

# زنجیره ارزش پورتر

زیرساخت‌های کسب و کار

فعالیت‌های مربوط به تحقیق و توسعه

فعالیت‌های مربوط به مدیریت منابع انسانی

واحدهای ستادی مربوط به تدارکات

حاشیه سود

لجستیک  
ورودی

Inbound  
Logistics

فعالیت‌های  
عملیاتی

Operations

لجستیک  
خروجی

Outbound  
Logistics

بازاریابی و  
فروش

Marketing  
and Sales

خدمات

Service

اکیانوس آبی

تجزیه و تحلیل هزینه‌ها، پورتر...



## زنجیره ارزش پورتر

تیم تحریریه اکیانوس آبی

یکی از برنامه ریزی های هر کسب و کار که جهت شناخت بهتر مزایای عملکردی کسب و کار مفید است، تحلیل زنجیره ارزش است که توسط مایکل پورتر، اقتصاددان آمریکایی، تدوین شده است. مدل زنجیره ارزش پورتر یکی از قدیمی ترین ابزار ها برای تحلیل کسب و کار و در نهایت سیستم سازی همه حوزه های کسب و کار است.

به وسیله تحلیل زنجیره ارزش پورتر، کسب و کار ها می توانند چگونگی افزودن ارزش به محصول یا خدمات خود را درک کرده و مزیت رقابتی ایجاد کنند. سپس به وسیله تحلیلی که از این طریق به دست می آید، آن کسب و کار می تواند روی قیمت

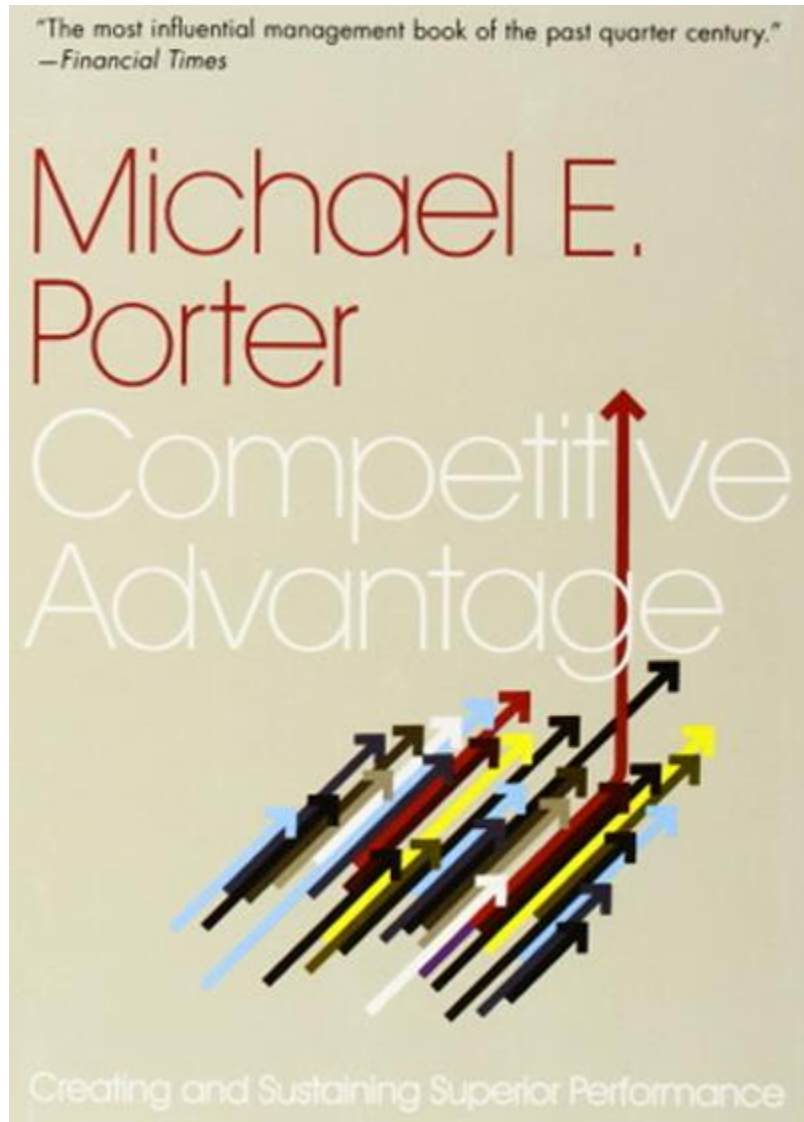
برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به [اکیانوس آبی](#) سر بزنید.

گذاري و فروش محصولات به شيوه اي صحيح برنامه ريزي کند که در اين مقاله  
بيشتر با آن آشنا خواهيم شد.

## زنجيره ارزش چيست

زنجيره ارزش پورتر در واقع يکي از موثرترين مفاهيم بازار در دنياي امروز است و  
به سيستم هايي گفته مي شود که براي کسب درآمد مورد استفاده يک کسب و کار  
قرار خواهند گرفت. يک زنجيره ارزش خود از مجموعه هاي کوچک تری تشکیل شده  
که براي توسعه محصول يا خدمات استفاده مي شود. اين زنجيره در واقع از ابتدای  
فرايند توليد تا عرضه محصول را در بر مي گيرد.

اولين بار يک استاد دانشگاه به نام مايکل پورتر در کتاب خود به نام مزيت رقابتي،  
زنجيره ارزش را معرفي کرد. همانطور که از اسم کتاب نيز مشخص است، موضوع  
آن استفاده از آناليز زنجيره ارزش براي رسيدن به يک مزيت نسبت به رقا است.



## مزیت های رقابتی در زنجیره ارزش پورتر

در زنجیره ارزش مایکل پورتر، مزیت رقابتی کسب و کار در بازار رقابتی، می تواند در هزینه یا تمایز محصول نمایان می شود.

### ۱. مزیت هزینه

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.

در اين استراتژي هدف اين است که کسب و کار شما به کمترین هزينه در بازار هدفتان تبديل شود. کسب و کار هايي که توانسته اند در اين استراتژي موفق شوند امروز، بهره وري بالايي داشته و همچنين با مديريت هزينه توانسته اند، هزينه هايشان را کاهش دهند. مجموع اين زنجيره ها باعث می شود قيمت محصولشان نيز کاهش يابد.

## ۲. مزيت تمايز محصول

در اين استراتژي، کسب و کار شما محصولی را توليد می کند که در بازار هدف محصول مشابهی نداشته و در واقع بی رقيب است. کسب و کارها بايد برای رسيدن به اين يکتا بودن و تمايز، تمرکز، منابع و زمان خود را بر روی تحقيق و توسعه قرار دهند. داشتن اين تمايز در بازار اين امکان را به کسب و کارها می دهد که بتوانند قيمت بالايی را برای محصول خود تعيين کنند.

## عناصر زنجيره ارزش پورتر

پورتر در زنجيره ارزش خود برای کسبو کارها زنجيره هايی از فعاليت های مشترک تعريف کرد و آن ها را به فعاليت های اوليه، پشتيبانی و ثانويه تقسيم کرد. مدل زنجيره ارزش پورتر به شرح زیر است:

### فعاليت های اصلي

1. تدارکات داخلي
2. عمليات توليدي
3. تدارکات خارجي
4. بازاریابی و فروش
5. خدمات پس از فروش

برای مشاهده ساير مقاله های ما، حتما به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.

## فعاليت هاي پشتيباني و ثانويه

1. ساختار سازماني
2. مديريت منابع انساني
3. توسعه تكنولوجي
4. تداركات

همانطور كه در مدل بالا مشخص شده است، اين زنجيره از ۹ مرحله تشكيل شده كه ميتوان فرايند ها را در هر كدام از اين ۹ مرحله تغيير دارد تا بتوان ارزش افزوده بيشتري را به محصول اضافه كرد. در مدل بالا پنج مورد اول جزو فعاليت هاي اساسي و اوليه در هر كسب و كاري هستند كه پايداري را براي كسب و كار فراهم مي كنند و چهار مورد بعدي از فعاليت هاي ثانويه و يا پشتيباني هستند. انجام هر دو نوع فعاليت در كسب و كار براي ايجاد يك مزيت رقابتي نسبت به ديگر رقبای امری ضروری است.



برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.

## فعاليت هاي اوليه در زنجيره ارزش

فعاليت هاي اوليه يا اساسي به صورت مستقيم به فعاليت هايي مانند توليد، فروش، نگهداري و... مربوط است و شامل موارد زير نيز مي شود:

تداركات داخلي: اين فعاليت ها موجب اين مي شود كه منابع و مواد اوليه وارد انبار و سازمان شود.

عمليات توليدي: اين موضوع نيز به فعاليت هايي اشاره دارد كه در سازمان انجام مي گيرد تا مواد اوليه، نيروي انساني و ديگر عوامل توليد به كمك يكديگر كالا يا خدمات را توليد كنند.

تداركات خارجي: اين قسمت مجموع فعاليت هايي است كه در داخل كسب و كار و سازمان براي رساندن محصول به مخاطب و مشتري انجام مي گردد.

بازاريابي و فروش: فعاليت هايي كه براي فروش محصول يا شناساندن آن به مشتري انجام مي شود بازيابي و فروش گفته مي شود.

خدمات پس از فروش: اين قسمت نيز به آن دسته از فعاليت هايي گفته مي شود كه كسب و كار پس از فروش محصول براي مشتري انجام مي دهد تا مشتري از خريدي كه کرده است راضي باشد.

## فعاليت هاي پشتيباني يا ثانويه در زنجيره ارزش

اين فعاليت ها را مي توان اين طور بيان كرد از فعاليت هاي اصلي كسب و كار پشتيباني مي كند و باعث مي شود تا فعاليت هاي اصلي در كسب و كار بهتر و سريع تر انجام شوند. فعاليت هاي پشتيباني شامل مواردی است كه در ادامه بيشتري با آن ها آشنا خواهيم شد.

براي مشاهده ساير مقاله هاي ما، حتما به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.



ساختار سازمانی: این قسمت در واقع نقش یک پشتیبان را برای کسب و کار ایفا می‌کند. ساختار سازمانی در واقع به تقسیم کارها و هماهنگی‌های بعدی در کسب و کار اشاره دارد

مدیریت منابع انسانی: مدیریت منابع انسانی به مجموع فعالیت‌هایی گفته می‌شود که در کسب و کار انجام می‌گردد تا نیروی انسانی را برای انجام فعالیت‌های اصلی با بالاترین بهره‌وری آماده کرد.

توسعه تکنولوژی: وظیفه ایجاد، جمع‌آوری، پخش و پشتیبانی از تکنولوژی‌های داخل سازمان را بخش توسعه انرژی بر عهده دارد.

تدارکات: فعالیت‌هایی که یک کسب و کار برای جمع‌آوری و تهیه منابع مورد نیاز انجام می‌دهد تدارکات گویند.