






(บริษัทขนาดกลาง)

ปัจจัยความสำเร็จระดับอุตสาหกรรม ที่จะนำมาพัฒนากลยุทธ์	กลยุทธ์ในการสร้างความได้เปรียบ	กลไกในการดำเนินการ

(บริษัทขนาดใหญ่)

ปัจจัยความสำเร็จระดับอุตสาหกรรม ที่จะนำมาพัฒนากลยุทธ์	กลยุทธ์ในการสร้างความได้เปรียบ	กลไกในการดำเนินการ

4. ความพร้อมในการดำเนินการตามกลยุทธ์ในการสร้างความได้เปรียบ (จากข้อมูลการวิเคราะห์ภายใน)

(บริษัทขนาดเล็ก)




5. จากกลยุทธ์ของบริษัทขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ ได้ตัดสินใจดำเนินการ คุณคิดว่าบริษัทต้องเพิ่มศักยภาพด้านใดบ้าง เพื่อให้การดำเนินการเชิงกลยุทธ์ดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(0 = ไม่มี 1 = มีน้อยที่สุด 2 = มีแต่ต้องพัฒนา 3 = มีแล้วแต่ต้องพัฒนาให้คู่แข่งตามไม่ทัน 4 = สร้างความแตกต่าง)

ปัจจัยความสำเร็จ (ในการดำเนินกลยุทธ์)	ความจำเป็นเพื่อการดำเนินการกลยุทธ์ขององค์กร		
	ขนาดเล็ก	ขนาดกลาง	ขนาดใหญ่

6. คุณคิดว่าต้องแนะนำให้เขาดำเนินการใดและผ่านกิจกรรมใด

(บริษัทขนาดเล็ก)

ข้อเสนอแนะในการดำเนินการ	กิจกรรม	ทรัพยากรสามารถสนับสนุนได้หรือไม่ (แหล่งที่มาของทรัพยากร)

(บริษัทขนาดเล็ก)

ข้อเสนอแนะในการดำเนินการ	กิจกรรม	ทรัพยากรสามารถสนับสนุนได้หรือไม่ (แหล่งที่มาของทรัพยากร)

(บริษัทขนาดเล็ก)

ข้อเสนอแนะในการดำเนินการ	กิจกรรม	ทรัพยากรสามารถสนับสนุนได้หรือไม่ (แหล่งที่มาของทรัพยากร)

7. ตัววัดประเมินประสิทธิภาพการดำเนินการเชิงกลยุทธ์

(บริษัทขนาดเล็ก)

ตัววัดประเมิน	การคำนวณ	แหล่งที่มาของข้อมูล


**ข้อมูลประกอบ (ข้อมูลอ้างอิง)**

(รูปแบบกลยุทธ์ 1. ผู้นำด้านต้นทุน 2. ความแตกต่างในสินค้าหรือบริการ 3. ผู้นำด้านต้นทุนในบางกลุ่มตลาด 4. ความแตกต่างบางกลุ่มตลาด 5. ความคุ้มค่าเชิงเปรียบเทียบ 6. การนำเสนอสินค้าที่ดีกว่าในต้นทุนที่ต่ำกว่า 7. การเข้าตลาดก่อนคู่แข่ง 8. การพัฒนานวัตกรรมสินค้าหรือบริการเพื่อการแข่งขัน 9. การนำสินค้าไปสร้างตลาดใหม่ 10. การคัดลอกคู่แข่งและพัฒนาให้ดีกว่าของสินค้าหรือบริการ 11. ใช้กลยุทธ์กองโจรโดยการพยายามแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดจากกิจกรรมบางช่วงเวลา 12. การจำกัดการเข้าถึงทรัพยากร (เช่น วัตถุดิบหรือช่องทาง) จากคู่แข่ง 13. การเพิ่มความสามารถหรือบริการให้เทียบเท่าคู่แข่งในตลาด 14. เพิ่มความหลากหลายของสินค้า 15. ให้รางวัลกับสมาชิกในห่วงโซ่อุปทาน (เช่น การให้ยืมเงินทุน การให้ส่วนลดปริมาณ) 16. เพิ่มคุณค่าให้กับสินค้าหรือบริการ (เช่น ขยายการรับประกัน เพิ่มระดับการบริการ) 17. การเข้าตลาดทีหลังเพื่อลดต้นทุนการพัฒนาตลาด 18. การเพิ่มขอบเขตการผลิตทั้งแนวนอน (สินค้าประเภทเดียวกัน) และแนวตั้ง (สินค้าที่เกี่ยวข้องกัน) 19. การซื้อกิจการ (แนวตั้งและแนวนอน) 20. การควบคุมกิจการ (แนวตั้งและแนวนอน) 21. การจ้างดำเนินการในกิจกรรมที่มีคุณค่าต่ำ (การจ้างดำเนินการ) 22. การร่วมมือเชิงกลยุทธ์กับคู่ค้าหรือลูกค้า 22. การเข้าตลาดต่างประเทศ รูปแบบการส่งออก 23. การเข้าตลาดต่างประเทศรูปแบบการขายสิทธิในการผลิต 24. การเข้าตลาดต่างประเทศรูปแบบแฟรนไชส์ 25. การเข้าตลาดต่างประเทศรูปแบบการเข้าซื้อกิจการในต่างประเทศ 26. การเข้าตลาดต่างประเทศรูปแบบการลงทุนทางตรง 27. การเข้าตลาดต่างประเทศรูปแบบการจ้างพัฒนารูปร่างและสงมอบ 28. การรับสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการเฉพาะของตลาดในแต่ละประเทศ 29. การขายสินค้านานาชาติแบบเดียวทั่วโลก 30. การขายสินค้านานาชาติแบบที่เป็นมาตรฐานร่วมกับการปรับเพื่อตอบสนองความต้องการเฉพาะในแต่ละประเทศ