

وتتطلب هذه المزايا توافر مهارات وقدرات عالية المستوى مثل تدريب العمال (99) تستند إلى تمييز المنتج أو الخدمة السمعة الطيبة أو العلامة التجارية العلاقات الوطيدة بالعملاء 2 عدد مصادر الميزة التي تمتلكها المؤسسة: يستحسن تعدد مصادر الميزة التنافسية لكي تصعب على المنافسين تقليدها (46.99) إن اعتماد المؤسسة على ميزة تنافسية واحدة يعرضها إلى خطر سهولة تقليدها من قبل المنافسين، لذا 3 تقوم المؤسسات بخلق مزايا جديدة وبشكل أسرع لتفادي قيام المؤسسات المنافسة بتقليد أو محاكاة ميزتها التنافسية الحالية، لذا تتجه لخلق مزايا تنافسية من المرتبة المرتفعة، كما يمكنها إثراء هذه المعايير بهدف التقييم الصائب لها ومعرفة مدى نجاعتها، مؤشرات الميزة التنافسية للمنظمات وحجم المبيعات ورضا المستهلك، وقيمة السهم، وتنوع المنتجات والقدرة على التصدير إلا أن أكثر المؤشرات استخداماً و شيوعاً هي المؤشرات الربحية، والحصة السوقية، وحجم المبيعات لما تتمتع به من مزايا مثل توفر البيانات اللازمة لحسابها، وسهولة الحصول عليها، كما أن جميع تلك المؤشرات كمية، أي