

# สารบัญ

|   |    |
|---|----|
| การบริหารธุรกิจ.....                      | 1  |
| บทที่ 1 - ความได้เปรียบในการแข่งขัน ..... | 2  |
| บทที่ 2 - สมรรถนะหลัก .....               | 6  |
| บทที่ 3 – ทำก่อนได้เปรียบกว่า .....       | 10 |
| บทที่ 4 - ความได้เปรียบของที่ 2 .....     | 14 |
| บทที่ 5 - วิสัยทัศน์.....                 | 18 |
| บทที่ 6 - ห่วงโซ่แห่งคุณค่า.....          | 22 |
| กลยุทธ์ และการวางแผนธุรกิจ .....          | 28 |
| บทที่ 7 – การเพิ่มยอดขาย .....            | 29 |
| บทที่ 8 - แรงกดดันทั้ง 5.....             | 33 |
| บทที่ 9 - BCG Matrix .....                | 38 |
| บทที่ 10 - SWOT .....                     | 43 |
| บทที่ 11 - กฎ 80-20 ของพาเรโต .....       | 48 |

|   |     |
|---|-----|
| บทที่ 12 - PESTEL .....                   | 53  |
| การตลาด การขาย.....                       | 57  |
| บทที่ 13 - การวิเคราะห์ STP .....         | 58  |
| บทที่ 14 - ส่วนผสมตลาด 4P .....           | 62  |
| บทที่ 15 - จุดขายหลัก USP.....            | 66  |
| บทที่ 16 - การตั้งราคา 3 แบบ .....        | 70  |
| บทที่ 17 - ตำแหน่งสินค้า Positioning..... | 75  |
| บทที่ 18 - Sales & Marketing Funnel ..... | 79  |
| บทที่ 19 - การสร้างฐานลูกค้า .....        | 85  |
| การพัฒนาองค์กร .....                      | 89  |
| บทที่ 20 – ค่านิยมขององค์กร .....         | 90  |
| บทที่ 21 - ผู้นำ 8 รูปแบบ .....           | 95  |
| บทที่ 22 - 6 ทักษะการจูงใจ .....          | 100 |
| บทที่ 23 - การบริหารความเปลี่ยนแปลง.....  | 104 |

|   |     |
|---|-----|
| บทที่ 24 - โครงสร้างองค์กร .....          | 109 |
| บทที่ 25 - วัฒนธรรมองค์กร .....           | 117 |
| บทเรียนชุดสุดท้าย .....                   | 121 |
| บทที่ 26 - จริยธรรมทางธุรกิจ .....        | 122 |
| บทที่ 27 - ธุรกิจต้องปรับตัว? .....       | 125 |
| บทที่ 28 - ‘ความหวัง’ ไม่ใช่กลยุทธ์ ..... | 129 |
| บทที่ 29 - การเจรจาธุรกิจ .....           | 134 |
| บทที่ 30 - ธุรกิจพอเพียง.....             | 138 |
| บทส่งท้าย.....                            | 143 |

## บทที่ 1 - ความได้เปรียบในการแข่งขัน

ผมขอเริ่ม ‘บทที่ 1’ ของหนังสือเล่มนี้ด้วยสิ่งที่สำคัญที่สุดในการทำธุรกิจระยะยาวที่เรียกว่า ‘ความได้เปรียบในการแข่งขัน’ (Competitive Advantages)

**ความได้เปรียบในการแข่งขัน** คือเงื่อนไขที่ทำให้บริษัทสามารถผลิตสินค้าหรือให้บริการได้ในราคาที่ต่ำกว่า หรือด้วยคุณภาพที่ดีกว่าคู่แข่ง เงื่อนไขเหล่านี้จะทำให้บริษัทสามารถสร้างยอดขายหรือสร้างกำไรได้มากกว่าคู่แข่งในตลาด

หลักการของความได้เปรียบในการแข่งขันเป็นสิ่งที่มีความหมายมานานแล้ว แต่เหมือนกับว่าเจ้าของธุรกิจสมัยนี้นิยมการทำให้ตัวเองดูแตกต่างในระยะสั้นมากกว่าการสร้าง **ความได้เปรียบในระยะยาว**

เราจะเห็นได้ว่าการตั้งราคาให้ถูกกว่าคู่แข่ง หรือการนำสินค้าที่แตกต่างมาขายนั้น เป็นกลยุทธ์ในระยะสั้น

ตัวเองให้แข็งแรงเสียก่อนที่จะเริ่มขยายไปแข่งกับธุรกิจ  
เจ้าใหญ่

### คำถามที่ทุกธุรกิจต้องตอบให้ได้

แทนที่ธุรกิจจะถามว่าตัวเองแตกต่างจากคู่แข่งมากแค่ไหน เราต้องถามว่าเรามี ‘ความได้เปรียบ’ เรื่องไหนมากกว่า ความแตกต่างที่เกิดจากความได้เปรียบทางธุรกิจจะไม่สามารถถูกลอกได้

## ความได้เปรียบในการแข่งขัน

ได้เปรียบ  
จากค่าใช้จ่าย

วัดผลและ  
พัฒนาอย่าง  
ต่อเนื่อง

ได้เปรียบ  
เพราะแตกต่าง

พัฒนาให้  
แตกต่างแต่  
ยั่งยืน