



คู่มือPDCA

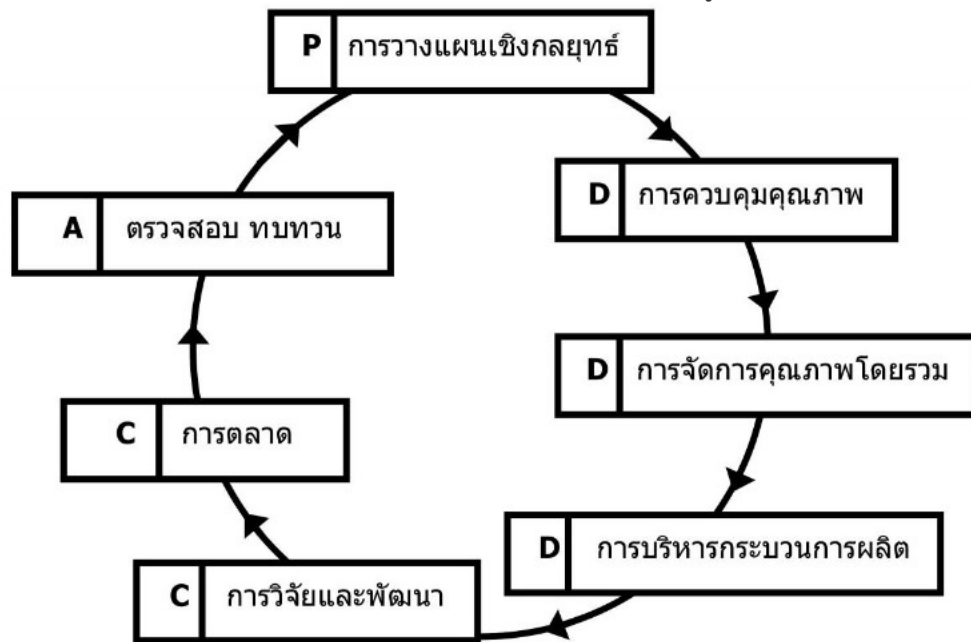
โรงเรียนวัดอรุณนิการาม

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุตรดิตถ์ เขต 1

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน

กระทรวงศึกษาธิการ

วงจรเดมมิง (The Deming Cycle) หรือวงล้อ PDCA ก็คือ วิธีการที่เป็นขั้นตอนในการที่ทำให้งานเสร็จอย่างถูกต้อง มีประสิทธิภาพ และเชื่อถือวางใจได้ โดยการใช้วงจร PDCA เป็นเครื่องมือการบริหารงานอย่างต่อเนื่องในการติดตาม ปรับปรุงพัฒนาให้บรรลุตามเป้าหมาย โดยประกอบด้วย P (Plan) เป็นการวางแผนงานจากวัตถุประสงค์ และเป้าหมายที่ได้กำหนดขึ้น D (Do) เป็นการปฏิบัติตามขั้นตอนในแผนงานที่ได้เขียนไว้อย่างเป็นระบบและมีความต่อเนื่อง C (Check) เป็นการตรวจสอบผลการดำเนินงานในแต่ละขั้นตอนของแผนงานว่ามีปัญหาอะไรเกิดขึ้น จำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงแก้ไขแผนงานในขั้นตอนใด A (Action) เป็นการปรับปรุงแก้ไขส่วนที่มีปัญหา หรือถ้าไม่มีปัญหาใด ๆ ก็ยอมรับแนวทางการปฏิบัติตามแผนงานที่ได้ผลสำเร็จเพื่อนำไปใช้ในการทำงานครั้งต่อไป ซึ่งองค์กรธุรกิจสามารถที่จะประยุกต์ใช้วงจรเดมมิงในการบริหารจัดการอย่างต่อเนื่อง โดยในขั้นตอน P (Plan) เป็นการวางแผนเชิงกลยุทธ์ D (Do) จะเป็นการปฏิบัติตามแผนงานแบบมีส่วนร่วม ซึ่งประกอบด้วย การควบคุมคุณภาพหรือกลุ่มคุณภาพ (Quality Control Circle: QCC), การจัดการคุณภาพโดยรวม (Total Quality Management: TQM), การบริหารกระบวนการผลิต (Production Management), C (Check) เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research & Development) และการตลาด (Marketing) และ A (Action) เป็นการตรวจสอบ และทบทวน ดังแสดงในรูปที่ 1



รูปที่ 1 แสดงการประยุกต์ใช้วงจรเดมมิงกับการบริหารจัดการองค์กรธุรกิจ

P (Plan)

การวางแผนเชิงกลยุทธ์ (Strategic Planning) เป็นกระบวนการตัดสินใจเพื่อกำหนดทิศทางในอนาคตขององค์กร โดยกำหนดเป้าหมายในอนาคตที่ต้องการจะบรรลุและกำหนดแนวทางในการบรรลุเป้าหมายดังกล่าว ที่ต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานของข้อมูลที่รอบด้าน คือ จะต้องคำนึงถึงเป้าหมายที่ต้องการให้เกิดศักยภาพหรือขีดความสามารถขององค์กรและการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และสิ่งแวดล้อม

การวางแผนเชิงกลยุทธ์มีองค์ประกอบ 5 ประการดังนี้

ประการที่ 1 มีการวิเคราะห์เปลี่ยนแปลงของสภาพเศรษฐกิจ การเมือง และสังคม เพื่อหาโอกาส (Opportunity) และภัยอันตราย (Treat) เพื่อให้ปรับตัวได้ทันและเตรียมพร้อมในการรองรับและได้ประโยชน์สูงสุดจากการเปลี่ยนแปลง

ประการที่ 2 มีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน กล่าวคือ วิเคราะห์องค์กร บุคลากร การเงิน คอมพิวเตอร์ เพื่อหาจุดอ่อน และจุดแข็ง

ดังนั้นจะเห็นว่าองค์ประกอบที่ 1 และ 2 จะมุ่งเน้นวิเคราะห์ SWOT นั่นเอง

S (Strengths) คือ จุดเด่นหรือจุดแข็ง ซึ่งเป็นผลมาจากปัจจัยภายใน เป็นการมุ่งเน้นวิเคราะห์เกี่ยวกับข้อดีที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายในองค์กรธุรกิจ เช่น จุดแข็งด้านส่วนประสม, จุดแข็งด้านการเงิน, จุดแข็งด้านการผลิต, จุดแข็งด้านทรัพยากรบุคคล, องค์กรธุรกิจจะต้องใช้ประโยชน์จากจุดแข็งในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด

W (Weaknesses) คือ จุดด้อยหรือจุดอ่อน ซึ่งเป็นผลมาจากปัจจัยภายใน เป็นปัญหาหรือข้อบกพร่องที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายในต่าง ๆ ขององค์กรธุรกิจ ซึ่งองค์กรธุรกิจจะต้องหาวิธีในการแก้ปัญหานั้น

O (Opportunities) คือ **โอกาส** ซึ่งเกิดจากปัจจัยภายนอก เป็นผลจากการที่สภาพแวดล้อมภายนอกขององค์กรธุรกิจเอื้อประโยชน์หรือส่งเสริมการดำเนินงานขององค์กร โอกาสแตกต่างจากจุดแข็งตรงที่โอกาสนั้นเป็นผลมาจากสภาพแวดล้อมภายนอก แต่จุดแข็งนั้นเป็นผลมาจากสภาพแวดล้อมภายใน นักการตลาดที่ดีจะต้องเสาะแสวงหาโอกาสอยู่เสมอ และใช้ประโยชน์จากโอกาสนั้น

T (Threats) คือ **อุปสรรค** ซึ่งเกิดจากปัจจัยภายนอก เป็นข้อจำกัดที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายนอก ซึ่งธุรกิจจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องและพยายามขจัดอุปสรรคต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นให้ได้จริง

ประกาศที่ 3 เป็นการวางแผนที่มีระยะยาว อันเป็นแผนทิศทางที่มีลักษณะเป็นนามธรรม (Abstract) แผนระยะกลาง และระยะสั้น ซึ่งมีลักษณะเป็นรูปธรรม (Concrete) โดยมีการกำหนดเงื่อนไขด้านเวลา และแนวทางในการดำเนินงานที่สามารถวัดได้ การดำเนินแผนระยะสั้นจะเป็นทิศทางสู่การบรรลุเป้าหมายระยะกลาง และการบรรลุเป้าหมายระยะกลางก็จะไปสู่ทิศทางที่กำหนดไว้เป็นระยะยาว

ประกาศที่ 4 การวางแผนกลยุทธ์เป็นการวางแผนและขั้นตอนอย่างเป็นระบบ (Systematic) โดยทุก ๆ ส่วนจะสัมพันธ์และผูกพันต่อกันอย่างมีโครงสร้าง ทุกเวลาที่เสียไปและทุก ๆ ส่วนของกิจกรรมที่ทำจะสัมพันธ์และเสริมสร้างเพื่อบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้

ประกาศที่ 5 การวางแผนกลยุทธ์ จะต้องเป็นการวางแผนที่สามารถปฏิบัติได้ (Realistic) มิใช่การวางแผนที่อยากได้มากกว่าแผนที่ทำได้

โดยสรุปองค์ประกอบที่สำคัญของการวางแผนเชิงกลยุทธ์ ได้แก่ กำหนดวิสัยทัศน์ ภารกิจ เป้าหมาย และวัตถุประสงค์ขององค์กร การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับองค์กร การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในเพื่อหาจุดแข็งและจุดอ่อนเพื่อให้ทราบถึงทรัพยากร และความสามารถต่าง ๆ ในองค์กร เพื่อจะได้นำไปสร้างให้องค์กรบรรลุความได้เปรียบในการแข่งขัน

D (Do)

การบริหารโดยการควบคุมคุณภาพหรือกลุ่มคุณภาพ (Quality Control Circle: QCC) ซึ่งในปัจจุบันนี้องค์กรธุรกิจเอกชนต่าง ๆ รัฐวิสาหกิจ ได้ให้ความสนใจเป็นอย่างมาก คำว่า คุณภาพ หมายถึง คุณสมบัติหรือลักษณะต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์หรือการบริการที่ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคหรือผู้บริการ การควบคุมคุณภาพ หมายถึง การปฏิบัติงานต่าง ๆ ในระหว่างการผลิตที่ป้องกันไม่ให้เกิดของเสีย ป้องกันไม่ให้งานผิดพลาดไปจากกำหนด หาทางลดปริมาณของเสีย เพิ่มปริมาณการผลิตและคุณภาพให้ดียิ่งตลอดเวลา กลุ่มสร้างคุณภาพ หมายถึง กลุ่มคนเหมาะสม ขนาดเหมาะสมที่ทำงานอย่างเดี่ยวเกี่ยวข้องกัน รวมตัวอย่างอิสระ เพื่อร่วมมือและช่วยกันปรับปรุงงานให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ

PDCA กับการแก้ปัญหาและปรับปรุงงาน มีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ขั้นตอนการวางแผน (Plan)

ขั้นที่ 1 เลือกหัวข้อที่จะคิด

ขั้นที่ 2 เก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล

ขั้นที่ 3 ระบุสาเหตุต้นตอ

2. ขั้นตอนการปฏิบัติ (Do)

ขั้นที่ 4 กำหนดแนวทางปรับปรุง

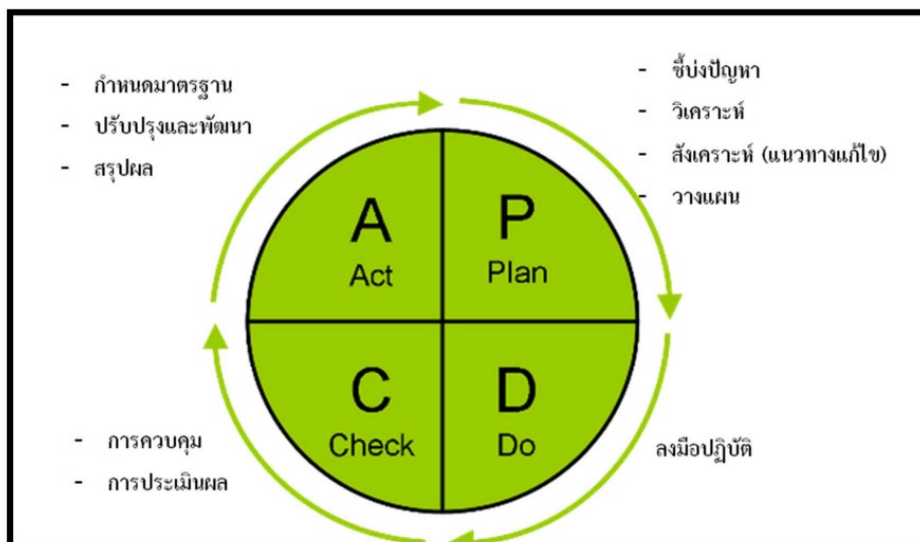
3. ขั้นตอนการตรวจสอบ (Check)

ขั้นที่ 5 ประเมินแนวทางแก้ไข

4. ขั้นตอนการดำเนินการแก้ไขปรับปรุง (Act)

ขั้นที่ 6 จัดทำมาตรฐาน

ขั้นที่ 7 บันทึกผลการปฏิบัติและเลือกหัวข้อศึกษาใหม่



Plan-Do-Check- Act หมายความว่า ทุกขั้นตอนการผลิตต้องมีการวางแผน

การดำเนินงาน การตรวจสอบ และนำไปสู่การปรับปรุงมาตรฐานใหม่ ๆ ให้

เกิดขึ้น และมีการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง ที่มา: http://www.opdc.go.th/oldweb/thai/E_Newsletter/January49/toyota_news.htm