

دور الميزة التنافسية في تحقيق متطلبات الادارة الاستراتيجية

1

جامعة الجلفة

**Total Quality,
Competitive Advantage,
and Strategic
Management**



د بن بولرباح سارة

مفتاح المصطلحات



مدخل القاموس



مختصر



مرجع بيبليوغرافي



مرجع عام

قائمة المحتويات

5	وحدة
7	مقدمة
9	I-الميزة التنافسية والادارة الاستراتيجية
11	II-الميزة التنافسية والاستراتيجيات التنافسية
13	خاتمة
15	مراجع

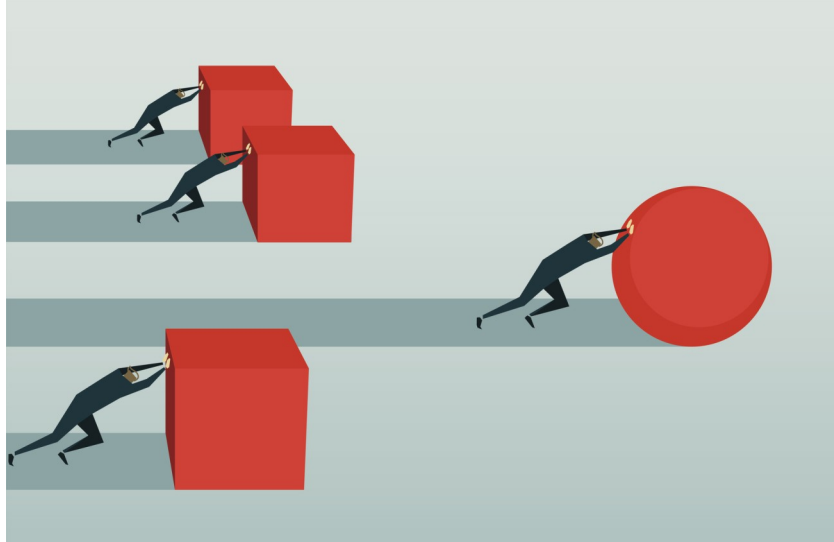
وحدة

- بعد الانتهاء من هذا المحور ، يجب ان يكون الطالب ملما ب
- تذكر مفاهيم الاستراتيجية
 - القدرة على الفهم واستيعاب الميزة التنافسية
 - القدرة على تحليل وتفسير الميزة التنافسية ومتطلبات الادارة الاستراتيجية (ادارة الموارد وتنفيذها)
 - القدرة على التمييز بين الميزة التنافسية في تقليل السعر او في التميز في المنتج
 - انشاء وتوظيف الميزة التنافسية من اجل تنفيذ الاستراتيجيات التنافسية

مقدمة

تعد إدارة الميزة التنافسية محورًا أساسيًا في تحقيق استدامة المنظمات ونجاحها في بيئات الأعمال الديناميكية والمعقدة. إذ تركز المنظمات الحديثة على استثمار مواردها وإمكاناتها الداخلية بأقصى قدر من الكفاءة والابتكار لتعزيز موقعها في السوق وضمان تفوقها على المنافسين. وفي هذا السياق، تشكل الموارد التنظيمية – سواء كانت مادية، أو بشرية، أو معرفية – الدعامة الأساسية لبناء ميزة تنافسية يصعب تقليدها أو تجاوزها. من جهة أخرى، تسعى المنظمات إلى تبني الاستراتيجيات الأنسب التي تمكنها من الاستفادة القصوى من هذه الموارد، ومواجهة التحديات الخارجية بمرونة وفعالية. ومن هنا تبرز أهمية اختيار الاستراتيجيات المدروسة بعناية، التي تتكامل مع القدرات الداخلية للمنظمة وتستجيب لفرص وتهديدات البيئة المحيطة، بما يضمن تحقيق التفوق المستدام في الأسواق المحلية والعالمية.

فما طبيعة العلاقة بين الميزة التنافسية ومتطلبات الإدارة الاستراتيجية؟



فرنسية

الميزة التنافسية والادارة الاستراتيجية

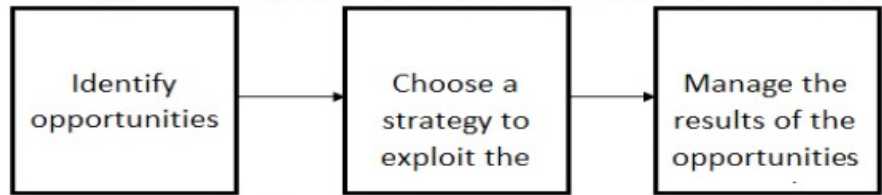
تشير الميزة التنافسية الى قدرة المؤسسة على صياغة وتنفيذ الاستراتيجيات التي تجعلها في مركز متقدم بالنسبة لمؤسسات أخرى، وذلك من خلال الاستغلال الأفضل للإمكانيات والموارد والكفاءات والمعرفة وغيرها من الإمكانيات التي تتمتع بها المؤسسة، ويرتبط تحقيق هذه الميزة ببعدين أساسيين - القيمة المدركة لدى العميل - قدرة المؤسسة على تحقيق التميز.¹

يجب أن تكون الشركات قادرة على دمج الاستراتيجية والموارد المختلفة لخلق تنافسية متفوقة على سبيل المثال، إحدى الشركات التي تطبق استراتيجيات بورتر العامة تدير أعمالها لتحقيق والحفاظ على مزاياها التنافسية

يوضح بورتر أن هناك ثلاثة أنواع من الاستراتيجيات تستخدمها الشركات لتحقيق والحفاظ على القدرات التنافسية، حيث تُنظر إليها من جانب الطلب (حجم وتركيب السوق المستهدف) وكذلك من جانب العرض (قدرات الشركة الداخلية).²

وحسب الشكل الموالي فإن عملية تحقيق الميزة التنافسية من خلال تحديد الفرص ثم اختيار استراتيجية لاستغلال الفرص ثم إدارة نتائج الاستغلال.³

Figure No1. Steps in the process to gain competitive advantage.



Source: systematization of the author

فرنسية



فرنسية

الميزة التنافسية والاستراتيجيات التنافسية

II

من خلال الاستراتيجيات التنافسية الثلاث: استراتيجية القيادة بالتكاليف، استراتيجية التمييز، استراتيجية التركيز يمكن تحقيق الميزة التنافسية ومتطلبات الإدارة الاستراتيجية
فمن خلال استراتيجية القيادة بالتكاليف: والتي تستدعي ان تكون القيمة المضافة للمؤسسة ان تكون السائدة الوحيدة في التكاليف، لان الاستراتيجية غير قابلة لاستمرار، في حالة وجود منافسون يقلدون المؤسسة في استراتيجياتها.

ومن خلال استراتيجية التمييز: حتى تضمن المؤسسة استراتيجية تميز ناجحة ودائمة، عليها ان تسعى لتكثيف مجهودات البحث والتطوير تجاه المنتج من خلال تقديمات وتصميمات مختلفة للمنتج وفي زمن اقل، وتحقق ميزة تنافسية افضل اذا استعملت هذه الاستراتيجية على أساس التفوق الفني، الجودة، تقديم خدمات مساعدة اكبر للمستهلك، وتقديم اكبر قيمة مقابل المبلغ لتقديم اكبر قيمة مقابل المبلغ المدفوع
ومن خلال استراتيجية التركيز: يمكن تحقيق الميزة التنافسية في ظل هذه الاستراتيجية ، بتكاليف اقل لقطاع سوقي معين، او تمييز المنتج بشكل افضل يشبع حاجات القطاع السوقي المستهدف.

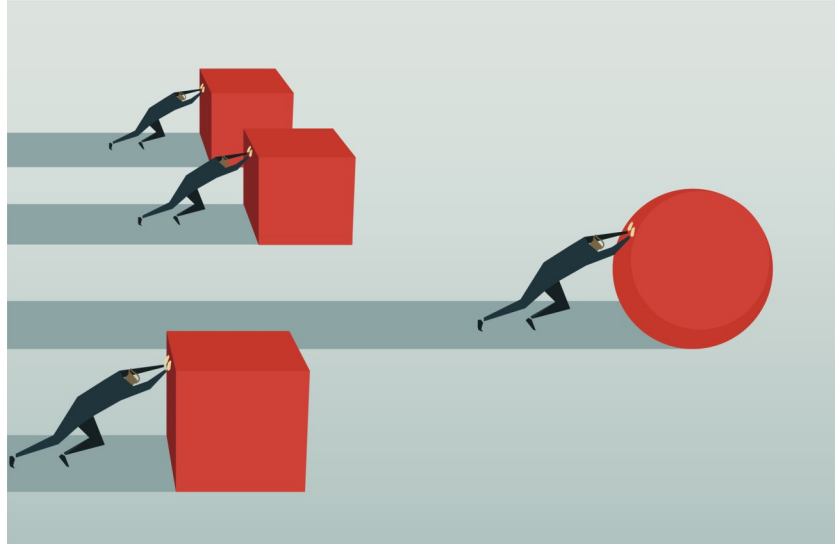
يمكن القول بان لكل استراتيجية طريقة مختلفة في اكتساب الميزة التنافسية. 44



فرنسية

خاتمة

في إطار سعي المنظمات إلى تبني الاستراتيجيات الأنسب التي تمكنها من الاستفادة القصوى من هذه الموارد، ومواجهة التحديات الخارجية بمرونة وفعالية. ومن هنا تبرز أهمية تبني الميزة التنافسية في اختيار الاستراتيجيات المدروسة بعناية، التي تتكامل مع القدرات الداخلية للمنظمة وتستجيب لفرص وتهديدات البيئة المحيطة، بما يضمن تحقيق التفوق المستدام في الأسواق المحلية والعالمية.



فرنسية

مراجع

[1] سعود عبد الله ابن لغيصم، خالد الزغبى (2020)، اثر الاستراتيجى فى تحقيق الميزة التنافسية، الدور الوسيط لاستراتيجيات الريادة (دراسة ميدانية لجامعات المنطقة الشرقية فى المملكة العربية السعودية)، مجلة البحوث التجارية، المجلد 42، العدد 2، السعودية، ص 8.

[2] Ida Farida ; Doddy Setiawan(2022), Business Strategies and Competitive Advantage: The Role of Performance and Innovation, journal of open innovation, vol 12, issue 163, p.3, <https://doi.org/10.3390/joitmc8030163>

[3] Radostina Emilova Yuleva(2019), COMPETITIVE ADVANTAGES AND COMPETITIVE STRATEGIES OF SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES, Economics and Management, Volume: XVI, Issue: 1, .74

[4] رتيبة نحاسية (2008)، استراتيجيات التنافس والميزة التنافسية للمؤسسة، مجلة معهد العلوم الاقتصادية، المجلد 12، العدد 3، ص ص 80- 81.