📋✒️ เข้าใจการใช้งาน Decision Matrix ✒️ 📋

ศ. ด้านออกแบบชาวสก็อตแลนด์ “Stuart Pugh 1981” ได้สร้างเครื่องมือที่ช่วยตัดสินใจโดยเปรียบเทียบทางเลือกต่างๆ ด้วยการตั้งเกณฑ์เพื่อพิจารณาแต่ละทางเลือกเพื่อจัดลำดับความสำคัญของทางเลือกต่างๆ เช่น ออกแบบผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์การทำธุรกิจจนถึงบริหารองค์กรระดับประเทศ ดังนั้นอาจจะมีการดัดแปลงวิธีการได้มาซึ่งผลลัพธ์ของคำตอบ

การประยุกต์ใช้ใน Project Management โดยเขียนเป็นตารางแนวนอนเป็นตัวเลือก (Choice) และแนวตั้งเป็นเกณฑ์ (Criteria)

รูปภาพประกอบด้วย ข้อความ, ตัวอักษร, ไลน์, จำนวน

คำอธิบายที่สร้างโดยอัตโนมัติ

🌿🌺 Organizational Strategy 🌺🌿

คือ กลยุทธ์เชิงองค์กรหรือกลยุทธ์ของหน่วยงานหรือองค์กร ในการดำเนินโครงสมัยใหม่จะมีการคำนึกถึงตัวองค์กรเจ้าของโครงการว่าดำเนินธุรกิจไปในทิศทางใด มุ่งเน้นเรื่องใด

โดยโครงการทุกโครงการในองค์นั้น ๆ จะต้องสอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กรเพื่อให้องค์กรบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้

สิ่งที่ต้องคำนึกถึงในการคิดโครงการใหม่ เช่น วิสัยทัศน์ (Vision) พันธกิจภารกิจ (Mission) ยุทธศาสตร์ (Strategies) เป้าหมาย (Goals) ปรัชญา (Philosophy) วัตถุประสงค์ขององค์กร (Objectives)

🌿🌺 Strategic Pyramid 🌺🌿

รูปภาพประกอบด้วย ข้อความ, ภาพหน้าจอ, สี่เหลี่ยมผืนผ้า, ตัวอักษร

คำอธิบายที่สร้างโดยอัตโนมัติ

Vision อนาคต -> สิ่งที่องค์กรต้องการที่จะทำหรือเป็นในอนาคต

Mission ปัจจุบัน -> สิ่งที่องค์กรต้องการที่จะทำหรือเป็นในปัจจุบัน

Strategy จำเป็น -> สิ่งที่จำเป็นต้องทำเพื่อให้บรรลุพันธกิจ

Project ภายใต้ยุทธศาสตร์ -> ที่ดำเนินการภายใต้ยุทธศาสตร์ผ่านการจัดสรรทรัพยากรต่าง ๆ

นอกจากยังมีสิ่งอื่น ๆ ที่บ่งบอกตัวตนหรือความเป็นเอกลักษณ์ขององค์กรที่ส่งผลต่อผลิตภัณฑ์และขึ้นอยู่กับประเภทขององค์กรซึ่งส่งผลให้อาจมีสิ่งที่บ่งบอกถึงคุณลักษณะขององค์กรต่างกัน เช่น สถาบันการศึกษาอาจมีปรัญชาทางการศึกษา

Core values ค่านิยมองค์กร -> วิถีที่บริษัทและคนในองค์กรยึดติดปฏิบัติทั้งภายในและภายนอก

Identity อัตลักษณ์ -> คุณลักษณะ สิ่งที่บ่งบอกความเป็นองค์กร สิ่งที่ทำให้นึกถึงองค์กร

🌿🌺 Project Selection 🌺🌿

พิจารณาเลือกโครงการนั้นจะใช้วิสัยทัศน์ พันธกิจ ยุทธศาสตร์ เป้าหมาย วัตถุประสงค์ขององค์กรเป็นตัวกำหนด ความสำคัญของโครงการเพราะองค์กรบางแห่งอาจมีทรัพยากรที่จำกัดไม่ว่าจะเป็นกำลังคนหรืองบ

ดังนั้น อาจจัดลำดับความสำคัญของสิ่งที่จะทำก่อนหรือหลังถือเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งเพื่อให้องค์กรนั้นเติบโตไปตามที่เป้าหมายได้กำหนดไว้

ขั้นตอนที่ 1 กำหนดชื่อโปรเจคต่างๆ ที่ต้องการดำเนินการจากการ brainstorming โดยยังไม่ต้องลงความคิดเห็นถึงข้อดี ข้อเสียของแต่ละองค์กร

ขั้นตอนที่ 2 วิเคราะห์ว่าโปรเจคแต่ละโปรเจคสอดคล้องกับยุทธศาสตร์หรือวัตถุประสงค์ใดบ้างขององค์กร

ขั้นตอนที่ 3 วิเคราะห์ว่าโปรเจคแต่ละโปรเจคสามารถนำพาองค์กรให้บรรลุวิสัยทัศน์ได้หรือไม่

ขั้นตอนที่ 4 ให้คะแนนแต่ละโปรเจคโดยโปรเจคที่มีความสอดคล้องที่สุดให้มีคะแนนมากที่สุด

ขั้นตอนที่ 5 เลือกโปรเจคที่มีความสอดคล้องและตอบโจทย์องค์กรมากที่สุด

ขั้นตอนที่ 6 เริ่มวางแผนและดำเนินการจัดทำโครงการ

บางองค์กรอาจดำเนินการมากกว่า 1 โครงการพร้อมกันได้ ถ้ามีความพร้อมในด้านทรัพยากรคนและงบ

🌿🌺 การจัดการเชิงยุทธศาสตร์ Strategic Management Process Activities 🌺🌿

คือ การบริหารองค์กรโดยมีแบบแผน เป้าหมาย กำหนดกิจกรรมเพื่อให้บรรลุเป้าหมายตรงข้ามกับการดำเนินธุรกิจแบบไร้ทิศทางโดยมีขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ทบทวนองค์กรวิสัยทัศน์และพันธกิจ

ขั้นตอนที่ 2 เป้าหมายและวัตถุประสงค์

ขั้นตอนที่ 3 วิเคราะห์และกำหนดยุทธศาสตร์เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย

ขั้นตอนที่ 4 บรรลุยุทธศาสตร์โดยการดำเนินโครงการต่างๆ

🌿🌺 การเปลี่ยนแปลงของภารกิจ, ยุทธศาสตร์ขององค์กร 🌺🌿

- Pro-Manager ที่ดีรับมือกาเปลี่ยนแปลงภายในองค์กรด้วยการตัดสินใจที่ดีเกี่ยวกับโครงการที่จะเกิดในอนาคตและต่อโครงการที่กำลังดำเนินการ

- Pro-Manager ที่เข้าใจยุทธศาสตร์ขององค์กรจะสามารถคัดเลือกโครงการดำเนินโครงการได้อย่างมีประสิทธิภาพสอดคล้องกับพันธกิจขององค์กร

🌿🌺 ข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้นบ่อยจากการไม่เข้าใจบทบาทของโปรเจคต่อการบรรลุยุทธสาสตร์ 🌺🌿

1. ให้ความสนใจกับการดำเนินโปรเจคมากจนเกินไป เช่น สนใจการแก้ปัญหาเล็กใหญ่มากกว่ายึดถือตัวตนองค์กรสามารถแก้ปัญหาได้แต่องค์กรไม่ไปในทิศทางที่ต้องการดังนั้นปัญหาบางอย่างสามารถแก้ไขภายหลังได้

2. ให้ความสนใจกับสิ่งที่ไม่ส่งเสริมให้โปรเจคสำเร็จภายใต้ยุทธศาสตร์ขององค์กร ไม่คำนึกถึงยุทธศาสตร์ขององค์กรแล้วยังไม่ดำเนินการในกิจกรรมที่ส่งเสริมความก้าวหน้าขององค์กร เช่น ไม่มีการดำเนินโครงการ

3. พยายามทำงานโดยไม่นึกถึงกฎ 80/20 (ความพยายาม <ปัญหา> 20% , ผลลัพธ์ 80%) หรือทำน้อยแต่ได้มากของพาเรโตเป็นแนวคิดที่ช่วยให้เราโฟกัสในงานที่สำคัญที่สุดก่อนเพื่อให้ได้ผลลัพธ์

4. ยึดความคิดตัวเองเป็นหลักแทนที่จะดูสิ่งที่ลูกค้าหรือผู้ใช้ต้องการ