

عنوان مقاله:

تحلیل و ارزیابی زنجیره های ارزش استراتژیک در یک کسب و کار

محل انتشار:

ماهنامه برندآفرین، دوره 4، شماره 45 (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسنده:

فرشید صارمی - دانش آموخته MBA موسسه آموزش عالی ترجمان علوم

خلاصه مقاله:

آنالیز ارزش استراتژیک یک مبحث جدید می باشد که ارزش شرکت را از طریق ارزیابی ارزش پیشنهادی، زنجیره های ارزش، محرک های ارزش و در نهایت محرک های استراتژیک بررسی می کند. این فصل روشی را برای انجام آنالیز ارزش استراتژیک ارائه می کند. مرحله اول شناسایی ارزش و قاعده مند کردن (فرمول بندی) ارزش است. شناسایی ارزش از محرک های استراتژیک و تحلیل محرک های ارزش تشکیل شده است که هدف آن کشف رابطه سه گانه بین محرک های استراتژیک، محرک های ارزش و "مزیت رقابتی - انتخاب موقعیت بازار" است. فرمول بندی ارزش یک فرآیند برنامه ریزی است که نشان می دهد چگونه مزیت های رقابتی یک شرکت می تواند از طریق اهداف مشخص، برنامه های استراتژیک و اقدامات مرتبط، تحقق یابد. این مسیری است که منجر به تبدیل ایده ها به واقعیت شده و موجب خلق ارزش تجاری می شود.

کلمات کلیدی:

Strategic value analysis, business drivers, value drivers, strategic plan

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1845069>

