

# Содержание

ОБ АВТОРАХ	13
ПРЕДИСЛОВИЕ	15
<b>Глава 1. Синергия организации — источник экономической стоимости</b>	21
Важность стратегического соответствия	22
Корпоративная стоимость — ценность, созданная менеджментом организации	25
Этапы создания стратегического соответствия	32
Управление процессом создания стратегического соответствия	37
Практическая ситуация: <i>SPORT-MAN, INC.</i>	39
Заключение	50
Примечания	51
<b>Глава 2. Стратегия и структура корпорации — исторический аспект</b>	53
Согласование структуры со стратегией	61
Сбалансированная система показателей — система для согласования структуры и стратегии	64
Примечания	66

<b>ГЛАВА 3. СИНЕРГИЯ В РАМКАХ ФИНАНСОВОЙ СТРАТЕГИИ И СТРАТЕГИИ ОТНОШЕНИЙ С КЛИЕНТАМИ</b>	69
<b>ФИНАНСОВАЯ СИНЕРГИЯ: МОДЕЛЬ ХОЛДИНГОВОЙ КОМПАНИИ</b>	70
<b>ПРАКТИЧЕСКАЯ СИТУАЦИЯ: АКТИВА</b>	73
<b>ПРАКТИЧЕСКАЯ СИТУАЦИЯ: NEW PROFIT INC.</b>	76
<b>ФИНАНСОВАЯ СИНЕРГИЯ: БРЕНДЫ И СТРАТЕГИЧЕСКИЕ НАПРАВЛЕНИЯ КОРПОРАЦИИ</b>	77
<b>ПРАКТИЧЕСКАЯ СИТУАЦИЯ: INGERSOLL-RAND</b>	83
<b>КЛИЕНТСКАЯ СИНЕРГИЯ: ОБЩАЯ КЛИЕНТСКАЯ БАЗА</b>	90
<b>ПРАКТИЧЕСКАЯ СИТУАЦИЯ: MEDIA GENERAL</b>	91
<b>КЛИЕНТСКАЯ СИНЕРГИЯ: ОБЩЕЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ СТОИМОСТИ</b>	96
<b>ПРАКТИЧЕСКАЯ СИТУАЦИЯ: HILTON HOTELS</b>	98
<b>ПРАКТИЧЕСКАЯ СИТУАЦИЯ: CITIZEN SCHOOLS</b>	100
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ</b>	104
<b>ПРИМЕЧАНИЯ</b>	105
<b>ГЛАВА 4. СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ЕДИНСТВО ВНУТРЕННИХ ПРОЦЕССОВ И ОБУЧЕНИЯ И РОСТА: ИНТЕГРИРОВАННЫЕ СТРАТЕГИЧЕСКИЕ НАПРАВЛЕНИЯ</b>	107
<b>ДОСТИЖЕНИЕ СИНЕРГИИ ПРИ СОВМЕСТНОМ ИСПОЛЬЗОВАНИИ ПРОЦЕССОВ И УСЛУГ</b>	108
<b>ПРАКТИЧЕСКАЯ СИТУАЦИЯ: BANK OF TOKYO-MITSUBISHI (HQA)</b>	110
<b>СИНЕРГИЯ, ОБЕСПЕЧИВАЕМАЯ ИНТЕГРАЦИЕЙ ЦЕПОЧКИ СОЗДАНИЯ СТОИМОСТИ</b>	113
<b>ПРАКТИЧЕСКАЯ СИТУАЦИЯ: MARRIOTT VACATION CLUB (MVCI)</b>	117
<b>СИНЕРГИЯ В ИСПОЛЬЗОВАНИИ НЕМАТЕРИАЛЬНЫХ АКТИВОВ</b>	123
<b>ПРАКТИЧЕСКАЯ СИТУАЦИЯ: IBM LEARNING</b>	131
<b>ИНТЕГРАЦИЯ С ПОМОЩЬЮ КОРПОРАТИВНЫХ СТРАТЕГИЧЕСКИХ НАПРАВЛЕНИЙ</b>	137
<b>ПРАКТИЧЕСКАЯ СИТУАЦИЯ: ПОДРАЗДЕЛЕНИЕ DUPONT ENGINEERING POLYMERS</b>	139
<b>ПРАКТИЧЕСКАЯ СИТУАЦИЯ: ROYAL CANADIAN MOUNTED POLICE</b>	146
<b>ПРАКТИЧЕСКАЯ СИТУАЦИЯ: КАМПАНИЯ ПО ВОССТАНОВЛЕНИЮ ПОПУЛЯЦИИ ЛОСОСЕВЫХ В ШТАТЕ ВАШИНГТОН</b>	151
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ</b>	156
<b>ПРИМЕЧАНИЯ</b>	157

<b>Глава 5. Стратегическое единство основного бизнеса компании и вспомогательных функций</b>	159
Процессы во вспомогательных сервисных службах	161
Стратегии вспомогательных сервисных служб	163
Портфель стратегических услуг	164
Синергия вспомогательной сервисной службы	179
Замыкание стратегической петли	208
О чем мы не успели рассказать в этой главе	214
Заключение	214
Примечания	216
<b>Глава 6. Процесс “каскадирования”</b>	219
Вертикальная цепочка создания стоимости	220
“Каскадирование” снизу вверх	222
Смешанный процесс “каскадирования”	224
Практическая ситуация: сухопутные войска США	225
“Сверху до середины” и “от середины вверх”: MDS	230
Могут ли бизнес-единицы быть первыми?	236
“От середины вверх, затем вниз”: Bank of Tokyo-Mitsubishi, Headquarters for the Americas	239
Заключение	244
<b>Глава 7. Создание синергии с инвесторами</b>	247
Сущность корпоративного управления и контроля	249
Потребности и ограничения совета директоров	253
Использование ССП в корпоративном управлении	255
Информирование инвесторов и аналитиков	268
Заключение	274
Примечания	275
<b>Глава 8. Интеграция внешних партнеров</b>	277
Системы показателей поставщиков	278
Сбалансированная система показателей цепи поставок	286
Системы показателей клиентов	290

СИСТЕМЫ ПОКАЗАТЕЛЕЙ АЛЬЯНСОВ	296
ИНТЕГРАЦИЯ ПОГЛОЩЕННОЙ КОМПАНИИ	297
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	300
ПРИМЕЧАНИЯ	301
<b>Глава 9. Управление процессом создания стратегического единства</b>	<b>305</b>
Создание стратегического соответствия	306
Степень стратегического единства	310
Ответственность за стратегическое единство организации	315
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	318
ПРИМЕЧАНИЯ	319
<b>Глава 10. Полное стратегическое единство</b>	<b>321</b>
Соответствие деятельности персонала выбранной стратегии	325
Стратегическое соответствие систем планирования и контроля	340
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	352
ПРИМЕЧАНИЯ	354
<b>Предметный указатель</b>	<b>355</b>