

การจัดการเชิงกลยุทธ์ Strategic Management



658.4012

ฐ255ก

2560

ฉ.1

รองศาสตราจารย์ฐานา ฉันทไพศาล

สารบัญ

	หน้า
บทที่ 1	
แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการเชิงกลยุทธ์	1 - 1
ความหมายของการจัดการเชิงกลยุทธ์	1 - 1
ความสำคัญของการจัดการเชิงกลยุทธ์	1 - 1
ขอบเขตของกลยุทธ์ระดับธุรกิจ	1 - 2
ระยะเวลาการดำเนินงานของการจัดการเชิงกลยุทธ์	1 - 3
ประโยชน์ของการจัดการเชิงกลยุทธ์	1 - 4
โลกาภิวัตน์ นวัตกรรม และการเติบโตอย่างยั่งยืน :	
ความท้าทายของการจัดการเชิงกลยุทธ์	1 - 5
ทฤษฎีการปรับตัวขององค์กร	1 - 9
การสร้างองค์การแห่งการเรียนรู้	1 - 10
กระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์	1 - 12
คำถามท้ายบท	1 - 26
บทที่ 2	
พันธกิจ	2 - 1
ความหมายของพันธกิจ	2 - 1
การกำหนดพันธกิจ	2 - 2
ปรัชญาของบริษัท	2 - 7
ภาพลักษณะต่อสาธารณะ	2 - 14
แนวคิดของบริษัท	2 - 15
แนวโน้มใหม่ขององค์ประกอบของพันธกิจ	2 - 17
คณะกรรมการการบริหาร	2 - 22
ทฤษฎีตัวแทน	2 - 23
คำถามท้ายบท	2 - 26
บทที่ 3	
การกำกับดูแลกิจการ	3 - 1
ความหมายของการกำกับดูแลกิจการ	3 - 3
บทบาทของคณะกรรมการบริหาร	3 - 3
ความรับผิดชอบของคณะกรรมการบริหาร	3 - 4
สมาชิกของคณะกรรมการบริหาร	3 - 6

	การแต่งตั้งและการเลือกตั้งสมาชิกคณะกรรมการบริหาร	3 – 10
	โครงสร้างของคณะกรรมการบริหาร	3 – 11
	ผลกระทบของกฎหมาย The Sarbanes – Oxey	
	ต่อการกำกับดูแลบริษัทในสหรัฐอเมริกา	3 – 12
	แนวโน้มการกำกับดูแลกิจการ	3 – 15
	การกำกับดูแลกิจการของไทย	3 – 17
	บทบาทของผู้บริหารระดับสูง	3 – 22
	ความรับผิดชอบของผู้บริหารระดับสูง	3 – 23
	คำถามท้ายบท	3 – 27
บทที่ 4	ความรับผิดชอบต่อสังคมและจริยธรรมธุรกิจ	4 – 1
	ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ	4 – 1
	องค์ประกอบของความรับผิดชอบต่อสังคม	4 – 2
	ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับความรับผิดชอบต่อสังคม	4 – 7
	พลวัตของความรับผิดชอบต่อสังคม	4 – 10
	คำถามท้ายบท	4 – 14
บทที่ 5	การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกขององค์การ	5 – 1
	การสร้างสภาพแวดล้อมต่อองค์การ	5 – 2
	สภาพแวดล้อมทั่วไป	5 – 6
	สภาพแวดล้อมด้านประชากรศาสตร์	5 – 13
	สภาพแวดล้อมของการแข่งขัน	5 – 19
	แบบจำลองแรงผลักดัน 5 ประการของพอร์เตอร์	
	ของการแข่งขันในอุตสาหกรรม	5 – 19
	วิธีการที่อินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยีดิจิทัลมีผลกระทบ	
	ต่อแรงผลักดันทั้ง 5	5 – 23
	ข้อเสนอแนะในการวิเคราะห์อุตสาหกรรม	5 – 29
	กลุ่มกลยุทธ์ภายในอุตสาหกรรม	5 – 32
	คำถามท้ายบท	5 – 36

บทที่ 6	การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในองค์การ	6 – 1
	การวิเคราะห์สวอท : แนวทางดั้งเดิมในการวิเคราะห์	
	สภาพแวดล้อมภายใน	6 – 3
	การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า	6 – 7
	การยอมรับความยุ่งยากในการจัดทำบัญชีต้นทุนโดยเน้นกิจกรรม	6 – 11
	การบริหารที่เน้นความสำคัญของทรัพยากรของกิจการ	6 – 16
	ทรัพยากรพื้นฐานของการบริหารโดยเน้นความสำคัญของทรัพยากร	6 – 17
	การใช้ RBV ในการวิเคราะห์ภายใน	6 – 18
	มาตรฐานสำหรับการวิเคราะห์เปรียบเทียบภายใน	6 – 20
	คำถามท้ายบท	6 – 26
	กรณีศึกษา	6 – 27
บทที่ 7	การกำหนดกลยุทธ์ระดับบริษัท	7 – 1
	กลยุทธ์การกำหนดทิศทาง	7 – 3
	กลยุทธ์การเจริญเติบโต	7 – 3
	กลยุทธ์การรักษาเสถียรภาพ	7 – 17
	กลยุทธ์การตัดทอน	7 – 19
	การบริหารกลุ่มธุรกิจ	7 – 25
	ข้อจำกัดของการบริหารกลุ่มธุรกิจ	7 – 32
	การประสานพลัง : บ่อเกิดแห่งสมรรถนะหลัก	7 – 36
	สมรรถนะหลักเป็นหนทางของความสัมพันธืความได้เปรียบ	
	ในการแข่งขันอันนำไปสู่จุดมุ่งหมายของธุรกิจ	7 – 42
	การรวมสมรรถนะให้เป็นหนึ่งเดียวหรือการสร้าง	
	ยุ่งยากให้เกิดขึ้น	7 – 43
	กลยุทธ์ของบริษัทแม่	7 – 44
	การพัฒนากลยุทธ์ของบริษัทแม่	7 – 46
	คำถามท้ายบท	7 – 47
บทที่ 8	การกำหนดกลยุทธ์ระดับธุรกิจ	8 – 1
	การประเมินและเลือกกลยุทธ์ธุรกิจ : เพื่อแสวงหาความ	
	ได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน	8 – 2

	การประเมินโอกาสความเป็นผู้นำด้านต้นทุน	8 - 3
	การประเมินโอกาสในการสร้างความแตกต่าง	8 - 7
	การประเมินความสำคัญของตลาดเป็นหนทางความ ได้เปรียบในการแข่งขัน	8 - 10
	ขั้นตอนของวิวัฒนาการอุตสาหกรรมและทางเลือกในการ กำหนดกลยุทธ์ระดับธุรกิจ	8 - 13
	ความได้เปรียบในการแข่งขันในอุตสาหกรรมที่มีการกระจายตัว	8 - 23
	การได้เปรียบในการแข่งขันในอุตสาหกรรมระดับโลก	8 - 24
	การครอบงำผลิตภัณฑ์ / บริหารธุรกิจ : การประเมินและ การเลือกการกระจายธุรกิจเพื่อสร้างคุณค่า	8 - 25
	แบบจำลองของกลุ่มกลยุทธ์ครอบคลุม	8 - 38
	โอกาสในการสร้างคุณค่าซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการเลือก กลยุทธ์การกระจายธุรกิจหรือการซื้อกิจการ	8 - 41
	คำถามท้ายบท	8 - 42
บทที่ 9	การกำหนดกลยุทธ์ระดับหน้าที่	9 - 1
	การตลาด	9 - 4
	การเงิน	9 - 10
	การผลิต	9 - 13
	การวิจัยและพัฒนา	9 - 16
	การจัดซื้อ	9 - 17
	ทรัพยากรมนุษย์	9 - 19
	การจัดการระบบข้อมูลสารสนเทศ	9 - 23
	กลยุทธ์ระดับหน้าที่และวงจรชีวิตของอุตสาหกรรม	9 - 24
	คำถามท้ายบท	9 - 26
บทที่ 10	กลยุทธ์ระหว่างประเทศ	10 - 1
	การกำหนดโอกาสระหว่างประเทศ	10 - 4
	การเพิ่มขึ้นของขนาดของตลาด	10 - 7
	อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน	10 - 8
	การประหยัดต่อขนาดและการเรียนรู้	10 - 9

	ข้อได้เปรียบในด้านทำเลที่ตั้ง	10 - 9
	กลยุทธ์ระหว่างประเทศ	10 - 10
	แนวโน้มของสภาวะแวดล้อม	10 - 17
	ทางเลือกวิธีการขยายธุรกิจระหว่างประเทศ	10 - 20
	นวัตกรรมการเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศ	10 - 25
	การกระจายธุรกิจระหว่างประเทศและผลตอบแทนที่ได้รับ	10 - 26
	การกระจายธุรกิจระหว่างประเทศและนวัตกรรม	10 - 28
	ความซับซ้อนของการบริหารกิจการข้ามชาติ	10 - 29
	ความเสี่ยงในสภาวะแวดล้อมระหว่างประเทศ	10 - 30
	ข้อจำกัดในการขยายธุรกิจระหว่างประเทศ	10 - 34
	คำถามท้ายบท	10 - 36
บทที่ 11	กลยุทธ์การนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ	11 - 1
	การนำกลยุทธ์ไปใช้ในการปฏิบัติงาน	11 - 2
	ใครคือผู้นำกลยุทธ์ไปใช้	11 - 4
	ความสำเร็จของการประสานพลัง	11 - 5
	วิธีการที่จะนำกลยุทธ์ไปใช้	11 - 6
	การจัดโครงสร้างองค์การตามกลยุทธ์	11 - 7
	ขั้นตอนของการพัฒนาธุรกิจ	11 - 8
	วัฏจักรชีวิตขององค์การ	11 - 14
	รูปแบบของโครงสร้างขององค์การแบบก้าวหน้า	11 - 17
	การรื้อระบบและการนำกลยุทธ์ไปใช้	11 - 22
	การรวมอำนาจและการกระจายอำนาจ	11 - 24
	คำถามท้ายบท	11 - 26
บทที่ 12	การควบคุมและการประเมินผลกลยุทธ์	12 - 1
	การควบคุมและประเมินผลในการจัดการเชิงกลยุทธ์	12 - 1
	การวัดผลการปฏิบัติงาน	12 - 2
	รูปแบบของการควบคุม	12 - 3
	ต้นทุนฐานกิจกรรม	12 - 5
	การบริหารความเสี่ยงองค์การ	12 - 7

เครื่องมือวัดเบื้องต้นในการประเมินผลการปฏิบัติงาน	12 - 8
การใช้หลักมิติสมดุลเป็นแนวทางประเมินผลการปฏิบัติงาน	12 - 12
ศูนย์ความรับผิดชอบ	12 - 16
การเปรียบเทียบการประเมินผลการปฏิบัติงานกับองค์การอื่น	12 - 18
ประเด็นการวัดผลการปฏิบัติงานระหว่างประเทศ	12 - 19
ระบบข้อมูลเชิงกลยุทธ์	12 - 22
การวางแผนการใช้ทรัพยากร	12 - 22
ปัญหาในการวัดผลการปฏิบัติงาน	12 - 23
การเบี่ยงเบนจากเป้าหมาย	12 - 25
แนวทางในการควบคุมที่เหมาะสม	12 - 27
การบริหารการจูงใจเชิงกลยุทธ์	12 - 28
คำถามท้ายบท	12 - 32
บรรณานุกรม	12 - 33