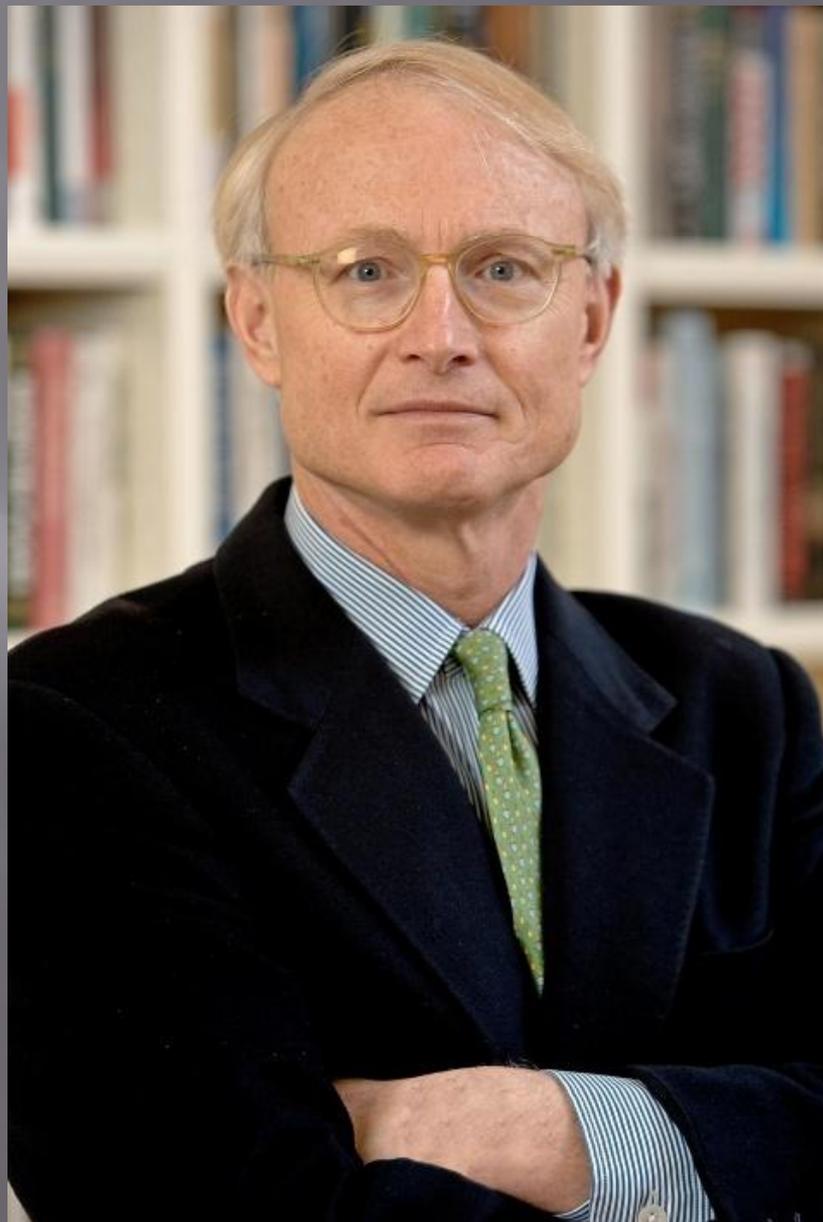


ЦЕПОЧКА ЦЕННОСТЕЙ

(value chain)

Цепочка ценностей по М.Портеру.

Под цепочкой ценностей (value chain), следуя М. Портеру, будем понимать согласованный набор видов деятельности, создающих ценность для предприятия, начиная от исходных источников сырья для поставщиков данного предприятия вплоть до готовой продукции, доставленной конечному пользователю, включая обслуживание



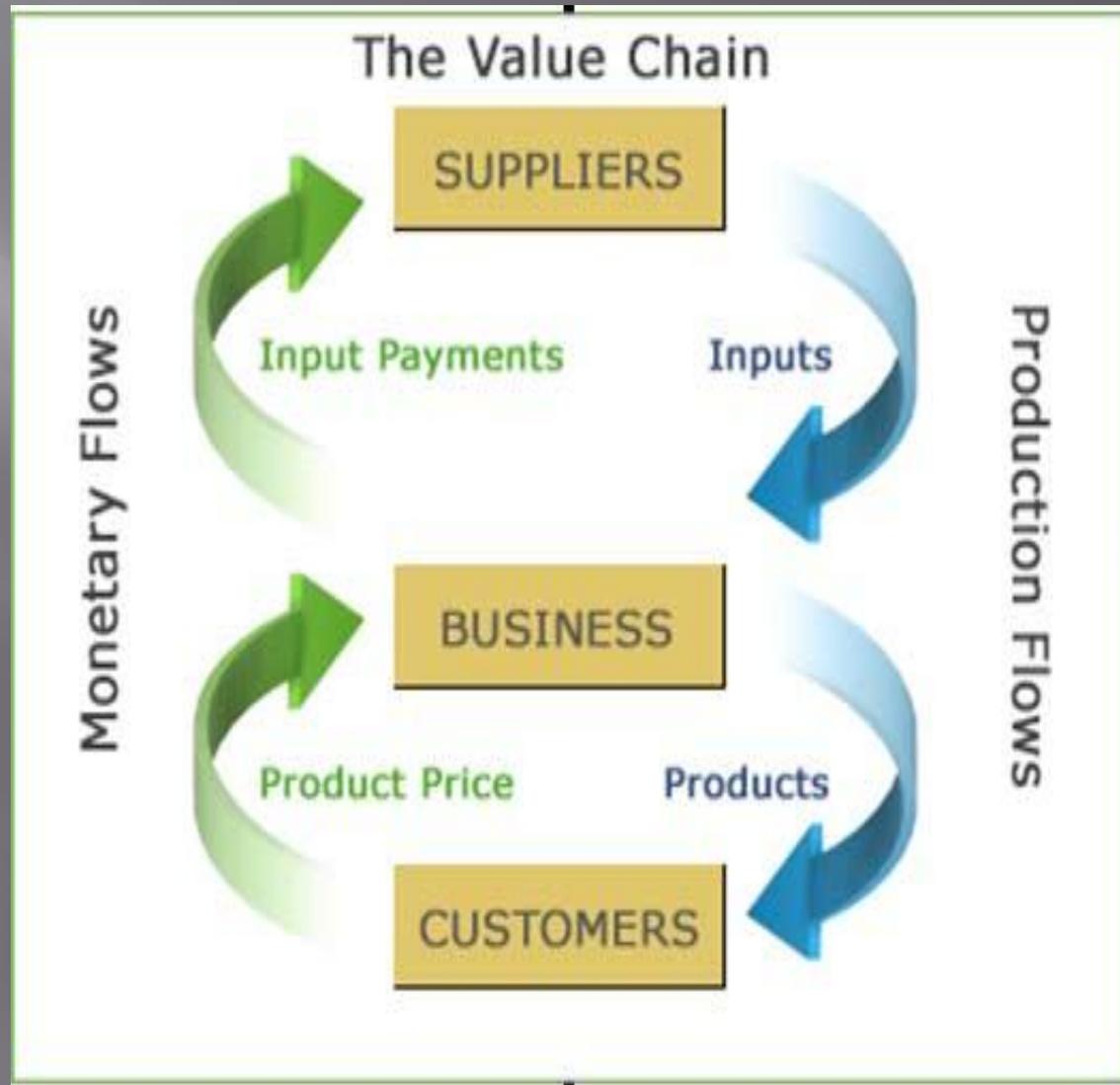
Использование концепции цепочки ценностей



Классический вид цепочки ценностей по Портеру

Использование концепции цепочки ценностей

Со стратегической точки зрения концепция цепочки ценностей предполагает, по крайней мере, четыре направления увеличения прибыли: связь с поставщиками, связь с потребителями, технологические связи внутри цепочки ценностей одного подразделения предприятия, связи между цепочками ценностей подразделений внутри предприятия.



Цепочка ценностей бумажной промышленности.

На рисунке изображена цепочка ценностей на уровне отрасли в целом. Аналогичные цепочки создаются на уровне предприятия и отдельного подразделения предприятия.



- ▣ Ценностная цепь включает в свой состав все виды деятельности организации (звенья цепи), направленные на *создание ценности для потребителя*. В классической модели организации эти виды деятельности включают разработку, производство, маркетинг, сбыт и поддержку ею своих продуктов.

*Виды
деятельности*

```
graph TD; A[Виды деятельности] --> B[Основные виды деятельности]; A --> C[Поддерживающие виды деятельности]; B --> D[Входная логистика]; B --> E[Производственные операции]; B --> F[Выходная логистика]; C --> G[Инфраструктура организации];
```

*Основные виды
деятельности*

*Поддерживающи
е виды
деятельности*

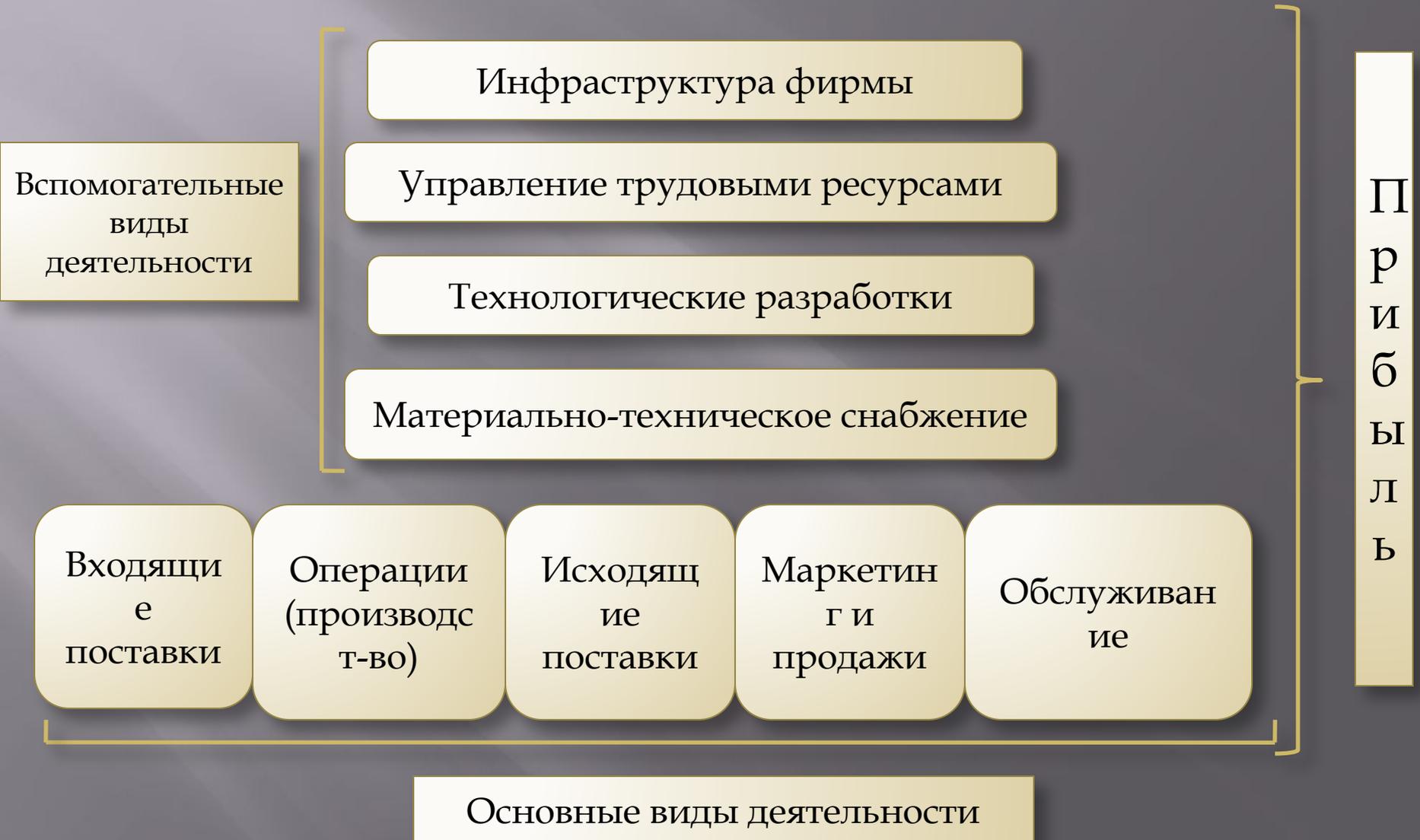
*Входная
логистика*

*Производственн
ые операции*

*Выходная
логистика*

*Инфраструкту
ра организации*

Обычно цепочку создания ценности представляют в виде схемы:



- **Цепочка ценностей компании отражает набор связанных между собой направлений деятельности и функций, выполняемых внутри фирмы.** Эта цепь включает в себя границы прибыли, так как надбавка к затратам фирмы по созданию стоимости обычно включается в итоговую цену (или полные издержки), уплачиваемую покупателями - получение стоимости, превышающей затраты на ее создание, является основной целью бизнеса. Прибыль обозначает разницу между произведенной общей стоимостью и совокупными издержками по всем видам деятельности.
- **Цепочка ценностей компании позволяет определить основные виды деятельности, создающие стоимость для потребителя, и вспомогательные виды деятельности.** Цепочка ценностей является средством для стратегической оценки, связи между видами деятельности, осуществляемыми внутри фирмы и за ее пределами, что важно для разработки стратегии, а также для определения того, как можно развить существующие преимущества (мастерство).