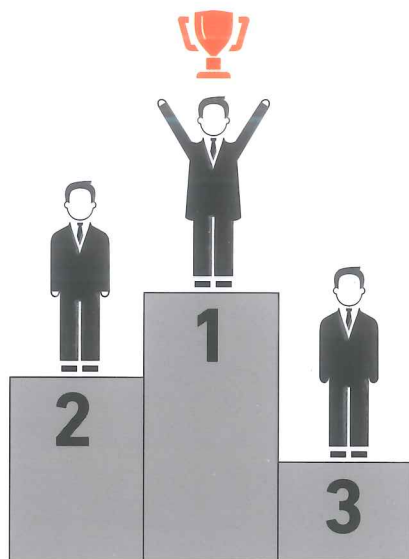


กลยุทธ์ ก้าวไป ข้างหน้า

เทคนิคในการ
ก้าวหน้า
เชิงกลยุทธ์



ไม่มี**ความบังเอิญ**ในเรื่องของความก้าวหน้า

ผู้เขียน : เคอิจิ คายะ

ผู้แปล : ชุติมน ยงมานิตชัย

616543075
012519017
i224662/b

กลยุทธ์ ก้าวไป ข้างหน้า



ผู้เขียน เคอิจิ คายะ

ผู้แปล ชุติมน ยงมานิตชัย

กระแส
ของ
ความ
ก้าวหน้า
ตาม
หลัก
เหตุผล

จุด
เริ่ม
ต้น

ตรรกะที่ทำให้บริษัทเติบโต

CHAPTER

1

พื้นฐาน
การ
บริการ
ธุรกิจ

CHAPTER

2

ทฤษฎี
กลยุทธ์

จัดการงาน
ตามหน้าที่

พนักงาน
ทั่วไป



ไม่
จำเป็นต้อง
อาศัยทฤษฎี
สัมพันธ์ภาพ

ผู้
รับผิดชอบ
หัวหน้าที่มี



ความก้าวหน้าของแต่ละบุคคล

CHAPTER

3

ทฤษฎี
องค์การ

CHAPTER

4

ทฤษฎี
การตลาด

CHAPTER

5

การคิด
เชิง
ตรรกะ



รู้จักบริษัท
ของตัวเอง

ผู้จัดการ



ขีดเส้น
เส้นในการ
วิเคราะห์

หัวหน้า
ฝ่าย



อย่าทำอะไร
ด้วยอารมณ์

กรรมการ
บริหาร



บรรลุ
เป้า
หมาย

บทนำ ไม่จำเป็นต้องอุทิศตนอย่างเสียสละเพื่อจะก้าวหน้า สิ่งที่เป็นคือ “หลักตรรกะ”

บทที่ 1

พนักงานทั่วไป

การบริหารธุรกิจที่ควรรู้ หากต้องการก้าวหน้าในหน้าที่การงาน

ไม่มีอะไรสูญเปล่าสำหรับคนมีความสามารถ24

การจัดการเชิงวิทยาศาสตร์ของเทย์เลอร์

บริหารจัดการเวลาในเชิงรุก/เพิ่มเวลาให้เพียงพอ

แนวคิดในการบริหารจัดการก็จำเป็นสำหรับความก้าวหน้า

เช่นกัน 32

ทฤษฎีการจัดการของฟายอลและวงจร PDCA

การจัดการคืองานที่มีลักษณะพิเศษ/ประเด็นสำคัญคือต้องแยกแยะว่า

“งานไหนไม่จำเป็นต้องทำก็ได้”

โพกัสที่สภาพจิตใจของคน 41

การทดลองที่ฮอว์ธอร์น (Hawthorne experiments) และเมโย

แรงจูงใจ (Motivation) สำคัญกว่าสภาพแวดล้อม/ความก้าวหน้า

เป็นเรื่องของสภาพจิตใจ? หรือว่า...

การทำงานต้องไม่มุ่งเน้นที่ประสิทธิภาพเพียงอย่างเดียว 50

ประสิทธิภาพของฟอร์ด vs. ประสิทธิภาพของ GM

ประสิทธิภาพจะเกิดผลก็ต่อเมื่อมีอุปสงค์/คนที่เก่งกาจ แต่ไม่เหมาะกับ

ตำแหน่งบริหารหมายถึง?

คนที่รู้จักโครงสร้างของบริษัทเป็นอย่างดีจะก้าวหน้าได้ 58

ทฤษฎีองค์การของแซนด์เลอร์

คิดวิเคราะห์ว่าเหตุใดองค์กรจึงเป็นเช่นนี้/การพิจารณาใน “ส่วนที่ไม่เปลี่ยนแปลง” ก็สำคัญเช่นกัน/ใครเป็นผู้สร้างโครงสร้างนี้

กลยุทธ์ระยะยาวก็จำเป็นสำหรับความก้าวหน้าเช่นกัน 66

ทฤษฎีกลยุทธ์การเติบโตของแอนซอฟฟ์

คิดว่าความก้าวหน้าในอาชีพเป็นดังกลยุทธ์ทางการตลาด/ขั้นแรก หากกลยุทธ์ความก้าวหน้าที่มีความเสี่ยงน้อย/แทนสมการด้วย “ตลาดที่เติบโต=แผนที่เติบโต” ...

บทที่ 1 ประเด็นสำคัญ พนักงานวัยเฟื่องเริ่มต้นต้องรู้จักจัดการ

งานตามหน้าที่เสียก่อน 74

บทที่ 2

ผู้รับผิดชอบ-หัวหน้าทีม

ความก้าวหน้าคือการวางกลยุทธ์

สิ่งที่สำคัญที่สุดคือกลยุทธ์..... 76

สรุปทฤษฎีกลยุทธ์โดยสังเขป

3 ประเด็นที่ควรกำหนดในทฤษฎีความก้าวหน้า

อย่าทำให้เจ้านายคิดว่าคุณเป็นลูกน้องที่ไม่คุ้มค่าจ้าง..... 81

กลยุทธ์การแข่งขันที่มีความได้เปรียบทางต้นทุน

คนที่ตั้งใจทำงานคือคนที่มีประสิทธิภาพต่อต้นทุนสูง/ลูกน้องที่ทำให้ต้องเสียเวลามาตามแก้งานภายหลังจะได้รับการประเมินในระดับต่ำ

ค้นหาลักษณะเด่นที่คู่แข่งในบริษัทไม่มี 88

กลยุทธ์การแข่งขันโดยการสร้างความแตกต่าง

ตัวแทนขายของบริษัทหลักทรัพย์ที่ไม่ขายหุ้น/กลยุทธ์การสร้าง ความ

แตกต่างถูกลอกเลียนแบบได้ง่าย

สร้างฐานที่มั่นของตัวเอง แม้ขอบเขตจะเล็กก็ไม่เป็นไร 95

กลยุทธ์การแข่งขันโดยการเจาะจงในตลาด

การนำกลยุทธ์การเจาะจงในตลาดมาประยุกต์ใช้จำเป็นต้องละทิ้งส่วน

อื่น

จงทำความเข้าใจกับตำแหน่งหน้าที่ของตัวเอง 102

กลยุทธ์โดเมน

โดเมนไม่ได้กำหนดด้วยตัวคุณคนเดียว/เลือกโดเมนจากเส้นทางที่จะนำ

ไปสู่ความก้าวหน้า

คนที่จะก้าวหน้าได้ต้องรู้จักทรัพยากรที่ตัวเองมี 109

กลยุทธ์การจัดการทรัพยากรและการจัดการผลิตภัณฑ์

(Product Portfolio Management : PPM)

เมื่อค่าประสบการณ์เพิ่มขึ้น ต้นทุนจะลดลงอย่างรวดเร็ว/เมื่อตกอยู่ในพื้นที่

ของเครื่องหมายคำถาม การใช้ความพยายามไม่ได้เหมาะสมที่สุดเสมอไป

บทที่ 2 ประเด็นสำคัญ จำเป็นต้องเตรียมพร้อมสำหรับตำแหน่งบริหาร..116

บทที่ 3

ผู้จัดการ

คนที่จะก้าวหน้าได้ต้องรู้จักองค์กร

การรู้จักโครงสร้างขององค์กรคือก้าวแรกสู่ความก้าวหน้า..... 118

สรุปทฤษฎีองค์การโดยสังเขป

เสริมสร้างจิตใจให้แข็งแกร่งด้วยทฤษฎีองค์การระดับจุลภาค/รู้ว่าควรทำ
อย่างไรจึงจะเหมาะสมที่สุดสำหรับองค์กรจากทฤษฎีองค์การระดับมหภาค

การรู้จักรูปแบบขององค์กรคือก้าวแรกสู่ความก้าวหน้า 123

การจัดองค์การแบบเน้นหน้าที่และการจัดองค์การแบบแผนงาน
ความแตกต่างระหว่างการจัดองค์การแบบเน้นหน้าที่และการจัดองค์การ
แบบแผนงาน/แม้จะเป็นบริษัทขนาดเล็ก แต่หลายบริษัทก็ใช้ระบบการ
จัดการแบบแผนงาน

หากไม่เข้าใจระบบสิ่งการก็ไม่อาจกระทำการให้ได้ดี..... 130

สายงานหลัก (Line) และสายงานสนับสนุน (Staff)

ความแตกต่างระหว่างสายงานหลักและสายงานสนับสนุน/อย่าลืมตำแหน่ง
หน้าที่ของคุณเป็นอันดับ/สายงานสนับสนุนมีโอกาสนำให้เกิดความรู้ลึก
เป็นหนี้บุญคุณได้มาก

อย่าเข้าใจผิดเกี่ยวกับความเป็นผู้นำ 137

ทฤษฎีความเป็นผู้นำ

ความเป็นผู้นำคือคุณสมบัติที่ติดตัวมาตั้งแต่กำเนิด?/ความเป็นผู้นำไม่ใช่
อำนาจ

รู้ถึงความต้องการของตัวเองและหัวหน้า 144

ลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์

ความต้องการความสมบูรณ์ของชีวิต (self-actualization) หหมดไปแล้ว
หรือยัง?/พยายามตั้งเป้าหมายเพื่อความก้าวหน้า

คนที่จะก้าวหน้าได้ต้องรู้จักสมดุลของความต้องการ 151

ทฤษฎี X และทฤษฎี Y ของแมคเกรเกอร์

มนุษย์เรามีขั้วกันบ้างเกี่ยวคร้านบ้างสลับกันไป/ปัญหาในปัจจุบันคือทฤษฎี
X? หรือทฤษฎี Y?

แรงจูงใจไม่ใช่สิ่งที่จะเพิ่มขึ้นอย่างไม่มีวันหมด 158

ทฤษฎี 2 ปัจจัยของเฮิร์ชเบิร์ก

ปัจจัยความไม่พอใจไม่มีความเกี่ยวข้องกับปัจจัยความพึงพอใจ/ความหมาย
ที่เชื่อมโยงกับเกร็ดประวัติของพันธสัญญาเดิม

บทที่ 3 ประเด็นสำคัญ ตำแหน่งบริหารระดับกลางต้องเข้าใจ.....166

กลไกขององค์กร

บทที่ 4

หัวหน้าฝ่าย

การตลาดจำเป็นสำหรับความก้าวหน้า

การตลาดเพื่อความก้าวหน้าคืออะไร..... 168

มองตัวเองเป็นสินค้าชิ้นหนึ่ง

แต่งตั้งตัวเองเป็นผู้จัดการผลิตภัณฑ์ (Product Manager)

จัดวางตำแหน่งตัวเองอย่างไร 174

การตลาด 4P

การตลาดประกอบด้วยส่วนผสมหลายอย่าง/พิจารณาช่องทางการ
ขายซึ่งก็คือตัวคุณเอง

เจ้านายคือลูกค้าของคุณ..... 181

รู้จักอีกฝ่ายโดยการแบ่งกลุ่มลูกค้า (Customer Segmentation)

ขั้นตอนแรกคือลองแบ่งประเภท/ค้นหา “ลักษณะที่มีร่วมกัน” จากมุมมอง
หลาย ๆ ด้าน

บุคคลประเภทใดที่จะได้เปรียบในด้านความก้าวหน้า.....	188
ปรับแผนการให้เป็นรูปธรรมด้วยทฤษฎีการเลือกตลาดเป้าหมาย หัวข้อการประเมินที่จำเป็นสำหรับการเลือกตลาดเป้าหมาย/สุดท้ายคือการ รักษาสมาคมระหว่างนิสัยและทักษะของตัวเอง	
สร้างแบรนด์ของตัวเองให้เหมาะสมตามตำแหน่ง	195
ทฤษฎีการสร้างแบรนด์ การสร้างแบรนด์ไม่อาจทำได้ตราบดีที่ยึดถือตัวเองเป็นหลัก/ควรปรับ เปลี่ยนจุดเด่นที่นำมาสร้างภาพลักษณ์ให้เหมาะสมกับตำแหน่งหน้าที่	
อย่าช้าเกินไป อย่าเร็วเกินไป.....	202
ทฤษฎีวินัย ตรวจสอบช่วงเวลาที่เหมาะสมเข้าสู่ตลาดด้วยทฤษฎีวินัย	
บทที่ 4 ประเด็นสำคัญ สัญชาตญาณด้านการตลาดเป็นสิ่งจำเป็น สำหรับผู้ที่มีตำแหน่งบริหาร.....	208

บทที่ 5

กรรมการบริหาร

พิจารณาให้ถี่ถ้วนด้วยการคิดเชิงตรรกะ

เพื่อให้เข้าใจว่าจะเกิดอะไรขึ้นเมื่อใช้ทำงานกับคน	210
พื้นฐานของการคิดเชิงตรรกะ	
คนที่มีการศึกษาสูงจึงจะก้าวหน้าในหน้าที่การงาน?.....	215
ความเกี่ยวพันเชิงสหสัมพันธ์ ต้องมีการศึกษาสูงจึงจะทำงานได้?/ค้นหาความสัมพันธ์เชิงเหตุผลที่แท้จริง ของความก้าวหน้าให้พบ	

ค้นหากลไกที่ควรก่อให้เกิดการทำงาน	222
---	-----

วิธีนำความสัมพันธ์เชิงเหตุผลมาใช้อย่างมีประสิทธิภาพ
ทำให้ความสัมพันธ์ของเวลามีความชัดเจน/ตรวจสอบว่ามีตัวแปรอื่นอีกหรือไม่/รู้จักผสมผสานลักษณะเข้ากับการตรวจสอบ

พิจารณา “คนที่ก้าวหน้าในอาชีพการงาน”	229
--	-----

วิธีอุปนัย

วิธีอุปนัยที่แม้แต่เด็กก็ยังใช้/หารูปแบบที่จะทำให้ก้าวหน้า

ค้นหากฎแห่งความก้าวหน้าให้พบ	237
------------------------------------	-----

วิธีนิรนัย

รองรับความไม่แน่นอนในอนาคตด้วยวิธีนิรนัย/เมื่อล้มเหลวในการประยุกต์ใช้หลักเกณฑ์ทั่วไป จะนำมาซึ่งข้อสรุปที่ยั่งยืน

จรรยาบรรณที่เป็นอุปสรรคขัดขวางความก้าวหน้าและ

รับมือกับมัน	245
--------------------	-----

การวิเคราะห์ปัญหา

แบ่งแยกประเด็นปัญหาและวิเคราะห์เพิ่มเติม/นักธุรกิจที่ยอดเยี่ยมจะ
“ระบุถึงประเด็นปัญหาอยู่เสมอ”

บทที่ 5 ประเด็นสำคัญ เรียนรู้การคิดเชิงตรรกะที่เป็นพื้นฐาน

ทั้งหมดอีกครั้ง	252
-----------------------	-----

บทส่งท้าย	253
-----------------	-----