

تعیین هدف آسان است

منبع: اینترنت

مترجم: مومین رسولی

تواند بسیار حائز اهمیت بوده که موفقیت هر چیز چیست، تا از این طریق روی ادامه این مدلسازی برای دستیابی به هدف کار کنند؟

● قابل اجرا: اهداف باید قابل اجرا و دست یافتنی باشند. این اهداف باید کارمندان را به کار ترغیب سازد، نه اینکه بیش از حد توان از آنها کار بکشد. اهداف نباید بسیار سطح بالا یا سطح پایین در نظر گرفته شوند، در غیر این صورت از کارمندان چشم پوشی کرده اید؛

● مهم: اهداف باید وسیله ای مهم باشند برای دستیابی به خط مشی رسالت شرکتها و کارخانجات؛

● زمان اجرای هدف: اهداف باید از یک نقطه شروع و یک نقطه پایان برخوردار باشند. این امر به کارمندان کمک می کند تا برای دستیابی به هدف افکار خود را قبیل از مهلت سررسید متمرکز کنند.

رهنمود

اهداف زیادی تعیین نکنید، این ساعت آشفته کاری کارکنان شده و نتیجه آن دست نیافتن به اهداف است، زیرا نمی دانند کدام یک، هدف مهمتری است. شما خود را به یک هدف کم محدود کنید تا بتوانید تمامی انرژی تان را روی یک هدف خاص متمرکز کرده و به موقع، به موفقیت دلخواه خود دست یابید.

همانطور که یک ضرب المثل قدیمی می گوید: "بسیار یک دست نیستی نمی توان دو هندوانه از زمین برداشت." □

مهمترین چیزی که یک شرکت به آن نیاز دارد، هدف است. هدف موضوعی را در آینده تعیین می کند و آن این است که هر انسانی دوست دارد به هدف خود دست پیدا کند. اگرچه این امر بسیار ساده به نظر می رسد ولی برای فرموله کردن صحیح هدف، نیاز به یکسری تعالیبی مسی باشد. تا اهداف دست یافتنی و کاربردی شوند.

اگر فرد هدفی را در سر داشت و نتوانست به آن برسد، این مسئله نمی تواند نمایانگر چیزی باشد. این مسئله انگیزه همه کارکنان را از بین می برد و از بین رفتن انگیزه باعث می شود که پیشرفت برای رسیدن به هدف کم شود. در این مورد بسیاری از شرکتها و کارخانجات اهداف مبهم و بسیار دوری را فرموله می کنند و این فرموله کردن مبهم اهداف، بد است و به این شرکتها کمک نمی کند.

از این رو در اینجا مدل مدونی را به صورت زیر خلاصه کردیم که می توان اهداف را به این روش فرموله کرد:

● خاص: اهداف باید قابل فهم و واضح باشند. چنانچه اهداف واضح تعیین شوند، نگاه کارمندان فوراً متوجه می شوند که از آنها چه انتظاراتی می رود؛

● قابل اندازه گیری: اهداف باید قابل اندازه گیری باشند تا دریابیم، آیا پیشرفت حاصل شده است و مقدار آن چقدر است. این امر برای مدیر و همچنین برای کارمندان می

ساخته: الگوی مدیریت ساپکو از نوع سبک است و رمز پیشگام بودن را در بکارگیری بهترین منابع انسانی در مدیریت و نوآوری می داند. بر همین اساس ساپکو رسالت خود را در تحقق موارد زیر می داند:

- تامین کنندگان: ایجاد و پرورش شبکه توانمند تامین کنندگان؛
- طراحی: ایجاد و پرورش شبکه توانمند طراحی مهندسی و سازندگان رده اول؛
- کیفیت: برآورد نیاز و انتظارات آشکار و پنهان مشتری؛
- زمان: انجام کلیه فرایندها در حداقل زمان براساس معیارهای جهانی؛
- قیمت: انجام کلیه فرایندها با حداقل هزینه براساس رقابت جهانی.
- سازمان مدیریت صنعتی: کمک به توسعه، توانمندیهای مدیریت کشور از طریق مشاوره، آموزش و تحقیق.

● سازمان گسترش سایپا: افزایش کیفی و کمی ساخت قطعات به کمک شبکه قطعه سازی برای تامین نیاز بازارهای داخلی و خارجی و افزایش اعتبار تجاری شرکت.

● سایکو (رئوس ماموریتهای شرکت):
● انجام بازاریابی فنی مسواک، قطعات و مجموعه های خودرو؛

● ارائه خدمات مشاوره ای و آموزشی؛
● ارائه خدمات مهندسی کیفیت.

● نیک کالا: این نام نیک است که می ماند.
● میاگاز: پیشتاز کیفیت، تکنولوژی - نوآوری.

پاکستان: پاکسان به سلامت خانواده می اندیشد. به خاطر بسپاریم، بنیانه ماموریت یک کاغذ معمولی نیست. بلکه بیانیه ای است حاوی ایمان، اعتقاد و باور تمامی پرسنل نسبت به خود، شرکت و تلاششان، به آن افتخار کرده و از دیدنش احساس غرور می کنند. به تعبیری نباید صرفاً آن را نوشت بلکه باید با آن زندگی کرد. □
منابع:

1 - <http://www.dealconsulting.com/strategy/mission.html>.

2 - <http://www.digital-women.com/howto1a.htm>.

3 - <http://www.nah.org/tobacco/appe-3-2.htm>.

۴ - داور، دردانه و محمدحسن شانه ساز، مدیریت استراتژیک از تئوری تا عمل، ناشر مؤلفین با همکاری نشر آتنا، ۱۳۸۰، ص ۶۲

۵ - دیوید، فردا، «مدیریت استراتژیک»، ترجمه دکتر علی پارسائیان و دکتر سیدمحمد اعرابی، ۱۳۷۹، ص ۳۵