

انتخاب هدف و هدف‌گزینی موثر

اهداف هر شخص نمایانگر شخصیت درونی او هستند. شخصیتی که حالات بیرونی او را شکل می‌دهند. دستیابی به اهداف هر چند کوچک، باعث ایجاد تفکری مثبت نسبت به خود و در نتیجه بالا بردن ضریب اعتماد بنفس و در نهایت آسان جلوه نمودن همهٔ امور می‌شود. اما بی مقدمه، چگونه هدفی، هدفی دست یافتنی است؟ یا به زبانی دیگر اهداف چگونه باید انتخاب شوند تا سریعتر به آنها نائل شده و نتیجهٔ بهتری بگیریم؟

این بحث که چگونه هدف خود را برگزینیم رابطهٔ مستقیم با دستیابی به آن دارد. هدفی که از اعتبار کمی برخوردار باشد به زودی کمرنگ شده و در میان راه رسیدن به آن متوقف می‌شویم. بعضی اوقات ما هدفهایمان را با ارزشهایمان اشتباه گرفته و به دنبال ارزشهایمان روز و شب می‌دویم ولی ابتدا باید بدانیم که تعاریف هدف و ارزش هر کدام بطور جداگانه چیست.

ارزش: همان چیزی است که ما برای رسیدن نهایی به آنها تلاش کرده و هدفهایمان را در مسیر کامل شدن ارزشهایمان انتخاب می‌کنیم. ما هم اکنون بسیاری از ارزشهایمان را می‌دانیم مثلاً: کمال، رشد، خوشبختی، سعادت و ...

هدف: خواسته‌ای دقیق، ملموس، دست یافتنی، دارای اندازه و مختصات دقیق، کاملاً روشن و مشخص است. هدف در زمینهٔ مالی -> می‌خواهید ۱۰ میلیون تومان پول به صورت نقد داشته باشید. هدف در زمینهٔ شغلی -> می‌خواهید یک فروشگاه لوازم خانگی در میدان ... شهر با وسایل ... داشته باشید. هدف در زمینهٔ اخلاقی -> می‌خواهید دروغ نگویند.

معیار تعیین اهداف چیست؟

ابتدا باید هدفی را که می‌خواهیم انتخاب کنیم ببینیم آیا ارزش رسیدن دارد یا نه. منظور اینکه ببینیم آیا این هدفی که من انتخاب می‌کنم مرا به ارزشهایم خواهد رساند یا خیر. گزینش این هدف ضرورت دارد؟ آیا من به رسیدن به این هدف نیاز دارم؟ آیا این هدف واقعاً ارزشمند است؟ روشنتر عرض کنم، محاسبه کنیم که انتخاب این هدف آب در هاون کوبیدن است یا کار نیکو کردن است که پرش کنیم (کار نیکو کردن از پر کردن است) به این معنا که شدیداً در راه رسیدن به هدفمان تلاش کنیم.

در روانشناسی هدف، کلمهٔ انگلیسی SMART (به معنی باهوش) پایهٔ انتخاب اهداف است به این صورت که هر حرف این کلمهٔ ابتدای کلیدواژه‌های انتخاب هدف است:



۱ - **Specific**: هدف باید مشخص و معین باشد. (یک عدد اتومبیل پژو)

۲ - **Measurable**: قابل اندازه گیری باشد. یعنی حتی مختصات آنرا هم بتوان از همین حالا تعیین کرد. (اتومبیل پژو سفید مدل ۸۷) - در خیال و توهم نگنجد و مربوط به زمان آینده و قدیم نیز نباشد.

۳ - **Attainable**: هدف قابل دسترسی و در دسترس باشد. (یک عدد اتومبیل پژو سفید انتخابی بهتر است) - خیلی زیاد بزرگ و عجیب نباشد - رسیدن به اهداف بسیار بزرگ نیازمند کسب موفقیت‌های پی در پی کوچک و در نهایت آمادگی برای رسیدن به اهداف بزرگ و در نتیجه کسب موفقیت‌های بزرگ است.

۴ - **Relevant**: هدف مطابق با علاقه و خواست ما باشد. (من به اتومبیل سفید بیشتر علاقه دارم، از نوع پژو) - البته علاقه به موارد بیهوده زیاد است مثلاً تزیین بیخودی اتومبیل و یا علاقه به داشتن یک عتیقه گرانقیمت و بی مصرف. در نقطه مقابل، در مواردی که علاقه نداریم اما می‌دانیم هدفی موثر و مفید است، باید با کسب اطلاعات ایجاد علاقه کنیم.



۵ - **Time-Bounded**: در بازه زمانی مشخصی تعیین شود و دستیابی به آن محدود به زمان باشد. (می‌خواهم یک اتومبیل پژو مدل ۸۷ تا ۳ ماه دیگر داشته باشم) - در بازه زمانی یک ماه تا حداکثر یک یا دو سال باشد و همچنین کمتر یا بیشتر نباشد. مثلاً ترک سیگار که شاید به یک روز بتوان این کار را انجام داد اما سه روز دیگر دوباره تکرار می‌شود ولی اگر در بازه زمانی یک ماهه باشد با کم کردن روزی یک نخ، می‌توان تا حدودی این هدف را عملی کرد.

که نتیجه این نوع انتخاب همان انتخاب هوشمندانه است.

چه کنیم تا بهتر و ثمر ثمر هدف انتخاب کنیم؟

- بدانیم چه کسی هستیم و چه خصوصیتی داریم مثلاً نقاط قوتی داریم که در رسیدن به این هدف به ما کمک می‌کند پس با قوای بیشتری هدف را دنبال می‌کنیم و یا اینکه نقاط ضعفی داریم که شاید در رسیدن به این هدف ما را خسته کند، پس باید در رفع آنها کوشید. مثلاً تنبلی یکی از نقاط ضعف بسیاری از انسانهاست و همچنین ناامیدی.
- افرادی را برای خود نمونه و الگو قرار دهیم. نه اینکه مثلاً آقای ... که صاحب کارخانه ... است و یا استاد ... که صاحب سبک است. که به هدفی مانند هدف ما رسیده می‌تواند نمونه باشد.

- با اعتماد بنفس و اطمینان به رسیدن به هدف شروع کنیم و بدانیم که وقتی شروع کردیم، هیچ چیز جلودار ما نیست و هیچ مانعی وجود ندارد که بتواند جلوی ما را بگیرد.
- قبل از انتخاب هدف در مورد آن تحقیق کرده و سختی‌ها و چالش‌های آنرا بدانیم تا عزم خود را بیشتر جزم کرده و با امید بیشتری شروع بکار کنیم.
- وسایل لازم برای مسیر را وصله خود کنیم مانند امیدواری، پشتکار، کوشش، تفکر مثبت، جذب.
- هدف را دست یافته ببینیم و حال بررسی کنیم که این راه به رفتنش می‌ارزد یا خیر.
- اهداف مهمتر و لازمت در اولویت دستیابی قرار دارند.



پند نکته:

-ضرب المثل هندی : هر کاری و خواسته‌ای نیازمند ۱۰۰۰ روز فعالیت است.
 -یکی از علت‌های دست نیافتن به اهداف، از این شاخه به آن شاخه و از این هدف به آن هدف پریدن است.
 -یکی از موانع رسیدن به اهداف عدم مشورت کردن و دیگری عدم کسب اطلاعات کافی برای مسیر رسیدن به هدف است.

منبع: سایت وب‌دانش-م. پورعلی

گردآوری: فروغ زارع- گروه توسعه سازمان و تحول اداری