

الميزة التنافسية ومصادرها في التسيير الاستراتيجي للمؤسسة

1. مفهوم الميزة التنافسية

تعني قدرة المؤسسة على التفوق على منافسيها من خلال تقديم قيمة مضافة لعملائها، سواء من خلال التكاليف المنخفضة، الجودة العالية، الابتكار، أو الخدمات المتميزة. وتعتبر الميزة التنافسية حجر الأساس في نجاح المؤسسة واستدامتها في السوق.

مصادر الميزة التنافسية

- التكنولوجيا المتقدمة
- الملكية الفكرية (براءات الاختراع، حقوق النشر)
- العلامة التجارية القوية
- شبكة توزيع فعالة
- المعرفة والخبرة المتراكمة
- ثقافة الابتكار داخل المؤسسة
- مهارات وكفاءة الموارد البشرية

- تحقيق وفورات الحجم
- تحسين سلاسل التوريد
- الإنتاجية العالية

- تطوير منتجات وخدمات جديدة
- استخدام التكنولوجيا الحديثة
- البحث والتطوير (R&D))

- تقديم منتجات ذات جودة عالية
- تحسين تجربة العملاء
- خدمات ما بعد البيع الفعالة

3. استراتيجيات بناء الميزة التنافسية

- **القيادة في التكلفة:** تقديم المنتجات بأقل تكلفة ممكنة مع الحفاظ على الجودة.
- **التميّز:** توفير منتجات أو خدمات ذات قيمة مضافة لا يستطيع المنافسون تقديمها.
- **التركيز على سوق محدد:** استهداف شريحة معينة من العملاء والتركيز على تلبية احتياجاتهم.

4. استدامة الميزة التنافسية

- ☐ التكيف مع التغيرات البيئية والتكنولوجية.
- ☐ تطوير استراتيجيات مرنة ومبتكرة.
- ☐ الاستثمار في البحث والتطوير والتحسين المستمر.
- ☐ تعزيز العلاقة مع العملاء وزيادة الولاء للعلامة التجارية.