

# 基于价值链理论的航空公司 核心竞争力构建研究

汇报人：

2024-01-31

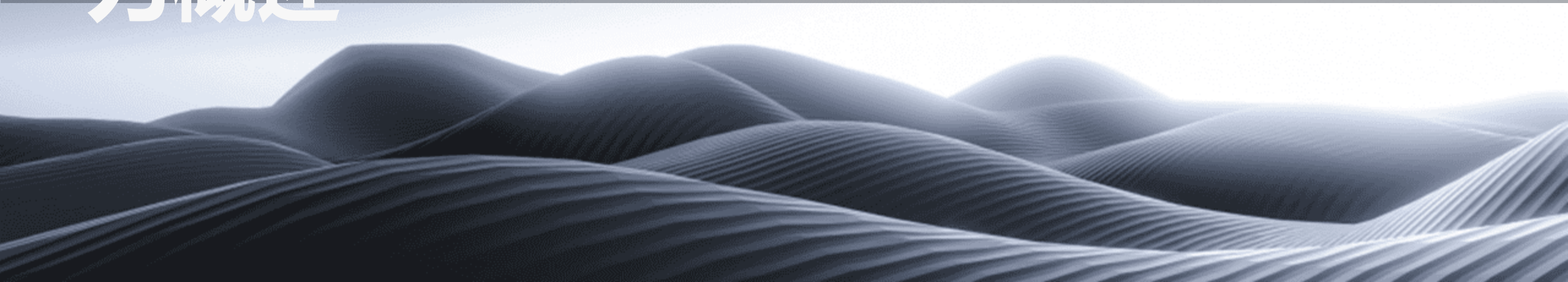
| CATALOGUE |

# 目录

- 价值链理论与航空公司核心竞争力概述
- 航空公司内外部环境分析
- 基于价值链理论的航空公司核心竞争力识别
- 航空公司核心竞争力构建策略
- 航空公司核心竞争力实施保障措施
- 案例分析：某航空公司核心竞争力构建实践
- 结论与展望

# 01

## 价值链理论与航空公司核心竞争力概述







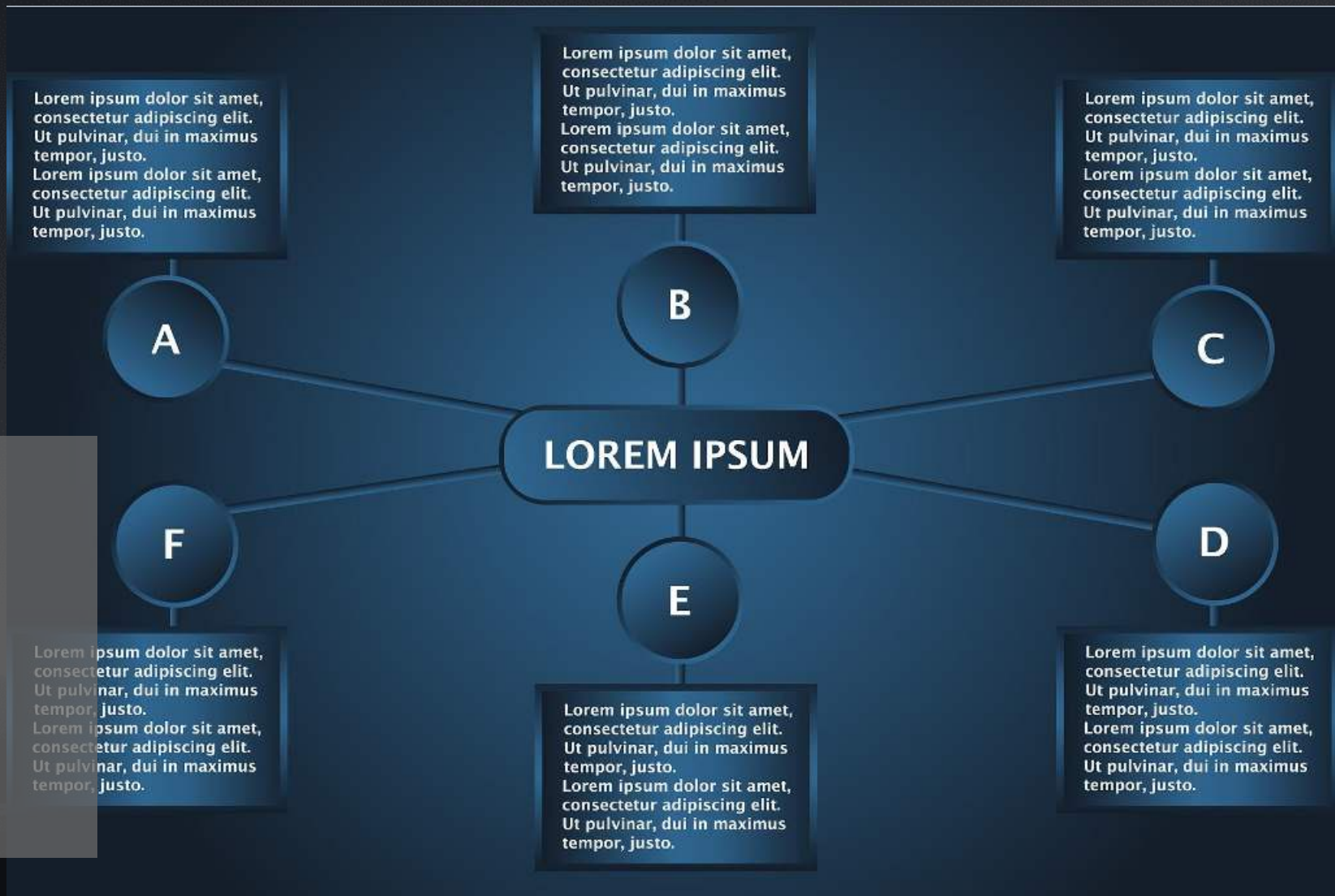
# 价值链理论基本概念及发展历程

## 价值链基本概念

价值链是指企业为创造有价值的产品或服务所进行的一系列活动，包括从原材料采购到最终产品销售的所有环节。

## 价值链理论发展历程

价值链理论起源于20世纪80年代，由迈克尔·波特首次提出。随后，该理论在企业管理、战略规划等领域得到广泛应用和不断发展。





# 航空公司核心竞争力定义与特点

## 航空公司核心竞争力定义

航空公司核心竞争力是指航空公司在市场竞争中具备的独特的、难以被模仿和替代的能力，是航空公司长期发展的基石。

## 航空公司核心竞争力特点

核心竞争力具有价值性、稀缺性、难以模仿性和不可替代性等特点。对于航空公司而言，核心竞争力可能体现在品牌优势、航线网络、运营效率、服务质量等方面。



# 价值链理论与航空公司核心竞争力关系

## 价值链理论与航空公司核心竞争力的内在联系



价值链理论为航空公司识别、构建和提升核心竞争力提供了有力的分析工具。通过梳理航空公司的价值链，可以发现和挖掘公司的潜在竞争优势，进而构建和提升核心竞争力。

## 价值链理论在航空公司核心竞争力构建中的应用



航空公司可以运用价值链理论，对公司的各项价值活动进行深入分析，找出具有战略意义的环节，集中资源进行重点投入和优化配置，从而形成独特的核心竞争力。同时，航空公司还可以通过整合内外部资源，构建更加完善的价值链体系，提升整体竞争力。



02

# 航空公司内外部环境分析



# 外部环境分析：市场、政策与技术

## 市场环境

分析航空市场的竞争格局、消费者需求、市场趋势等，以了解市场机会和威胁。

## 政策环境

研究政府政策、法规对航空公司的影响，包括航空安全、环保、税收等方面的政策。

## 技术环境

关注航空技术的创新和发展，如飞机制造、航空电子、飞行控制等技术的变革，以及其对航空公司运营的影响。



# 内部环境分析：资源、能力与文化

## 资源分析

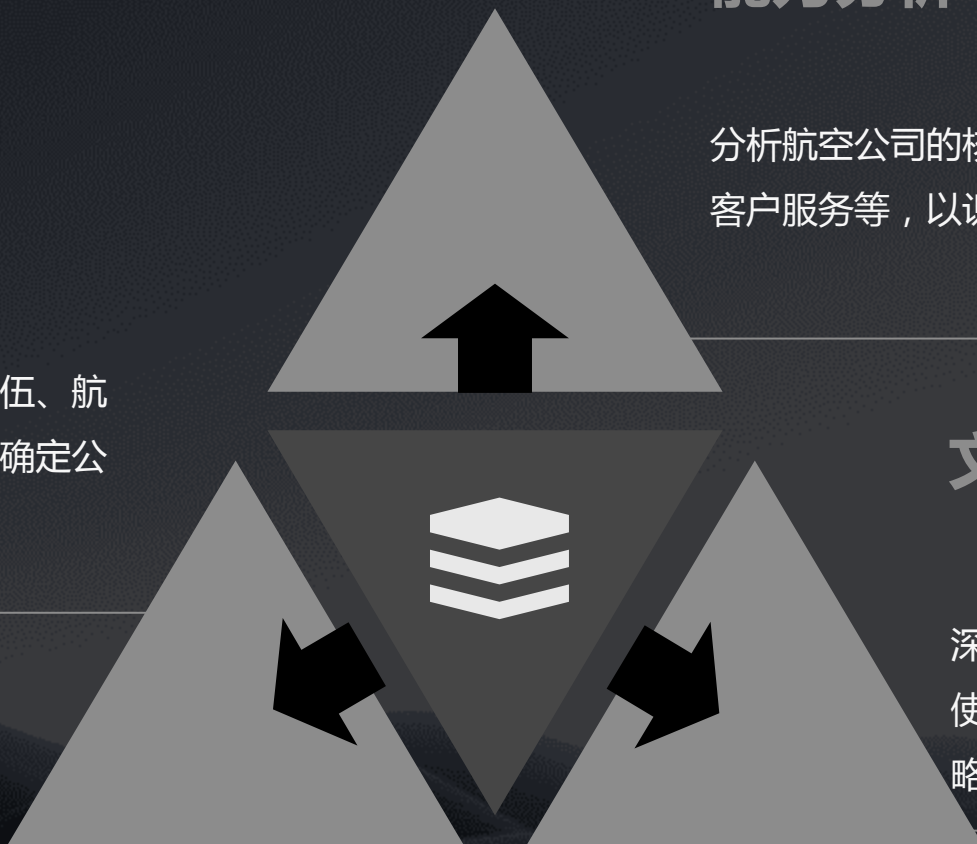
评估航空公司的内部资源，如飞机队伍、航线网络、人力资源、财务资源等，以确定公司的优势和劣势。

## 能力分析

分析航空公司的核心能力，如运营管理、市场营销、客户服务等，以识别公司的竞争力和提升空间。

## 文化分析

深入了解航空公司的企业文化，包括价值观、使命、愿景等，以判断公司的文化是否与战略相匹配。





# 内外部环境对核心竞争力影响



## 外部环境机会与威胁

总结外部环境分析中的市场机会和威胁，分析其对航空公司核心竞争力的潜在影响。



## 内部资源优势与劣势

归纳内部资源分析中的优势和劣势，明确其对航空公司核心竞争力的支撑作用。

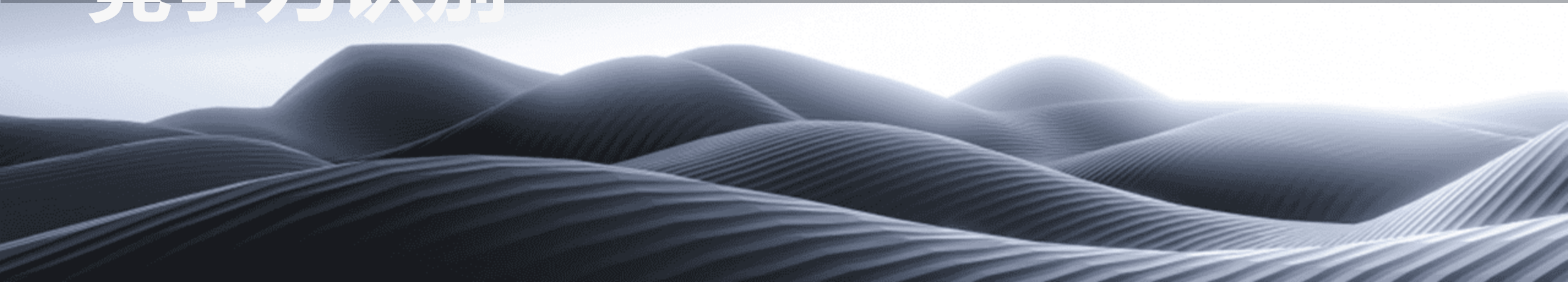


## 核心竞争力构建方向

结合内外部环境分析结果，提出航空公司核心竞争力的构建方向，如提升运营效率、优化航线网络、加强品牌建设等。

03

# 基于价值链理论的航空公司核心 竞争力识别







# 价值链活动识别与分类

## ● 基本活动

包括航空运输服务、市场营销与销售、运营与维护等直接创造价值的核心环节。

## ● 辅助活动

涵盖采购管理、人力资源管理、技术开发与创新以及企业基础设施等支持性活动。

## ● 识别关键价值活动

通过分析各项活动的成本、贡献及市场潜力，确定对航空公司核心竞争力影响最大的关键价值活动。





# 核心资源与关键能力识别



## 核心资源

包括航线网络、机队规模、品牌声誉、客户关系以及战略合作伙伴等具有稀缺性、价值性、难以模仿和替代的资源。

## 关键能力

涉及运营管理、市场营销、服务创新、成本控制以及风险管理等方面，确保航空公司在激烈的市场竞争中保持领先地位。

## 资源整合与能力提升

通过内部优化和外部合作，实现核心资源与关键能力的有效整合和不断提升。



# 竞争优势与劣势评估



## 竞争优势评估

从市场份额、盈利能力、客户满意度、创新能力等多个维度对航空公司的竞争优势进行全面评估。

## 劣势识别与改进

诚实地识别出航空公司在价值链各环节中的劣势，并针对性地提出改进措施和发展策略。



## 持续监测与调整

建立动态监测机制，持续关注市场变化、竞争对手动态以及客户需求变化，以便及时调整战略和策略，保持和提升核心竞争力。



04

# 航空公司核心竞争力构建策略



以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：  
<https://d.book118.com/547031164016006122>