

การออกแบบ กลยุทธ์ธุรกิจ

Strategic Business Modeling

เราจำเป็นต้องมีรูปแบบกลยุทธ์ธุรกิจที่สุดยอดเยี่ยมหรือไม่ ?

คำตอบก็คือ ... จำเป็น !

ถ้าบริษัทของคุณต้องการ "ทำไร"



658.4012

พ19ก

2547

c.2

Harvard Business Review

Michael E. Porter • Joan Magretta

Orit Gadiesh • James L. Gilbert

สารบัญ

	หน้า
บทนำ	3
สารบัญ	9
ส่วนที่ 1 รูปแบบกลยุทธ์ธุรกิจนั้นสำคัญไฉน ? Why Business Models Matter ?	13
เกี่ยวกับผู้เขียน	14
แนวคิดโดยสรุป	15
การนำไปปฏิบัติ	16
สาระสำคัญ	19
❑ การบอกเล่าเรื่องราวที่ดี	20
❑ การผูกตัวเรื่องเข้ากับตัวเลข	24
❑ การทดสอบที่สำคัญ 2 อย่าง	26
❑ แล้วบทบาทของกลยุทธ์ล่ะเป็นอย่างไร ?	30
❑ รูปแบบที่ดีอย่างเดียวนั้นไม่พอ	33
❑ ข้อคิดสุดท้าย	35
ส่วนที่ 2 กลยุทธ์คืออะไร ? What Is Strategy ?	37
เกี่ยวกับผู้เขียน	38
แนวคิดโดยสรุป	39
การนำไปปฏิบัติ	40

ส่วนที่ 2 กลยุทธ์คืออะไร ? (ต่อ)

What Is Strategy ?

สาระสำคัญ	43
❑ ความมีประสิทธิภาพในการดำเนินงานนั้นไม่ใช่กลยุทธ์	43
❑ บริษัทญี่ปุ่นแทบจะไม่ค่อยมีกลยุทธ์ในการทำธุรกิจ	51
❑ กลยุทธ์ที่ขึ้นอยู่กับการกิจกรรมที่พิเศษไม่เหมือนใคร	53
❑ การหาตำแหน่งใหม่ๆ : ข้อได้เปรียบของผู้ประกอบการ	56
❑ การโยงเข้ากับกลยุทธ์ทั่วๆ ไป	64
❑ ตำแหน่งทางกลยุทธ์ที่ยั่งยืนจำเป็นต้องมีการแลกเปลี่ยน	66
❑ ความเหมาะสมจะทำให้เกิดข้อได้เปรียบทางการแข่งขันและความยั่งยืน	73
❑ การทำแผนภูมิระบบกิจกรรม	79
❑ ระบบกิจกรรมของ Vanguard	81
❑ ระบบกิจกรรมของ Southwest Airlines	83
❑ การค้นกลยุทธ์ให้พบ...อีกครั้ง	88

ส่วนที่ 3 การนำกลยุทธ์มาใช้อย่างจริงจัง 103

Transforming Corner-Office Strategy

Into Frontline Action

เกี่ยวกับผู้เขียน	104
แนวคิดโดยสรุป	105
การนำไปปฏิบัติ	107

หน้า

ส่วนที่ 3 การนำกลยุทธ์มาใช้ปฏิบัติจริง (ต่อ)

Transforming Corner-Office Strategy

into Frontline Action

สาระสำคัญ	111
❑ การกลั่นกรองและการสื่อสาร	113
❑ ลักษณะที่ชัดเจน 3 ประการ	116
❑ ปัจจุบันที่ยิ่งกว่าที่เคยเป็นมา	119
❑ Bain & Company : กรณีศึกษาเกี่ยวกับหลักการทาง กลยุทธ์	122
❑ หลักการทางกลยุทธ์ในเชิงปฏิบัติ	125
❑ การสร้างหลักการทางกลยุทธ์	129
❑ เมื่อถึงคราวจำเป็นต้องคิดใหม่	132
❑ หลักการพื้นฐาน	134

