

Virksomhedens ressourcer og kompetencer

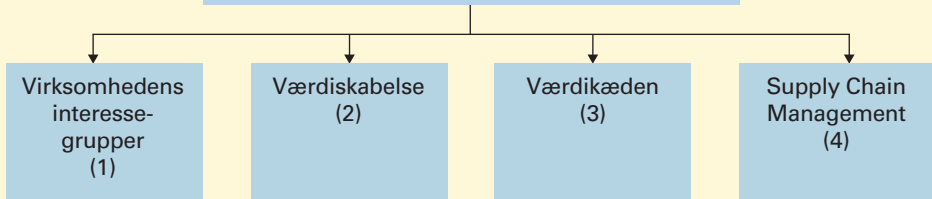


Fig. 2.1 Strukturen i kapitel 2.

Stakeholderkortet

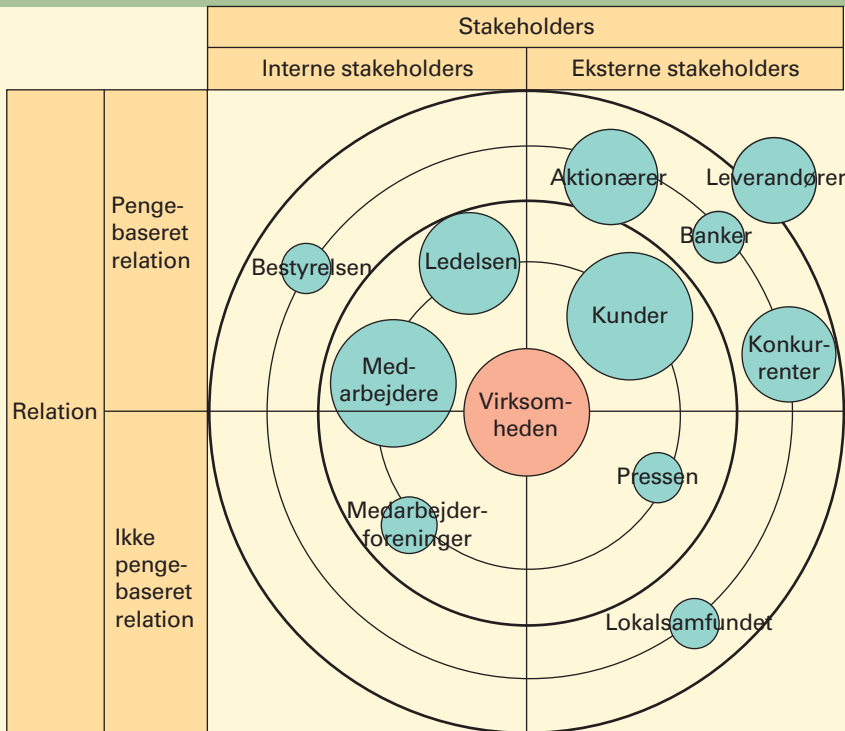


Fig. 2.2 Stakeholderkortet.

Kilde: Adapteret fra Casper Janns og Frank Dybdal: Stakehold!, Børsens Forlag A/S, 2002.

Interessegruppers bidrag og krav til virksomheden

Interessegruppe	Bidrag	Krav
Ejere	Risikovillig kapital	Økonomisk afkast
Ledelse	Ledelse og styring	Acceptabel gage, handlefrihed, karriere, prestige
Medarbejdere	Arbejdsindsats	Acceptabel løn, meningsfuldt job, gode kolleger, loyalitet fra ledelsen
Kunder	Betaling for modtagne varer	Produktets funktioner og kvalitet svarer til forventningerne. Virksomheden udviser samfunds- og miljøhensyn
Melleghandlere	Salgsarbejde og distribution	Acceptabel fortjeneste
Leverandører	Konkurrencedygtige produkter	Acceptabel fortjeneste
Långivere	Kapital	Acceptabel forrentning. Rimelig risiko

Fig. 2.3 Eksempel på en virksomheds interessegrupper (stakeholders) samt deres bidrag og krav til virksomheden.

Ressourcer, kompetencer og værdiskabelse



Figur 2.4 *Sammenhængen* mellem ressourcer, kompetencer, kernekompetencer, konkurrencefordele og værdiskabelse.

Kano's model

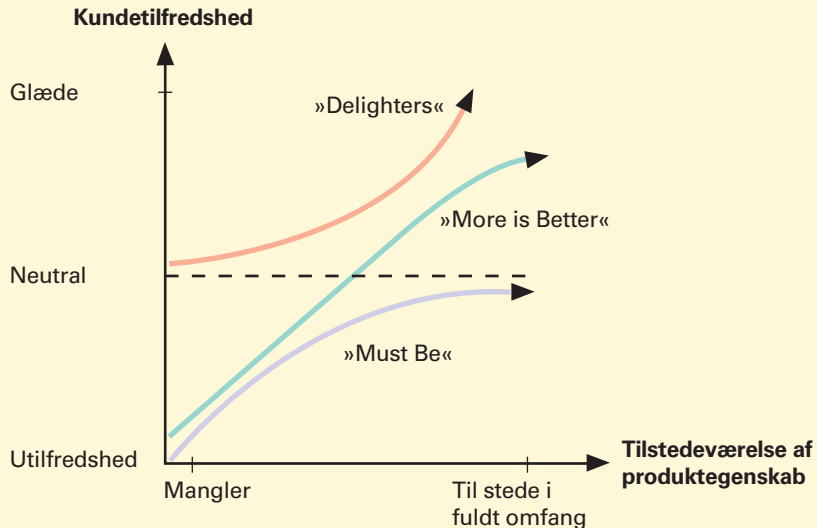


Fig. 2.5 Sådan skabes der kundetilfredshed.

Værdikæden

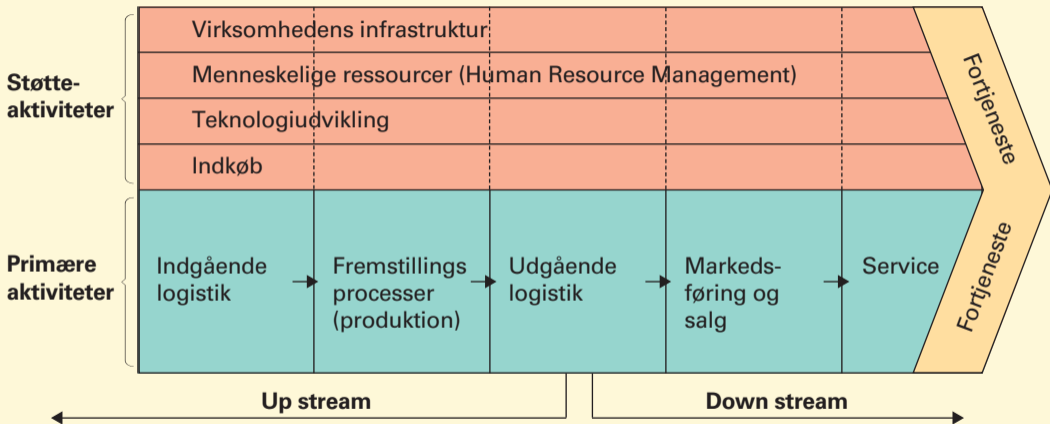


Fig. 2.6 Værdikæden.

Kilde: Adapteret fra Michael Porter: Competitive Advantage, The Free Press, 1985.

Den forenklede værdikæde

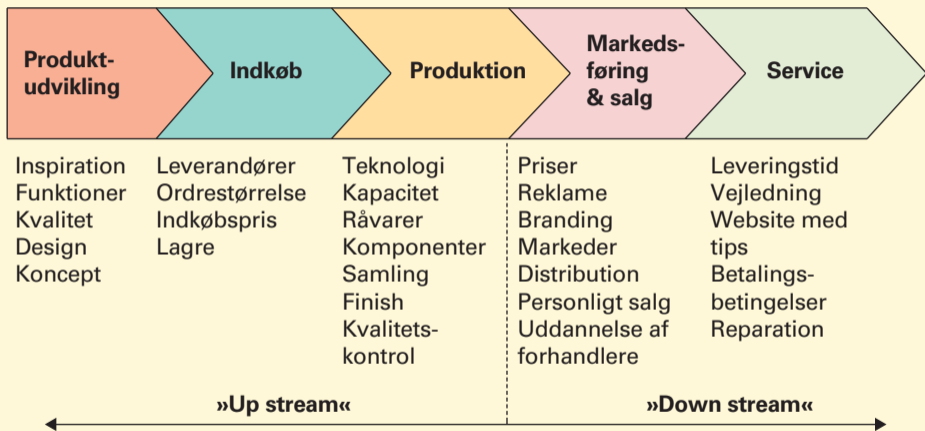
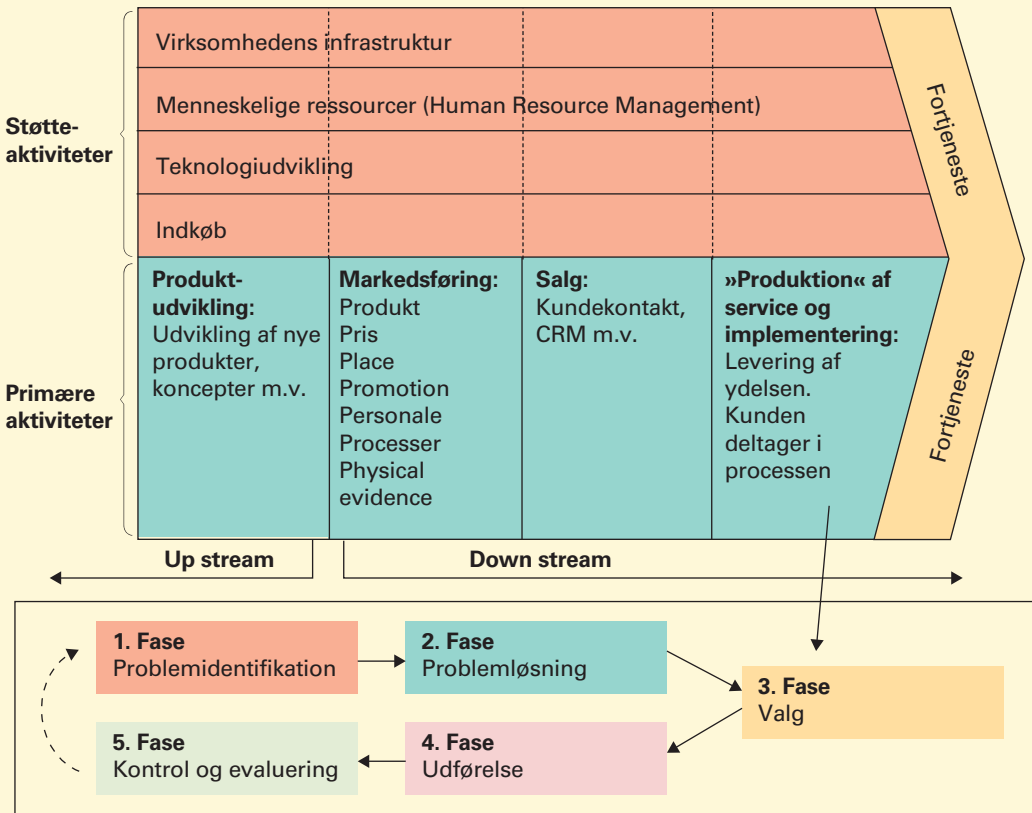


Fig. 2.7 Eksempel på en *forenklet* værdikæde. Her en cykelfabrik.

Kilde: Figurens idé og layout er inspireret af Svend Hollensen: Marketing Management – A Relationship Approach, 2. udgave, Prentice Hall 2010.

Serviceværdikæden – incl. Value Shop modellen



Figur 2.8 Værdikæden i en servicevirksomhed.

Kilde: Adapteret efter Michael Porter, Competitive Advantage, The Free Press, 1985 og Charles B. Stabell & Øystein D. Fjeldstad: Configuring Value for Competitive Advantage: On Chains, Shops and Networks. Department of Strategy, Norwegian School of Management, Strategic Management Journal, Vol. 19, side 413-437, 1998.

En bilproducentens supply chain

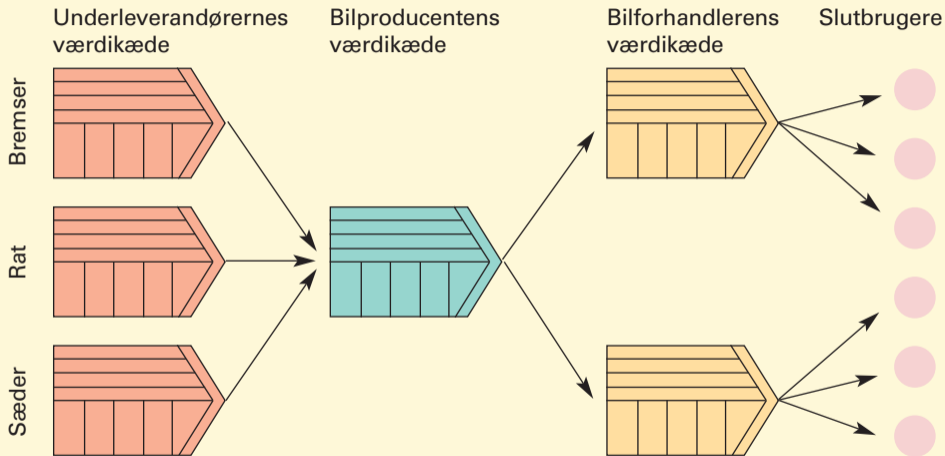


Fig. 2.9 Forenklet eksempel på en bilproducentens forsyningskæde (supply chain), der omfatter et netværk af de medvirkende virksomheders egen værdikæde.