

Koncepcje poszukiwania i tworzenia źródeł przewagi konkurencyjnej w łańcuchu wartości przedsiębiorstwa

Streszczenie

W artykule zwrócono uwagę, iż kierownictwo przedsiębiorstwa może poszukiwać źródeł przewagi konkurencyjnej na rynku w efektywnym ukształtowaniu jego struktury łańcucha wartości. Aby zidentyfikować te źródła oraz skupić się na właściwych procesach tworzących wartość dodaną dla klienta oraz dla pozostałych interesariuszy, kierownictwo powinno dokonać oceny efektywności istniejącego łańcucha wartości. W tym zakresie ważnym zadaniem jest wskazanie, co jest najcenniejszym źródłem przyczyniającym się do osiągnięcia przewagi konkurencyjnej istniejącego łańcucha wartości. Aby skonfigurować łańcuch wartości przedsiębiorstwa osiągający najwyższą wartość dodaną akceptowaną przez końcowego klienta, kierownictwo powinno uwzględniać w jego wyborze i strukturze różnorodne koncepcje, które z upływem czasu podlegają także wielu zmianom.

W oparciu o analizę literatury, w artykule objaśniono podstawowe terminy: „łańcuch wartości”, „przewaga konkurencyjna”, oraz zaprezentowano źródła przewagi konkurencyjnej w łańcuchu wartości przedsiębiorstwa. W artykule skoncentrowano się głównie na przedstawieniu klasyfikacji i przeglądu wybranych koncepcji, które pozwalają kierownictwu firmy na skonfigurowanie łańcucha wartości przedsiębiorstwa a przede wszystkim na właściwy wybór i wykorzystanie skutecznych źródeł przewagi konkurencyjnej. Ponadto szerzej przedstawiono jedną z grup koncepcji ujętych w klasyfikacji, a mianowicie koncepcje źródeł przewagi konkurencyjnej oparte na zasobach. W obecnych czasach stanowią one istotną inspirację dla menedżerów firm w doskonaleniu struktury łańcucha wartości.

Słowa kluczowe: łańcuch wartości, przewaga konkurencyjna, źródła przewagi konkurencyjnej, zasobowe koncepcje przewagi konkurencyjnej

Klasyfikacja JEL: L1, L6, M2

Concepts of searching and creating of competitive advantage sources in an enterprise's value chain

Abstract

In the article has emphasized that business executives can look for sources of competitive advantage in the market in the effective shaping of its value chain structure. In order to identify these sources and focus on the relevant processes creating value-added for the customer and other stakeholders, management should evaluate an effectiveness of an existing value chain. In this respect, it is important to point out what is the most valuable source that contributes to the competitive advantage of an existing value chain. In the goal of configure an enterprise's value chain achieving of the highest added value accepted by the end customer, management should include in its selection and structure a variety of concepts that changing with time.

Based on the literature analysis, has been explained the main terms "value chain", "competitive advantage" and has been presented sources of competitive advantage in an enterprise's value chain. In the article has been focused mainly on the presentation of the classification and review of selected concepts that allow the managers of a company for configuring of an value chain and above all, to properly select and use effective sources of competitive advantage. In addition, has been presented in more detail one of the group of concepts included in a classification, namely the concepts of sources of competitive advantage based on resources. At present they are an important inspiration for managers in identifying and improving a structure of a value chain.

Key words: value chain, competitive advantage, a source of the competitive advantage, resource concepts of the competitive advantage

¹ Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, Wydział Zarządzania, Katedra Procesu Zarządzania, 31-510 Kraków, ul. Rakowicka 27, e-mail: walasj@uek.krakow.pl