

الفصل السابع عشر

دور الخلايا العصبية في اتخاذ القرار



الشكل 1.17 اتخاذ القرارات

المصدر: سيتاليانس، Dreamstime.com.

الإنسان مسؤول مسؤولية كاملة عن طبيعته واختياراته.

جان بول سارتر

يتناول هذا الفصل كيفية استخدام مصفوفة اتخاذ القرارات المتعلقة بالخلايا العصبية (Neuron Decision Matrix)TM ومخطط ترتيب أولويات الخاص بالخلايا العصبية (Neuron)TM (Priority Planner) لاتخاذ وتنفيذ القرارات والمهام القيادية الهامة (الشكل 1.17).

لقد ذكرت في وقت سابق أنني قضيت العقد الماضي كمدرّب تنفيذي ومستشار يعمل مع المديرين التنفيذيين على مستوى سي (C) وهم (من يترأسون سدة القيادة ومجلس الإدارة) ونائب الرئيس في عشرات الشركات الرائدة في جميع أنحاء العالم. ففي معظم الحالات، يعتبر هؤلاء المديرين التنفيذيون هم صنّاع القرار الممتازين الذين يُظهرون الثقة والطمأنينة عند اتخاذ قرار يتعلق بمسارات العمل. يقوم معظم هؤلاء القادة بعمل عظيم في السعي للحصول على مدخلات من فريقهم وإلهامهم لمتابعة الدورات المختارة. ويبدو أن البعض منهم عندما يخضع لبيئات تتسم بضغط شديد، يمكن أن يتخذ قرارات نابغة من تأثير عاطفي أو غريزي تؤدي إلى كارثة.

علّمنا أرسطو من أجل أن نكون أشخاصاً مقنعين فإننا بحاجة إلى إشراك جميع الأجزاء الثلاثة لمثلث الإقناع من دماغنا. فإن عملية اتخاذ القرار هي كل شيء يدور حول عملية الإقناع. لذا نحن بحاجة إلى إقناع أنفسنا أولاً بأننا نتخذ القرار الصحيح والأفضل، ومن ثم علينا إقناع أفراد فرقنا بتنفيذ تلك القرارات. وتعتبر أفضل طريقة للقيام بذلك هي ضمان أن جميع الأجزاء الثلاثة من الدماغ لدينا لها رأي متكافئ في هذه المسألة. لقد صممت مصفوفة اتخاذ القرارات المتعلقة بالخلايا العصبية التي يمكن أن تساعدنا على القيام بذلك بشكل أكثر فعالية. وإليك الطريقة التي تعمل بها. أولاً، تأكد من أنك قد حددت بوضوح تام رسالتك الشخصية أو رسالة الشركة، وكذلك هدف، وغرض الشركة. وينبغي أن يصبح هذا أهم عامل في عملية اتخاذ كل قرار مهم. هل يدفعك القرار الذي ستتخذه نحو رؤيتك، أو بعيداً عنها؟

بمجرد معرفة الاتجاه الذي تتجه إليه، ارسم ثلاثة خطوط عمودية على سبورة، أو شريحة باور بوبنت، أو في أي مكان لإنشاء ثلاثة أعمدة. قم بتسمية العمود الأول العمود العاطفي،

والثاني الغريزي، والثالث المنطقي. أنشئ في العمود العاطفي البيانات التي تتعلق بالهدف والغاية والتي تعتبر عناصر عاطفية في طبيعتها، فعلى سبيل المثال: «إن هدفنا الأسمى هو إسعاد ملايين الناس من خلال السماح لهم بالاتصال والتواصل بشكل أسهل مع حلولنا»

افعل الشيء نفسه في العمود الغريزي. فيمكن أن تكتب مثلاً: تتمثل غايتنا في مساعدة عملائنا على تجنب المخاطر والضرر من خلال استخدام الحلول التي توفر المزيد من الأمن. وأخيراً، اكتب بياناتك في العمود المنطقي، على سبيل المثال: «يعتبر هدفنا هو توفير حلول بأسعار معقولة تكون أكثر كفاءة بنسبة 50 بالمائة من أي حلول أخرى.»

والآن، عند اتخاذ قراراً هاماً، ضع الوثيقة التي قمت بإنشائها للتو أمامك ونصب عينيك. اطرح الأفكار مع فريقك وقم بإدراجها على السبورة البيضاء. يجب عليك تضمين كل شيء، سواء كنت تعتقد أنه شيء جيد، أو سيئ، أو قبيح. الامتناع عن الإدلاء بتعليقات أو التعبير عن آراء تخص أي شيء منهم، ولكن عليك توضيحهم حتى يستطيع الجميع فهمهم.

بمجرد أن تقوم بتجميع عدد كبير من نقاط اتخاذ القرار على السبورة، تحقق من كل نقطة في ضوء هدف شركتك، وغرضها، ورؤيتها. هل يأخذك هذا القرار نحو هدفك أم بعيداً عنه؟ اختصر خيارات القرار الخاص بك حتى يكونوا ثلاثة قرارات نهائية، كما ذكرنا سابقاً أن الدماغ البشري يعمل بشكل أفضل عندما تعطيه ثلاثة خيارات فقط للاختيار من بينهم.

والآن، ارسم خطين متقاطعين على الصبورة، أحدهما عمودي والآخر أفقي، من أجل إنشاء أربعة مربعات متساوية. قم بتسمية المربع الموجود في الجزء الأيسر العلوي بالعاطفي، والمربع العلوي الأيمن بالغريزي، والمربع الموجود أسفل اليمين بالمنطقي، والآخر الموجود أسفل اليسار بالملخص.

انظر إلى إمكانية القرار رقم واحد دون في المربع الأيسر العلوي ثلاثة أسباب عاطفية عن أسباب أن هذا القرار هو القرار الجيد (يحقق هدف شركتك) وثلاثة أسباب لماذا هو قرار سيئ.

افعل الشيء نفسه بالنسبة للمربعات التي تحمل عنوان الغريزية والمنطقية. تأكد من أنها بالفعل عاطفية، أو من أي فئة تتعلق بها. يكمن الهدف من هذه العملية في إشراك جميع الأجزاء الثلاثة من دماغ كل شخص لاتخاذ قرارات أكثر توازنًا. بمجرد أن يكون لديك ثلاثة أسباب جيدة وأخرى سيئة في كل مربع، قم بترقيمهم جميعًا بالترتيب من واحد إلى خمسة، بحيث يكون الرقم خمسة هو الأكثر أهمية بالنسبة لك ولفريقك. على سبيل المثال، إذا كان السبب رقم واحد يتردد صده بقوة (أي أنه يتماشى بشكل جيد مع غايتك وهدفك)، عندئذ أعطه الترتيب رقم خمسة. استخدم الأرقام السالبة للأسباب الثلاثة التي لا ينبغي اختيارها لاتخاذ هذا القرار. فمن المهم هنا أن نكون صادقين بقدر الإمكان. عندما يساعد القائد في توجيه فريق ما، فإنه ينبغي ألا يحاول استغلال الآخرين أو إجبارهم على «تنفيذ أوامرهم» بإحراز سبب بطريقة معينة.

عندما تسجل جميع الأسباب قم بإجراء العملية الحسابية. حدد أهم الأسباب التي تجعلك «يجب أن تفعل ذلك» وكذلك التي «لا ينبغي أن تفعل ذلك» في كل مربع وضعها في المربع الأيسر السفلي الرابع. ثم، اجمع الأرقام الإيجابية للأسباب الثلاثة الخاصة بالعنصر «يجب أن تفعل ذلك» وقيم بمقارنتها بإجمالي الأرقام السلبية المتعلقة بـ «لا ينبغي أن تفعل ذلك». فأني ناتج هو الرقم الأعلى؟ ها هي إجابتك. إذا كان ناتج عملية الجمع الخاص بالعنصر «يجب أن تفعل ذلك» هي الرقم الأعلى، انتقل لذلك. وإذا لم تكن مجدية، فلا تقوم بذلك أو قم بإعادة التقييم.

في المثال المرئي الموضح في الشكل 2.17، فأنا أحاول أخذ قرار شراء سيارة مكشوفة أم لا. فكانت بعض الأسباب الخاصة بالعنصر «ينبغي أن تفعل ذلك» أنها تعتبر أقل مجهودًا، وأقل مخاطر من ناحية الإصلاح، وارتفاع تكاليف الصيانة الخاصة بسيارتي الحالية. ثم قارنت تلك مقابل الأسباب الخاصة بالعنصر «لا ينبغي أن أفعل ذلك» أنها أكثر إجهادًا، ولديها الكثير من المخاطر من الناحية المالية، وارتفاع قيمة المدفوعات لها. فقد ربحت الأسباب الخاصة بـ «ينبغي» لذا من الواضح أنه يجب أن أشتري تلك السيارة المكشوفة.

مصفوفة اتخاذ القرارات المتعلقة بالخلايا العصبية

هل أشتري سيارة مكشوفة؟



1. أقل مجهودًا = 5

2. أكثر تحفيّرًا = 5

3. أكثر مرحًا = 3

1. أكثر أخطاء = 4

2. أكثر فخراً = 3

3. أكثر مجهودًا = 5

1. أقل خطرًا من ناحية (تشغيل) = 3

2. صفقة عظيمة = 3

3. أقل خطرًا من ناحية (الصيانة) = 4

1. أكثر خطرًا من ناحية (السرعة) = 3

2. أكثر خطرًا من ناحية (المالية) = 3

3. أكثر خطرًا (حتى إذا كانت أفضل صفقة) = 2



12

1. أقل مجهودًا = 5

2. أقل خطرًا من ناحية (الصيانة) = 4

3. أكثر تكلفة من ناحية التكلفة = 4

1. أكثر تكلفة من ناحية الصيانة (السيارة الحالية) = 4

2. سعر معقول يمكن تحمله = 3

3. احتياجها الفنية = 2

12

1. أقل مجهودًا = 5

2. أكثر خطرًا من الناحية (المالية) = 3

3. رسوم مالية مرتفعة = 4

1. رسوم مالية مرتفعة = 4

2. التضحية بنود أخرى = 3

3. أكثر تكلفة بالنسبة (الجديدة مقابل المستعملة) = 4



الشكل 2.17 مصفوفة اتخاذ القرارات المتعلقة بالخلايا العصبية

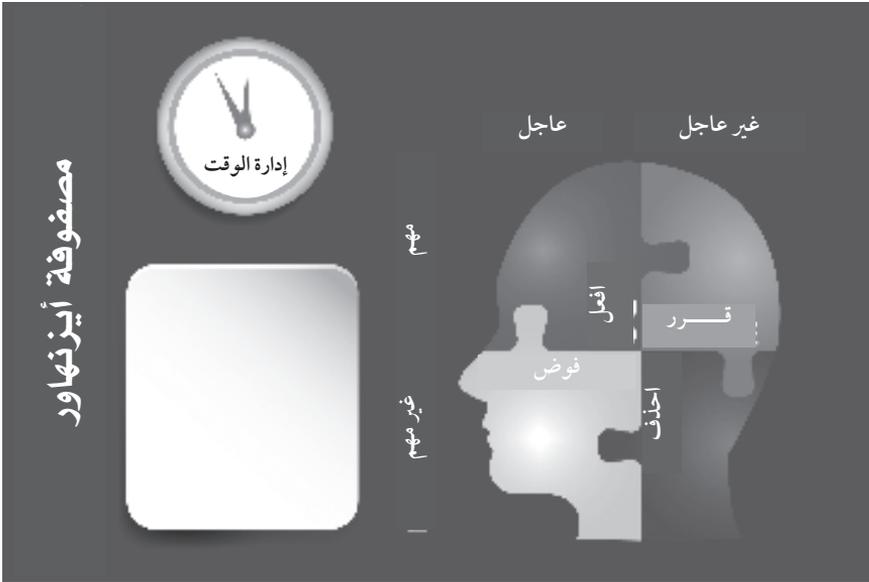
المصدر: رسم توضيحي من إعداد المؤلف.

مصفوفة ترتيب الأولويات الخاصة بالخلايا العصبية

قال الفيلسوف اليوناني سينيكا ذات مرة بحكمة إنه ينبغي لنا أن «نعيش كل يوم في حياتنا وكأنه حياة جديدة تبدأ الآن». يجلب كل فجر جديد معه وعد ببداية جديدة. هناك الكثير الذي يمكننا وينبغي أن نتعلمه من الماضي - وخاصة أخطاءنا - ولكننا نكتسب الكثير من الخبرة من خلال التركيز على يوم واحد فحسب في كل مرة. وينبغي أن تتماشى الأهداف طويلة الأجل المهمة مع رسالتنا، وهدفنا، وغرضنا، ولكنني أوصي بأن ينشئ كل فريق وفرد ثلاث مهام

أسبوعية رئيسية فقط لكل هدف ويقوم بتحديثها يومياً لضمان التقدم نحو كل هدف بدلاً من بذل مجهود في قائمة طويلة للتحقق من «إكمال» المهام. ويمكن أن يستغرق القيام بهذه الطريقة الأخيرة مجهوداً كبيراً ويؤدي إلى بذل الكثير من العمل الشاق بدلاً من انجاز العمل الهام.

يمكنني استخدام مصفوفة اتخاذ القرارات المتعلقة بالخلايا العصبية والمنهجية المستخدمة بشكل يومي وتعليم فرق العملاء كيفية تطبيق ذلك في ورش العمل والندوات عبر الإنترنت. فإن عملائي يجوبون هذه الطريقة ويقسمون بأنها جيدة جداً. قد تتذكر «مصفوفة إدارة الوقت» التي يقدمها ستيفن ر. كوفي في كتاب له بعنوان (The 7 Habits of Highly Effective People) ويعني العادات السبع للناس الأكثر فعالية. قام كوفي بالترويج للمصفوفة المكونة من أربعة خانات. وفي الواقع، أنشأ هذه المصفوفة الرئيس أيزنهاور، الذي قال ذات مرة: «ما هو مهم نادراً ما يكون عاجلاً وما هو عاجل نادراً ما يكون مهماً»



الشكل 3.17 مصفوفة أيزنهاور

وضع الرئيس أيزنهاور المهام أو المشاريع التي كانت عاجلة وهامة في الربع الأيسر العلوي من المصفوفة لاتخاذ إجراءات فورية. بينما كانت الأمور غير العاجلة والهامة داخل الربع الأيمن العلوي من المربع الرئيسي لاتخاذ مزيداً من القرارات. وكانت العناصر غير المهمة ولكنها عاجلة في المربع الأيسر السفلي من أجل التفويض، بينما وضع الأمور غير العاجلة وغير الهامة في المربع الأيمن السفلي للترك.

وقد أثبتت هذه المصفوفة فعاليتها للملايين وهي طريقة ممتازة وبسيطة للحفاظ على أولوياتك في المسار الصحيح. ومع ذلك، أنشأ الرئيس أيزنهاور هذه المصفوفة قبل عشرات السنين من اكتساب علماء الأعصاب الحديثة خبرة أكثر عن كيفية عمل أدمغتنا. وبسبب عدم وجود مثل هذه الوفرة من وسائل الاعلام الاجتماعية، ومحتوى الويب، ومصادر الاتصال الكثيرة منذ زمن بعيد. ففي عالم اليوم المفعم بالنشاط والتوتر، نحن بحاجة إلى طريقة أفضل لتبسيط مشاريعنا ومهامنا وتحديد أولويات وقتنا. لا يكفي أن نقوم بإنشاء أربع قوائم في أربعة مربعات والتحقق من إنجاز كل منهم في كل وقت. وقد يكون ذلك نجح في السبعينيات والثمانينيات، وربما حتى في التسعينيات، أما الآن فقد أصبح غير مجدياً.

أما نسخة جدول البيانات المبسطة لبراءات الاختراع المعلقة (في انتظار التسجيل) الخاصة ب مصفوفة ترتيب الأولويات الخاصة بالخلايا العصبية فهي مجانية ومتاحة على العنوان التالي:

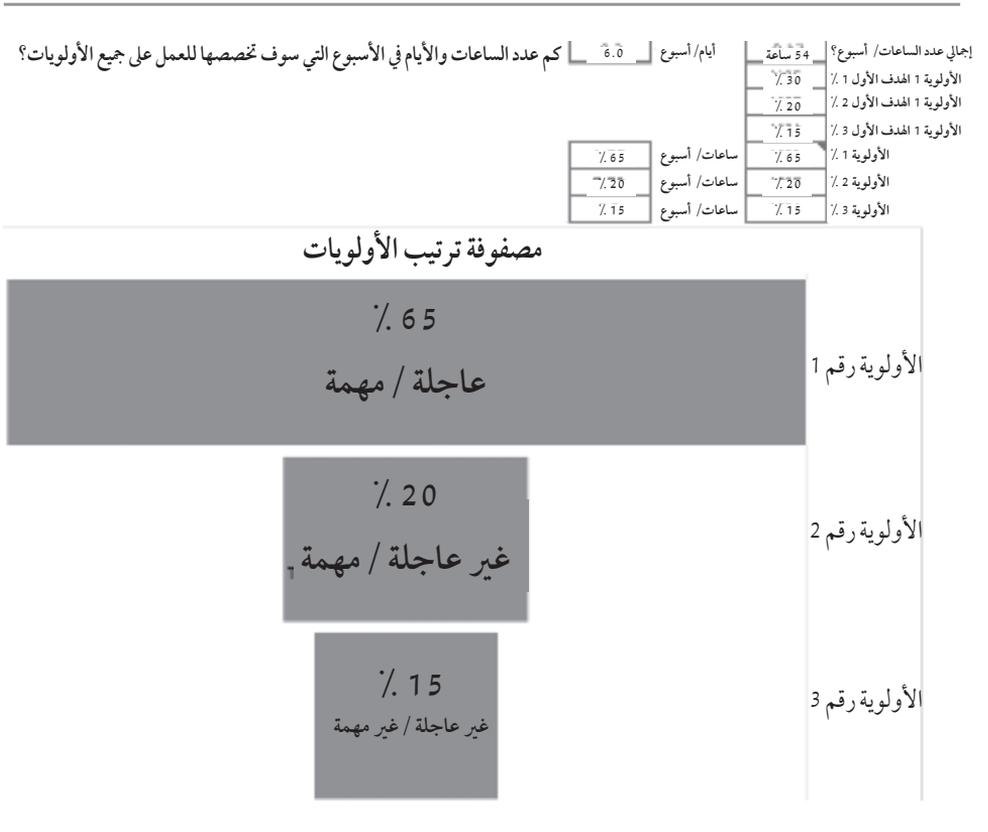
www.neuronleaders.com

لقد قمت أنا وفريقي أيضاً بإنشاء نسخ من تطبيقات الويب والجوال للعملاء وكانت أكثر تطوراً وتخصيصاً. وإليك الطريقة التي يعمل بها.

تذكر أن أدمغتنا تفكر في الأمور الثلاثية أي المكونة من ثلاثة عناصر، وليست المكونة من أربعة. لذلك، تعتبر المصفوفة المكونة من أربعة خانات ليست مثالية. وبدلاً من ذلك، دعونا نستخدم ثلاثة مربعات لتمثيل الأهداف ذات الأولوية 1 و 2 و 3 (الشكل 4.17). ولا تعد هذه مشاريع أو مهام، بل هي أهداف ترتبط مباشرة بغايتنا وهدفنا الأسمى. ويعتبر الهدف رقم 1 هو أهم شيء يمكننا القيام به لاتخاذ خطوة عظيمة نحو تحقيق الغاية والهدف، والرؤية، أو الرسالة

التي حددناها للمنظمة الخاصة بنا، أو القسم، أو الفريق. فكر في هذه العناصر على أنها عاجلة ومهمة. احتفظ بهذه العناصر بسيطة، واضحة، واستخدام جملة واحدة فقط.

أما الهدف رقم 2 هو ثاني أهم عنصر يمكننا القيام به لتحقيق غايتنا، الذي قد يكون أقرب إلى غير عاجل وهام. بينما الهدف رقم 3 هو العنصر الثالث، وربما يكون أقرب إلى كونه عاجلاً وغير مهم.



الشكل 4.17 مصفوفة ترتيب الأولويات

المصدر: رسم توضيحي من إعداد المؤلف.

لا يوجد مربع للأموال غير العاجلة وغير المهمة. فإن إدراج الأشياء في هذا المربع يجبر عقلنا لقضاء بعض الوقت في التفكير في الأشياء التي لا ينبغي التفكير فيها. فهل نحن حقاً بحاجة إلى تضييع الوقت في كتابة ما يجب أن نحذفه؟

ومن ثم، نحن بحاجة إلى أن نقرر ما هي النسبة المئوية من وقتنا الشخصي أو وقت الفريق التي سيتم تخصيصها لكل هدف. وغالباً ما يتحدث الخبراء الذين نقلوا خبرتهم بشأن سيغما الست عن مبدأ باريتو القديم (قاعدة رقم 20 / 80) حيث أنهم وجدوا أن 80٪ من التأثيرات تأتي من 20٪ من الأسباب. ومن أجل إنجاز أهدافنا، ينبغي أن نقضي 80٪ من الوقت المستهدف لتحقيق الأهداف على الـ 20٪ من مشاريعنا أو مهامنا - التي من شأنها تحقق 80٪ من غايتنا.

أوصي بقضاء معدل 60٪ إلى 65٪ من وقتك في العمل على تحقيق بنود الهدف رقم 1، وحوالي 20٪ من الوقت لإنجاز الهدف رقم 2، ونسبة 15٪ إلى 20٪ من الوقت للعمل على تحقيق الهدف رقم 3. لاحظ أن الوقت المستهدف لتحقيق الهدف رقم 1 و2 بعد جمعهم يساوي حوالي 80٪ من إجمالي الوقت، وهو ما يتماشى مع مبدأ باريتو. يأتي الآن وقت الجزء الممتع.

تسمح لك علامة التبويب الثانية في جدول البيانات هذا بكتابة جملة لهدفك رقم 1 ذو الأولوية رقم 1. وفي إطار هذا، يمكنك إدراج ثلاثة مشاريع لتحقيق هذا الهدف. وفي إطار كل مشروع، يمكنك تسجيل ثلاث مهام عاجلة لإكمال المشاريع. لماذا ثلاث مهام فقط؟ وها أنت قد خمنت السبب، لأن عقولنا تفضل طريقة التركيز على العناصر الثلاثية. وأن القوائم الطويلة ذات الـ 20 مهمة هي مهام معقدة للغاية. يقدم هذا النهج طريقة جيدة «لتدريب عقلك» لتبسيط المشاريع والمهام وكذلك الأمور الخاصة بحياتك. وإذا كنت تعمل عليها بالفعل، يمكنك العثور على طريقة لهيكله المهام أو الجمع بينها من أجل إنشاء ثلاثة مهام

رئيسية فقط عاجلة. اللفظ الفعال هنا هو كلمة عاجلة. ربما تكون هناك مهام أخرى طويلة الأجل. وإذا كان الأمر كذلك، يوجد في نموذج جدول البيانات الموجود على العنوان التالي www.neuronleaders.com، علامات تبويب خاصة لكل شهر. يمكنك وضع قائمة لمختلف المشاريع المستقبلية والمهام الفرعية على هذا الرابط.

بالنسبة للنسخة الشخصية الخاصة بي في هذا الأمر، فأنا أسجل فقط المهام التي سأقوم بإنجازها هذا الأسبوع وأقوم بتحديثها يوميًا. وأسجل على يمين كل مهمة الشخص الذي سيتولى مسؤولية تنفيذها سواء كنت أنا أو أي شخص آخر أو عدة أشخاص آخرين. كما أدون عدد الساعات التي سأخصصها لتحقيق هذه المهمة. هذه الطريقة تريني كم عدد الساعات الكلية التي سأقضيها في جميع عناصر الهدف رقم 1 ذو الأولوية رقم 1.

أفعل هذه الطريقة عند العمل على الهدف رقم 3 ذو الأولوية رقم 2 وأيضًا في مهام الهدف 3 ذو الأولوية 2. عند الانتهاء، أضغط على ورقة لوحة العرض حيث يظهر رسم بياني كبير يبين لي كم من الوقت سأخصص لكل مهمة اليوم أو هذا الأسبوع (الشكل 5.17). كما أقوم بإدراج كل مشروع تحت كل أولوية.

ومن أجل تحقيق أهداف الفريق، يمكنني استخدام نسخة من ذلك في اجتماعاتنا الأسبوعية (الشكل 6.17). نستعرض أولاً غايتنا وهدفنا العام من أجل التذكير بالسبب وراء وجودنا جميعًا في الاجتماع في المقام الأول.

صورة المكافأة المتيرة عاطفياً

| | |
|---|-----|
| الهدف 2: زيادة إمكانية المبيعات عبر وسائل التواصل الاجتماعي بمقدار 33٪. | 4.5 |
| العمليات على سبيل المثال: موارد التسويق، محتوى وسائل التواصل الاجتماعي، الوقت، التكاليف | |
| الوقت المستهدف للعمل على الهدف 2: 33٪. | |

الشرع 2

| | | | | | |
|---|----|-------|-----|-------------|--|
| زيادة الوعي الخاص بنissan. | تم | الفرق | 4.0 | ساعات/اليوم | الشرع 1 |
| كتابة المقالات والتدورات في موقع لينكد إن. | تم | الفرق | 2.0 | لوحى | 3 منشورات تسويقية لتنشيط البيع ووسائل التواصل الاجتماعي في الأسبوع |
| معلومات القيادة الفكرية الخاصة بمنتجات Nissan الامنية | تم | الفرق | 1.0 | لوحى | 1. إنشاء محتوى تسويقي عبر وسائل البيع الاجتماعي. |
| إدخال محتوى شخصي بالفيديو على 70% من برامج تدريبية عبر قنوات البحث، البريد الإلكتروني، والتلفزيون، والبريد الإلكتروني | تم | الفرق | 1.0 | لوحى | 2. بحث وتوظيف مستشاري على موقع LinkedIn |

الشرع 1

| | | | | | |
|---|----|-------|-----|-------------|--|
| زيادة إمكانية المبيعات عبر وسائل التواصل الاجتماعي بمقدار 33٪. | تم | الفرق | 4.0 | ساعات/اليوم | الشرع 1 |
| كتابة المقالات والتدورات في موقع لينكد إن. | تم | الفرق | 2.0 | لوحى | 3 منشورات تسويقية لتنشيط البيع ووسائل التواصل الاجتماعي في الأسبوع |
| معلومات القيادة الفكرية الخاصة بمنتجات Nissan الامنية | تم | الفرق | 1.0 | لوحى | 1. إنشاء محتوى تسويقي عبر وسائل البيع الاجتماعي. |
| إدخال محتوى شخصي بالفيديو على 70% من برامج تدريبية عبر قنوات البحث، البريد الإلكتروني، والتلفزيون، والبريد الإلكتروني | تم | الفرق | 1.0 | لوحى | 2. بحث وتوظيف مستشاري على موقع LinkedIn |



لينكد إن

40.2

مستهدف الأسبوع التالي

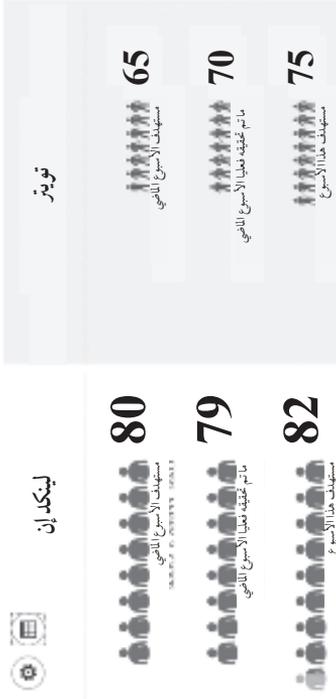
ماتم تحقيقه فعلياً الأسبوع التالي

42.3

مستهدف هذا الأسبوع

44.5

مستهدف هذا الأسبوع



موقع تيراز

65

مستهدف الأسبوع التالي

70

ماتم تحقيقه فعلياً الأسبوع التالي

75

مستهدف هذا الأسبوع

80

ماتم تحقيقه فعلياً الأسبوع التالي

82

مستهدف هذا الأسبوع

موقع إنستجرام

40.2

مستهدف الأسبوع التالي

42.3

ماتم تحقيقه فعلياً الأسبوع التالي

44.5

مستهدف هذا الأسبوع

موقع تيراز

65

مستهدف الأسبوع التالي

70

ماتم تحقيقه فعلياً الأسبوع التالي

75

مستهدف هذا الأسبوع

80

ماتم تحقيقه فعلياً الأسبوع التالي

82

مستهدف هذا الأسبوع

موقع إنستجرام

40.2

مستهدف الأسبوع التالي

42.3

ماتم تحقيقه فعلياً الأسبوع التالي

44.5

مستهدف هذا الأسبوع

الشكل 5.17 لوحة معلومات مؤشرات الأداء

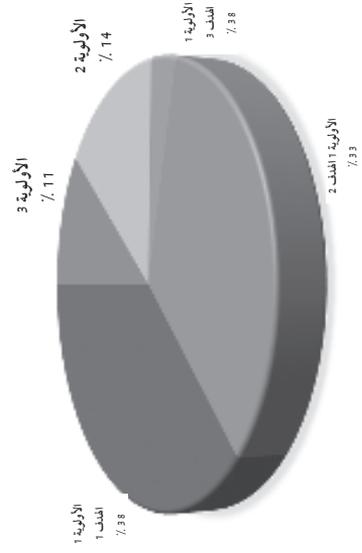
المصدر: رسم توضيحي من إعداد المؤلف.



| | | |
|---|-----|----------------|
| الهدف 1 الأولوية 1 | 4.1 | الصفات السببية |
| الهدف 2 الأولوية 2 | 5.9 | الصفات العزلة |
| وصف: ورنش مثل شعيرة كل شخص | | |
| سماة نورا العسيرة | | |
| معلومات الترخيص: الجدل الفرد | | |
| الهدف 1 الأولوية 1 | 4.5 | الصفات السببية |
| الهدف 2 الأولوية 2 | 2.8 | الصفات العزلة |
| وصف: مشورت تسمية لم رسول الوصل الاجمالي في الاسبغ | | |
| سماة نورا العسيرة | | |
| معلومات الترخيص: الجدل الاجمالي سنة 7.3 | | |
| معلومات الترخيص: الوصل الاجمالي الوصل الكافيت | | |

| | | |
|---|-----|----------------|
| الأولوية 3 | 1.2 | الصفات العزلة |
| الأولوية 2 | 1.3 | الصفات السببية |
| وصف: مشورت تسمية لم رسول الوصل الاجمالي في الاسبغ | | |

متطلبات الحياة الكريمة



| | |
|-------|---------|
| الوقت | التقييم |
| 7.8 | 1 |
| 7.30 | 2 |
| 7.20 | 3 |
| 7.13 | 4 |
| 7.11 | 5 |
| 7.4 | 6 |
| 7.15 | 7 |
| 7.20 | 8 |
| 7.15 | 9 |
| 7.11 | 10 |
| 7.4 | 11 |
| 7.100 | 12 |
| 7.0 | 13 |

| | |
|---------------------|---------------------|
| 2017/9/6 | 2017/6/6 |
| الجمعة | الجمعة |
| ساعات اليوم السببية | ساعات اليوم السببية |
| 9.0 | 13.8 |

| | | |
|---|-----|---------------|
| الأولوية 2 | 2.8 | الصفات العزلة |
| وصف: مشورت تسمية لم رسول الوصل الاجمالي في الاسبغ | | |

الشكل رقم 6.17 مصفوفة اتخاذ القرارات المتعلقة بالخلايا العصبية المصدر: رسم توضيحي من إعداد المؤلف.

ثم نستعرض كل هدف ومقدار الوقت الذي نقضيه في انجاز كل هدف. نقوم بتعديل هذا حسب الحاجة. وفي كل ورقة هدف، نستعرض رسماً بيانياً يصور تقدمنا نحو كل هدف. ننظر إلى هدف الأسبوع الماضي، والهدف الفعلي للأسبوع الماضي، وهدف هذا الأسبوع، والأهداف الماضية من شهر حتى تاريخ اليوم، والمقاييس الخاصة بالأداء من سنة حتى تاريخ اليوم. وينصب التركيز على توجهاتنا. هل نحرز التقدم الذي نشده؟

يوجد على كل ورقة اثنين من الصور في القسم العلوي الأيمن. يظهر في إحدى هذه الصور «مكافأة» لما سنحصل عليها إذا حققنا أهدافنا المرجوة. هذه الصورة تناشد دماغنا العاطفي. وتصور الأخرى العواقب التي ستحدث إذا فشلنا في تحقيق أهدافنا. حيث يحرك هذا الأمر دماغنا الغريزي. وتجذب جميع الأرقام والرسوم البيانية على الصفحة انتباه دماغنا المنطقي، لذلك تناولنا دراسة جميع قواعد الخلايا العصبية.

وهذا مثال على كيفية تبسيط أهدافك ومشاريعك ومهامك وأمور حياتك وتحديد أولوياتها. هناك نماذج أخرى، ولكنني أشجع استخدام ثلاثة مربعات فقط، أو دوائر، أو أي شيء آخر، وتحديد نسبة مئوية لكل منهم. أيضاً، تأكد من تتبع كم من الوقت كنت تقضي في كل جزء. لقد صدمت عندما فعلت هذا. أشعر بالحجل للاعتراف بأنني كنت أركز الكثير من الوقت على عناصر الأولوية 2 و3، وعادة لأن بعض هذه العناصر كانت أكثر إثارة للاهتمام أو المتعة. بالرغم من أنه شيء جيد لأخذ استراحة للمتعة من حين لآخر (وفقاً لمنهج الحب إندوس)، فإنه ليس من الجيد أن نقلب قاعدة 20/80 الخاصة بمبدأ باريتو رأساً على عقب.

ما ورد أعلاه يوضح أن إدارة الوقت والمهام هي في الغالب منطقية ولكن ينبغي أن تشمل أيضاً بعض العناصر العاطفية والغريزية. ويرتبط هذا في المقام الأول بمنهج الحب براغما كما أنه يحتاج إلى أن يتوافق مع أهدافنا ورؤيتنا وغايتنا وغرضنا على المدى الطويل.