

رقابت‌پذیری از دیدگاه
(مدل الماس)) پورتر
مرتضی مرادی
moradi_morteza@yahoo.com
رسول شفاپی
shafaei@kntu.ac.ir

چکیده

گسترش تجارت جهانی، تغییرات سریع در الگوهای مصرف و تقاضا، انقلاب در فناوری اطلاعات و همچنین افزایش در تعداد و کیفیت رقابت‌های محلی و بین‌المللی در دو دهه اخیر مفهوم رقابت‌پذیری از اهمیت ویژه‌ای برخوردار گشته است. لذا در این مقاله مفاهیم اصلی و اساسی رقابت‌پذیری معرفی شده و همچنین مدل الماس‌گون پورتر که یکی از مهمترین نظریه‌های ارائه شده در زمینه رقابت‌پذیری است که در آن عوامل مختلف مؤثر بر رقابت‌پذیری دسته‌بندی 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، پیشرفت‌های سریع و بنیادین تکنولوژیک، پیشرفت‌های جدید در زمینه فناوری اطلاعات، افزایش تغییرات سریع در الگوهای مصرف و تقاضا، تبیین کنترل‌های آلودگی محیط زیست و حفظ منابع انرژی، کمبود منابع و هزینه‌های بالای آنها، چالش‌هایی هستند که بنگاه‌ها و صنایع مختلف در عرصه تجارت و فعالیت‌های اقتصادی با آن روبرو هستند و ادامه حیات آنها، منوط به تصمیم‌گیری 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 رقابت‌پذیری شده است. این امر موجب گردیده تا بنگاه‌ها، صنایع و کشورهای مختلف در جهت ارتقای رقابت‌پذیری خود به شناسایی عوامل مؤثر بر رقابت‌پذیری و تقویت آنها تلاش کنند. بسیاری از محققان جهت توجیه و تفسیر رقابت‌پذیری و عوامل مؤثر بر آن، نظریه و مدل‌هایی را عرضه داشته‌اند و عوامل مؤثر بر رقابت‌پذیری را دسته‌بندی کرده و در قالب مدل‌هایی ارائه کرده‌اند. این نظریه‌ها و مدل‌ها نیز از تنوع نسبتاً زیادی برخوردارند. اما در این میان مدل الماس‌گون مایکل پورتر از اهمیت و جایگاه ویژه‌ای برخوردار است. لذا در این مقاله پس از بیان مفاهیم اولیه رقابت‌پذیری به معرفی این مدل پرداخته شده است.

رقابت‌پذیری

مفهوم

مطالعه نظریات صاحب نظران و پژوهشگران مختلف نشان می‌دهد که از رقابت‌پذیری تعریف و تعبیر واحدی وجود ندارد. اما به طور کلی می‌توان رقابت‌پذیری را قابلیت‌ها و توانمندی‌هایی دانست 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 عبارت دیگر، رقابت‌پذیری توانایی افزایش سهم بازار، سوددهی، رشد ارزش افزوده و ماندن در صحنه رقابت عادلانه و بین‌المللی برای یک دوره طولانی است.

رقابت‌پذیری در اثر ترکیبی از دارایی‌ها و فرایندها به وجود می‌آید. دارایی‌ها یا به صورت موهبتی است (مثل منابع طبیعی) و یا ساخته شده به وسیله انسان است (مثل زیرساختها) و فرایندها که دارایی‌ها را به منافع اقتصادی حاصل از فروش به مشتریان تبدیل می‌کند و در نهایت موجب ایجاد رقابت‌پذیری می‌گردند. این مطالب را می‌توان به صورتی که در شکل (1) نشان داده شده به صورت فرمول رقابت‌پذیری جهانی نشان داد.

در بررسی رقابت‌پذیری می‌توان از زاویه دیگری نیز به مسئله نگریست و آن منابع ایجاد رقابت‌پذیری است. منابع ایجاد رقابت‌پذیری را می‌توان در سه دسته فناوری، سازمان و نیروی انسانی تقسیم‌بندی کرد. مزیت رقابتی حاصل از نیروی انسانی دوام و پایداری بیشتری نسبت به سایر مزیت‌های رقابتی دارند و مدت زمان بیشتری لازم است تا رقبا بتوانند این مزیت‌های رقابتی را تقلید کنند.

پورتر

الماس

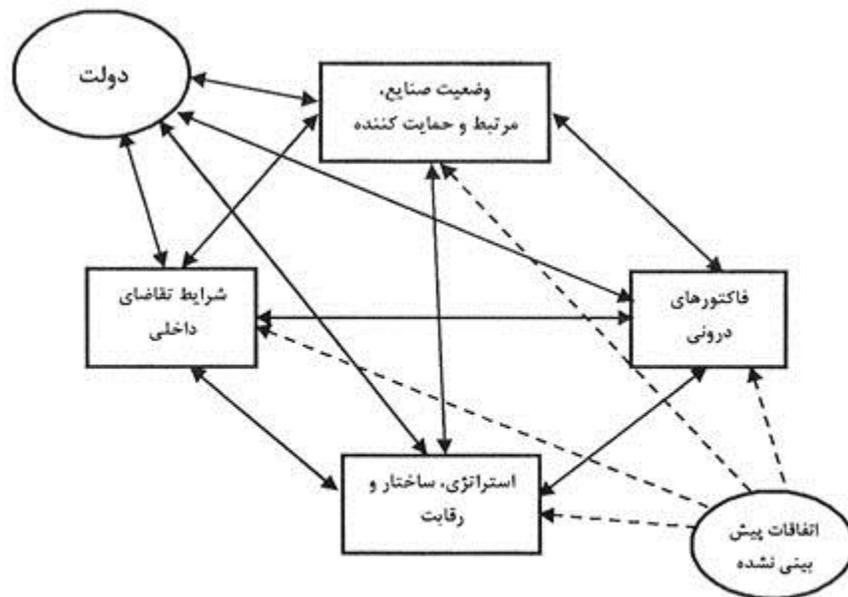
مدل

مایکل پورتر از استادان دانشکده بازرگانی دانشگاه هاروارد یکی از محققان فعال در زمینه مطالعات رقابت‌پذیری است. وی در سال 1980 کتاب «استراتژی رقابتی»، در سال 1985 کتاب «مزیت رقابتی» را به رشته تحریر در آورده است. همچنین در سال 1990 کتاب «مزیت رقابتی ملت‌ها» را عرضه داشت که در آن مدل «الماس» (DIAMOND MODEL) در رقابت‌پذیری معرفی شده است. پورتر در این مدل همانگونه که در شکل (2) نیز مشخص شده است، رقابت‌پذیری را حاصل تعامل و



شکل ۱- فرمول رقابت پذیری جهانی [۲]

بر همکنش چهار عامل اصلی می‌داند:
 1- فاکتورهای درونی؛ 2- شرایط تقاضای داخلی؛ 3- صنایع مرتبط و حمایت کننده؛ 4 - 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 [5]. 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



شکل ۲- مدل الماس پورتر [۵]

و آموزش دیده، بهره‌وری و خلاقیت و نوآوری نیروی انسانی، زیر ساختها، 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. جدول (1) یک دسته بندی از فاکتورهای درونی را نشان می‌دهد. پورتر فاکتورهای درونی را در دو دسته تقسیم بندی می‌کند [5]:
 -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 پایداری را ایجاد می کند (جدول شماره یک).

ب- شرایط تقاضای داخلی: شرایط تقاضای داخلی ماهیت و چگونگی تقاضا را در بازارهای داخلی برای محصولات یک صنعت مشخص می کند. اندازه و رشد تقاضا در رقابت پذیری صنایع تاثیر بسزایی دارد. پورتر معتقد است که وجود بازار داخلی بزرگ و در حال رشد موجب تشویق سرمایه گذاران برای توسعه فناوری و بهبود بهره وری گردیده و این مسئله به عنوان مزیت رقابتی برای آن ملت محسوب می گردد. در مقابل، بازارهای داخلی کوچک که دارای رشد پایینی هستند شرکتها و صنایع را به دنبال فرصتهای صادراتی می کشاند [7]. 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 می سازد تا از یک تقاضای پایدار برخوردار گردند. اما باید توجه داشت که منافع اصلی تقاضای داخلی در رقابت پذیری از دیدگاه کیفی است. انتظارات مشتریان از کیفیت محصولات و خدمات می تواند انگیزه ای برای افزایش قدرت رقابت پذیری یک کسب و کار گردد [1] و به عنوان محرکی قدرتمند در جهت توسعه و ارتقای رقابت پذیری بنگاهها و حتی از دید کلان رقابت پذیری کشورها گردد.

ج- صنایع مرتبط و حمایت کننده: صنایع مرتبط و حمایت کننده می تواند شامل تامین 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 می کنند. ارتباط و همکاری با این صنایع و مراکز در توسعه سطح محصولات و خدمات و بهبود آنها و در نهایت ارتقای رقابت پذیری 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 می شوند بر رقابت پذیری تأثیر بسزایی دارد. بنابراین، ساختار و استراتژیهایی که برای مدیریت و راهبری یک بنگاه یا صنعت تدوین و اجرا می گردد، تأثیری مستقیم بر عملکرد و رقابت پذیری آن دارد. پورتر به منظور ایجاد مزیتهای رقابتی، استراتژیهای عمومی را پیشنهاد می کند. بر اساس این استراتژیها یک کسب و کار از دو راه می تواند برای خود مزیت رقابتی ایجاد کرده و موقعیت رقابتی

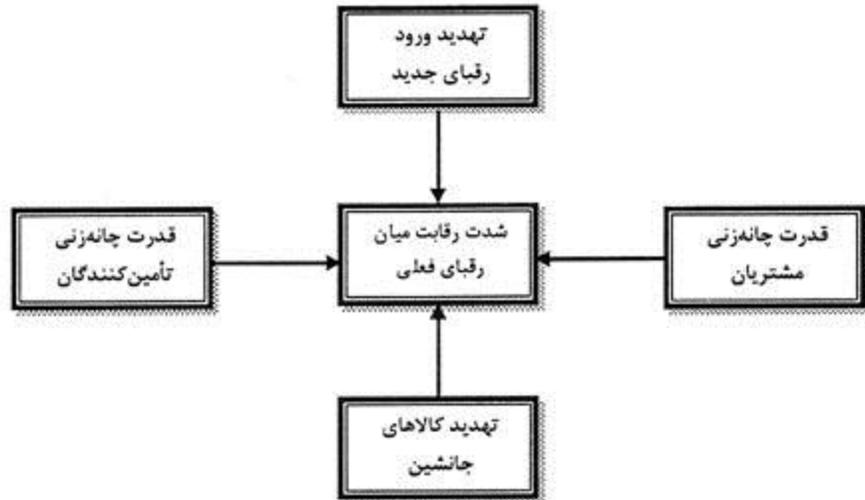
گروه عوامل	شمول	ویژگی های مورد نظر
منابع انسانی	منابع انسانی غیر ماهر و همچنین متخصص	کیفیت، مهارت، هزینه
منابع فیزیکی (منابع خدادادی)	زمین، آب، ذخایر معدنی، شرایط آب و هوایی	وفور، کیفیت، دسترس پذیری
منابع دانش و دانایی	دانش علمی، تکنیکی و بازار	تعداد و کیفیت دانشگاهها، مراکز تحقیقاتی، منابع و نشریات علمی و تجاری، مراکز اطلاع رسانی و آمار
منابع سرمایه ای	چگونگی منابع سرمایه ای (مثلا میزان ریسک و ویژگیهای آن) و اشکال توسعه آنها	مقدار (نرخ پس انداز، جریان درونی سرمایه) و هزینه های آن
زیر ساختها	سیستمهای حمل و نقل، سیستمهای مخابرات، بهداشت، سیستمهای انتقال وجه و پرداخت و ...	نوع، کیفیت و هزینه های استفاده از آن برای کاربران

جدول ۱- گونه های مختلف از فاکتورهای درونی [5]

خود را به خود ارائه کالا و یا خدمات یا خدمات متنوع 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 که در شکل (3) مشخص شده‌اند، وابسته می‌داند و معتقد است که با افزایش تعداد رقبا و شدت یافتن رقابت بین این نیروهای پنج گانه، 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 رضایت‌مندی 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، توافقات 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 سرمایه‌گذاران مستقیم خارجی و شرکتهای چند ملیتی غفلت کرده است. علاوه بر این، دگرگونی‌های بین‌المللی و شرایط سیاسی- اقتصادی جهانی نیز رقابت‌پذیری کشورها را تحت تأثیر 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



شکل ۳- مدل پنج نیروی پورتر [۴]

موارد موجب گردیده تا توسط صاحب نظران 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 [3] که در آنها توجه بیشتری به مسائل بین‌المللی و تاثیر سایر کشورها بر رقابت‌پذیری یک کشور و صنایع موجود در آن شده است.

گیری

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.

نتیجه