

การจัดการ ยุคใหม่

กลยุทธ์การบริหารผลการดำเนินงาน

Modern Management:
A Strategic Approach for
Performance Management

658.4012

ว111ก

2549

ปรับปรุง และพัฒนาองค์การไปสู่เป้าหมาย
ที่เน้นด้วยวิธีการสร้างศักยภาพในการแข่งขัน
กับภาครัฐ และภาคธุรกิจเอกชน

ผู้เขียน : จักร ตังศภัทย์



EXPERNET
Network of Experts
for Training and
Development

สารบัญ

	หน้า
คำนำ	3
คำขอบคุณ	5
บทที่.....	
1 ยุทธศาสตร์การแข่งขันและผลผลิตในระดับชาติ Productivity and Competitive Strategies for Transnational	13
2 การประเมินภาพรวมของแต่ละประเทศในโลก Global Perspective	18
3 กรอบการประเมินศักยภาพของประเทศ Country's Competitiveness Framework	30
4 IMD วัดขีดความสามารถอย่างไร ? How IMD Measures the Competitiveness ?	36
5 ประสิทธิภาพของภาครัฐและโครงสร้างพื้นฐาน Government Efficiency and Infrastructure	42
6 ประสิทธิภาพของภาคธุรกิจ Business Efficiency	46
7 ผลการปฏิบัติงานทางด้านเศรษฐกิจ Economic Performance	51

บทที่.....	หน้า
8 ยุทธศาสตร์การแข่งขันของประเทศไทย (1) Thailand Competitiveness Strategy (1)	55
9 ยุทธศาสตร์การแข่งขันของประเทศไทย (2) Thailand Competitiveness Strategy (2)	65
10 วิสาหกิจชุมชน : แนวทางในการพัฒนารากหญ้า อย่างยั่งยืนจากภูมิปัญญาท้องถิ่น SMCE : An Approach to Local Wisdoms for Sustainable BOP Development	73
11 การประเมินตนเอง: จากประเทศสู่องค์กร From Nation to Self Assessment	85
12 การประเมินผลแบบสมดุล : เครื่องมือสู่การบริหาร ผลการปฏิบัติงานเชิงยุทธศาสตร์ Balanced Scorecard : A Tool toward Strategic Performance Management	91
13 กรอบการประเมินและบริหารผลการปฏิบัติงาน แบบสมดุล Balanced Scorecard Framework	96
14 หลักการภายใต้แผนผังกลยุทธ์ Principle-based BSC Strategy Map	100

บทที่.....

หน้า

- | | | |
|------------------|--|------------|
| <p>15</p> | <p>มุมมองด้านการเงิน : กลยุทธ์จากดุลยภาพของ
พลังที่ขัดแย้งกัน
Financial Perspective : Strategy Balances
Contradictory Forces</p> | <p>105</p> |
| <p>16</p> | <p>ข้อเสนอด้านคุณค่า : หัวใจของมุมมองด้านลูกค้า
Value Proposition : A Principle behind Customer
Perspective</p> | <p>109</p> |
| <p>17</p> | <p>ห่วงโซ่คุณค่า
Value Chain</p> | <p>115</p> |
| <p>18</p> | <p>การจัดการคุณภาพโดยรวมเพื่อผลิตภาพและการ
ธำรงรักษาลูกค้า
Total Quality Management for Productivity and
Customer Retention</p> | <p>119</p> |
| <p>19</p> | <p>การสร้างคุณค่าผ่านมุมมองด้านกระบวนการภายใน
Value Creation through Internal Perspective</p> | <p>123</p> |
| <p>20</p> | <p>การบริหารคุณภาพในกระบวนการปฏิบัติการ
Quality Management in Operations Process</p> | <p>128</p> |
| <p>21</p> | <p>ระบบงานผลสัมฤทธิ์สูง
High Performance Work System</p> | <p>133</p> |

บทที่.....

หน้า

- 22** นวัตกรรมจากการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง 137
Innovation through Continuous Improvement
- 23** การเรียนรู้และการเติบโตจากคุณค่าของสินทรัพย์ 140
ที่จับต้องไม่ได้
Learning and Growth Perspective Measuring Value
of Intangible Assets
- 24** กลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์แบบ BSC 144
Strategic Human Resources Management in BSC
- 25** สารสนเทศกับระบบความปลอดภัยขององค์การ 148
Information Security System
- 26** มิติด้านคุณภาพของตาข่ายการจัดการ 156
Quality Dimension of Managerial Grid Three
- 27** ตัวแบบการจัดการการผลิตที่เป็นเลิศ 159
A Model for Manufacturing Excellence
- 28** แผนผังกลยุทธ์ : บทสรุปสู่กลยุทธ์บริหารผลการ 166
ปฏิบัติงาน
Strategy Map : A Strategic Approach for
Performance Management

บรรณานุกรม

171