

مزیت رقابتی من

My Competitive

Advantage

مؤلف: دکتر حمید اسکندری

اهواز - ۷۷۰۰۱۱۱۰۹۱۶

سرشناسه	: اسکندری، حمید، ۱۳۳۷-
عنوان و نام پدیدآور	: مزیت رقابتی من=My competitive advantage/مؤلف حمید اسکندری
مشخصات نشر	: اهواز، آیات، ۱۳۹۶.
مشخصات ظاهری	: ۲۱۸ص: مصور (رنگی)، جدول (رنگی)، نمودار (رنگی).
شابک	: ۹۷۸-۹۶۴-۶۴۷۴-۳۴-۵
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
موضوع	: برنامه ریزی راهبردی
موضوع	: Strategic planning
موضوع	: رقابت
موضوع	: Competition
رده بندی کنگ	: HD۳۰/۲۸/الف۴م۴ ۱۳۹۶
رده بندی دیویی	: ۶۵۸۵/۴۰۱۲
شماره کتابشناسی ملی	: ۴۸۵۱۰۶۸



حمید اسکندری

فرزند عبدالرسول

متولد ۱۳۳۷ اهواز

دکترای مدیریت استراتژیک



انتشارات سرنوشت آیات

www.ayatpub.ir

نام کتاب: مزیت رقابتی من

نویسنده: دکتر حمید اسکندری

ناشر: انتشارات موسسه فرهنگی آیات

سال چاپ: ۱۳۹۶ نوبت: اول

شمارگان: ۱۰۰۰ جلد

شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۶۴۷۴-۳۴-۵

قیمت: ۲۵۰۰۰ تومان

چکیده:

هدف از نوشتن این کتاب ارائه تعاریف ساده و کاربردی از موضوعات مهم و رایج در جامعه مثل استراتژی، توسعه، بهره‌وری و مزیت رقابتی است بطوریکه افشار مختلف جامعه ضمن آشنائی و شناخت آنها، چگونگی بکارگیری و استفاده عملیاتی از این تعاریف ساده را در کارهای روزمره بکار گیرند.

همه ما می‌دانیم که فرایه‌ها، تئوریه‌ها و قوانین صرفاً برای تعریف تئوریک و نظری نوشته نشده‌اند بلکه هدف اصلی این تعاریف، پیاده‌سازی عملیاتی و استفاده از دانش آنها برای پیشبرد جوامع بشری است. خیلی از ما این روزها در اخبار و سخنرانی‌ها و تریبون‌های مختلف اقتصادی، سیاسی و... استفاده به وفور این کلمات را از زبان سخنرانان شنیده‌ایم اما کمتر به معنا و مفهوم آنها و چگونگی پیاده‌سازی آنها در کارهای روزمره خود فکر کرده‌ایم. هدف این کتاب آوردن تعاریفی ساده از این واژه‌ها و اصطلاحات به روح کاربردی آنها در زندگی روزمره آحاد مختلف جامعه است.

همانگونه که در اسم این کتاب آمده است (مزیت رقابتی من)، کلمه من در اینجا منظور من خواننده و شما خواننده این کتاب است و چگونگی به چالش کشیدن توانائی‌های بالقوه و بالفعل من و تو در تطبیق با این تعاریف و استفاده کاربردی و عملیاتی از آنها برای پیشرفت و تعالی کارهای روزمره خود است و

هیچ فرقی نمی کند که شما کارگر، دانشجو، استاد، بنا، پزشک و یا بقال باشید
شما هر شغلی که دارید می توانید با نوشتن استراتژی خود، از مزیت رقابتی
آن نسبت به رقبا برخوردار باشید.

خلاصه مطالب کتاب به این شرح است که ابتدا تعاریف ساده ای از معنا و مفهوم
استراتژی و ریت رقابتی آمده و بدنبال آن، اقسام مزیت رقابتی و در ادامه تئوریه‌ها و
قوانینی که از آن‌ها نشاندان و صاحب‌نظران مختلف این رشته بیان شده است.
در قسمت دوم کتاب چگونگی نوشتن یک استراتژی به‌مراه مراحل آن با ذکر مثال،
برای درک بیشتر خواننده آمده است.
در پایان استراتژیهای مشاغل مختلف برای کسب مزیت رقابتی، برای مشاغلی که تقریباً
عمومی هستند و کم و بیش همه مردم با آنها سروکار دارند برای درک بهتر مطالب،
آورده شده است و هریک از ما با مطالعه این استراتژی‌ها، تطبیق آنها با شغل خود،
براحتی می‌توانیم برای موفقیت شغل خود استراتژی (راهبر) بنویسیم و به مزیت
رقابتی دست پیدا کنیم.

انشاء الله

۱۴	 پیشگفتار
۱۷	 فصل اول تعاریف مزیت رقابتی
۱۸	 مقدمه:
۲۱	 تعاریف مزیت رقابتی
۲۳	 خلق ارزش در محصول و با خدمات چگونه به دست می آید
۲۳	 مزیت رقابتی پایدار
۲۴	 مزیت رقابتی و برند
۲۴	 ویژگیهای یک کالا و یا یک خدمت برای ایجاد مزیت رقابتی چیست
۲۷	 ابعاد و خصوصیات مزیت رقابتی
۳۰	 مفهوم مزیت رقابتی
۳۱	 منابع مزیت رقابتی
۳۱	 تمایز در مزیت رقابتی چیست ؟
۳۲	 تفاوت در دیدگاه (در تعاریف مزیت رقابتی)
۳۳	 اقسام مزیت رقابتی
۳۴	 الف) تقسیم بندی مزیت رقابتی براساس سطوح دیدگاه ها:
۳۴	 مزیت رقابتی در سطح دنیا :
۳۵	 مزیت رقابتی در سطح قاره
۳۵	 مزیت رقابتی در سطح منطقه :

- ۳۵..... مزیت رقابتی در سطح دو یا چند کشور :
- ۳۶..... مزیت رقابتی در سطح کشور :
- ۳۷..... (ب) تقسیم بندی مزیت رقابتی بر اساس مهارت
- ۳۸..... اقسام مزیت رقابتی از لحاظ محتوا :
- ۳۹..... مبانی تئوریک و مدل‌های نظری
- ۳۹..... استراتژی چیست ؟
- ۴۰..... سلسله هب استراتژی‌ها:
- ۴۱..... مفهوم و تعریف مزیت رقابتی از دیدگاه دانشمندان
- ۴۲..... مدل نیروی رقابتی پورتر و استراتژی‌های رقابتی
- ۴۴..... استراتژی‌های عمومی پورتر
- ۴۵..... تمایز دیدگاه مزیت رقابتی پورتر
- ۴۶..... نگرش‌های موجود به منشأ مزیت رقابتی
- ۴۷..... عوامل تعیین کننده و مؤثر بر مزیت رقابتی
- ۴۹..... نقش زنجیره ارزش پورتر در شناسایی عوامل مزیت رقابتی
- ۵۰..... مدل زنجیره ارزش پورتر
- ۵۲..... مدل‌های تحلیل استراتژیک
- ۵۷..... تعریف توسعه :
- ۵۸..... ضرورت و ابعاد توسعه
- ۵۹..... رقابت از دیدگاه شومپتر :
- ۶۰..... جنبه‌های مثبت و منفی رقابت:
- ۶۰..... هوشمندی رقابتی

۶۰	تعریف هوشمندی رقابتی
۶۱	انواع هوشمندی رقابتی :
۶۲	مزیت رقابتی ملی در ایران براساس مدل الماس پورتر
۶۵	فصل دوم چگونگی نوشتن استراتژی برای یک سازمان یا شرکت
۶۶	مقدمه فصل دوم
۶۷	تعریف استراتژی
۶۸	چگونگی تدوین استراتژی برای یک شرکت یا سازمان
۷۱	مطالعات اکتشافی
۷۲	کمیته های ارزیابی و بررسی عوامل
۷۳	شناخت و ارزیابی عوامل استراتژیک داخلی
۷۴	شناخت و ارزیابی عوامل استراتژیک محیطی
۷۵	کمیته راهبری و ادامه اقدامات:
۷۷	ماتریس ارزیابی عوامل خارجی
۸۰	مراحل تعیین اهداف استراتژیک
۸۷	مقایسه عوامل داخلی و خارجی موقعیت های استراتژیک شرکت الف
۸۹	شناسایی استراتژیها
۹۳	تعیین موقعیت استراتژیک
۹۵	عوامل استراتژیک داخلی شرکت الف
۹۶	عوامل استراتژیک خارجی شرکت الف
۱۰۰	الگو سازی
۱۰۰	الگو چیست :

۱۰۳.....	الگوی استراتژی شرکت تولیدی (ب)
۱۰۵.....	فصل سوم استراتژی مشاغل
۱۰۶.....	مقدمه فصل سوم :
۱۰۷.....	استراتژی من بعنوان مدیر کل اداره کار و امور اجتماعی استان
۱۱۴.....	استراتژی من بعنوان مدیر کل صنایع استان
۱۱۸.....	استراتژی من بعنوان مدیر کل تأمین اجتماعی استان
۱۲۳.....	استراتژی من بعنوان معلم، استاد
۱۲۶.....	استراتژی من بعنوان مدیر آپارتمان
۱۲۹.....	استراتژی من بعنوان دوا
۱۳۲.....	استراتژی من بعنوان پرستار
۱۳۵.....	استراتژی من بعنوان کارمند اداری
۱۳۸.....	استراتژی من بعنوان مدیر
۱۴۱.....	استراتژی من بعنوان راننده تاکسی
۱۴۴.....	استراتژی من بعنوان آرایشگر
۱۴۷.....	استراتژی من بعنوان امام جماعت مسجد
۱۵۰.....	استراتژی من بعنوان سوپرمارکت محله
۱۵۳.....	استراتژی من بعنوان مدیر رستوران
۱۵۷.....	استراتژی من بعنوان مسئول تعمیرگاه لوازم خانگی
۱۶۱.....	استراتژی من بعنوان مدیر پمپ بنزین
۱۶۴.....	استراتژی من بعنوان مسئول تعاونی مسافری
۱۶۸.....	استراتژی من بعنوان مدیر درمانگاه

۱۷۲.....	استراتژی من بعنوان مدیر بنگاه معاملات املاک.....
۱۷۶.....	استراتژی من بعنوان وکیل پایه یک حقوقی.....
۱۸۰.....	استراتژی من بعنوان شهردار کلانشهر.....
۱۸۵.....	استراتژی من بعنوان رئیس دادگستری استان.....
۱۹۰.....	استراتژی من بعنوان قاضی.....
۱۹۳.....	استراتژی من بعنوان دانشجو.....
۱۹۷.....	استراتژی من بعنوان مهندس نانو، مآختمان.....
۲۰۰.....	استراتژی من بعنوان پزشک.....
۲۰۳.....	استراتژی من بعنوان مدیر آژانس (تسمه سرویس).....
۲۰۷.....	استراتژی من بعنوان مسئول نمایندگی خودرو.....
۲۱۱.....	استراتژی من بعنوان مسئول خشک شویی.....
۲۱۴.....	استنتاج از مباحث کتاب :.....
۲۱۵.....	منابع و مأخذ:.....

پیشگفتار

انسان های خلاق همیشه دوست دارند که پرواز کنند یعنی از اینجایی که هستند جدا شوند (از زمین بپرند take off) و به جاهای بالاتری بروند.

بسی انسان ها این شوق پرواز را دارند و آن را فقط در حد یک ایده نگه داشته و افکار بیشتری انجام نمی دهند.

✓ تعدادی از انسان ها این شوق را تبدیل به ایده و ایده را تبدیل به طرح نموده و در همینجا متوقف شده اند

✓ بعضی ها یک قدم جلوتر رفته و طرح خود را تبدیل به هواپیما نموده ولی پرواز نکرده اند، یابیه خود جرات پرواز نداده اند.

✓ دسته ی چهارم آنهایی هستند که به این مراحل اکتفا نمی کنند و ایده را به طرح و طرح را به هواپیما و هواپیما را به پرواز درمی آورند و عملاً شوق پرواز را از تئوری به عمل تبدیل می کنند.

انسان ها دارای پیچیدگی ها و توانمندی های عظیمی هستند که شاید خود از آن بی اطلاع باشند و یا آن را دست کم می گیرند.

حضرت علی (ع) می فرماید: « أَتَزَعَمُ أَنَّكَ جَرِمَ صَغِيرٍ وَفِيكَ النُّطْوَى الْعَالَمُ الْأَكْبَرُ »
ای انسان تو گمان می کنی که جرم کوچکی هستی حال آنکه توانایی و درون تو عالم
بزرگی است.

خوب، وقتی بقول حضرت علی (ع) یک دنیا فهم و شعور و استعداد در من نهفته است،
پس چرا از آن استفاده نمی کنم؟ چرا آن را به منصف ظهور نمی رسانم، چرا از این
مزیتی که خداوند متعال نسبت به دیگر موجودات به ما عطا نموده استفاده نمی کنیم و
از آن بهره مناسب نمی گیریم.

کلمه بهره وری راز و رمز زندگی است. برای دستیابی به بهره وری، استعدادها، خلاقیت
ها و نوآوری ها بکار می افتد تا این راز و رمز را کشف کنند.

زندگی بدون خلاقیت و بهره وری مساوی با مرگ و عدم آبادی است.

اعتقاد به وجود شیوه های بهتر، تلقی مسئولیت همگانی، دقت کیفیت، همگانی
دانستن مسئولیت نوآوری و عجز کردن جوهره کار در روح و جسم همه انسان ها را
به آینده ی بهتر و روشن تر امیدوار می کند.

تعریف مزیت رقابتی که در کتاب ها آمده بیشتر و یا بهتر بگوییم فقط جنبه های
اقتصادی را دربر گرفته و یکی از اصول آن، این است که هر شرکت یا موسسه، استراتژی
خود را که منجر به کسب این مزیت شده را بصورت محرمانه نزد خود نگه دارد و از
دسترسی رقبا دور نگه دارد. ما بنا داریم در این کتاب تعریف مزیت رقابتی را علاوه بر

اقتصاد به حوزه های دیگر مثل سیاست، اخلاق و مشاغل تعمیم دهیم و ضرورتی نیز برای محرمانه نگه داشتن آن قائل نباشیم.

ما نباید به کارهای روتین اکتفا کنیم، ما باید سعی کنیم در خود مزیت رقابتی ایجاد نماییم. این کتاب تلاش دارد تا با تعریف و یاد آوری مزیت رقابتی انسان ها و همچنین تبدیل تعاریف نظری به تعاریف عملیاتی برای شرکت ها، افراد و مشاغل مختلف، آنان را تشویق به ایجاد مزیت رقابتی در خود نماید و از این طریق سطح ارتقاء جامعه را در همه زمینه ها بالا ببرد.

انشاء الله...