ این کار تحت کنترل کارمند است، اگرچه توافق ضمنی مدیران هنوز مورد نیاز است.

این روشی است که درک آن برای افراد آسان‌تر است؛ آن‌ها به‌سادگی باید به شغل خود نگاه کنند و درباره مهم‌ترین کارهایی که از آن‌ها انتظار می‌رود انجام دهند، بدون نیاز به اهداف و استانداردهای مصنوعی برای همه چیز فکر کنند. در یک کار، یکی از اولویت‌ها ممکن است تکمیل یک پروژه بزرگ باشد؛ در مورد دیگر، ممکن است دستیابی به یک هدف فروش، توافق شده باشد؛ در موردی دیگر، ممکن است به‌سادگی انجام وظایف اداری مورد نیاز به‌طور کارآمد و موثر باشد [۷].

۱۱.۲. مفاهیم مهم - تفاوت‌ها

* تفاوت هدف و رویا

رویاها، آرزوهایی هستند که توسط میل و اشتیاق تحریک می‌شوند؛ آن‌ها در قلمروی تخیل وجود دارند و اغلب الهام‌بخش ما هستند؛ با این حال هدف، مبتنی بر عمل است. اهداف، ما را به تلاش وامی‌دارند و به ما در دستیابی به نتایج کمک می‌کنند. رویاهای ما فقط با تعیین چند هدف واقع‌بینانه در زندگی و تلاش جدی، قابل تحقق هستند.

* تفاوت هدف و چشم‌انداز

چشم‌انداز در زندگی مهم است، اما با هدف یکسان نیست. چشم‌انداز شما، نشان‌دهنده‌ی جایی است که در زندگی خود می‌خواهید بروید، یا مقصدی که می‌خواهید به آن برسید؛ با این حال مسیرهایی که شما را به آن مقصد می‌رساند، اغلب تا زمانی که آن‌ها را به چند هدف تقسیم نکنید، مشخص نمی‌شوند.

اهداف به شما کمک می‌کنند تا مراحل را که باید برای تحقق چشم‌انداز خود انجام دهید، درک و تعیین کنید. داشتن یک دیدگاه گسترده‌تر، شما را در رسیدن به هدف پیش‌تر کمک می‌کند؛ علاوه بر این هنگامی که اهداف‌تان شما را به سمت مقصد نهایی چشم‌اندازتان هدایت می‌کنند، داشتن چشم‌انداز باعث خواهد شد که به هدف‌گذاری‌تان توجه کنید؛ بدین ترتیب نه تنها از دستیابی به یک هدف خاص راضی خواهید بود، بلکه پیشرفت و موفقیت خود را نیز از منظر سهم آن هدف در دورنمای کلی خود مشاهده می‌کنید.

* تفاوت هدف و توقع

هدف نباید با توقع اشتباه گرفته شود؛ مفهوم هدف، با توقع متفاوت است. توقعات مواردی است که فکر می‌کنیم باید داشته باشیم، یا جایگاه‌هایی که احساس می‌کنیم باید به آن‌ها دست یابیم. تفاوت هدف و توقع، این است که توقعات در زمان‌هایی که احساس می‌کنید تا حداکثر پتانسیل خود تلاش نمی‌کنید، می‌توانند باعث ناامیدی شوند.

برای مثال وقتی قبل از مسابقات المپیک، با تیم‌های مختلف مصاحبه می‌شود، همه انتظار دارند که یک مدال کسب کنند؛ اما آیا همه‌ی آن‌ها مدال کسب می‌کنند؟ مطمئناً خیر؛ وقتی بعد از مسابقات به صحبت‌های برندگان واقعی گوش می‌دهید، به شما می‌گویند که چگونه اهداف‌شان به آن‌ها کمک کرد تا توجه خود را روی موفقیت، متمرکز نموده و در این مسیر تلاش کنند. هدف، نیاز به تمرکز و وضوح بیش‌تری دارد، در حالی که توقعات اغلب واقع‌بینانه نیست.

* تفاوت هدف و خواسته

همه‌ی ما خواسته‌ها و تمایلاتی داریم؛ آن‌ها نمایانگر چیزهایی هستند که می‌خواهیم؛ با این حال، برای به‌دست آوردن خواسته‌های خود ممکن است مجبور شویم یک یا چند هدف را تعیین کنیم؛ در حالی که خواسته معمولاً خوشایند است، هدف می‌تواند این‌گونه نباشد.

به‌عنوان مثال، تناسب اندام احساس خوبی می‌دهد، اما احتمالاً ورزش و رژیم نه؛ اما ورزش و رژیم غذایی برای تناسب اندام، ضروری‌اند. گذراندن تعطیلات در کشتی کروز، احساس خوبی دارد، چه کسی است که چنین چیزی نخواهد؟ با این حال، کار کردن برای ساعات اضافی و صرفه‌جویی در هزینه‌های سفر هم کار آسانی نیست. اهداف، اقدامات خاصی هستند که ما برای برآورده کردن خواسته‌های خود تعیین می‌کنیم.

* تفاوت هدف و اهداف اجرایی

اهداف اجرایی، وظایفی هستند که ما باید برای دستیابی به هدف خود انجام دهیم. برای بیان تمایز بین هدف و اهداف اجرایی، باید با مفهوم هدف، استراتژی، اهداف اجرایی و همچنین تاکتیک آشنا شویم:

۱۲.۲. مفاهیم مهم - تعاریف

- ▶ هدف (Goal): یک نتیجه‌ی اولیه‌ی گسترده است.
- ▶ استراتژی (Strategy): رویکردی است که شما برای رسیدن به هدف، در پیش می‌گیرید؛ در واقع، طرح یک برنامه برای رسیدن به یک هدف است.
- ▶ اهداف اجرایی (Objective): قدمی قابل اندازه‌گیری است که برای دستیابی به یک استراتژی برمی‌دارید.
- ▶ تاکتیک (Tactic): ابزاری است که شما در پیگیری چند هدف مرتبط با استراتژی، به کار می‌گیرید. به این مثال توجه کنید:
- ▶ هدف: ریزپردازنده‌های هسته رایانه را تا سال X به اصلی‌ترین و درآمد پش‌تاز شرکت تبدیل کنیم؛
- ▶ استراتژی: با همکاری با تولیدکنندگان بزرگ، خریداران را ترغیب کنیم که پردازنده‌های ما بهترین محصولات بازار هستند؛
- ▶ اهداف اجرایی: بر اساس گزارش معیار، حداقل ۷۰ درصد از بازار ریزپردازنده‌های رایانه‌های سراسر جهان را دست بگیریم؛
- ▶ تاکتیک: با خلاقیت که زیربنای پیام‌رسانی ماست، از آگاهی از برند شرکای سخت‌افزاری بهره بگیریم، تا پیام‌های کلیدی را در برنامه‌ی Intel به گوش مخاطب برسانیم.

۳. نتیجه‌گیری

مسئله از مهم‌ترین موارد در مورد زندگی شخصی و یا حیاط سازمانی، بحث هدف و هدف‌گذاری صحیح و دقیق است؛ هدف و هدف‌گذاری درست، آن قدر مهم است که هر چقدر انسان برای آن زمان بگذارد و دقت به خرج دهد، رواست. هدف، ایده‌ای از آینده

یا نتیجه‌ای مطلوب است که شخص یا گروهی از مردم تصور کرده و برای آن برنامه‌ریزی می‌کنند و متعهد می‌شوند آن را به‌دست آورند. اهداف نشانگر تصمیماتی هستند که می‌گیریم و مسئولیت‌هایی را برای دستیابی به آن‌ها می‌پذیریم، برخی از عادت‌های بد خود را ترک می‌کنیم، عادت‌های مفیدی را کسب، یا در زمینه‌های مختلف زندگی، دستاوردهایی کسب می‌کنیم. اهداف، ما را قادر می‌سازند تا با تعیین آن‌چه در زندگی می‌خواهیم، به تمرکز بیشتری برسیم. داشتن هدف در زندگی، ما را با انگیزه نگه می‌دارد و دائماً ما را به عمل کردن وامی‌دارند. هنگامی که هدفی در زندگی به‌درستی انتخاب و دنبال شود، می‌تواند به ما کمک کند تا از فرصت‌های زندگی مان به نحو احسن بهره ببریم. در این مقاله، به بحث ماهیت هدف به‌منظور تلاش برای هدف‌گذاری صحیح و دقیق، پرداخته شده و مفاهیم و مطالب مرتبط با آن ارائه شده است؛ در مقالات آتی، به روش‌های هدف‌گذاری صحیح اشاره خواهد شد.

مراجع

- [۱] مولف: رابیان تریسی، مترجم: مهدی قراچه داغی، موفقیت شغلی، انجمن مدیریت امریکایی، نشر ذهن آویز، صفحه ۷.
- [۲] مترجم شرکت گوگل (Google Translator) با صفحه اینترنتی <https://translate.google.com/>
- [۳] فاضل همتی و ابراهیم خدایاری، شاخص‌های اندازه‌گیری ارزیابی عملکرد بر مبنای مدل ۳۶۰ درجه، نشر چالش، ۱۳۹۸، صفحات ۷۲ تا ۷۵.
- [۴] مولف: رابرت سیمونز، مترجمین: سعید صفری و همکاران، سیستم‌های اندازه‌گیری و کنترل عملکرد استراتژیک، انتشارات جهاد دانشگاهی واحد تهران، ۱۳۹۱.
- [۵] مولف: ریچارد سی گروت، مترجم: محمد صبوری مطلق، ارزیابی عملکرد دستوری جامع برای مدیران، نشر نسیم، ۱۳۹۱.
- [۶] پایگاه اینترنتی <https://www.bishtarazyek.com/>
- [۷] مایکل آرمسترانگ، هندبوک مدیریت عملکرد مایکل آرمسترانگ، ویراست ششم، ۲۰۱۷.
- [۸] پرویز بختیاری و جمشید اصغری، راهنمای جامع سازمان استراتژی‌محور، انتشارات سازمان مدیریت صنعتی، ۱۳۸۷.
- [۹] مولف: مایکل آرمسترانگ و مترجمین: ناصر میرسپاسی، اسماعیل کاووسی و علی رشیدپور، مدیریت عملکرد: راهبردهای اساسی و رهنمودهای عملی، انتشارات میر، ۱۳۸۶.
- [۱۰] مولف: مایکل آرمسترانگ و مترجمین: سعید صفری و امیر وهابیان، مدیریت عملکرد: راهبردهای کلیدی و راهنمای عملی، سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی، ۱۳۸۵.