



ŁAŃCUCH WARTOŚCI

- Koncepcja łańcucha wartości dodanej stworzona przez Michaela Portera przedstawia działalność przedsiębiorstwa jako ciąg czynności powiązanych ze sobą w logiczną całość, podejmowanych w czasie wytwarzania wyrobu finalnego lub usługi, prowadzących do uzyskania wartości dodanej.

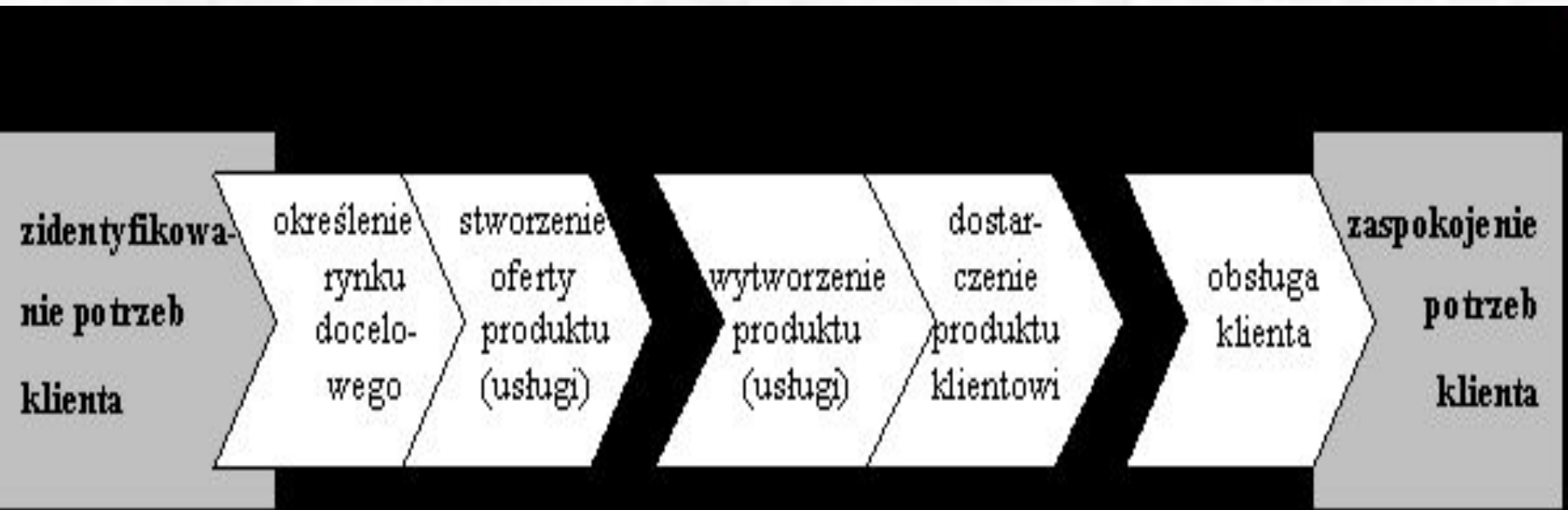
Autor wyróżnił dwa rodzaje czynności kreujących wartość: czynności podstawowe i czynności pomocnicze.

- Czynności podstawowe są bezpośrednio związane z wytworzeniem wyrobu finalnego lub usługi oraz ich sprzedażą czyli jest to podstawowy proces zachodzący w przedsiębiorstwie, obejmujący fizyczne wytwarzanie, sprzedaż, dostarczanie oraz obsługę produktu na rynku.

Schemat 1



Rysunek 1: Ogólny model łańcucha wartości.



- Źródło: R.S. Kaplan, D.P. Norton, Strategiczna karta wyników. Jak przełożyć strategię na działanie, PWN, Warszawa 2001, s. 99.

FUNKCJE POMOCNICZE

- Zarządzanie strategiczne w przedsiębiorstwie
- Polityka kadrowa
- Strategia marketingowa
- Strategia technologiczna
- Strategia finansowa
- Controlling

FUNKCJE PODSTAWOWE

Faza przedprodukcyjna

1. B+R
2. projekt wyrobów
3. zakupy surowców
4. zakupy podzespołów
5. transport do zakładu
6. magazynowanie
7. inne

Produkcja

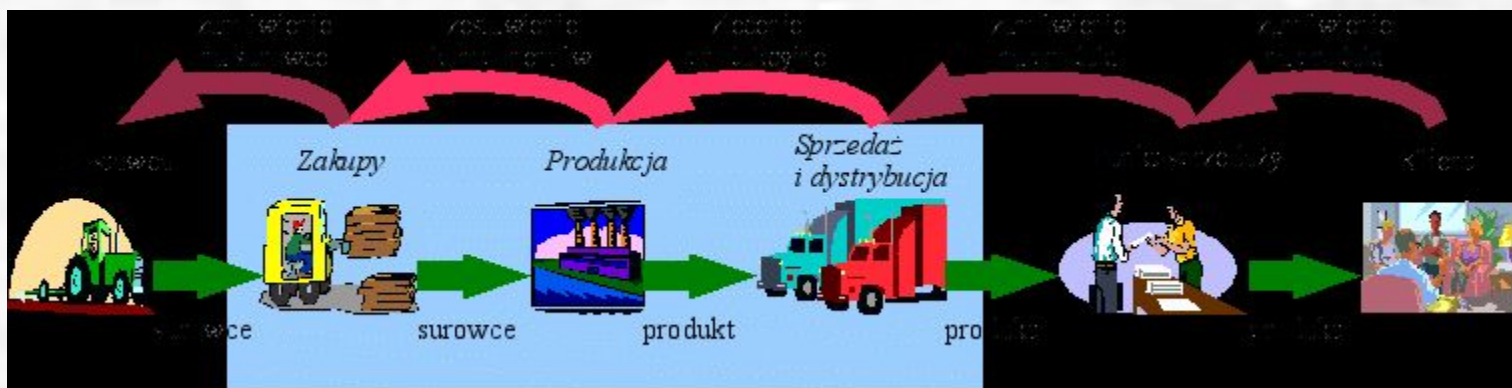
1. produkcja podzespołów
2. magazynowanie części
3. montaż
4. transport wewnętrzny
5. wykańczanie
6. pakowanie
7. magazyn wyrobów got.

Sprzedaż

1. dystrybucja
2. transport
3. naprawy
4. dostawy części
5. konserwacja
6. inne

ZYSK

Rys. 2 Łańcuch wartości przedsiębiorstwa (na podstawie „Analiza strategiczna przedsiębiorstwa” G. Gieroszewska, M. Romanowska str. 158)



ŁAŃCUCH WARTOŚCI ŹRÓDŁA PRZEWAGI KONKURENCYJNEJ

PERSONEL

TECHNOLOGIA

LOGISTYKA

PRODUKT

MARKETING

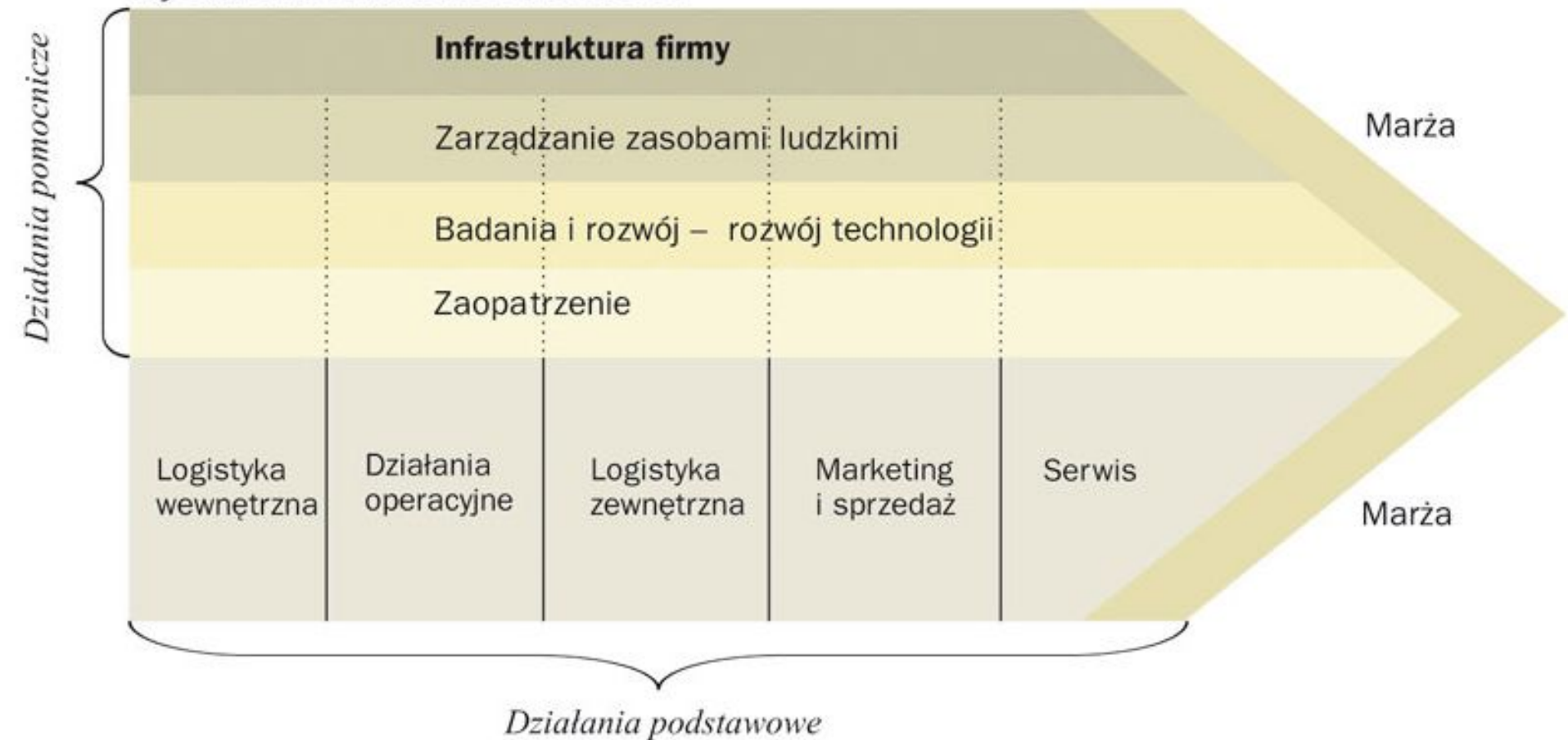
SPRZEDAŻ

Schemat 1



Źródło: M.E. Porter, *Przewaga konkurencyjna...*, op.cit., s. 65

Rysunek 2. Łańcuch wartości



Źródło: M.E. Porter, *Przewaga konkurencyjna. Osiąganie i utrzymywanie lepszych wyników*, Wydawnictwo Helion, Gliwice 2006, s. 65.



Personel

- Nowoczesne metody kierowania
 - Profesjonaliści
- Efektywny system motywacji

Technologia

- Kapitałoooszczędne metody produkcji
 - Produktywność
 - Jakość

Logistyka

- Tanie źródła dostaw
 - Terminowość dostaw
 - Wysoka jakość dostaw
- 



Produkt

- Nowoczesny, wysokiej jakości
 - Oryginalny, markowy
- Odpowiadający popytowi

Marketing

- Rozpoznany rynek
- Promocja, reklama
- Strategia cenowa

Sprzedaż

- Sprawne kanały dystrybucji
- Wysoki poziom usług sprzedaży, serwisu,

-





PERSONEL

Warunkiem utrzymania pozycji firmy jest ciągłe szkolenie personelu i kadry kierowniczej. Udział w szkoleniu:

poprawia motywację do pracy ,

pracownicy głębiej identyfikują się z firmą,

personel łatwiej akceptuje zmiany organizacyjne,

ludzie w organizacji aktywniej uczestniczą w realizacji celów przedsiębiorstwa.





TECHNOLOGIA

Nowoczesna technologia to niepodważalny atut rynkowy firmy, który jest elementem tworzenia przewagi konkurencyjnej.

Nowoczesna technologia pozwala na stałe udoskonalanie produktu, dostosowywanie go do oczekiwań klienta i jego potrzeb,

Nowoczesna technologia często pozwala na eliminowanie drogiej siły roboczej i osiągnięcie efektu skali wytwarzania.

Nowoczesna technologia to jakość.





LOGISTYKA

Minimalizacja zapasów,
Zaopatrzenie just-in-time, door-to-door,
Ograniczanie liczny dostawców,
Specjalizacja dostawców.



PRODUKT

Dobry towar to taki, który posiada wszystkie cechy oczekiwane przez nabywcę, a jednocześnie dostarczony jest w pożądanym przez klienta czasie i miejscu oraz na korzystnych warunkach płatniczych. Dotyczy to również usług.

Produkt pożądaný przez klienta - co to oznacza :

- Lufthansa - specjaliści uważają, że na pasażerów samolotu uspokajająco działa rozpylanie mieszanki zapachowej z miodu, mleka, wanilii, pieczywa.
- Dupont - wprowadził na rynek koreański zapalniczki wydające różne odgłosy.
- Nestle - eksperci uznali, że w czekoladzie ważny jest nie tylko smak, opakowanie ale chrupkość.

Odbiór wizualny towaru:

- Prestiżową nagrodę Industrial Design Excellence Award 1997 - złoty medal otrzymała firma IBM za komputer Aptiva „za przykład awanturniczej przygody z przedmiotem”.
- Apple otrzymał srebrny medal za laptop, o którym napisano, że „nie wygląda jak coś czym należałoby się martwić”.
- Za przełamywanie schematów na biurku otrzymała nagrodę firma Spectrum i Hunt Manufacturing, które wymyśliły zszywacz w kształcie joysticka.
- Do grona nagrodzonych należeli też projektanci Forda KA i terenowego mercedesa, pionowego odkurzacza Panasonic oraz młodzieżowego telewizora „Junior” Samsunga.
-

STANDARYZACJA I JAKOŚĆ

Standaryzacja zaowocowała zwiększoną aktywnością firm w zdobywaniu certyfikatów jakości. W Wielkiej Brytanii w ciągu kilku lat (1992-99) wydano 53 tys. nowych certyfikatów jakości, w Niemczech 10 tys., we Włoszech i Holandii po 4 tys. W Polsce certyfikaty ISO 9000 w 1997r. miało 320 przedsiębiorstw a w 2003 około 30 tys.

MARKETING I SPRZEDAŻ

- Badania rynku i potrzeb klientów (także potrzeb wysublimowanych),
- Klient „specjalistyczny”, klient „masowy”,
- Nisze rynkowe,
- Reklama, informacja o produkcie, metody promocji,
- Organizacja funkcji marketingu w przedsiębiorstwie,
- Sieć dystrybucji - sprzedaż, serwis, pomoc techniczna,
- Tworzenie kultury marketingowej.



Dziękuję