

สารบัญ

	หน้า
คำนำ	3
สารบัญ	4
บทนำ	7
Case Study 1 หลุมพรางในการจัดการกับหน่วยธุรกิจที่เติบโตเต็มที่แล้ว	25
รูป Case Study	26
รายละเอียด Case Study	28
แนวทางการแก้ปัญหา	40
Case Study 2 มุ่งสู่ตลาดต่างประเทศดีหรือไม่ ?	63
รูป Case Study	64
รายละเอียด Case Study	66
• อนาคตที่สดใส	67
• ไปตกปลา	71
• เงิน เงิน เงิน	73
• ทางเลือกที่มีอยู่	75
• เสาะหาคำตอบ	78
• ยังคิดไม่ตก	81
แนวทางการแก้ปัญหา	83



Case Study 3 ยึดมั่นอยู่กับขีดความสามารถหลัก หรือจะก้าวไปทำสิ่งใหม่ ? 97

สรุป Case Study	98
รายละเอียด Case Study	100
• คู่ต่อสู้ที่สำคัญ	104
• บรรยากาศแห่งความขัดแย้ง	107
• ข้อมูลและข้อสงสัย	112
แนวทางการแก้ปัญหา	115

Case Study 4 กำลังเติบโตไปสู่ความล่มสลายหรือเปล่า ? 131

สรุป Case Study	132
รายละเอียด Case Study	134
• การเติบโต	136
• สัญลักษณ์แห่งต้นทานตะวัน	138
• เกมของการช่วงชิง	142
• ความขัดแย้งของผู้บริหาร	145
• ตัดสินใจอย่างไรดี ?	147
แนวทางการแก้ปัญหา	149

Case Study 5 ปัญหาของการขายข้ามผลิตภัณฑ์ 165

สรุป Case Study	166
รายละเอียด Case Study	168
• ช่องโหว่ของค่าคอมมิชชั่น	169

	หน้า
• ส่วนที่ถูกมองข้าม	173
• ราชอาณาจักรชาย	176
• ค้นหาสิ่งที่ใช้งานได้	179
• คู่หูที่มีประสิทธิภาพ	180
• จะยกเครื่องใหม่หมดหรือค่อยๆ ปรับเปลี่ยนดี ?	182
• แนวทางการแก้ปัญหา	183
Case Study 6 สร้างแบรนด์ของตัวเอง หรือเป็นผู้ผลิตให้แบรนด์ร้านค้าปลีก ?	199
• สรุป Case Study	200
• รายละเอียด Case Study	202
• กลุ่มสินค้าสำหรับงานปาร์ตี้	203
• ขีดความสามารถใหม่กับการสร้างแบรนด์	205
• ทุกอย่างดูจะไปได้ดี	207
• อุปสรรคขวากหนาม	209
• เบื้องหลังแบรนด์ที่ประสบความสำเร็จทั้งหลาย	212
• แบรินด์นั้นสำคัญไฉน ?	214
• บริษัทโรสผู้ละล้าละลัง	217
• แนวทางการแก้ปัญหา	218
เกี่ยวกับผู้เขียน	233