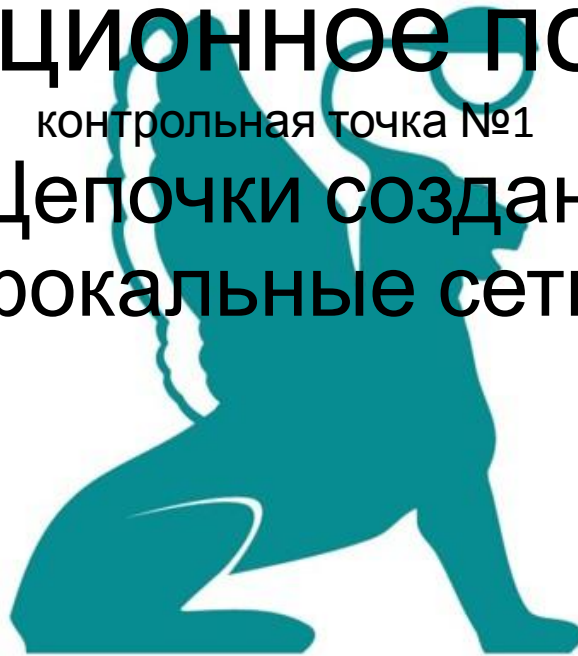


Теория организации и организационное поведение

контрольная точка №1

тема работы: Цепочки создания ценности и
фокальные сети



САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

Направление: УЧР

Выполнил студент:

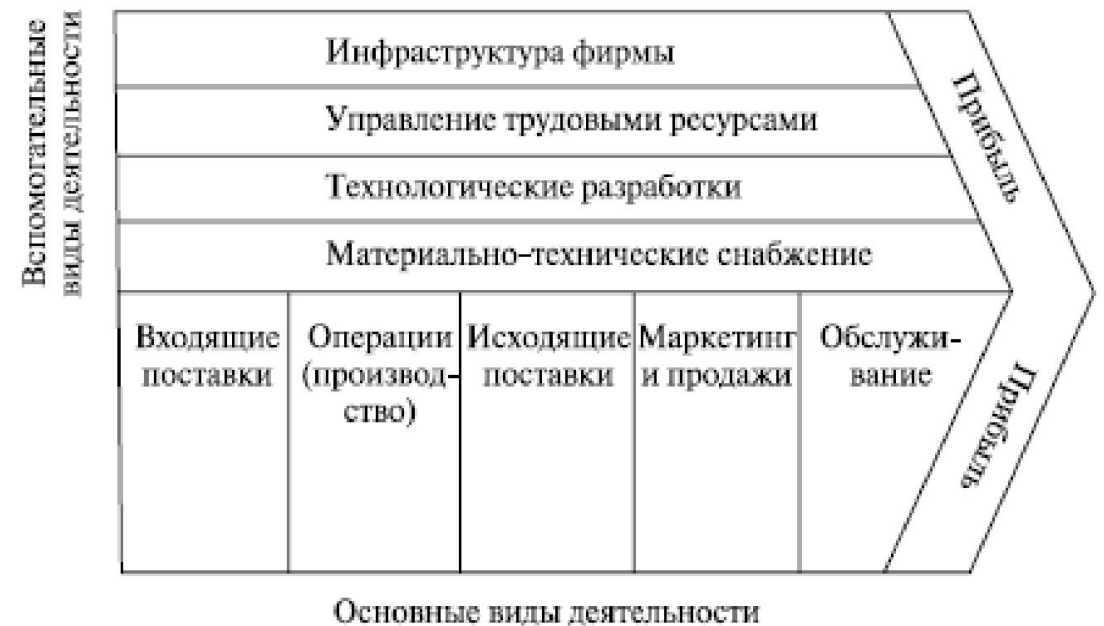
1 курса, группы М-817

Зарандия В.В.

Преподаватель: Русецкая О.В.

Цепочка создания ценности, модель М. Портера

Как известно, понятие «цепочка создания ценности» было введено М. Портером. Оно не только прижилось, но и довольно быстро приобрело широкую популярность. Идея М. Портера – основателя «школы позиционирования» – состояла в том, что ценность продукта или услуги для потребителя зависит от того, насколько преуспела компания в выполнении единого комплекса действий по разработке, производству, выведению на рынок, поставки и поддержки соответствующего продукта (услуги). Отсюда следует вывод о необходимости тщательного анализа и координации основной и вспомогательной деятельности компании.



Развитие модели Портера его последователями

Если М. Портер изначально подразумевал, что цепочка создания ценностей выстраивается в рамках одной отдельно взятой фирмы, то среди его многочисленных последователей довольно скоро выделились сторонники более широкого подхода, в котором рассматривается цепочка создания ценности как сеть организаций, вовлеченных в последовательный многоступенчатый процесс создания ценности для конечного потребителя.

Общая модель цепочки ценностей



Цепочка ценностей



Производство на склад



Сборка на заказ



Изготовление по заказу

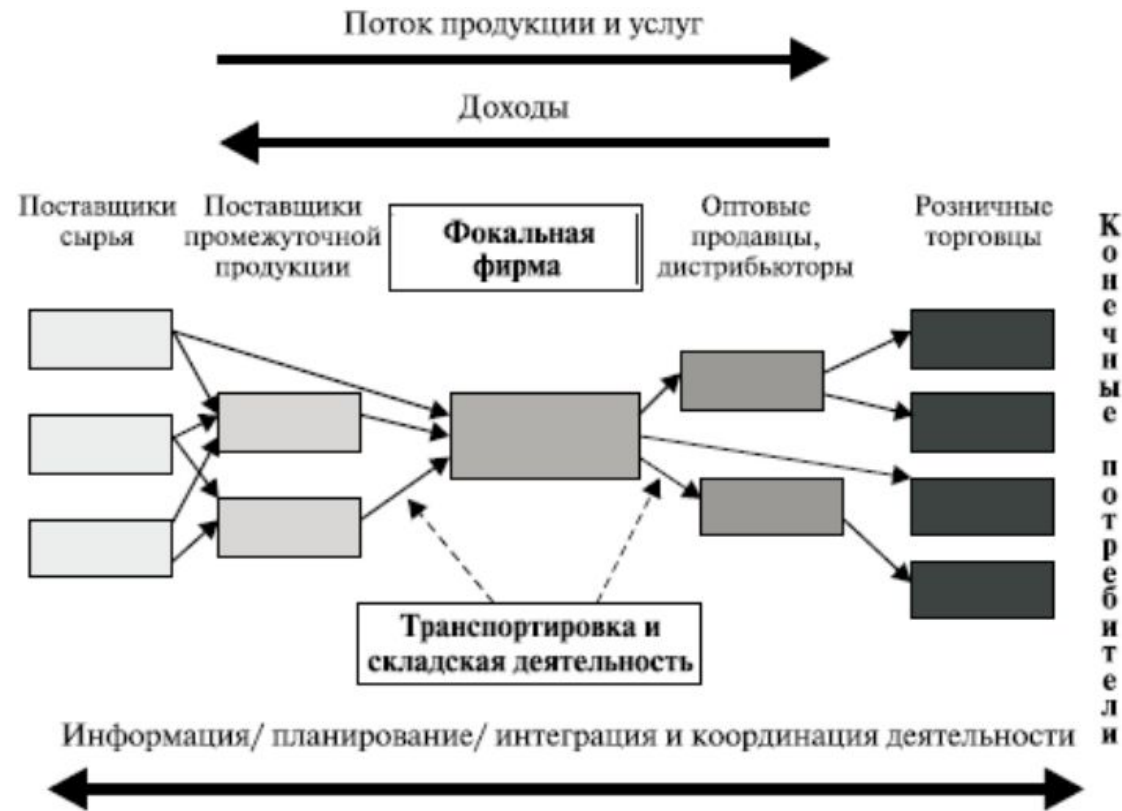
Особенности *цепочек (сетей) создания ценности*, действующих на современных отраслевых рынках

Цепочка (сеть) создания ценности имеет долгосрочную ориентацию и состоит из партнеров, обладающих равными правами и обслуживающих специфические рынки или заказы клиентов.

Преимуществам сетей создания ценности

- повышение конкурентоспособности вследствие затрудненности копирования продуктов и процессов;
- обеспечение дополнительных возможностей управления рисками: покупатели, как видно из приведенного выше примера, более уверены в продукте, имея возможность проследить его историю вплоть до места происхождения поставщики имеют надежный рынок сбыта;
- создание лучших условий доступа на рынок и сокращение времени на адаптацию к изменяющимся запросам потребителей

Выделение фокальной фирмы в сети создания ценности



Фокальные сети

Фокальная сеть – это форма вертикальной квазиинтеграции, отличительным признаком которой является наличие доминирующей центральной единицы, которая координирует иерархическими методами деятельность сгруппированных вокруг нее экономических агентов.

Динамическая фокальная сеть

Она сгруппирована вокруг одной доминирующей центральной единицы, которая координирует деятельность по созданию ценности иерархическими методами.

Фокальная сеть поставок

демонстрирует большую схожесть с цепочками создания ценности, с той разницей, что для фокальной сети поставщиков характерно стратегическое лидерство одной центральной (фокальной) компании, имеющей прямые и не прямые связи с другими компаниями в рамках жестко сформированной вертикальной структуры.



Заключение

Характеризуя *цепочку (сеть) создания ценности*, мы определили ее как устойчивую структуру, имеющую долгосрочную ориентацию и состоящую из партнеров, имеющих в целом равные права и обслуживающих специфические рынки или заказы клиентов.

К *фокальным сетям*, отличительным признаком которых является наличие доминирующей центральной единицы, координирующей иерархическими методами деятельность сгруппированных вокруг нее экономических агентов, мы относим *фокальную сеть поставок* и *динамическую фокальную сеть*.

Список используемой литературы

Шерешева М.Ю. Формы сетевого взаимодействия компаний.
– М.: Изд. дом Гос. Ун-та – Высшей школы экономики, 2010.

Вопросы

1. В чем состоялась идея Портера в создании цепочки?
2. Типы фокальных сетей?
3. В чем различие между видами фокальных сетей?



ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

WWW.UNECON.RU
