|  |
| --- |
| **VRIO-analyse** |
| **Formål:**  VRIO-analysen har til formål at skabe et overblik over virksomhedens vedvarende konkurrencemæssige fordele. |
| **Indhold:**  VRIO-analysen består i en vurdering af fire områder. Formålet er at udpege faktorer der kan medvirke til, at virksomheden kan udvikle vedvarende konkurrencemæssige fordele:   * I hvilken grad virksomhedens kapabiliteter er værdiskabende (Value) * Hvor sjældne de pågældende kapabiliteter er (Rarity) * Hvor vanskeligt det er at efterligne virksomhedens kapabiliteter (Inimitability) * Hvor organisatorisk forankret virksomhedens kapabiliteter er (Organisational Support)   Vurderingen sker på en skala fra 1 til 10, hvor 1 betyder meget lille effekt i forhold til udvikling af en vedvarende konkurrencemæssige fordele og 10 betyder en meget stor effekt.  VRIO-analysen har tætte relationer til den funktionelle analyse, hvor virksomhedens ressourcer er i fokus. |
| **Data:**  Kilder til indsamling af oplysninger kan komme fra følgende steder:   * Primære dataanalyse * Fx egne undersøgelser og vurderinger * Sekundære data   + Fx statistiske oplysninger m.m. |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **VRIO-analyse** | | | | | | | |
|  | **Faktorer**  **Faktorer der er medvirkende til, at virksomheden kan udvikle vedvarende konkurrencemæssige fordele.** | **V: Værdifuld**  **V: Value** | **R: Sjældne evner**  **R: Rarity** | **I: Vanskelig at efterligne**  **I: Inimitability** | **O: Organisatorisk opbakning O: Organizational support** | **Antal point** | **Samlet vurdering** |
| **Interne faktorer** | (Fx ressourcer, kompetencer, prissætning, teknologi, økonomi) |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
| **Eksterne faktorer** | (Fx markedets konkurrencesituation, lovgivning, ny teknologi, samfundsmæssige strømninger) |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
| **Samlet vurdering** A: Vedvarende konkurrencemæssig fordel / Sustainable Advantage: 35 – 40 point  B: Midlertidig konkurrencemæssig fordel / Temporary Advantage: 25 – 34 point  C: Ej konkurrencemæssig fordel / No Sustainable Advantage: Under 25 point | | | | | | | |