

مقدمة الفصل الثالث:

في إطار التحولات الاقتصادية المتسارعة ومع تزايد وتيرة التبادل على جميع المستويات توجه اهتمام معظم الدول بالاستراتيجيات التي تضمن لمنتجاتها أو خدماتها المقدمة البقاء و التفوق قياسا للمنافسين محليا ودوليا ، لذلك ظهرت ما يعرف بالميزة التنافسية-*avantage compétitif*- و التي تتضمن المقدرة على تقديم منتج أو خدمة بجودة أكبر و سعر أقل و بأسرع وقت إلا أن مفهوم الميزة التنافسية لم يعد مقتصرًا على المفهوم الكلاسيكي المرتبط بالتنافسية السعرية أو الكمية بل اتجه إلى أبعد من ذلك ضمن المستجدات الدولية .

و لكي تبني المؤسسات ميزتها التنافسية تلتزم بالقيام بالتحليل الاستراتيجي لتشخيص نقاط القوة في مواردها و تحديد المقدرات الجوهرية بها و الفرص البيئية المتاحة باعتبارها مصادر و أساس بناء الميزة التنافسية وتطويرها و بالتالي تمكّنها من تحقيق عوامل التفوق و تدعيم مركزها التنافسي قياسا لمنافسيها مع إمكانية التأقلم مع المتغيرات و بشكل مرّن.