

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/statya/222395>

Тип работы: Статья

Предмет: Менеджмент

-

МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К СОЗДАНИЮ ЦЕННОСТИ В ОРГАНИЗАЦИИ

Каждая компания в поиске своих конкурентных преимуществ, создает некую цепочку ценностей, качество и направленность которой зависит от того, как в организации выполняются различные виды деятельности. В цепочке ценностей обязательно должны присутствовать очень тесные связи между отдельными звеньями (видами деятельности), только тогда обуславливается возможность формирования реальной ценности продукта для потребителя. Чаще всего качество реализации одного вида деятельности оказывает прямое влияние на эффективность других видов деятельности, которые осуществляет организация, или на конечную стоимость производимого продукта. Данная концепция основана на теории создания цепочки ценностей, которая принадлежит М. Портеру.

Согласно данной теории, существует ряд ключевых функций организации, которые важны для создания ценного продукта для потребителя. Поэтому уровень конкурентоспособности компании напрямую зависит от того, в каком качестве и количества она реализует эти функции, а также от уровня их взаимосвязи.

Ключевые слова: конкурентоспособность, ценность, цепочка ценностей, ключевые функции организации, конечная стоимость продукта.

METHODOLOGICAL APPROACHES TO CREATING VALUE IN AN ORGANIZATION

Each company, in search of its competitive advantages, creates a certain value chain, the quality and focus of which depends on how the organization performs various activities. In the value chain, there must be very close ties between individual links (types of activities), only then the possibility of forming the real value of the product for the consumer is conditioned. Most often, the quality of the implementation of one type of activity has a direct impact on the efficiency of other activities that the organization carries out, or on the final cost of the product produced. This concept is based on the theory of value chain creation, which belongs to M. Porter.

According to this theory, there are a number of key organizational functions that are important in creating a valuable product for the consumer. Therefore, the level of competitiveness of a company directly depends on the quality and quantity of these functions, as well as on the level of their relationship.

Keywords: competitiveness, value, value chain, key functions of the organization, the final cost of the product.

Библиографический список:

1. Руденко, М.Н. Управление процессом создания потребительской ценности как основа формирования конкурентных преимуществ в предпринимательстве / М.Н. Руденко // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. – 2015. – № 1(211). – С. 161-170.
2. Синяя птица. Творческое развитие людей с ОВЗ. Официальная группа // Вконтакте. Социальная сеть. – [Электронный ресурс] <https://vk.com/bluebirdcenter> (Дата обращения: 24.12.2021).

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/statya/222395>