



ProjeCenter

www.ProjeCenter.ir

📷 | @projehcenter

👉 | @projehcenter_ir



...

فهرست مطالب

موضوع	صفحه
منابع داخلی و مزیت رقابتی:	۲
منابع مالی:	۵
تجزیه و تحلیل زنجیره ارزش:	۷
نقاط قوت و ضعف داخلی:	۱۱
مقدمه:	۱۱
رابطه بین واحدهای وظیفه‌ای سازمان:	۱۲
یکپارچگی استراتژی و فرهنگ:	۱۳
مدیریت:	۱۴
مالی / حسابداری:	۲۲
فهرستی از پرسش‌های مربوط به بررسی عوامل داخلی	۲۳
بازاریابی	۲۵
امور مالی	۲۶
تولید	۲۷
تحقیق و توسعه	۲۸
سیستم اطلاعات رایانه	۲۹
تکنیکهای پایه:	۳۰
منحنی تجزیه:	۳۰
منحنی تجربه و تعیین قیمت:	۳۳

۳۴	تغییر شیب منحنی تجربه در طول زمان:
۳۴	ارزیابی منحنی تجربه و تازه واردین:
۳۵	منحنی تجربه و مراحل مختلف تولید:
۳۷	تکنیکهای جدولی:
۳۸	ارزیابی عوامل درونی: مدل GE
۳۸	تعریف عوامل کلید درونی:
۴۱	تکنیک کارت سفید:
۴۳	وجه یادگیری در رشد
۴۴	مقدمه
۴۵	قابلیتهای نیروی کار
۴۶	معیارهای اصلی سنجش وضعیت کارکنان
۴۷	اندازه‌گیری رضایت کارکنان
۴۸	سنجش نگهداری کارکنان
۴۸	سنجش بهره‌وری نیروی کار
۴۹	معیارهای سنجش عوامل ایجاد کننده رشد و یادگیری
۵۰	بهبود مهارت کارکنان
۵۲	زیر ساخت‌ها و سیستم‌های اطلاعاتی
۵۳	معیار پیشنهادات اجرا شده برای سنجش انگیزه کارکنان
۵۳	معیارهای بهبود عملکرد در اثر پیشنهادات
۵۳	معیارهای هم‌جهتی افراد و سازمان
۵۴	کمبود معیارهای سنجش در زمینه یادگیری و رشد

۵۵	ارتباط معیارهای سنجش با استراتژی سازمان
۵۶	روابط علت و معلولی
۵۶	عوامل تعیین کننده عملکرد
۵۷	ارتباط با معیارهای سنجش عملکرد مالی
۵۸	معیارهای سنجش استراتژیک درمقابل معیارهای کنترل عملکرد
۵۹	پیگیری معیارهای مناسب از راههای نامناسب
۶۱	مقدمه
۶۳	معیارهای اصلی سنجش وضعیت مشتریان
۶۳	ب- حفظ و نگهداری مشتریان
۶۵	خلاصه معیارهای اصلی
۶۶	معیارهای سنجش عوامل ایجاد ارزش برای مشتریان
۶۷	مدل عمومی ارزش ایجاد شده برای مشتریان
۶۷	بازخور از مشتریان
۶۸	مقدمه
۶۹	زمینه های استراتژیک برای وجه مالی
۷۳	مقدمه
۷۴	زنجیره اندشی فرایندهای داخلی:
۷۵	الگوی دوم
۷۵	فرآیندهای اصلی
۷۵	لجستیک داخلی:
۷۶	لجستیک خارجی:

- ۷۸ معیارهای سنجش فرآیند تحقیق و توسعه
- ۷۹ معیارهای سنجش طراحی و توسعه محصول
- ۸۰ معیارهای سنجش کیفیت
- ۸۱ معیارهای سنجش هزینه

مدیریت سازمانی برای

رقابت و فروش کالا

(بازارهای داخلی و خارجی)

منابع داخلی و مزیت رقابتی:

منابع و توانایی‌هایی که می‌تواند منجر به مزیت رقابتی شود، در هر کار و فعالیتی متفاوت است و حتی می‌تواند در طول زمان متغیر باشد.

بطور کلی منابع و توانایی‌های داخلی سازمان به چهار دسته کلی تقسیم می‌شوند که عبارتند از :

منابع مالی، فیزیکی، انسانی و سازمانی، در اصل تواناییها و منابع جزء عوامل قوت سازمانی شمرده می‌شوند که می‌تواند به مزیت رقابتی تبدیل شوند در صورتی که سه شرط زیر تحقق یابد:

۱- منابع و توانایی‌ها با ارزش باشند.

اینها اجازه می‌دهند که شرکت از فرصت‌هایش بهره‌برداری کند و با تهدیدها را خنثی کند. برای مثال شرکت سونی توانسته است که توانایی طراحی، ساخت و فروش وسایل الکترونیکی خود را توسعه دهد. این توانایی برای سهامداران خارجی مثل فروشندگان با ارزش است.

۲- منابع و توانایی‌ها منحصر به فرد باشند.

اگر یک سازمان، تنها سازمانی باشد که از یک توانایی برخوردار است در این صورت آن توانایی منبع مزیت رقابتی برای آن سازمان می‌باشد، ولی اگر سازمانهای

متعددی یک منبع و یا توانایی مشخص را دارا باشند، در این صورت آن سازمانها، مشابهت در رقابت دارند و هیچ کدام مزیتی بر دیگری ندارد.

۳- منابع و تواناییها به سختی قابل تقلید باشند.

شرکت‌های رقیب با تقلید از یک منبع و یا توانایی موجب زیان شرکت پیشتاز می‌شوند. اگر در ایجاد سودآوری مزیت شرکت ماندگار باشد سود با ارزش‌تر خواهد بود. پس می‌توان گفت که شرکتی می‌تواند از مزیت رقابتی بلندمدت استفاده کند که شرکت‌های رقیب نتوانند از آن تقلید نمایند.

برای مثال مک دونالد، چندین سال است که رقبايش را بخاطر موقعیت بهتر منابع فیزیکی) و عملکرد با کیفیت بالای سیستم که محصول مناسب را با قیمت پایین تحویل می‌دهد. (یک منبع سازمانی)، از صحنه بیرون کرده است.

یک شرکت برای بدست آوردن سود از یک منبع واحد و با ارزش، باید سازماندهی شود. برای مثال، زیراکس یک آزمایشگاه تحقیقاتی به نام پارک (Park) را ایجاد کرد که توانست در اواخر دهه ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ یک نوآوری شگفت‌انگیز در تکنولوژی پدید آورد که شامل کامپیوترهای شخصی، موسی، پرینترهای لیزری و نرم افزارهایی از نوع ویندوز بود. البته این شرکت سودی از این نوآوری نبرد، چرا که سازماندهی مناسب برای انجام اینکار را نداشت. برای مثال، ارتباطات ضعیف باعث شد که بیشتر مدیران شرکت زیراکس از کراهایی که مؤسسه تحقیقاتی پارک انجام می‌داد با خبر نشوند.