4. 기업 내부 경쟁력 분석

# 경쟁우위 : 산업 내 모든 기업의 평균 수익보다 더 높은 수익을 얻을 때

# 전략, 차별화된 경쟁력과 경쟁적 우위

* 전략 – 경쟁 우위 확보를 위한 수단.
* 차별화 – 타 회사와 다른 강점(비용이 낮다던가 품질이 더 좋다던가..)
* 자원(resource) : 고객을 위한 가치 창출을 가능케 하는 자산(유형 자원 : 공장…, 무형 자원 : 특허, 인력, 직원들의 노하우…)
* 능력(capability) : 자원의 조정 및 운영에 관련된 기량(조직구조, 프로세스, 제어시스템 – 의사결정, 보상 종류, 문화적 기준)
* 전략을 형성화 한 것이 자원과 능력. 자원과 능력이 차별적 경쟁력 창출. 차별적 경쟁력을 구체화하면 전략. 순환구조. – 예시 : Disney

# 경쟁적 우위와 가치창조, 그리고 수익성 – 뛰어난 수익에 관한 이야기!

* 가치 = f(성능, 디자인, 품질, 판매, A/S)
* 가격은 가치에 따라 회사가 옵션을 가지는 것
* 수익성의 기준 – 가치(v), 가격(p), 비용(c), 고객에 의해 창조된 가치 = v- c(클수록 가격을 높일 수 있어서 기업입장에서 좋아!)
* 차별화와 낮은 비용 -> 가치 창출

# 가치사슬

* 회사가 투입을 고객 가치라는 산출물로 전환해가는 일련의 활동
* 주요 활동과 지원 활동으로 구분
* 주요 기업 활동 – 연구개발, 생산, 마케팅과 영업(고객 인식 가치 증진), 고객 서비스

# 경쟁력 우위의 기본요소들

* 효율 : 노동 생산성과 자본 생산성
* 품질 : 속성 – 우수한 제품, 신뢰성, 품질 향상
* 혁신 : 제품 혁신, 프로세스 혁신(생산 시스템, 정보 시스템 등의 개발 -> 비용절감)
* 고객에 대한 반응

# 경쟁력 우위의 지속력

* 자원의 모방 – 유형자원은 쉬운데, 무형자원은 어려워..
* 능력의 모방 – 자원보다 더 모방하기 어려워..

# 경쟁력 우위의 유지력과 실패회피

* 실패원인(관성 : 전략과 구조를 변화하지 않음,