

المبحث الأول : الاطار المفاهيمي للميزة التنافسيةالمطلب الأول : تعريف الميزة التنافسيةحظي مفهوم الميزة التنافسية بأهمية بالغة في الالونة الاخيرة و أطلق عليها مسميات عديدة تختلف في الشكل لكنه تتفق في المضمون مثل (القدرة التنافسية) و (النجاح التنافسي) و (التميز التنافسي) فالميزة التنافسية هي الكيفية التي تعمل من خلالها المنظمة من أجل تحقيق التميز والتفوق على منافسيها، فقدرة المنظمة على البقاء والاستمرار والتكيف والانتقال من مركز المنظمة التابعة إلى مركز المنظمة المنافسة، المتحدية القادرة على الحصول على المزايا التنافسية القادرة على تحقيق العوائد الأعلى تتولد الميزة التنافسية من داخل المنظمة في الأساس، فهي التي تعمل على ابتكار المزايا التنافسية بوصفها تعمل ضمن بيئة خارجية تؤثر وتتأثر فيها، كما أن هذه البيئة تعدُّ مصدرًا لابتكار الميزة التنافسية ومواجهة التحديات الخارجية من خلال تدعيم مركزها التنافسي عبر تحقيق الاستغلال الأمثل للموارد المتاحة المادية والبشرية المنظمة بمجرد قدرتها على إحداث إبداع بمفهومه الواسع أي أن تتوصل إلى اكتشاف طرائق جديدة أكثر فاعلية من الطرائق التي تتبعها المنظمات الأخرى، نقول إنها لديها الميزة التنافسية يعد الكاتب الديرسون أول من أشار إلى الميزة التنافسية في عام 1965 فقد عبر عنها بالقول : انها (تعبير عن السعي الشركة الى انشاء أو امتلاك سمات فريدة تميزها عن غيرها من الشركات العاملة في ذات الصناعة)المطلب الثاني : خصائص الميزة التنافسيةالاستدامة : الميزة التنافسية تحقق الأفضلية و السبق على الأمد الطويل للمنظمة و ليس فقط على الأمد القصيرالنسبية : تتسم الميزة التنافسية بالنسبية مقارنة بالمنافسين أو مقارنتها خلال فترات زمنية مختلفةالمرونة : أي أن تسمح الميزة التنافسية باحلال مزايا تنافسية جديدة مكملة أو بديلة لها مناسبة للأهداف يجب أن تتناسب الميزة التنافسية مع الأهداف الأساسية التي تضعها المنظمة لى الأمد القصير و الطويلدار الصفاء للنشر والتوزيعالمبحث الثاني : أنواع و مصادر الميزة التنافسيميزة التكلفة الأقل : ميزة الجودة : تشير إلى قدرة المنظمة على تقديم منتجات و سلع متميزة الجودة وتلقى رضى عملائها وتستطيع المنظمة من خلالها زيادة حصتها السوقيةيعيش العصر الحالي حالة تسمى (انفجار المعرفة) وتعدُّ المصدر الأول والأهم في تحقيق الميزة التنافسيةالزمن :المصادر الداخلية للمنظمة : قنوات التوزيع، الموجودات، المواد الأولية، النظم الإدارية المستخدمة،المصادر الخارجية للمنظمة :مثل ظروف العرض والطلب على المواد الأولية، الكفاءات البشرية، العلاقات التي تبنيها المنظمة مع الآخرين

استراتيجيات التميز والابتكار الطاهري فؤاد مكتبة العبيكان استراتيجيات التميز والابتكار في الأعمال المجلي سامي دار الكتاب الجامعي المبحث الثالث : استراتيجيات تحقيق الميزة التنافسيةالمطلب الأول : نموذج بورتر للاستراتيجيات استراتيجية قيادة التكلفة : تُتيح هذه الإستراتيجية ميزة تنافسية من خلال معالجة تكاليف الإنتاج. استراتيجية التمايز : تُركّز استراتيجية التمايز على توفير منتج أو خدمة بسمات مميزة ، مقارنة بالمنافسين ، للوصول إلى حصة سوقية أكبر. تُركّز هذه الاستراتيجية على بيانات أبحاث السوق لفهم العميل وأيضاً لتحديد ما يفعله المنافسون الحاليون لتحقيق ما يتوقعه السوق