**فصل اول**

**طرح تحقیق**

**فصل اول**

**1-1- مقدمه**

 منابع دراختیار بشر محدود میباشد و رقابت جهانی برای تصرف سهم بیشتر بازار از سوی شرکتها شدت گرفته است،داشتن یک استراتژی رقابتی موثربرای یک شرکت بسیارضروریست. تعدد بنگاه ها و شیوه های نوین تولید، استفاده از منابع را بیشتر وسریعتر کرده است.رقابت بین شرکتها برای دستیابی به منابع بیشتر ، بیش از پیش بالا گرفته است. ازطرفی شرکتها بدنبال راهی برای ایجاد مزیت رقابتی از طریق کاهش هزینه های تولید وکسب سود ( ارزش افزوده) [[1]](#footnote-1) بیشتر درفرایند تولیدشان هستند.

 یکی از مدل‌هایی که برای محاسبه میزان ارزش افزوده تولید سازمان‌های مختلف مورد استفاده قرار می‌گیرد مدل زنجیره ارزش پورتر است. در این مدل حوزه‌های کاری مهم در بنگاه شناسایی و طبقه‌بندی می‌شوند. آقای پورتر این مدل را در برای موسسات و شرکت‌های تولیدی و رقابتی مطرح نمود، از مفاهیم مطرح شده در این مدل می‌توان برای دسته‌بندی وشناسایی فعالیتها و محاسبه میزان افزایش ارزش افزوده هرفعالیت استفاده کرد.

 زنجیره ارزش مجموعه‌ای از عملیاتهایی است که در یک صنعت به صورت زنجیرگونه انجام می پذیرد تا به خلق ارزش منجر شود.محصولات از حلقه های این زنجیره عبور می کنند و در هر حلقه، ارزشی به محصول نهایی افزوده می گردد. باید دقت کرد تا زنجیره‌ ارزش با هزینه یابی بر اساس فعالیت های اشتباه نشود.مدل زنجیره ارزش مایکل پورتر[[2]](#footnote-2) کمک می کند تا بتوانیم تحلیل دقیق تری از سازمانها و شرکتهایی که توان ایجاد ارزش و مزیت رقابتی دارند داشته باشیم . ]17[

 به هر حال مدل زنجیره ارزش در دهه‌ی ۹۰ رشد چشمگیری پیدا کرد و تبدیل به اولین ابزار مدیران در مدیریت استراتژیک شده بود. امروزه نیز درصنایع مختلف از قبیل مبلمان- صنعت خودروسازی وحتی تولیدات کشاورزی وآزمایشگاهی بدنبال بهره بردن ازمدل زنجیره ارزش مایکل پورتر[[3]](#footnote-3) هستند وهمچنین عوامل مختلفی که بر این زنجیره مرتبطند شناسایی ومیزان تاثیر آنها نیز محاسبه می گردد مثل تاثیرفناوری اطلاعات بر زنجیره ارزش در شرکت پترونت ، شرکت سازه اطلاعات سازمانی[3] .

 مجموعه حوزه‌های کاری تشکیل‌دهندة زنجیره ارزش در بنگاه‌های مختلف تاثیرات متفاوتی بر ارزش و توان رقابتی و اجرایی ایجاد شده بجا می‌گذارند.

می‌توان نتیجه گرفت بکارگیری مفهوم زنجیره ارزش منجر به شکل‌گیری نگاه یکپارچه به فعالیت‌ها و وظایف مختلف و به تبع آن منابع سازمان می‌گردد. این امر کمک می‌نماید که منابع سازمان در جهت مزیت‌های سازمان مورد توجه و ارزیابی قرار گیرند. از آنجایی‌که زنجیره ارزش برای بنگاه‌های مختلف متفاوت است لذا اگر شرکتی بتواند درشناسایی وتحلیل فعالیتهای ارزش زای تولیدی بدرستی عمل کند و آن را مدیریت کند،در این صورت می تواند میزان تاثیرهر فعالیت در فازهای تولید را محاسبه و جهت حذف یا توسعه فعالیتی خاص با آگاهی کامل از وضعیت موجود و نتیجه آتی اقدام نمود. معمولاً زنجیره ی ارزش یک شرکت به زنجیره ی ارزش شرکتهای دیگر متصل می شود و خود عضوی از زنجیره ای بزرگتر است. عده ای معتقد هستند استفاده از واژه ی شبکه[[4]](#footnote-4) به جای زنجیره بهتر است .

رویكرد زنجیره ارزش در تحلیل فعالیتهای درون سازمانی ابزاری موثر در شناخت نقاط ضعف و قوت و تصمیم گیری درمورد هریك از این فعالیتهاست..

بادردست داشتن کلیه فعالیتهای مرتبط با تولید ومیزان هزینه های آنها ومیزان هزینه کل و در نتیجه ارزش افزوده نهایی که از هر واحد محصول خواهیم داشت می توان میزان ارزش افزایی هر فعالیت را محاسبه کرد.از این طرق می توانیم درصد سود دهی هر فعالیت را بدست آوریم.

**1-2- بیان مسئله**

شرکت خزربرق ساحل در فرایند تولید خود ارزش افزوده را از محصول نهایی محاسبه می نماید ودراین میان هزینه ها وارزش افزوده هر فاز را بصورت جداگانه محاسبه نمی کنند ،که با این ترتیب درهنگام ایجاد موانع تولید و یا توقف یکی از بخشها ویا تغییر در تکنولوژی یک بخش ، نمی توان سود وزیان حاصل از این اتفاقات را به بخشی نسبت داد وبدنبال رفع موردی موانع بر آمدیا فعالیتی را ادامه یا متوقف ساخت. بعنوان مثال اینکه در بخش قاب و بدنه تابلوها اگر ما اقدام به فروش آنها قبل از مونتاژ بکنیم سودحاصل چه تغییری می کند . زنجیره ارزش تولید تابلوهای برق شامل مراحل ساخت بدنه ومونتاژ قسمتهای الکتریکی وانجام چند تست مخصوص می باشد که در این ایستگاهها هربخش در سالنی مجزا مستقر است، بطورکلی تحلیل زنجیره ارزش براي تولید محصولات را میتوان بر حسب فعالیتهاي اصلی و پشتیبانی خلاصه نمود.

براساس تئوري و تعریف ، زنجیره ارزش شامل فعالیتهایی است که براي سازمان داراي ارزش افزوده است و می تواند فرایند تولید و عرضه محصول را تسهیل و محصول نهایی را از جهت قیمت ، رقابتی سازد.

زنجیره ارزش مجموعه اي از فعالیتهایی است که سبب می گردد تا در فرایند انجام کار ، ارزش واقعی محصول و یا خدمت را در فرایند تامین ، تولید و توزیع را به شکل علمی تحلیل نماید وارزش افزوده براي ذینفعان بخصوص مشتریان کمک نموده و بقاي سازمان را در فضاي رقابتی تضمین نماید.

شرکتها درچرخه تولیدخود بدنبال راهی برای افزایش میزان سودند،درتمامی مراحل تولیدازتامین مواداولیه تاعرضه محصول وخدمات پس از فروش این سودرامی توان جستجوکرد.برای اینکار ابتدا بایدفعالیتهای هر بخش راشناسایی کرد وتجزیه وتجلیل نمود،سپس میزان ارزش افزایی هرفعالیت را بدست آوردونسبت آن رادرارزش افزوده نهایی محصول محاسبه کرد. دراین تحقیق می خواهد این سوالات رادرشرکت خزربرق ساحل تولیدکننده تابلو برقهای فشارقوی جستجو کرده و پاسخ دهد.

**1-2-1- شناسایی فعالیتهای شرکت**

برای همین با استفاده از مدل زنجیر ارزش مایکل پورتر فعالیتهای یک شرکت درقالب فعالیتهای اصلی وپشتیبان تعریف می گردد . ]18[

شناسایی فعالیتها اولین مرحله است پس از تجزیه وتحلیل آنها میزان ارزش افزایی هریک را تعیین ونسبت آن با ارزش افزوده کل محاسبه می شود.جهت محاسبه از روش تولید(تفریق) استفاده میشود.

ارزش افزوده ناخالص = ارزش ستانده - مصارف واسطه

ارزش اافزوده خالص = ارزش افزوده ناحالص – سرمایه ثابت

ارزش افزوده تولید شده میتواند بصورت دستمزد کارکنان،استهلاک برای سرمایه گذاری مجدد تجهیزات ، سود برای شرکت ومالیات به دولت و... صرف گردد .

 براساس مدل زنجیره ارزش پورترشرکت خزربرق ساحل فعالیتهای خودرا با تامین مواد اولیه تولید ( پس از ارزیابی عملکرد تامین کنندگان قبلی و مقایسه هزینه تامین مواد وکیفیت مواد مورد نیازاز مناسبترین تامین کننده ) آغاز میکند و درمجموع فعالیتهای حمایتی بیشتر با کاهش هزینه های سربار ارزش افزوده را افزایش میدهد. ]17[

درفعالیتهای اصلی، لجستیک داخلی شرکت شامل سیستمهای بارگیری وحمل وانبارداری مواد اولیه ازتامین کنندگان به خط تولید می باشد . بخش تولید وساخت و بخش فروش و خدمات نیز دراین دسته جا دارند.اما این تحقیقی قصد دارد به شناسایی فعالیتهای بخش تولیدوساخت و میزان ارزش افزوده آنها بصورت ایستگاهی بپردازد.

**1-3- اهمیت وضرورت تحقیق**

بسياري از شرکتها، فعاليتهاي خود در جهت بهبود را بدون در نظر گرفتن لزوم ايجاد طرح و برنامه اي جامع و کلي آغاز مي کنند. اين موضوع سبب مي شود تا تلاشهاي بهبود آنها به ‌طور يکپارچه و کامل انجام نشده و منجر به نتايج کامل و مطلوب نشود. يکي از ابزارهاي مطرح شده براي آغاز فعاليتهاي بهبود و پشتيباني از اجراي فلسفه ناب، نقشه برداري جريان(زنجیره) ارزش است. جريان(زنجیره) ارزش مجموعه فعاليتهاي ارزش افزا و غير ارزش افزاي مورد نياز براي رساندن محصول يا گروهي از محصولات به مشتري است که در طول جريانات اصلي فرايند، منابعي مشابه را مصرف مي کنند.] 4[

اين مجموعه، کليه فعاليتها ، از زماني که محصول به شکل ماده خام است تا زماني که محصول نهايي به دست مشتري مي رسد را در بر دارد. نقشه برداري زنجیره ارزش ابزاري جهت بهبود تشکيلات اقتصادي به حساب مي‌آيد که موجب به نمايش درآمدن فرايند کامل توليد مي شود. هدف در اين روش شناسايي تمامي اتلافات موجود در جريان ارزش و برداشتن گامهايي جهت حذف آنهاست. زنجیره ارزش همچنين به عنوان ابزاري ارزشمند جهت برنامه ريزي راهبردي مطرح شده که به شناسايي نقاط قوت وضعف فرايند و جريان توليد کمک کرده است.

شرکتهای مختلف در صنایع دیگر به ضرورت محاسبه ارزش افزوده در زنجیره ارزش تولید پی برده وتحقیقاتی صورت داده اند ولی در صنعت تولید تابلوهای برق به محاسبه ارزش افزوده تولید در هر فاز خیلی پرداخته نشده است وانجام تحقیقی دراین زمینه بسیار ضروریست.

**1-4- هدف کلی و اهداف جزئی تحقیق**

هدف کلی این تحقیق برآورد میزان ارزش افزوده تولید درشرکت خزربرق ساحل براساس مدل زنجیره ارزش مایکل پورتر است.

اهداف فرعی این تحقیق عبارتند از:

1.شناسایی فعالیتهای ارزشی در تولید

2.تعیین میزان ارزش افزوده هرایستگاه درانواع محصولات

3.درصد ارزش افزوده هرکدام از محصولات تولید شده

**1-5- سوال یا فرضیه تحقیق**

سوال اصلی این تحقیق اینست که میزان ارزش افزوده تولید در شرکت خزر برق ساحل براساس مدل زنجیره ارزش پورتر چقدر است؟

پرسشهای فرعی:

1.فعالیتهای ارزشی درمسیرتولید شرکت خزربرق کدامند؟

2.میزان ارزش افزوده هر ایستگاه در انواع محصولات شرکت چقدراست؟

3.درصد هرکدام ازفعالیتهای ارزشی درارزش افزوده کل چقدراست؟

فرضیه تحقیق بدین صورت است که باتوجه به اهداف مورد نظر تحقیق اگردر شرکت خزر برق ساحل جهت اندازه گیری ارزش افزوده تولید از مدل زنجیره ارزش پورتر استفاده شود

 پس می توان میزان ارزش افزوده در هر بخش از زنجیره تولید تعریف شده توسط مدل پورتر و همچنین مقدار ارزش افزوده نهایی تولید رامحاسبه نمود.

**1-6- چارچوب نظری و مدل تحلیلی تحقیق**

مدل زنجیره ارزش پورتر بعنوان ابزاری مناسب برای تحلیل فعالیتهای یک بنگاه یا سازمان بشمار می رود.در شکل زیر شمای کامل این زنجیره که فعالیتهای شرکت خزر برق بر اساس آن مورد بررسی قرار گرفته را مشاهده می کنید.]18[



شکل( 1-1 ) زنجیره ارزش مدل پورتر

در این زنجیره فعالیتهای مختلف بر اساس نیازهای تولید پیش بینی شده است ،شناساسی وتحلیل این فعالیتها بعنوان فعالیتهای ارزش آفرین اطلاعات بسیار مهمی از روند مالی وسود دهی شرکت را به مدیران مربوطه میدهد وآنها می توانند در شرایط مختلف تصمیمات درست بگیرند.

براساس مدل پورتر، مدل نظری این تحقیق به شکل زیر رسم می گردد و ارزش افزوده را درزنجیره ارزش بخش ساخت وتولید مورد محاسبه و اندازه گیری قرار می دهد.

 شکل (1-2 )زنجیر هارزش تابلوهای برق شرکت خزربرق

**1-7- تعریف عملیاتی ونظری ٬ اصطلاحات**

زنجیره ارزش مجموعه‌ای از عملیاتهایی است که در یک صنعت به صورت زنجیرگونه انجام می پذیرد تا به خلق ارزش منجر شود.محصولات از زمان حلقه های این زنجیره عبور می کنند و در هر حلقه ارزشی به محصول نهایی افزوده می گردد. ]23 [

ارزش افزوده عبارتند از فروش خالص منهای ارزش مواد وخدمات خریداری شده از خارج دراین تحقیق ارزش افزوده از فرمول زیر محاسبه میشود.

روش تولید(تفریق)

مصارف واسطه – ارزش ستانده = ارزش افزوده

ارزش : اغلب چهارچوب ایجاد ارزش به عنوان مجموعه شرکتهایی که با همدیگر همکاری دارند و محصولی را ایجاد و به مشتری انتقال می‌دهند در نظر گرفته می‌شود. هدف چهارچوب ایجاد بیشترین سود برای افراد مرتبط با شبکه ارزش است. این مجموعه‌ها با ارتباط با هم دیگر برای ایجاد محصولات عمومی یا ارزش اقتصادی کار می‌کنند. این ارزش به عنوان دانش، ارزش مالی و دیگر ارزشهای غیر عینی ظاهر می‌شود. شرکتها هردوی شبکه‌های داخلی و خارجی ارزش را دارا هستند. وجه خارجی شبکه شامل مشتریان یا دریافت کنندگان، واسطه‌ها، ذی‌نفع‌ها، مکمل‌ها، شبکه‌های نوآوری و تامین کنندگان است

**1-7-1- فعالیتهای اصلی :**

1- تدارکات داخلی[[5]](#footnote-5): شامل دریافت، ذخیره سازی، انبارداری، کنترل، حمل و نقل و برنامه ریزی .

2- عملیاتها [[6]](#footnote-6) :شامل ماشین کاری، بسته بندی، مونتاژ، نگهداری و تعمیرات تجهیزات، آزمایش محصولات و تمام کارهایی که ورودیها را به خروجی ها تبدیل می کند.

3- تدارکات خارجی [[7]](#footnote-7) : شامل تمام فعالیتهایی که به منظور رساندن محصول آماده به مشتری صورت می پذیرد، انبار کردن، تکمیل سفارش، حمل و نقل، مدیریت توزیع .

4- بازاریابی و فروش [[8]](#footnote-8) : شامل فعالیت هایی که خریدار را وادار به خرید محصول می کند. انتخاب کانال توزیع، تبلیغات، ترفیع، قیمت گذاری، مدیریت خرده فروشی.

5- خدمات[[9]](#footnote-9) : خدماتی که ارزش محصول را برای مشتری افزایش می دهد. مثل پشتیبانی از مشتری، خدمات تعمیر، پاسخگویی تلفنی، قطعات یدکی و …]18[

**1-7-2- فعالیتهای حمایتی:**

1- تامین [[10]](#footnote-10) : تامین مواد اولیه، سرویس برای قطعات و ماشین آلات، ساختمان ها و …

توسعه ی تکنولوژی [[11]](#footnote-11): شامل توسعه ی تکنولوژی به منظور از پشتیبانی از فعالیت های زنجیره ارزش. مثل تحقیق و توسعه، اتوماسیون فرآیندها، طراحی و طراحی مجدد.

مدیریت منابع انسانی[[12]](#footnote-12) : شامل فعالیت های تامین نیروی انسانی، آموزش و ایجاد رشد در آنها، حفظ آنها و پرداخت حقوق و دستمزد آنان .

زیرساختهای شرکت [[13]](#footnote-13): شامل مدیریت عمومی، حسابداری، مالی، مدیریت کیفیت و …]18[

1-8- قلمرو زمانی ومکانی تحقیق

این تحقیق در شرکت خزر برق ساحل تولید کننده تابلو های برق فشار متوسط وقوی واقع در ساری جاده دریا شهرک صنعتی شماره یک ساری درنیمه دوم سال 92 صورت گرفته است.

**فصل دوم**

**ادبیات تحقیق**

 فصل دوم

**2-1- مقدمه**

 در دنیای امروز بنگاهها بدنبال کسب سود بیشتر با صرف هزینه های کمترند،در این میان مزیت رقابتی هدف اصلی بنگاهها می باشد. شناسایی حوزه های کسب وکار گام اول می باشد.تعیین اولویت واهمیت آنها می تواند بنگاه را به هدف نزدیک کند. هر حوزه از فعالیتهای مختلفی تشکیل شده است که دارای ارزش افزایی متفاوتی هستند.ارزش نهایی یک کالا توسط فعالیتهای هر بخش از تولید بدست می آید.

 برای اینکارباید زنجیره ارزش محصول را شناخت.زنجیره ارزش چرخه ای از فعالیتهای ارزش آفرین در فرآیند تولید محصول را نشان میدهد .مدل زنجیره ارزش پورتر ابزاریست برای تعیین میزان ارزش افزوده محصولات از طریق محاسبه میزان ارزش افزایی فعالیتهای هر فاز تولید.

این مدل در شرکت خزر برق پیاده سازی وفعالیتهای هر فاز مشخص گردید است که در ادامه تحقیق به طور کامل بررسی خواهد شد.

 شرکتها با نتایج حاصل اطلاعات مفیدی از میزان سود آوری محصولات خود بدست می آورد.

هر یک از حوزه‌های کاری ماموریت‌های پشتیبانی، علاوه بر حوزه‌های کاری اصلی بنگاه، دیگر حوزه‌های کاری پشتیبانی را نیز مورد حمایت قرار می‌دهند.

**2-2-1- ملاحظات مدل پورتر**

 تقسیم‌بندی حوزه‌های کاری سازمان در قالب دسته‌های ارائه شده فوق بیشتر جنبه عام و کلی دارد و هر بنگاهی می‌تواند متناسب با شرایط خود به حذف یک یا چند دسته از این طبقات و یا ادغام آنها اقدام نموده و دسته‌بندی جدیدی از حوزه‌های کاری ارائه نماید.

برای جدا کردن حوزه‌های کاری ماموریت‌های اصلی و پشتیبانی از یکدیگر، مرز دقیق و مشخصی وجود نداشته و این مسأله بیشتر جنبه قضاوت کارشناسانه دارد. همچنین انواع حوزه‌های کاری تعریف شده در داخل زنجیره اگر چه مستقل هستند، ولی در عین حال با یکدیگر ارتباط متقابل داشته و یک سیستم را تشکیل می‌دهند.

**2-2-2- ارزش افزوده چیست؟**

 ارزش افزوده در واقع عبارتست از ثروت اضافه‌ای که توسط شرکت از طریق فرآیند تولید و یا ارایه خدمات ایجاد می‌شود که با کسر نهاده‌های واسطه (مثل هزینه خریدها) از عایدی‌ها به‌دست می‌آید برای مثال نهاده‌هایی نظیر کابل، مراکز سوئیچ، نیروی انسانی متخصص در طی یک فرآیند، یک ارزش جدیدی (ارایه خدمت به مشترکین) تولید می‌کنند که در واقع به ارزش نهاده‌های ما افزوده می‌شود.

محاسبه ارزش افزوده به‌منظور پرهیز از احتساب مضاعف صورت می‌گیرد. به این معنی که ارزش کالاها و خدماتی که به‌عنوان داده‌های واسطه یک فعالیت به‌کار گرفته می‌شود به نوبه خود ستانده یک فرآیند تولید بوده و لازم است از ستانده این فعالیت کسر شود تا ارزش افزوده آن به‌دست آید. بدین ترتیب ارزش افزوده ناخالص[[14]](#footnote-14) عبارت است از ارزش ستانده منهای ارزش مصرف واسطه و ارزش افزوده خالص[[15]](#footnote-15) عبارت از ارزش افزوده ناخالص منهای مصرف سرمایه ثابت ارزش افزوده ایجاد شده در شرکت بین افرادی‌که در ایجاد آن سهیم بوده‌اند توزیع می‌شود به‌عبارت دیگر ارزش افزوده به‌صورت دستمزد برای کارکنان، استهلاک برای سرمایه‌گذاری مجدد تجهیزات، سود برای شرکت، مالیات به دولت و... تسهیم می‌شود. ]39[

**2-2-3- روش‌های محاسبه ارزش افزوده**

 ارزش افزوده در هر یک از سطوح واحد اقتصادی، طبقه (متشکل از چند واحد اقتصادی دارای فعالیت مشابه)، گروه (متشکل از چند طبقه)، بخش (متشکل ازچند گروه)، قسمت (متشکل از چند بخش) و بالاخره کل اقتصاد (شامل کلیه قسمت‌های اقتصادی) قابل محاسبه است. برای محاسبه ارزش افزوده سه روش مختلف به‌شرح زیر وجود دارد:

الف) روش تولید یا تفریق

ب) روش توزیع یا جمع

ج) روش مصرف (هزینه)

شایان ذکر است که روش‌های تولید و توزیع در سطوح مختلف، از واحد اقتصادی تا کل اقتصاد قابل محاسبه می‌باشد ولیکن روش مصرف تنها در سطح اقتصاد کلان قابل اندازه‌گیری می‌باشد.

 نحوه محاسبه ارزش افزوده در هر یک از روش‌ها به‌صورت تفضیلی در زیر ارایه شده است:

روش 1) محاسبه ارزش افزوده به روش تولید یا تفریق

ارزش افزوده از تفاضل مجموع مصارف واسطه به‌کار رفته در جریان تولید کالاها و خدمات از ارزش ستانده مؤسسه در طول یک‌دوره مالی به‌دست می‌آید به‌عبارت روشن‌تر:

ارزش مصارف واسطه – ارزش ستانده = ارزش افزوده

روش 2) محاسبه ارزش افزوده به‌روش جمع یا توزیع

روش متداول درموسسات، محاسبه ارزش افزوده از طریق توزیع آن به عوامل تولید است در این روش ارزش افزوده از تجمع هزینه جبران خدمات، هزینه استهلاک، مالیات و مازاد عملیاتی به‌دست می‌آید. در مواردی‌که مؤسسه علاوه برمالیات مستقیم درارتباط با واحد کالای تولید شده یا خدمت ارایه شده مالیات غیرمستقیم پرداخت می‌کند و یا اینکه برای پایین نگهداشتن سطح قیمت‌ها ازدولت یارانه‌ای دریافت می‌کند ما به التفاوت مالیات‌های غیرمستقیم منهای یارانه باید به چهارعنصر فوق اضافه شود

روش 3) محاسبه ارزش افزوده به‌روش هزینه (مصرف)

روش هزینه برای برآورد تولید ناخالص داخلی به تفکیک نوع مصرف نهایی و نه به تفکیک نوع فعالیت اقتصادی تولیدکنندگان به‌کار برده می‌شود. این متضمن انجام برآوردهای مستقلی از مصرف نهایی خانوارها، خدمات دولتی، خدمات خصوصی غیرانتقاعی به خانوارها و افزایش موجودی‌ها، تشکیل سرمایه ثابت ناخالص و واردات و صادرات می‌باشد.

**2-3- نگرش زنجیره ارزش در طراحی زنجیره تامین[[16]](#footnote-16)**

محققان و نویسندگان مختلف نگرش ها و تعاریف متفاوتی را از زنجیره تامین ارائه کرده اند. برخی زنجیره تامین را در روابط میان خریدار و فروشنده محدود کرده اند که چنین نگرشی تنها بر عملیات خرید رده اول در یک سازمان تمرکز دارد. گروه دیگری به زنجیره تامین دید وسیع تری داده و آن را شامل تمام سرچشمه های تامین (پایگاه های تامین) برای سازمان می دانند. با این تعریف، زنجیره تامین شامل تمام تامین کنندگان رده اول، دوم، سوم و... خواهد بود. چنین نگرشی به زنجیره تامین، تنها به تحلیل شبکه تامین خواهد پرداخت. دید سوم، نگرش زنجیره ارزش پورتر است که در آن زنجیره تامین شامل تمام فعالیتهای موردنیاز برای ارائه یک محصول یا خدمت به مشتری نهایی است.]33[

 با نگرش یاد شده به زنجیره تامین، توابع ساخت و توزیع به عنوان بخشی از جریان کالا و خدمات به زنجیره اضافه می شود ؛ در واقع با این دید، زنجیره تامین شامل سه حوزه تدارک، تولید و توزیع است.

1. -Value Added [↑](#footnote-ref-1)
2. - Michael Porter [↑](#footnote-ref-2)
3. - Value Chain Framework of Michael Porter [↑](#footnote-ref-3)
4. -Value network [↑](#footnote-ref-4)
5. - Inbound Logistic [↑](#footnote-ref-5)
6. - Operations [↑](#footnote-ref-6)
7. - Outbound Logistic [↑](#footnote-ref-7)
8. - Marketing & Sales [↑](#footnote-ref-8)
9. - Service [↑](#footnote-ref-9)
10. - Procurement [↑](#footnote-ref-10)
11. -Technology Development [↑](#footnote-ref-11)
12. - Human Resource management [↑](#footnote-ref-12)
13. - Firm Infrastructure [↑](#footnote-ref-13)
14. - Gross value added [↑](#footnote-ref-14)
15. - Net added value [↑](#footnote-ref-15)
16. -Supply Chain [↑](#footnote-ref-16)