

กลยุทธ์

On Strategy

คัมภีร์สำหรับผู้บริหาร
จากมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด

พบกับแนวคิดและวิธีปฏิบัติที่เป็นเลิศ ของปรมาจารย์ระดับโลก



Harvard
Business
Review
Press

สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

**HBR'S
10 MUST
READS**

616623344
012554893
122609672



กลยุทธ์ On Strategy

คัมภีร์สำหรับผู้บริหาร
จากมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด

พบกับแนวคิดและวิธีปฏิบัติที่เป็นเลิศ ของปรมาจารย์ระดับโลก

	หน้า
สารบัญ	4
บทที่ 1 กลยุทธ์คืออะไร	9
<i>Michael E. Porter</i>	
๑ ความมีประสิทธิภาพในการดำเนินงานนั้น ไม่ใช่กลยุทธ์	10
๑ กลยุทธ์ที่ขึ้นอยู่กับกิจกรรมที่พิเศษไม่เหมือนใคร	20
๑ ตำแหน่งทางกลยุทธ์ที่ยั่งยืนจำเป็นต้องมี การแลกเปลี่ยน	35
๑ ความเหมาะสมจะทำให้เกิดข้อได้เปรียบทาง การแข่งขันและความยั่งยืน	42
๑ การค้นกลยุทธ์ให้พบ...อีกครั้ง	57
บทที่ 2 แรงผลักดันในการแข่งขัน 5 ประการ ที่เป็นตัวกำหนดกลยุทธ์	77
<i>Michael E. Porter</i>	
๑ แรงผลักดันที่เป็นตัวกำหนดการแข่งขัน	84
๑ อย่าสับสนระหว่างปัจจัยและแรงผลักดัน ในการแข่งขัน	114
๑ การเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างอุตสาหกรรม	120
๑ ผลที่มีต่อกลยุทธ์	125
๑ การแข่งขันและการสร้างมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรม	145

หน้า

บทที่ 3	กำหนดวิสัยทัศน์ให้กับธุรกิจของคุณ	153
	<i>James C. Collins และ Jerry I. Porras</i>	
	๑ อุดมการณ์หลัก (Core Ideology)	157
	๑ การค้นหาอุดมการณ์หลักขององค์กร	177
	๑ อนาคตที่ต้องการจะเห็น	183
บทที่ 4	การสร้างรูปแบบธุรกิจขั้นใหม่	205
	<i>Mark W. Johnson, Clayton M. Christensen และ Henning Kagermann</i>	
	๑ นิยามของรูปแบบธุรกิจ	211
	๑ รูปแบบธุรกิจขั้นยอดเกิดขึ้นได้อย่างไร ?	216
	๑ การพิจารณาว่าเมื่อใดที่บริษัทจำเป็นต้องมีรูปแบบธุรกิจใหม่	225
	๑ Dow Corning หลุดพ้นจากการทำธุรกิจรูปแบบเดิมได้อย่างไร ?	229
บทที่ 5	กลยุทธ์น่าน้ำสีคราม	243
	<i>W. Chan Kim และ Renée Mauborgne</i>	
	๑ น่าน้ำสีครามและน่าน้ำสีแดง	248
	๑ ความขัดแย้งกันในตัวเองของกลยุทธ์	251
	๑ การก้าวเข้าสู่กลยุทธ์น่าน้ำสีคราม	253
	๑ ลักษณะเด่นของกลยุทธ์น่าน้ำสีคราม	262

	หน้า
๑ อุปสรรคขัดขวางการลอกเลียนแบบ	269
๑ รูปแบบกลยุทธ์ที่เป็นไปในแนวทางเดียวกัน	272
บทที่ 6 เคล็ดลับความสำเร็จของการนำกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติ	279
<i>Gary L. Neilson, Karla L. Martin</i> <i>และ Elizabeth Powers</i>	
๑ องค์ประกอบของการนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ อย่างมีประสิทธิภาพ	285
๑ การพัฒนาโครงการเพื่อสร้างความเปลี่ยนแปลง ครั้งใหญ่ขององค์กร	302
บทที่ 7 การใช้ Balanced Scorecard เป็นระบบบริหารจัดการ เชิงกลยุทธ์	323
<i>Robert S. Kaplan และ David P. Norton</i>	
๑ การแปลงวิสัยทัศน์	334
๑ การสื่อสารและการเชื่อมโยง	337
๑ การวางแผนธุรกิจ	347
๑ การให้ข้อมูลป้อนกลับและการเรียนรู้	353
๑ ก้าวเข้าสู่ระบบการจัดการเชิงกลยุทธ์แบบใหม่	360
บทที่ 8 การนำกลยุทธ์มาใช้ปฏิบัติจริง	365
<i>Orit Gadiesh และ James L. Gilbert</i>	
๑ การถ่วงดุลและการสื่อสาร	368
๑ ลักษณะที่ชัดเจน 3 ประการ	370
๑ ปัจจุบันที่ยิ่งกว่าที่เคยเป็นมา	373

	หน้า
๑ หลักการทางกลยุทธ์ในเชิงปฏิบัติ	378
๑ การสร้างหลักการทางกลยุทธ์	383
๑ เมื่อถึงคราวจำเป็นต้องคิดใหม่	385
๑ หลักการพื้นฐาน	387
บทที่ 9 การเปลี่ยนกลยุทธ์ชั้นยอดให้เป็นผลการดำเนินงานที่ดีเยี่ยม	391
<i>Michael C. Mankins และ Richard Steele</i>	
๑ การนำกลยุทธ์มาปฏิบัติแต่ไม่ได้ผลตามที่คาดการณ์	396
๑ การแก้ปัญหาผลการดำเนินงานที่ไม่เป็นไปตาม คาดการณ์หลังนำกลยุทธ์มาปฏิบัติ	405
บทที่ 10 ใครเป็นผู้มีอำนาจตัดสินใจในองค์กรกันแน่ ?	427
<i>Paul Rogers และ Marcia Blenko</i>	
๑ การทลายจุดคอขวดของการตัดสินใจ	432
๑ จุดที่ต้องพิจารณาว่าอำนาจตัดสินใจควรอยู่ที่ สำนักงานใหญ่หรือสาขาในแต่ละท้องถิ่น	439
๑ จุดที่ต้องพิจารณาว่าอำนาจตัดสินใจควรอยู่ที่ บริษัทแม่หรือหน่วยธุรกิจ	444
๑ จุดที่ต้องพิจารณาว่าอำนาจตัดสินใจควรอยู่ที่ฝ่ายใด	449
๑ จุดที่ต้องพิจารณาว่าอำนาจตัดสินใจควรอยู่ที่ พันธมิตรธุรกิจภายในหรือภายนอก	453
คณะผู้ทรงคุณวุฒิ	465