

رقابت پذیری از دیدگاه مدل الماس پورتر

با گسترش تجارت جهانی، تغییرات سریع در الگوهای مصرف و تقاضا، انقلاب در فناوری اطلاعات و همچنین افزایش در تعداد و کیفیت رقابتی محلی و بین المللی در دو دهه اخیر، مفهوم رقابت پذیری از اهمیت ویژه‌ای برخوردار گشته است. لذا در این مقاله مفاهیم اصلی و اساسی رقابت پذیری معرفی شده و همچنین مدل الماس گون پورتر که یکی از مهمترین نظریه‌های ارائه شده در زمینه رقابت پذیری است که در آن عوامل مختلف مؤثر بر رقابت پذیری دسته بندی و تفسیر شده است. علاوه بر این، برخی از انتقادات مطرح شده درباره این مدل نیز مورد توجه قرار گرفته است.

مقدمه

فرایند جهانی شدن، به وجود آمدن سازمان تجارت جهانی و یکپارچگی بازارهای جهانی، پیشرفت های سریع و بنیادین تکنولوژیک، پیشرفت های جدید در زمینه فناوری اطلاعات، افزایش تغییرات سریع در الگوهای مصرف و تقاضا، تبیین کنترل های آلودگی محیط زیست و حفظ منابع انرژی، کمبود منابع و هزینه های بالای آنها، چالش هایی هستند که نگاه ها و صنایع مختلف در عرصه ی تجارت و فعالیت های اقتصادی با آن روبرو هستند و ادامه حیات آنها، منوط به تصمیم گیری درست و به موقع در برابر این تغییرات است. در این میان، فرایند جهانی شدن و گسترش بازارهای مصرف و نیز افزایش تعداد رقبا و شدت رقابت، باعث اهمیت بخشیدن به مفاهیمی مانند رقابت پذیری شده است. این امر موجب گردیده تا نگاه ها، صنایع و کشورهای مختلف در جهت ارتقای رقابت پذیری خود به شناسایی عوامل مؤثر بر رقابت پذیری و تقویت آنها تلاش کنند. بسیاری از محققان جهت توجیه و تفسیر رقابت پذیری و عوامل مؤثر بر آن، نظریه و مدل هایی را عرضه داشته اند و عوامل مؤثر بر رقابت پذیری را دسته بندی کرده و در قالب مدل هایی ارائه کرده اند. این نظریه ها و مدل ها نیز از تنوع نسبتاً زیادی برخوردارند. اما در این میان مدل الماس گون مایکل پورتر از اهمیت و جایگاه ویژه‌ای برخوردار است. لذا در این مقاله پس از بیان مفاهیم اولیه رقابت پذیری به معرفی این مدل پرداخته شده است.

مفهوم رقابت پذیری

مطالعه نظریات صاحب نظران و پژوهشگران مختلف نشان می دهد که از رقابت پذیری تعریف و تعبیر واحدی وجود ندارد. اما به طور کلی می توان رقابت پذیری را قابلیت ها و توانمندی هایی دانست که یک کسب و کار، صنعت، منطقه، کشور دارا هستند و می توانند آنها را حفظ کنند تا در عرصه رقابت بین المللی نرخ بازگشت بالایی را در فاکتورهای تولید ایجاد کرده و نیروی انسانی خود را در وضعیت نسبتاً بالایی قرار دهند. به عبارت دیگر، رقابت پذیری توانایی افزایش سهم بازار، سوددهی، رشد ارزش افزوده و ماندن در صحنه رقابت عادلانه و بین المللی برای یک دوره طولانی است.

رقابت پذیری در اثر ترکیبی از دارایی ها و فرایندها به وجود می آید. دارایی ها یا به صورت موهبتی است (مثل منابع طبیعی) و یا ساخته شده به وسیله انسان است (مثل زیرساخت ها) و فرایندها که دارایی ها را به منافع اقتصادی حاصل از فروش به مشتریان تبدیل می کند و در نهایت موجب ایجاد رقابت پذیری می گردند.

در بررسی رقابت پذیری می توان از زاویه دیگری نیز به مسئله نگریست و آن منابع ایجاد رقابت پذیری است. منابع ایجاد رقابت پذیری را می توان در سه دسته ی فناوری، سازمان و نیروی انسانی تقسیم بندی کرد. مزیت رقابتی حاصل از نیروی انسانی

دوام و پایداری بیشتری نسبت به سایر مزیت های رقابتی دارند و مدت زمان بیشتری لازم است تا رقبا بتوانند این مزیت های رقابتی را تقلید کنند.

مدل الماس پورتر

مایکل پورتر از استادان دانشکده بازرگانی دانشگاه هاروارد یکی از محققان فعال در زمینه مطالعات رقابت پذیری است. وی در سال ۱۹۸۰ کتاب «استراتژی رقابتی»، در سال ۱۹۸۵ کتاب «مزیت رقابتی» را به رشته تحریر در آورده است. همچنین در سال ۱۹۹۰ کتاب «مزیت رقابتی ملت‌ها» را عرضه داشت که در آن مدل «الماس» (DIAMOND MODEL) در رقابت‌پذیری معرفی شده است. پورتر در این مدل، رقابت‌پذیری را حاصل تعامل و برهم کنش چهار عامل اصلی می‌داند: ۱- فاکتورهای درونی ۲- شرایط تقاضای داخلی ۳- صنایع مرتبط و حمایت کننده ۴- استراتژی، ساختار و رقابت به اعتقاد «پورتر»، این فاکتورهای چهارگانه به صورت متقابل بر یکدیگر تاثیر دارند و تغییرات در هر کدام از آنها می‌تواند بر شرایط بقیه فاکتورها مؤثر باشد [۵]. علاوه بر آن، دو عامل بیرونی دولت و اتفاقات پیش‌بینی نشده نیز بر عوامل چهارگانه تأثیر غیر مستقیم دارند و از طریق تأثیر بر آنها می‌توانند در رقابت‌پذیری نیز تأثیر گذار باشند.

الف - فاکتورهای درونی: مجموعه‌ای از عوامل مؤثر در تولید کالا یا خدمات، مانند مواد اولیه، کیفیت و میزان دسترسی به آن، نیروی انسانی بدون مهارت و یا ماهر و آموزش دیده، بهره‌وری و خلاقیت و نوآوری نیروی انسانی، زیرساخت‌ها، مسائل تکنولوژیک، میزان سرمایه و دسترسی به آن، توانمندی‌ها و قابلیت‌های مدیریتی و ... که برای رقابت در عرصه بازارهای رقابتی ضروری است، فاکتورهای درونی را تشکیل می‌دهند.

پورتر فاکتورهای درونی را در دو دسته تقسیم بندی می‌کند [۵]:

- فاکتورهای عمومی شامل مواردی مانند مواد اولیه، انرژی، نیروی انسانی بدون مهارت خاص.
- فاکتورهای تخصصی شامل مواردی مانند نیروی انسانی ماهر و متخصص، دانش فنی پیشرفته و فناوری پیشرفته.
فاکتورهای تخصصی در مقایسه با فاکتورهای عمومی مزیت رقابتی پایدارتری را ایجاد می‌کند.

ب- شرایط تقاضای داخلی: شرایط تقاضای داخلی ماهیت و چگونگی تقاضا را در بازارهای داخلی برای محصولات یک صنعت مشخص می‌کند. اندازه و رشد تقاضا در رقابت‌پذیری صنایع تأثیر بسزایی دارد. پورتر معتقد است که وجود بازار داخلی بزرگ و در حال رشد موجب تشویق سرمایه‌گذاران برای توسعه فناوری و بهبود بهره‌وری گردیده و این مسئله به عنوان مزیت رقابتی برای آن ملت محسوب می‌گردد. در مقابل، بازارهای داخلی کوچک که دارای رشد پایینی هستند شرکت‌ها و صنایع را به دنبال فرصت‌های صادراتی می‌کشاند [۷]. تقاضای داخلی دارای دو جنبه کمی و کیفی بازار است. اندازه تقاضای داخلی حداقل مقیاس اقتصادی فعالیت‌های بنگاه‌های داخلی را تعیین کرده و آنها را قادر می‌سازد تا از یک تقاضای پایدار برخوردار گردند. اما باید توجه داشت که منافع اصلی تقاضای داخلی در رقابت‌پذیری از دیدگاه کیفی است. انتظارات مشتریان از کیفیت محصولات و خدمات می‌تواند انگیزه‌ای برای افزایش قدرت رقابت‌پذیری یک کسب و کار گردد [۱] و به عنوان محرکی قدرتمند در جهت توسعه و ارتقای رقابت‌پذیری بنگاه‌ها و حتی از دید کلان رقابت‌پذیری کشورها گردد.

ج- صنایع مرتبط و حمایت کننده: صنایع مرتبط و حمایت کننده می‌تواند شامل تأمین کنندگان مواد اولیه یا تجهیزات و ابزارآلات، توزیع کنندگان و فروشندگان، سیستم‌های توزیع محصول، موسسات تحقیقاتی، سرویس‌های مالی مانند بانک‌ها و بورس

اوراق بهادار، سیستم‌های حمل و نقل، دانشگاه‌ها، مراکز و مؤسسات تحقیقاتی و صناعی باشد که از یک نوع فناوری، مواد اولیه و امکانات آزمایشگاهی استفاده می‌کنند. ارتباط و همکاری با این صنایع و مراکز در توسعه سطح محصولات و خدمات و بهبود آنها و در نهایت ارتقای رقابت‌پذیری مؤثر است.

د- استراتژی، ساختار و رقابت: شرایطی که طبیعت و جوهره رقابت را در سطح کلان اجتماع تحت کنترل دارد و همچنین راه و روشی که بنگاه‌ها و سازمان‌ها تأسیس، سازماندهی و مدیریت می‌شوند بر رقابت‌پذیری تأثیر بسزایی دارد. بنابراین، ساختار و استراتژی‌هایی که برای مدیریت و راهبری یک بنگاه یا صنعت تدوین و اجرا می‌گردد، تأثیری مستقیم بر عملکرد و رقابت‌پذیری آن دارد. پورتر به منظور ایجاد مزیت‌های رقابتی، استراتژی‌های عمومی را پیشنهاد می‌کند. بر اساس این استراتژی‌ها یک کسب و کار از دو راه می‌تواند برای خود مزیت رقابتی ایجاد کرده و موقعیت رقابتی خود را بهبود ببخشد:

- ارائه کالا و یا خدمات با هزینه کمتر (مزیت هزینه‌ای)؛

- ارائه کالا و خدمات متنوع با ویژگی‌های متمایز (مزیت تمایز).

هر یک از این استراتژی‌ها می‌تواند توسط بنگاه‌ها اعمال گردد و یا تنها بخشی از آن را پوشش دهند. هر یک از این استراتژی‌ها موقعیت رقابتی خاصی را برای بنگاه ایجاد می‌کند. علاوه بر این، پورتر ماهیت و میزان رقابت در هر محیط صنعتی را به مجموعه‌ای از پنج نیروی مختلف، وابسته می‌داند و معتقد است که با افزایش تعداد رقبا و شدت یافتن رقابت بین این نیروهای پنج‌گانه، رقابت‌پذیری کل صنعت و به تبع آن کل کشور افزایش خواهد یافت. دلیل این مسئله را می‌توان در تلاش متقابل رقبا برای افزایش کیفیت و یا کاهش هزینه‌های محصولات و یا خدمات برای کسب رضایت مشتریان دانست که در نهایت موجب افزایش سطح استانداردهای زندگی و رضایت مندی بیشتر در مشتریان خواهد شد.

ه - دولت: دولت به عنوان یک نیروی عمده، همواره در رقابت‌پذیری مؤثر است و با مداخله خود در امور مختلف سیاسی، اقتصادی و اجتماعی و اعمال قوانین و مقررات بر رقابت‌پذیری تأثیر مثبت و حتی منفی داشته است. سیاست‌های پولی، مالی و بازرگانی و قوانین مالیاتی، سیاست‌های حمایتی، سیاست‌های اداری و تشکیلاتی، قوانین مربوط به صادرات و واردات، نرخ ارز، حجم پول و نرخ بهره، تورم، هزینه‌های دولت و تصمیم‌گیری‌های دیگر در سطح اقتصاد خرد و کلان، توافق‌های رسمی و غیر رسمی مقامات سیاسی، برقراری یا توسعه روابط سیاسی تجاری و یا قطع روابط اقتصادی - تجاری با سایر کشورها از جمله بارزترین عوامل تأثیر گذار بر رقابت‌پذیری بنگاه‌ها، صنایع و کشورها هستند که به طور مستقیم با دولت‌ها در ارتباطند.

و- اتفاقات پیش‌بینی نشده: اتفاقات پیش‌بینی نشده حوادث و مسائلی هستند که بر رقابت‌پذیری تأثیر - مثبت و یا منفی - داشته ولی به صورت تصادفی و خارج از کنترل بنگاه‌ها، صنایع و حتی دولت‌ها رخ می‌دهند. حوادث غیر مترقبه، جنگ، تحریم‌های اقتصادی، شوک‌های نفتی، بحران‌های اقتصادی - سیاسی و یا نوآوری‌های عمیق تکنولوژیک نمونه‌ای از اتفاقات پیش‌بینی نشده هستند.

نقدی بر مدل الماس پورتر

مدل الماس پورتر اگر چه یکی از موفق‌ترین مدل‌های ارائه شده در زمینه رقابت‌پذیری است و بسیاری از تحقیقات بر پایه این مدل پایه‌ریزی شده‌اند، ولی مدل مزبور عوامل مؤثر بر رقابت‌پذیری را تنها محدود به محیط داخلی یک کشور می‌داند و از تحرک و جابه‌جایی منابع و عوامل گوناگون تولید مانند سرمایه، نیروی انسانی، فناوری، دانش فنی، تحقیق و توسعه در سطح جهانی و بین‌المللی،

به‌خصوص توسط سرمایه‌گذاری‌های مستقیم خارجی و شرکت‌های چند ملیتی غفلت کرده است. علاوه بر این، دگرگونی‌های بین‌المللی و شرایط سیاسی-اقتصادی جهانی نیز رقابت‌پذیری کشورها را تحت تاثیر قرار می‌دهد. از سوی دیگر، علاوه بر شرایط تقاضای درونی یک کشور بازارهای جهانی و تقاضای بین‌المللی و پتانسیل‌های موجود برای صادرات نیز در رقابت‌پذیری مؤثرند. این مسئله بویژه با گسترش تجارت جهانی اهمیت فراوانی یافته است. علاوه بر این، دولت‌ها در اقتصادهای نسبتاً کوچک و کشورهای توسعه نیافته که بخش عمده‌ای از فعالیت‌های اقتصادی در آنها در اختیار دولت است، نقش تعیین‌کننده‌تری در رقابت‌پذیری دارا هستند. این موارد موجب گردیده تا توسط صاحب‌نظران اصلاحاتی در مدل الماس پورتر صورت گیرد که نتیجه آن معرفی مدل‌های دیگری مانند «مدل الماس مضاعف» و بعد از آن مدل الماس مضاعف تعمیم یافته، گردیده است [۳] که در آنها توجه بیشتری به مسائل بین‌المللی و تاثیر سایر کشورها بر رقابت‌پذیری یک کشور و صنایع موجود در آن شده است.

نتیجه‌گیری

رقابت‌پذیری قابلیت‌ها و توانمندی‌هایی است که یک کسب و کار، صنعت، منطقه، کشور دارا هستند و می‌توانند آنها را حفظ کنند تا در عرصه رقابت بین‌المللی نرخ بازگشت بالایی را در فاکتورهای تولید ایجاد کرده و نیروی انسانی خود را در وضعیت نسبتاً بالایی قرار دهند، به منظور نظریه‌ها و مدل‌ها نیز از تنوعی جهت توجیه و تفسیر رقابت‌پذیری و دسته‌بندی آن ارائه شده است که در میان آنها مدل الماس پورتر از اهمیت و جایگاه ویژه‌ای برخوردار است. بر اساس این مدل، چهار عامل اصلی فاکتورهای درونی، شرایط تقاضای داخلی، صنایع مرتبط و حمایت‌کننده و همچنین استراتژی، ساختار و رقابت بر رقابت‌پذیری کشورها و همچنین صنایع مختلف آن تاثیر مستقیم دارند. علاوه بر این، دو عامل دولت و اتفاقات پیش‌بینی نشده نیز به صورت غیر مستقیم بر رقابت‌پذیری مؤثر هستند. اگر چه این مدل پایه و اساس بسیاری از مطالعات در سراسر جهان قرار گرفته و مورد توجه بسیار از پژوهشگران بوده است ولی در مجموع دارای نقاط ضعفی نیز هست که از آن جمله می‌توان عدم تاکید بر مسایل بین‌المللی و بازارهای جهانی و نیز در نظر نگرفتن جابه‌جایی عوامل تولید از طریق شرکت‌های چند ملیتی و سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی یاد کرد. علاوه بر این، دولت در کشورهای توسعه نیافته نقشی فراتر از تاثیر غیر مستقیم دارد. لذا لازم است در بررسی رقابت‌پذیری بر اساس مدل الماس پورتر این موارد نیز مد نظر قرار گرفته شود.

ماهنامه تدبیر

- مرثی مرادی: کارشناس ارشد دانشگاه صنعتی خواجه نصیرالدین

- رسول شقایب: استادیار دانشکده مهندسی صنایع دانشگاه صنعتی خواجه نصیرالدین