

รหัสวิชา MTM3202 การสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ Business Network Buildings



Panida Ninaroon
อาจารย์ ดร.พนิดา นิลอรุณ



panida.ni@ssru.ac.th



[Facebook.com/Panida Ninaroon](https://www.facebook.com/Panida-Ninaroon)



[Twiter.com/Panida Ninaroon](https://twitter.com/Panida-Ninaroon)

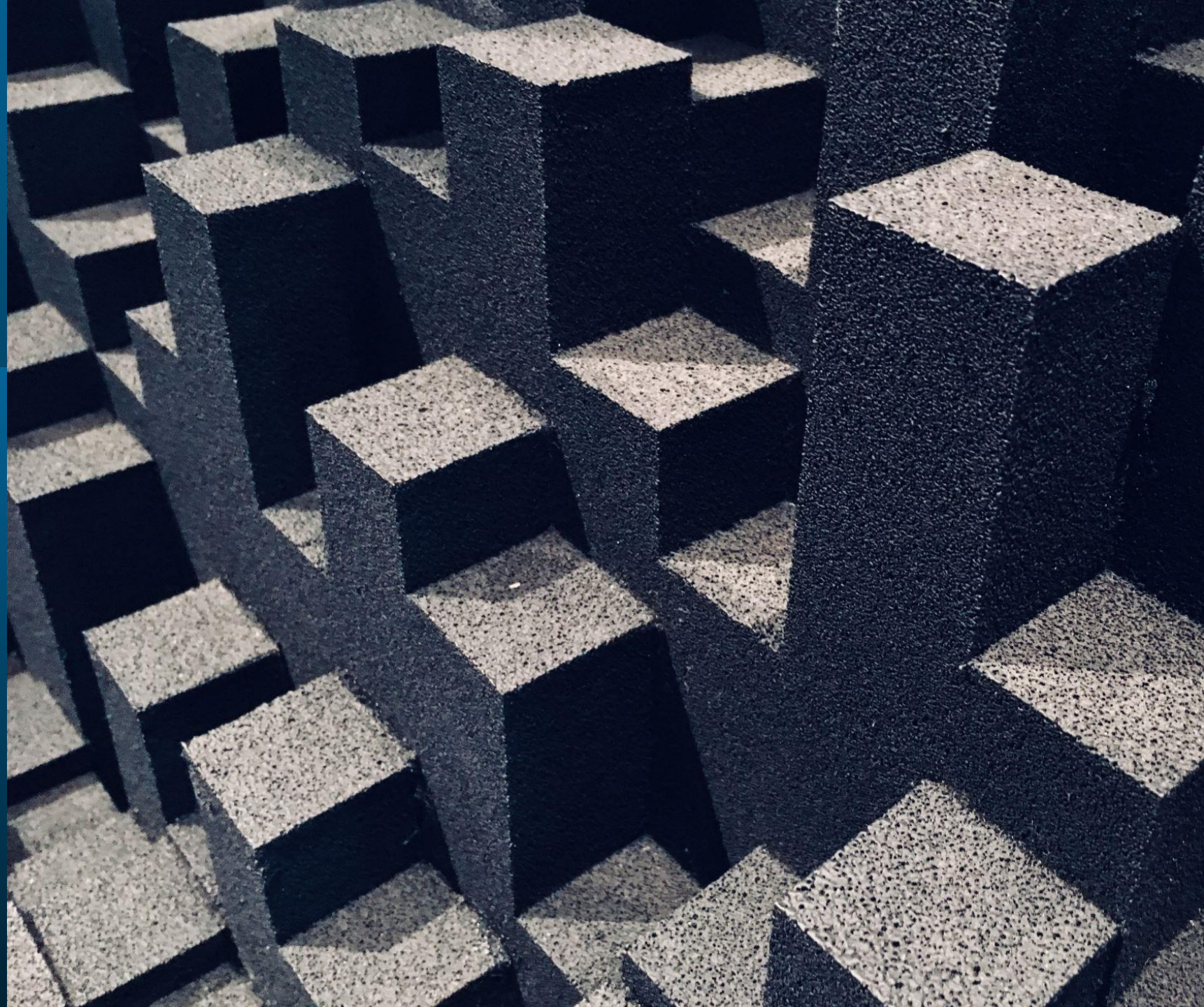


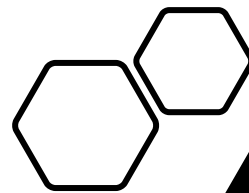


Chapter 5

พันธมิตรเชิงกลยุทธ์

ระดับและประเภท ของกลยุทธ์



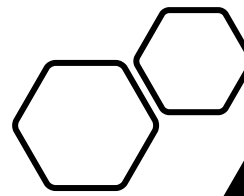


1. กลยุทธ์ระดับองค์กร (Corporate Strategy)

1.) Growth Strategies โดยทั่วไปทุกองค์กรนิยมที่จะเลือกกลยุทธ์นี้ในการดำเนินธุรกิจเพื่อที่จะให้ธุรกิจมีการขยายตัวหรือมีส่วนแบ่งทางการตลาดมากขึ้น อาจเป็นการหาตลาดใหม่หรือกลุ่มเป้าหมายที่วางไว้ กลยุทธ์เพื่อเน้นการเติบโตด้วยวิธีต่าง ๆ เช่น การขยายตลาด การร่วมพันธมิตร เป็นต้น

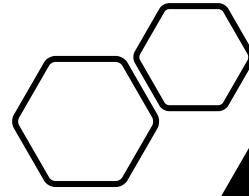
1. กลยุทธ์ระดับองค์กร
(Corporate Strategy)

2.) Stability Strategies เป็นกลยุทธ์ที่ตลาดและ
สินค้าไม่ค่อยมีการเปลี่ยนแปลง ไม่มีการลงทุนเพิ่มเติม
และยังคงโครงสร้างบริหารไว้ดังเดิม กลยุทธ์แบบคงตัว
ที่ไม่ค่อยมีการเปลี่ยนแปลงหรือลงทุนอะไรเพิ่มเติม
แต่พยายามรักษามาตรฐานผลการดำเนินงานให้คงที่



1. กลยุทธ์ระดับองค์กร (Corporate Strategy)

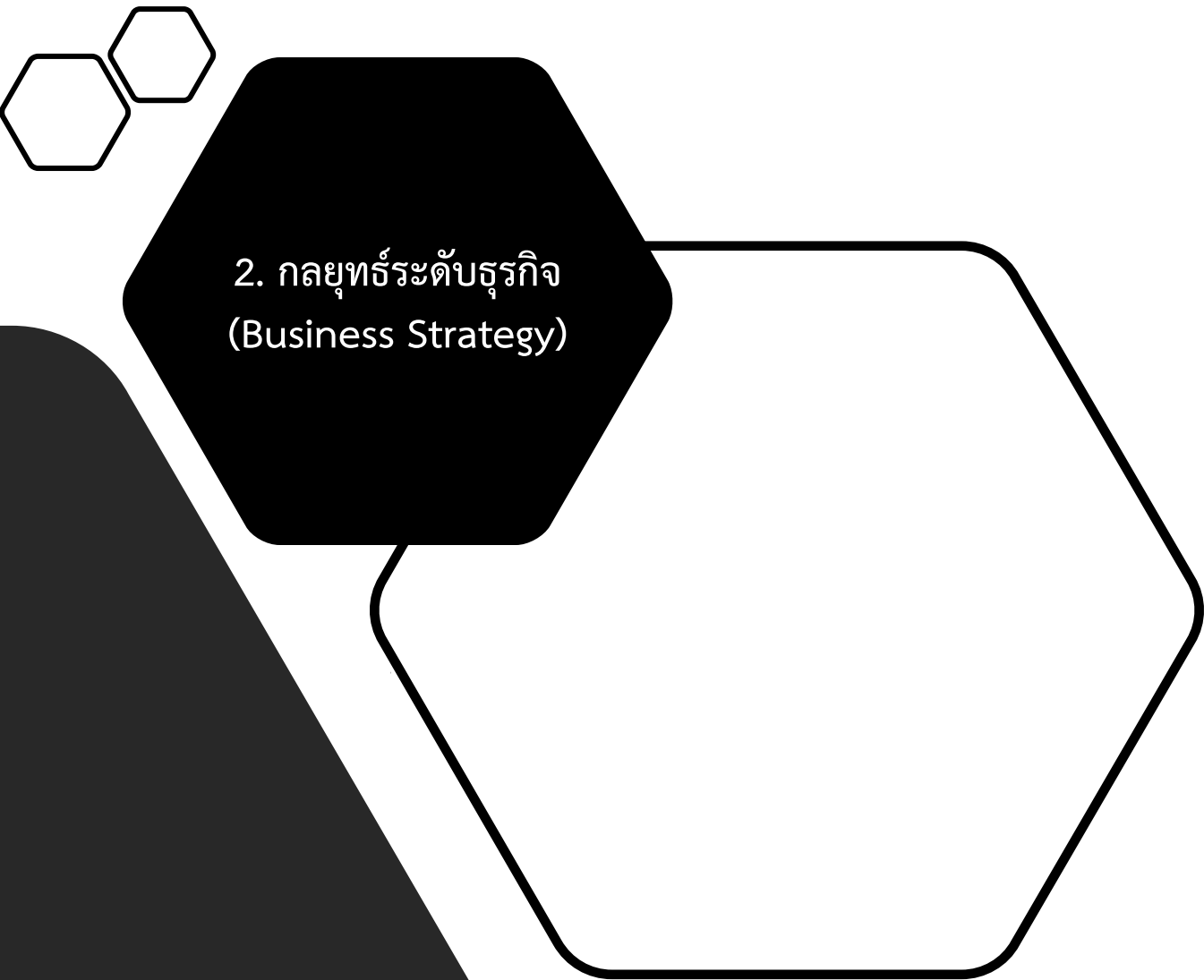
3.) Retrenchment Strategies เป็นกลยุทธ์การหดตัวที่เกิดจากแรงกดดันจากสิ่งแวดล้อมภายในและสิ่งแวดล้อมภายนอก เช่น เทคโนโลยีที่ตายแล้ว ย่อมจะต้องมีความต้องการในตลาดลดลง ดังนั้นควรจะพิจารณาว่าควรดำเนินงานต่อไปได้หรือไม่ กลยุทธ์แบบหดตัว ซึ่งมักจะพบในกลุ่มบริษัทที่มีความต้องการที่ลดลง



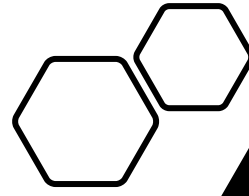
1. กลยุทธ์ระดับองค์กร (Corporate Strategy)

4.) Combination Strategies เป็นการผสมผสานกลยุทธ์ตามแนวทางทั้งสามข้างต้น มีการใช้กลยุทธ์ที่คู่ขนานกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับองค์กรที่มีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายต้องมีการผสมผสานกัน

1.) กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน (Cost-Leadership Strategies)

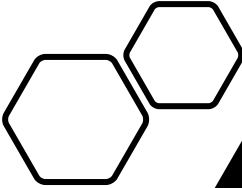


2. กลยุทธ์ระดับธุรกิจ
(Business Strategy)

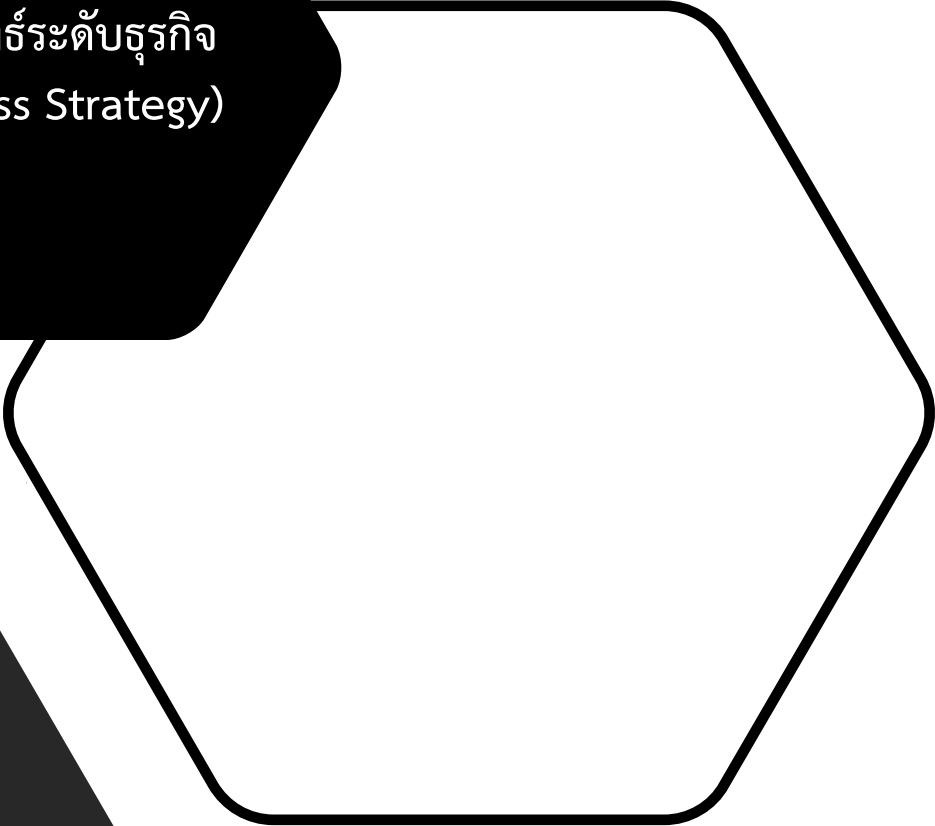


2. กลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business Strategy)

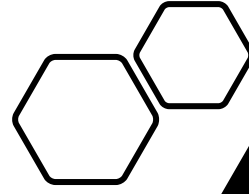
2.) กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง (Differentiation Strategies) เป็นการใช้ความแตกต่างของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์เป็นกลยุทธ์ในการแข่งขัน โดยสามารถสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้ในรูปแบบที่คู่แข่งไม่สามารถทำได้



2. กลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business Strategy)



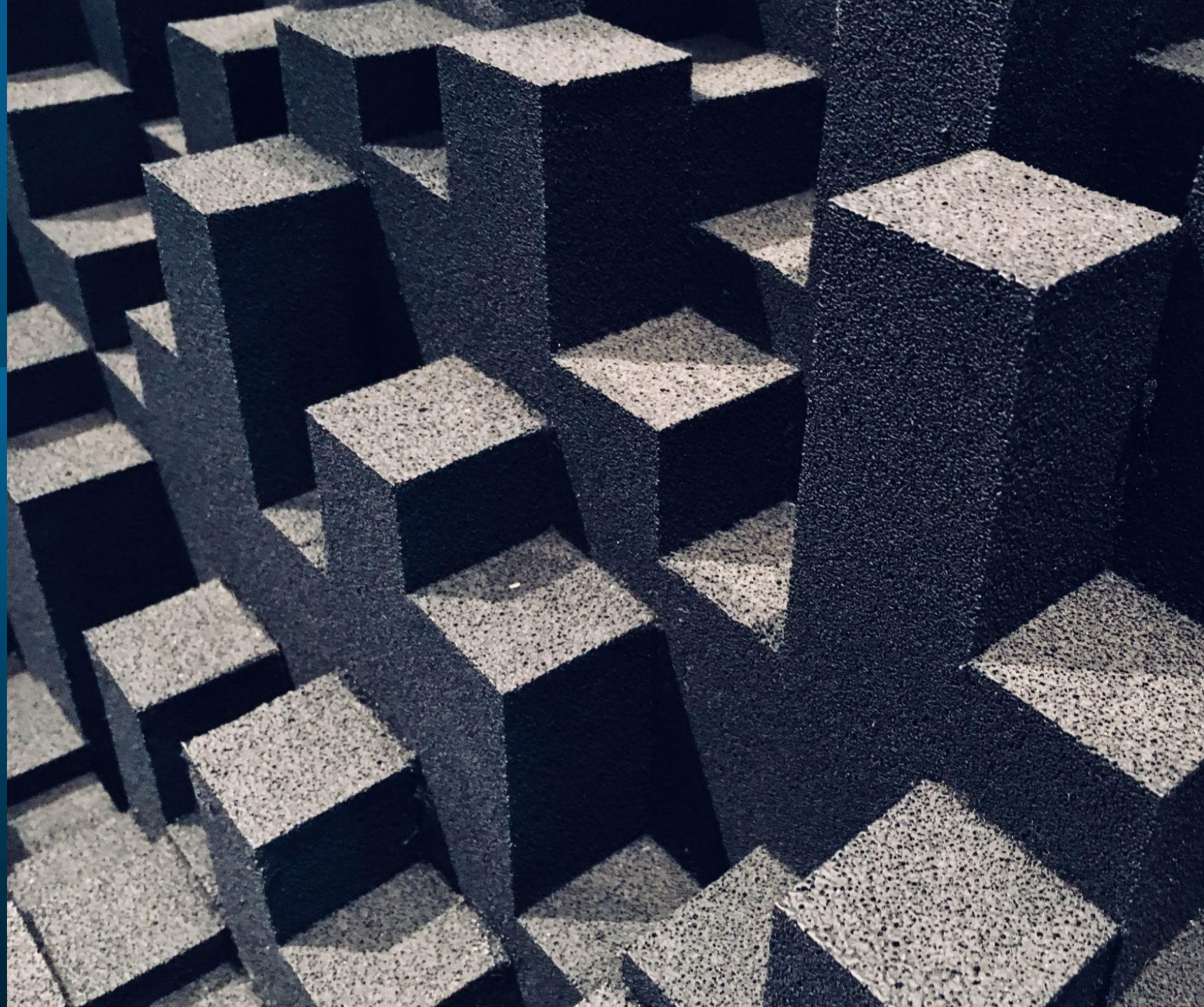
3.) กลยุทธ์การมุ่งเน้นลูกค้าเฉพาะกลุ่ม (Focus Strategy) เป็นการมุ่งตอบสนองลูกค้าเฉพาะกลุ่มในจำนวนจำกัด โดยอาจจะเป็นเฉพาะภูมิภาค สามารถที่จะตอบสนองลูกค้าในกลุ่มได้ดีกว่าผู้อื่น

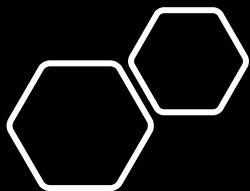


3. กลยุทธ์ระดับสายงาน (Functional Strategy)

แนวนโยบายตามสายการแบ่งงาน เป็นการนำกลยุทธ์มาใช้ในระดับปฏิบัติการเพื่อให้บรรลุได้ซึ่งวัตถุประสงค์ (Objective) ขององค์กรที่สามารถประเมินค่าออกมาได้อย่างชัดเจน และจะเป็นกลยุทธ์ที่จะต้องครอบคลุมทุกหน่วยงานภายในองค์กรให้มีการสอดคล้องกันเพื่อความสำเร็จของกลยุทธ์ระดับธุรกิจและระดับองค์กร โดยมุ่งเน้นไปที่หน่วยปฏิบัติงาน เช่น ด้านการผลิต การตลาด การเงิน การบริหารทรัพยากรมนุษย์ การวิจัยและการพัฒนา เป็นต้น

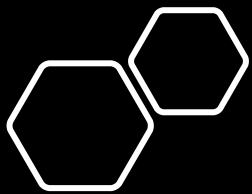
การบริหารงานโดย
การใช้กลยุทธ์
Business Alliance





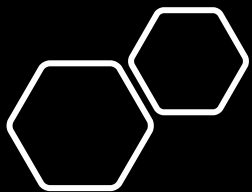
ความร่วมมือระหว่างธุรกิจในการรวมทรัพยากรและความสามารถบางอย่างในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน การแลกเปลี่ยนและแบ่งปันทรัพยากรและความสามารถเพื่อที่จะพัฒนาสินค้าหรือบริการร่วมกัน ช่วยให้บริษัทสามารถจัดการกับทรัพยากรและความสามารถของตนที่มีอยู่กับผู้เป็นพันธมิตรเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

- การบริหารงานโดยใช้กลยุทธ์ Business Alliance



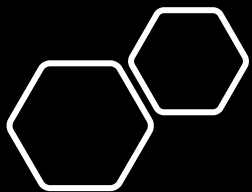
- พันธมิตรในประชาคม
- การเป็นพันธมิตรของธุรกิจระหว่างประเทศ

- ประเภทของพันธมิตรทางธุรกิจ



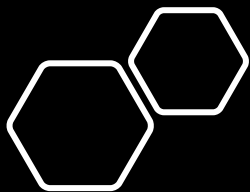
- พันธมิตรในประเทศไทย

- พันธมิตรทางธุรกิจพิจารณาจากความร่วมมือ ได้แก่ พันธมิตรแบบเซ็นสัญญา (Contractual Agreement) เป็นความร่วมมือระหว่างสององค์กรขึ้นไป โดยมีการเซ็นสัญญาเพื่อร่วมดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง เช่น การแลกเปลี่ยนเทคโนโลยี การนำทรัพยากรทางธุรกิจมาร่วมกัน เป็นต้น



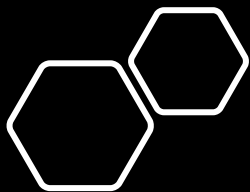
- พันธมิตรในประเทศ

- พันธมิตรแบบธุรกิจร่วมทุน (Joint Venture) เป็นความร่วมมือกันด้านทุนโดยเป็นการร่วมทุนกันในการจัดตั้งองค์กรธุรกิจขึ้นใหม่ร่วมกัน ซึ่งมีการดำเนินงานที่แยกออกจากธุรกิจ หรือ องค์กรเดิมเพื่อดำเนินงานอย่างใดอย่างหนึ่งตามวัตถุประสงค์ร่วมกัน



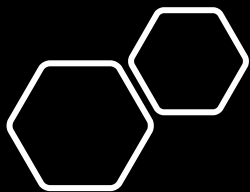
- พันธมิตรในประเทศ

- พันธมิตรแบบเข้ามาถือหุ้นระหว่างกัน (Minority Equity Agreement) เป็นความร่วมมือกันด้านทุนในการประกอบธุรกิจ เช่น การแลกเปลี่ยนหุ้นระหว่างกัน หรือ การเข้าถือหุ้นอีกฝ่ายหนึ่ง การกำหนดราคาหุ้นของบริษัทในระดับราคาที่ทำให้บริษัทพันธมิตรสามารถเข้ามาซื้อได้ในการเป็นพันธมิตรกัน เป็นต้น



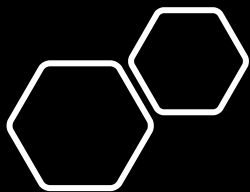
- การเป็นพันธมิตรของธุรกิจระหว่างประเทศ

- การเป็นพันธมิตรความร่วมมือระหว่างประเทศแบบไม่เป็นทางการ (Informal International Cooperative Alliance) เป็นรูปแบบความร่วมมือกันในข้อตกลงอย่างไม่เปิดเผยตามกฎหมายระหว่างบริษัทสองแห่ง หรือ ระหว่างสองประเทศขึ้นไป เป็นรูปแบบข้อตกลงใด ๆ ตามความต้องการร่วมกันก่อให้เกิดการเชื่อมโยงต่าง ๆ ในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจพันธมิตรหลักจะไม่มี การเรียกเงินทุน หรือ ทรัพยากรที่ใช้ในการดำเนินงานคืน



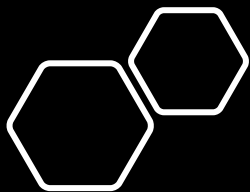
- การเป็นพันธมิตรของธุรกิจระหว่างประเทศ

- การเป็นพันธมิตรความร่วมมือระหว่างประเทศแบบเป็นทางการ (Formal International Cooperative Alliance) มีระดับความเกี่ยวข้องระหว่างกันสูงกว่าการเป็นพันธมิตร ความร่วมมือระหว่างประเทศแบบไม่เป็นทางการ มีการทำสัญญาข้อตกลงอย่างเป็นทางการเป็น รูปแบบที่นิยมใช้กันในธุรกิจอุตสาหกรรมไฮเทคเพราะต้องใช้การลงทุนมากและมีความเสี่ยงสูง



- การเป็นพันธมิตรของธุรกิจระหว่างประเทศ

- ธุรกิจร่วมทุนระหว่างประเทศ (International Joint Ventures: IJV) เป็นการดำเนินธุรกิจร่วมกันโดยเป็นอิสระจากกันตามกฎหมาย โดยบริษัท หรือ ประเทศสองฝ่ายขึ้นไป ไม่จำเป็นต้องเป็นเจ้าของ หรือ หุ้นส่วนเท่ากันการร่วมทุนกันเป็นไปตามข้อตกลงโดยอาจไม่ได้ร่วมทุนกันในรูปแบบที่เป็นตัวเงินเพียงอย่างเดียว เช่น เทคโนโลยี เป็นต้น



- การเป็นพันธมิตรของธุรกิจระหว่างประเทศ

- ธุรกิจร่วมทุนระหว่างประเทศ (International Joint Ventures: IJV) เป็นการดำเนินธุรกิจร่วมกันโดยเป็นอิสระจากกันตามกฎหมาย โดยบริษัท หรือ ประเทศสองฝ่ายขึ้นไป ไม่จำเป็นต้องเป็นเจ้าของ หรือ หุ้นส่วนเท่ากันการร่วมทุนกันเป็นไปตามข้อตกลงโดยอาจไม่ได้ร่วมทุนกันในรูปแบบที่เป็นตัวเงินเพียงอย่างเดียว เช่น เทคโนโลยี เป็นต้น



NOKIA SIEMENS

Nokia Siemens
Networks



วิเคราะห์ CASE STUDY
