

تعتبر الميزة التنافسية المنهاج الأمثل لتحسين وتعزيز القدرة التنافسية للمنظمات الاقتصادية هذا في ظل التحولات والتطورات الكبيرة التي يشهدها محيط المنظمات في الوقت الحالي. ولذلك فإن المنظمات التي تحاول جاهدة للحصول على هذه المزايا وهذا بعد تجنيدها لكافة الوسائل والإمكانيات اللازمة لذلك .

مفهوم الميزة التنافسية :

فقد عرفت الميزة التنافسية على " أنها تلك المهارة أو التقنية أو المورد المتميز الذي يتيح للمؤسسة إنتاج قيم ومنافع للعملاء تزيد عما يقدمه لهم المنافسون، ويؤكد تميزها واختلافها عن هؤلاء المنافسين من وجهة نظر العملاء الذين يتقبلون هذا الاختلاف والتميز ّ

كن القول أن الميزة التنافسية هي مفهوم استراتيجي يعكس وضعاً تنافسياً مميزاً للمؤسسة مقارنة بمنافسيها ومن أجل إعطاء الميزة التنافسية المفهوم الأوضح فقد تم وصفها بما يأتي:

- أنها نسبية أي تتحقق بالمقارنة وليست مطلقة ؛
- تنبع من داخل المؤسسة وتحقق قيمة لها ؛
- تؤدي إلى تحقيق التفوق والأفضلية عن المنافسين ؛
- تنعكس في كفاءة أداء المؤسسة في أنشطتها، أو في تقديم قيمة ما للمشاركين أو كليهما ؛
- تؤدي إلى التأثير في العملاء وإدراكهم للأفضلية فيما تقدم المؤسسة وتحفزهم على الشراء

العلاقة بين الابداع والابتكار والميزة التنافسية :

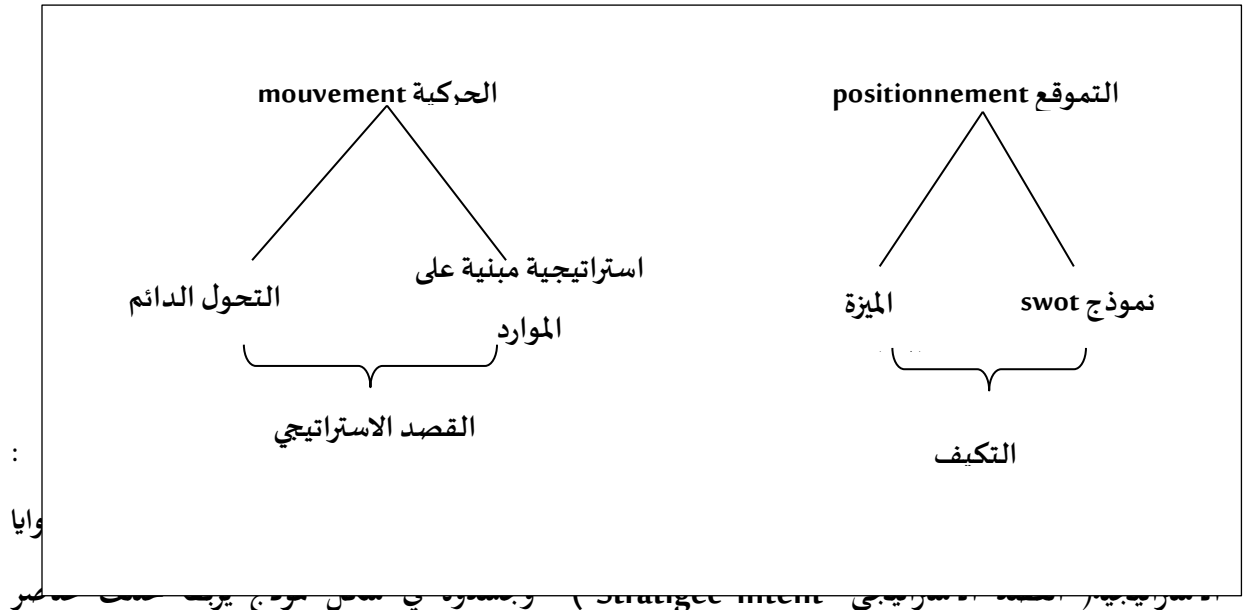
قبل التطرق للعلاقة بين الابداع والابتكار والميزة التنافسية ، سنحاول في البداية التطرق الى اهم المقاربات التي اعتمدت في تفسير كيفية تحقيق المؤسسة للميزة التنافسية ، حيث تجمع ادبيات الادارة الاستراتيجية ان هناك مقاربتين اساسيتين وهما :

❖ المقاربة الكلاسيكية للفكر الاستراتيجي المبنية على البحث عن التكيف (نموذج SWOT) والتموقع (أعمال M. Porter) .

حيث يفترض اصحاب هذا الطرح ان وضع الاستراتيجية هدفه خلق تكيف للمؤسسة مع محيطها من خلال نموذج swot بالاضافة الى امتلاك موضع تنافسي (موقع تنافسي) والحفاظ عليه اي العمل من اجل استدامة واستمرارية الميزة التنافسية للمؤسسة (أعمال Porter من خلال نموذج القوى الخمس وكذلك الاستراتيجيات التنافسية)

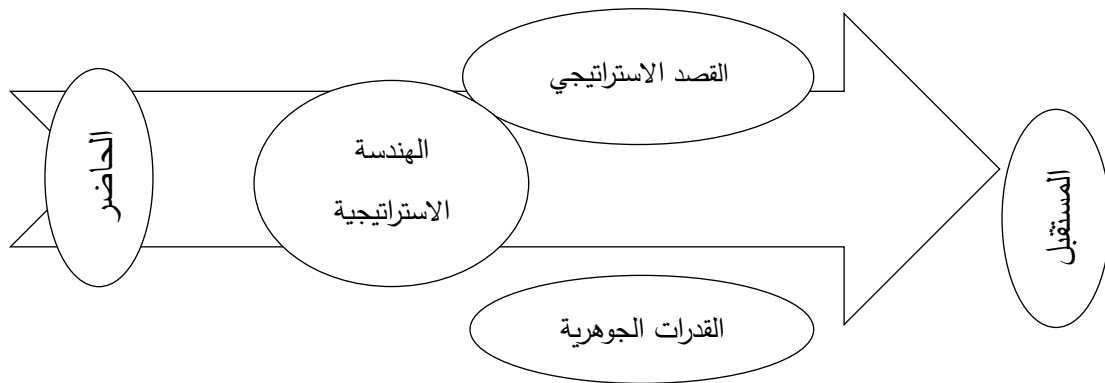
❖ المقاربة المبنية على الحركية والقصد الإستراتيجي والذي تجسد من خلال نظرية الموارد والتحول الدائم ، وفق هذه المقاربة ترى ان الاستراتيجية ما هي الا محاولة اجابة عن سؤال جوهري هو كيف يمكن للمؤسسة التأثير على بيئتها ؟

هذه المقاربة ترى ان هذه الاستراتيجية ليس البحث عن التكيف مع البيئة الخارجية وانما هو البحث عن كيفية التأثير في عناصر تلك البيئة ، كما ان اصحاب هذه المقاربة لا يؤمنون بامتلاك المؤسسة لميزة تنافسية والدفاع عنها وانما يؤمنون بضرورة التحول الدائم وأخذ المؤسسة زمام المبادرة . مقاربات اخرى تطور الفكر الاستراتيجي



الاستراتيجية بالمستقبل المرغوب فيه، حيث يناقش الباحثان في نموذجهما أربعة مكونات أساسية توفر مع بعضها الأساس للانطلاق نحو المستقبل المرغوب، وهذه العناصر هي: البصيرة، الهندسة الاستراتيجية، القصد الاستراتيجي والكفاءات الجوهرية، والشكل الموالي يوضح فكرة وعناصر النموذج

نموذج القصد الاستراتيجي لـ Prahalad & Hamel 1994



Source: S. N. Mburu & al , **Understanding the Concept of Strategic Intent**, International Refereed Journal of Engineering and Science, Volume 4, Issue 6 June 2015 ,p 59.

وفقا لهذا النموذج التفاعلي، تكون البداية من خلال البحث عن فرص جديدة للمنظمة في الصناعة، الأسواق وكيفية خلق القيمة وذلك يتطلب ثلاث خطوات، **في الخطوة الأولى** يجب توفر نظرة جيدة للمنظمة عن تلك الأسواق وقراءة ما يريده المستهلكون ومن ثم إبداع منتجات أو خدمات تسمح بإشباع حاجاتهم ورغباتهم، ذلك يعني تجاوز الوضع الراهن وأخذ المستقبل بعين الاعتبار، في حين تتعلق **الخطوة الثانية** بإعداد البناء الاستراتيجي المناسب للمنظمة (يسميه **Strategic architebture**) باعتباره يعبر عن المستقبل الحقيقي للمنظمة الناتج عن تلك النظرة للمستقبل التي ستسمح لها بتحقيق عوائد أكبر من خلال طرح منتجات جديدة للمستهلكين، **أما الخطوة الثالثة والأخيرة** فتتعلق بتحديد القصد الاستراتيجي الذي يعبر عنه بأنه شيء طموح ومقنع وبناء الكفاءات الأساسية التي سوف تسحب المنظمة إلى ذلك المستقبل المرغوب.

اذن ، وفق المقاربة الثانية واضح الدور الاستراتيجي للابداع والابتكار في خلف المزايا التنافسية

للمؤسسات