

تشخیص آرمان و هدف در کسب و کار

شرح تفاوت میان آرمان (goal) و هدف (objective) کار دشواری است و ممکن است در پایان باز هم شما تفاوت بین این دو را درک نکنید.

این دو واژه مهم و محبوب شاید مبهم ترین کلماتی هستند که نابجا در تمامی کسب و کارها به کار می روند و شکی نیست که تفاوت میان این دو بسیار نامحسوس است.

آرمان ها و اهداف:

-آرمان مقصدی کلی و فراگیر است. «ما می خواهیم ظرف دو سال به ۰ درصد از سهم بازار دست پیدا کنیم.»، یا «من می خواهم تا ۱۸ ماه آینده در مسابقات سه گانه شرکت کنم.» آرمان تعیین نمی کند چطور می خواهید به این سهم بازار دست یابید، راهکاری برای رسیدن به آن بیان نمی کند یا برای رسیدن به یک راهکار هیچ مسئولیتی را تعریف نمی کند، تنها مقصد را تعیین می کند.

-هدف فعالیتی خاص و قابل ارزیابی است که شما را به کار و امی دارد تا به سمت آرمانی کلی تر حرکت کنید. برای مثال «برای رسیدن به آرمان مان مبنی بر دستیابی به ۰ درصد از سهم بازار ظرف مدت دو سال، می خواهیم محصول جدیدی را هر ۶ ماه در یک بخش از بازار معرفی کنیم.»، یا «برای رسیدن به موفقیت در مسابقات سه گانه، یک مربی دو میدانی استخدام می کنم تا سرعتم بهبود یافته و تکنیک های دوندگی بیشتری بیاموزم.»

مطلب مرتبط: چرا باید در کسب و کار هدف را مشخص کرد؟

در هر دو مورد اهداف را می توان به اجزای جزئی تری تقسیم کرد که به آن تاکتیک گفته می شود. با این حال، یک حلقه گم شده میان آرمان و اهداف هست: استراتژی.

استراتژی در کجای آرمان و اهداف قرار می گیرد:

استراتژی آرمان ها را به اهداف متصل می کند.

رهبران و مدیران تجاری تلاش می کنند استراتژی هایی خلق و از اقداماتی پشتیبانی کنند که آنها را در جهت دستیابی به آرمان کلی شرکت سوق دهد. در مثال بالا برای دستیابی به آرمان ۰ درصد از سهم بازار ظرف مدت دو سال، شرکت باید استراتژی خاصی را به کار ببندد و سپس مجموعه ای از اقدامات و فعالیت هایی را تعیین کند که برای محقق ساختن استراتژی ضروری است و استراتژی شرکت را به سمت آرمان پیش خواهد برد.

احتمالا استراتژی شرکت چیزی شبیه این خواهد بود:

برای دستیابی به ۰ درصد سهم بازار ظرف مدت دو سال، ما استراتژی نوآوری در خدمات و محصولات را به کار می بندیم، محصولات جدید و خدمات پشتیبانی به روز ارائه می کنیم و در همین حال محصولات قدیمی را به تدریج خارج می کنیم تا به دست مجموع رو به رشد مشتریان در بازارهای هسته ای شرکت برسند.

بیان استراتژی بدین شکل رویکردی را معین می کند که شرکت برای افزایش سهم بازار به کار می بندد. این استراتژی اقدامات اصلی را مشخص می کند، اما در مورد اجرایی کردن این اقدامات به اختصار توضیح می دهد.

همانطور که در بالا اشاره شد، اهداف روی گزاره های جزئی تر متمرکز می شوند، از جمله ورود محصول جدید به بازار در بازه های شش ماهه. به علاوه، اهداف می توانند به مجموعه ای از تاکتیک ها تقسیم شوند، از جمله: بررسی نیازهای مشتریان، استخدام مهندسان و مدیران محصولات و افزایش ظرفیت تولید برای حمایت از تولید محصولات جدید.

شخصی سازی آرمان ها و اهداف:

در بسیاری از موسسات، تعیین آرمان ها و اهداف برای دوره زمانی مشخص در فرآیند برنامه ریزی و ارزیابی عملکرد گنجانده می شوند. از آنجا که مدیران ارشد گاه این دو مفهوم و عبارت را با هم تلفیق می کنند، تشخیص تفاوت میان این دو واژه برای افراد مشکل می شود. یک راهکار سودمند این است که با استفاده از قالب زیر آرمان ها و اهداف تان را تجزیه کنید:

-یک تا سه جمله در توصیف مقصدی که برای پیشرفت شغلی خود در سال آینده نظر گرفتید، مکتوب کنید. اینها آرمان های شما هستند.

-برای هریک از آرمان ها رویکرد سطح بالایی ارائه کنید که شما را به اهداف تان برساند.

برای مثال:

آرمان: قصد دارم در مدت معین با ارسال بازخوردهای بیشتر و بهتر، کارایی و اثربخشی در نقش مدیر را افزایش دهم. برای سنجش عملکردم بر ارزیابی تیم تکیه خواهم کرد که با استفاده از روش بازخورد ۳۶۰ درجه در مقایسه با نتایج امسال انجام خواهد شد. همچنین اندازه گیری تعامل گروه من و دستیابی کلی ایشان به آرمان های شرکت مدنظر قرار می گیرد .

هدف: برای دستیابی به مقصود مبتنی بر افزایش کارایی و اثربخشی خود در عنوان مدیر ظرف مدت معین، عرض سه ماه در دوره های آموزشی مرتبط با ارائه بازخوردهای سازنده و مثبت شرکت خواهم کرد و هر روز فهرست بازخوردهایم و نتایج آن را مرور خواهم کرد.

در این نمونه، آرمان و راه دستیابی به آن به کمک هدف روشن و مشخص است. هم کارمند و هم مدیر می دانند که کارمند برای چه چیزی تلاش می کند، پیشرفت چگونه سنجیده خواهد شد و چطور به هدف دست خواهند یافت.

مطلب مرتبط: ۵ نکته برای ساده تر کردن هدف گذاری

حرف آخر:

آرمان را مقصدی در نظر بگیرید و اهداف را اقداماتی که برای رسیدن به این مقصد ضروری هستند. از استفاده این دو مفهوم به جای یکدیگر خودداری کنید، و مهم تر از همه به اعضای تیم تان بیاموزید چطور آرمان ها و اهداف مشخصی را تعریف کنند.