

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



زنجیره ارزش پورتر چیست و چه کارایی دارد؟

تیم تحریریه اکیانوس آبی

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



یکی از برنامه ریزی های مفیدی که هر مدیری برای شناخت بهتر مزایای کسب و کار خود باید انجام دهد، تحلیل زنجیره ارزش است. این زنجیره ارزش توسط یک اقتصاددان امریکایی به نام مایکل پورتر 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 می‌توانند 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 می‌آید، آن کسب و کار می‌تواند روی قیمت گذاری و فروش محصولات به شیوه ای صحیح برنامه‌ریزی کند که در این مقاله از **مجله اکیانوس آبی** بیشتر با آن آشنا خواهیم شد.

زنجیره ارزش چیست؟

زنجیره ارزش پورتر در واقع یکی از موثرترین مفاهیم بازار در دنیای امروز است و به سیستم هایی گفته می شود که برای کسب درآمد مورد استفاده یک کسب و کار قرار خواهند گرفت. یک زنجیره ارزش خود از مجموعه های کوچک تری تشکیل شده که برای توسعه محصول یا خدمات استفاده می شود.

این زنجیره در واقع از ابتدای فرایند تولید تا عرضه محصول را در بر می گیرد. برای دریافت مقاله **زنجیره ارزش چیست pdf** ایمیل خود را در باکس آبی وارد کنید.

اولین بار یک استاد دانشگاه به نام مایکل پورتر **Michael Porter** در کتاب خود به نام **مزیت رقابتی**، زنجیره ارزش پورتر را معرفی کرد. همانطور که از اسم کتاب نیز مشخص است، موضوع آن استفاده از آنالیز زنجیره ارزش برای رسیدن به یک مزیت نسبت به رقبای است.

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

مزيت‌هاي رقابتي در زنجيره ارزش پورتر

در زنجيره ارزش پورتر، مزيت رقابتي كسب و كار در **بازار رقابتي**، مي‌تواند در هزينه يا تمايز محصول نمايان مي‌شود. در ادامه با **گروه اقيانوس آبي** همراه باشيد تا مزيت‌هاي رقابتي در زنجيره ارزش پورتر آشنا شويد:

۱. مزيت هزينه

در اين استراتژي هدف اين است كه كسب و كار شما به كمترين هزينه در بازار هدف‌تان تبديل شود. كسب و كار هايي كه توانسته اند در اين استراتژي موفق شوند امروز، بهره وري بالايي داشته و همچنين با **مديريت هزينه** توانسته اند، هزينه هايشان را كاهش دهند. مجموع اين زنجيره ها باعث مي‌شود قيمت محصولشان نيز كاهش يابد.

۲. مزيت تمايز محصول

در اين استراتژي از زنجيره ارزش پورتر، كسب و كار شما محصولي را توليد مي‌كند كه در **بازار هدف** محصول مشابهي نداشته و در واقع بي رقيب است. كسب و كارها بايد براي رسيدن به اين يكتا بودن و تمايز، تمرکز، منابع و زمان خود را بر روي تحقيق و توسعه قرار دهند.

داشتن اين تمايز در بازار اين امكان را به كسب و كارها مي‌دهد كه بتوانند قيمت بالايي را براي محصول خود تعيين كنند.

عناصر در زنجيره ارزش پورتر

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

پورتر در زنجيره ارزش خود براي کسب و کارها زنجيره‌هايي از فعاليت هاي مشترک تعريف کرد و آن ها را به فعاليت‌هاي اوليه، پشتيباني و ثانويه تقسيم کرد. مدل زنجيره ارزش پورتر به شرح زير است:

– فعاليت هاي اصلي

- تدارکات داخلي
- عمليات توليدي
- تدارکات خارجي
- بازاریابی و فروش
- خدمات پس از فروش

– فعاليت هاي پشتيباني و ثانويه

- ساختار سازماني
- مديريت منابع انساني
- توسعه تکنولوژی
- تدارکات

همانطور که در مدل بالا مشخص شده است، اين زنجيره از ۹ مرحله تشکیل شده که می‌توان فرایندها را در هر کدام از اين ۹ مرحله تغيير دارد تا بتوان ارزش افزوده بیشتری را به محصول اضافه کرد.

در مدل بالا پنج مورد اول جزو فعاليت هاي اساسی و اوليه در هر کسب و کاری هستند که پایداری را برای کسب و کار فراهم می کنند و چهار مورد بعدي از فعاليت هاي ثانويه و يا پشتيباني هستند.

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

انجام هر دو نوع فعاليت در كسب و كار براي ايجاد يك مزيت رقابتي نسبت به ديگر رقبا امري ضروري است.

– فعاليت هاي اوليه در زنجيره ارزش

فعاليت‌هاي اوليه يا اساسي به صورت مستقيم به فعاليت‌هايي مانند توليد، **فروش**، نگهداري و... مربوط است و شامل موارد زير نيز مي‌شود:

۱. **تداركات داخلي**: اين فعاليت‌ها موجب اين مي‌شود كه منابع و مواد اوليه وارد انبار و سازمان شود.

۲. **عمليات توليدي**: اين موضوع نيز به فعاليت‌هايي اشاره دارد كه در سازمان انجام مي‌گيرد تا مواد اوليه، نيروي انساني و ديگر عوامل توليد به كمك يكديگر کالا يا خدمات را توليد كنند.

۳. **تداركات خارجي**: اين قسمت مجموع فعاليت‌هايي است كه در داخل كسب و كار و سازمان براي رساندن محصول به مخاطب و مشتري انجام مي‌گردد.

۴. **بازاريابي و فروش**: فعاليت‌هايي كه براي فروش محصول يا شناساندن آن به مشتري انجام مي‌شود بازيابي و فروش گفته مي‌شود.

۵. **خدمات پس از فروش**: اين قسمت نيز به آن دسته از فعاليت‌هايي گفته مي‌شود كه كسب و كار پس از فروش محصول براي مشتري انجام مي‌دهد تا مشتري از خريدي كه کرده است راضي باشد.

– فعاليت‌هاي پشتيباني يا ثانويه در مديريت زنجيره ارزش

اين فعاليت‌ها را مي‌توان اين‌طور بيان كرد از فعاليت‌هاي اصلي كسب و كار پشتيباني مي‌كند و باعث مي‌شود تا فعاليت‌هاي اصلي در كسب و كار بهتر و سريع‌تر انجام شوند. فعاليت‌هاي پشتيباني شامل مواردی است كه در ادامه بيشتر با آن‌ها آشنا خواهيم شد.

براي مشاهده ساير مقاله‌هاي ما، حتماً به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.

۱. **ساختار سازمانی:** این قسمت در واقع نقش یک پشتیبان را برای کسب و کار ایفا می‌کند. ساختار سازمانی در واقع به تقسیم کارها و هماهنگی های بعدی در کسب و کار اشاره دارد
۲. **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 بهره وری آماده کرد.
۳. **توسعه تکنولوژی:** وظیفه ایجاد، جمع آوری، پخش و پشتیبانی از تکنولوژی‌های داخل سازمان را بخش توسعه انرژی بر عهده دارد.
۴. **تدارکات:** فعالیت هایی که یک کسب و کار برای جمع آوری و تهیه منابع مورد نیاز انجام می‌دهد تدارکات گویند.

نمونه زنجیره ارزش یک شرکت

همانطور که گفته شد تحلیل زنجیره ارزش به کسب و کارها این اجازه را می‌دهد که با بازبینی و بررسی فعالیت‌های خود یک مزیت رقابتی را پیدا کنند. پس از شناخت این زنجیره نوبت به آن می‌رسد که به وسیله‌ی یک مثال آن را بهتر درک کنید. در این قسمت رستوران های زنجیره ای مک دونالد را مورد بررسی قرار خواهیم داد.

ماموریت این رستوران زنجیره ای تهیه ی غذای ارزان قیمت و سریع برای مشتریان خود می باشد. تحلیل فعالیت ها به این رستوران کمک می کند تا بتواند اقدامات و فعالیت هایی را شناسایی کند که به محصولات این رستوران ارزشی را می افزاید.

***تحلیل مدیریت زنجیره ارزش و فعالیت های اصلی آن**

در ادامه به تحليل نمونه زنجيره ارزش يک شرکت (در اينجا رستوران) که مربوط به استراتژي رهبري هزينه است خواهيم پرداخت.

-تدارکات داخلي

اين رستوران ها براي خود تامين کنندگاني ارزان قيمت و از پيش تعيين شده‌اي را براي مواد خام مانند سبزيجات، گوشت، قهوه و نوشيدني‌ها دارد.

- عمليات

رستوران‌هاي مک دونالد به شيوه حق نمايندگي فعاليت مي کنند و هر مالک شعبه فردي است صاحب امتياز. به همين شيوه مک دونالد بيش از ۳۷۰۰۰ شعبه در سراسر جهان مي باشد.

-تدارکات خارجي

برعکس رستوران‌هاي رسمي در اين رستوران از صندلي‌هاي فستفودي دارد و بيشتر تمرکز آن بر روي سرويس پيشخان، سلف سرويس و بيرون بر مي باشد.

-بازاريابي و فروش

استراتژي بازيابي اين رستوران بر روي رسانه ها مانند شبکه هاي اجتماعي و رسانه هاي چاپي مانند بيلبوردها و ... تمرکز دارد.

-خدمات

برعکس رستوران‌هاي رسمي در اين رستوران از صندلي‌هاي فست فودي دارد و بيشتر تمرکز آن بر روي سرويس پيشخان، سلف سرويس و بيرون بر مي باشد.

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