

بسمه تعالی



موضوع تکلیف:

زنجیره ارزش

درس حسابداری مدیریت

استاد محترم:

جناب آقای دکتر یزدی فر

گروه دیده ور و آقایان ارجمندی و ملایری

تهیه و تنظیم:

زهرا دیده ور

شماره دانشجویی: 2201931407

(مجازی) نیم سال اول تحصیلی 94-95

زنجیره ارزش

یه اعتقاد قوی ای تو دنیای تجارت وجود داره که یه زنجیره عرضه کالا و یا یه بنگاه اقتصادی و یا یک فرایند تجاری و یا حتی هر یک از ما کارکنان برای اینکه بتونیم در عرصه رقابت باشیم باید ایجاد ارزش کنیم.

فرآیند ایجاد ارزش یک موضوع پیچیده و چند بعدیه.

مفهوم زنجیر ارزش، برای اولین بار توسط مایکل پورتر پیشنهاد شد و می تونیم بگیم که شامل اون دسته از فعالیت هاییه که شرکت می اد و خلق می کنه. به چه صورت؟ می آد، اون کالا و یا خدماتی رو که برای مصرف کننده ارزشمند و سود آور ه، ایجاد می کنه.

اصلا بینیم این مدلی چی کار می کنه؟

این مدل می آد سراغ سازمانها و شرکتهایی که توانایی ایجاد کردن ارزش و مزیت رقابتی رو دارن و امکان اینو فراهم می کنه که از این شرکتها تجزیه و تحلیل دقیق تری صورت بگیره.

حالا علت اینکه می ان از زنجیره ارزش پورتر استفاده می کنن چیه؟

دلیلش بر می گرده به سال 1985 که پورتر اومد و اینطور مطرح کرد که اگه بخواهید اتفاقاتی رو که تو بحث استراتژی رقابتی، به عنوان جعبه سیاه شرکت مشهوره را آشکارش کنیم و شفاف سازیش کنیم ما نیاز به یه همچین مدلی داریم.

خوب شاید برسید که این مسئله چه ربطی به جعبه سیاه می تونه داشته باشه؟

در جواب می تونیم بگیم همونطور که جعبه سیاه کمک می کنه در شفاف سازی و آشکار شدن اتفاقاتی که به صورت سلسله وار و بهم پیوسته مثل زنجیر که در طول پرواز رخ میده و ضبطش می کنه این زنجیره ارزش هم دقیقا همون کار رو می کنه و باعث میشه اتفاقات پیوسته ایی که تو بحث استراتژی تو شرکت هست آشکار بشه.

حالا استراتژی این شرکت ها می خواد بر اساس استراتژی هزینه پایین عمل کنه که همون استراتژی رهبری هزینه هستش که تاکیدش روی کاهش مستمر هزینه ها با حفظ کیفیت محصوله و یا بر اساس استراتژی تمایزه که تاکیدش بر متمایز بودن کالا هستش.

حالا تنها و مهمترین مسئله ای که باید اینجا گفته بشه تعریف زنجیره ارزشه.

می گیم زنجیره ارزش به مجموعه ای از عملیات هست که تو یه صنعت به صورت زنجیر گونه انجام میشه تا اینکه یه ارزشی رو خلق کنه. محصولات از حلقه های این زنجیره عبور می کنن و در هر حلقه یه ارزشی به محصول نهایی افزوده میشه.

یا به تعریف ساده تری اگه بخواهیم از زنجیره ارزش داشته باشیم می تونیم بگیم که زنجیره ارزش یک ابزار استراتژیک و راهبردی که به درک بهتر مزیت های رقابتی شرکت کمک می کنه تا در چه موارد می تونه ارزش مورد انتظار مشتری افزایش پیدا کنه یا هزینه کاهش پیدا کنه.

برای اینکه یه مقدار ذهنیت بهتری پیدا کنید در مورد زنجیره ارزش یه نمونه زنجیره ارزش در یه بنگاه تولیدی خدمت شما نشان داده خواهد شد که شامل:

تأمین مواد - تحقیق و توسعه - طراحی کالا و خدمات - تولید - بازاریابی - توزیع - خدمات پس از فروش می باشد.

پرسشها جهت تحلیل زنجیره ارزش:

1- مشتری کیست؟ مشتریان از طریق وجه نقدی که پرداخت می کنند به ارزش دریافتی خودشون نمره می دن.

2- ارزش چیست؟ از سه دیدگاه ارزش را تعریف می کنیم.

الف) از دید مشتری: که خودش شامل دو قسمت می باشد "

1- ارزش مشهود مثل: احساس رضایت - سرعت دسترسی - کیفیت - خدمات پس از فروش

2- ارزش نامشهود مثل: علائم تجاری - شهرت تولید کننده

ب) از دید سهامدار: که خودش شامل دو قسمت می باشد"

1- ارزش مشهود شامل: سهم از بازار بیشتر - سود بیشتر - هزینه های عملیاتی کمتر

2- ارزش نامشهود شامل: توانایی تیم مدیریت - ریسک کمتر

ج) از دید کارکنان: ارزش مورد انتظار کارکنان به اندازه ایجاد ارزش مورد نظر مشتریان و سهامداران حایز اهمیت است.

بنگاه اقتصادی بدون داشتن کارکنان متخصص و کارآمد و شاداب و راضی نمی تواند کالا یا خدمت مورد انتظار مشتریان را فراهم کند.

فعالیت های یک زنجیره ارزش:

فعالیت های زنجیره ارزش به دو دسته اصلی و پشتیبانی تقسیم می شوند.



1- فعالیت های اصلی, شامل:

1) تدارکات داخلی: دریافت و ذخیره سازی و انبار داری و کنترل

2) عملیات: تمام کارهایی که ورودیها را به خروجی ها تبدیل می کنه.

3) تدارکات خارجی: تمام فعالیت هایی که به منظور رساندن محصول آماده به

مشتری صورت می پذیرد. انبار کردن و تکمیل سفارش و حمل و نقل

4) بازاریابی و فروش: شامل فعالیت هایی که خریدار را وادار به خرید محصول می

کند. تبلیغات و قیمت گذاری

5) خدمات: خدماتی که ارزش محصول را برای مشتری افزایش می دهد. پشتیبانی از مشتری و خدمات تعمیر و پاسخگویی تلفنی

2- **فعالیت های پشتیبانی** : فعالیت های پشتیبانی یا حمایتی در زنجیره ارزش کمک می کنند تا فعالیت های اصلی بهتر و سریعتر انجام شود و شامل

- 1) تأمین : تأمین مواد اولیه و سرویس برای قطعات و ماشین آلات و ساختمان ها
- 2) توسعه تکنولوژی : شامل توسعه تکنولوژی به منظور پشتیبانی از فعالیت های زنجیره ارزش مثل تحقیق و توسعه و طراحی و طراحی مجدد.
- 3) مدیریت منابع انسانی: شامل فعالیت های تأمین نیروی انسانی و آموزش و ایجاد رشد در آنها و پرداخت حقوق و دستمزد آنها.

4) زیرساختهای شرکت : مدیریت عمومی و حسابداری و مالی و مدیریت کیفیت سازمانها می کوشند با انجام فعالیت ها در بیش از یک حلقه ارزش افزوده در زنجیره ارزش تولید کالا، قیمت تمام شده کالای خود را پایین آورده و برای خود مزیت رقابتی ایجاد کنند.

اگر سازمان در زنجیره ارزش کالا حرکت کند به آن استراتژی یکپارچگی می گویند.

یکپارچگی افقی: زمانی رخ می دهد که شرکت بطور یکسان هم در راستای ارزش نهادن به مشتری پیش میره و هم در راستای ارزش نهادن به تأمین کنندگان اگر این حرکت به سمت مصرف کننده و توزیع کننده باشد به آن استراتژی یکپارچه رو به بالا و اگر به سمت تولید مواد اولیه و تأمین کنندگان مواد اولیه باشد به آن استراتژی یکپارچگی رو به پایین می گویند.

1- **زنجیره ارزش قلب فرآیند ایجاد ارزش است.**

2- **هر فعالیت و فرآیندی که در زنجیره ارزش بنگاه مشارکت نداشته باشد جز فعالیت های فاقد ارزش افزوده قرار می گیرد.**