



2th International Conference on Industrial Management

19 & 20 April 2017

دومین کنفرانس بین المللی مدیریت صنعتی



(30 و 31 فروردین 1396)

مقایسه تطبیقی عوامل مؤثر بر رقابت پذیری شرکت ها در سطح بین المللی

A Comparative Comparison of Determinants of Corporate Competitiveness at the International Level

نویسندگان:

محمد حسن رجنی، گروه صنعتی اندیشه، 09134221311، mohammad.rajani@andishehig.com

کلید واژه ها: تئوریکي- تجربی- رقابت پذیری- بین الملل

چکیده:

رقابت پذیری معیاری کلیدی برای ارزیابی درجه موفقیت کشورها، صنایع و شرکت ها در میدان های رقابتی سیاسی، اقتصادی و تجاری به حساب می آید. به طور کلی میتوان رقابت پذیری را قابلیت ها و توانمندی هایی دانست که یک کسب و کار، صنعت، منطقه، کشور دارا می باشند و می توانند آنها را حفظ نمایند تا در عرصه رقابت بین المللی نرخ بازگشت بالایی را در فاکتورهای تولید ایجاد نموده و نیروی انسانی خود را در وضعیت نسبتاً بالایی قرار دهند. مسأله اصلی مطالعه حاضر این است که رقابت پذیری شرکت از چه عواملی تشکیل می شود و نیز چه عواملی بر انتقال مزیت های رقابتی آن تأثیر گذارند؟

در مقاله حاضر ابتدا به بررسی ادبیات موضوع پرداخته و با اتکا به نتایج حاصله از این تحقیقات به شباهت هایی از جمله نقش مزیت های رقابتی غیر قابل انتقال، مزیت های رقابتی قابل انتقال، عقلانیت محدود، قابلیت اطمینان محدود، مزیت های مکانی کشور مادر مزیت های مکانی کشور میزبان، منابع تکمیل کننده اشاره شده است و پس از این بررسی ها به توضیح و تفسیر هر یک از این شباهت ها پرداخته و در پایان مباحث مذکور جمع بندی شده و بحث و نتیجه گیری صورت گرفته و پیشنهاد هایی برای تحقیقات آینده ارائه شده است.

1- مقدمه:



2th International Conference on Industrial Management

19 & 20 April 2017

دومین کنفرانس بین المللی مدیریت صنعتی



(30 و 31 فروردین 1396)

جهانی شدن اغلب به عنوان یک فرایند است که در آن کشورها، شرکت های تجاری و مردم در سراسر جهان از طریق مبادلات اقتصادی و تبادل ارتباطات، نفوذ فرهنگی و سفر به هم مرتبط و وابسته می شوند (لبونته، 2004). روند رو به رشد تجارت جهانی با بهره گیری از استراتژی های فعال تجاری، انقلاب در فناوری اطلاعات و ارتباطات و رفع موانع تجاری در سطوح بین المللی، شتاب فزاینده ای یافته است بنابراین حضور فعال در عرصه تجارت جهانی نیاز به توجه ندارد.

شناخت فضای نوین اقتصاد جهانی به منظور بدست آوردن موقعیت مناسب در نظام جدید تولید بین المللی از اهمیت ویژه ای برخوردار است. امروزه با گسترش بازارها و اهمیت یافتن رقابت پذیری در تجارت بین المللی، کشورهای جهان نیازمند دک صحیح از جایگاه نسبی خود در مقایسه با سایر کشورها هستند تا از طریق آن بتوانند سیاستهای اقتصادی و بویژه صنعتی خود را منطبق با موقعیت نسبی خود و بر اساس رویکردهای نوین اقتصاد جهانی، اتخاذ نمایند. شناخت این مسأله به آنها کمک خواهد کرد تا توانمندیهای خود را در جهت بهبود عملکردشان ارتقا بخشند. تحولات سریع اقتصاد جهانی و بخش صنعت کشورها بر لزوم شناسایی جایگیریهای نوین کشورها در رقابت پذیری بین المللی می افزاید. با گسترش تجارت جهانی، تغییرات سریع در الگوهای مصرف و تقاضا، انقلاب در فناوری اطلاعات و همچنین افزایش در تعداد و کیفیت رقابت داخلی و بین المللی در دو دهه اخیر مفهوم رقابت پذیری از اهمیت ویژه ای برخوردار گشته است (منصور عسگری، 1388).

یکی از ویژگی های کسب و کارهای موفق امروز، برخورداری از قدرت رقابت پذیری است و در عین حال ویژگی بارز کسب و کارهای ناموفق، عدم برخورداری از این ویژگی است (آقازاده و همکاران، 1386). مسأله اصلی مطالعه حاضر این است که رقابت پذیری شرکت از چه عواملی تشکیل می شود و نیز چه عواملی بر انتقال مزیت های رقابتی آن تأثیر گذارند؟

در این راستا، سؤالات اساسی در سنجش توان رقابت پذیری شرکت ها در سطح بین المللی به شرح ذیل می باشد:



2th International Conference on Industrial Management

19 & 20 April 2017

دومین کنفرانس بین المللی مدیریت صنعتی



(30 و 31 فروردین 1396)

1. منابع متمایز پایه که انتقال مزیت های رقابتی خاص شرکت را فراهم می کنند، چه می باشند؟
 2. کدام فعالیت ها ارزش افزوده در کشور میزبان به ما اجازه می دهد تا از منابع متمایز تا حد ممکن بهره برداری کنیم؟
 3. هزینه های مورد انتظار و مشکلاتی که ما در انتقال منابع متمایزمان داریم، چیست؟
 4. چه روش های نو ترکیبی منابع متمایز لازم است تا فعالیت های ارزش افزوده بین المللی، موفقیت آمیز باشد؟
 5. آیا ما قابلیت نو ترکیبی منابع لازم را در خانه (کشور مادر) داریم؟
 6. هزینه ها و منافع استفاده از منابع مکمل حامیان خارجی برای پر کردن شکاف منابع چه می باشد؟
 7. زمانی که مزرها و عملکرد شرکت تغییر می کند و باید با ذینفعان خارجی ارتباط برقرار کرد، عقلانیت محدود و قابلیت اطمینان محدود چه مشکلاتی را ایجاد می کنند؟
- مدیران به این سؤالات باید با استفاده از قوت هایشان نسبت به رقبا و قابلیت هایشان در تطابق منابع متمایز در مواجهه با چالش ها و فرصت های محیط بین المللی پاسخ دهند.
- در این مقاله با مراجعه به ادبیات موضوع ابتدا به جمع آوری اطلاعات در زمینه عوامل مؤثر بر رقابت پذیری شرکت ها در سطح بین المللی پرداخته و با توجه به نتایج تحقیقات تجربی بدست آمده به شباهت هایی از جمله نقش مزیت های رقابتی غیر قابل انتقال، مزیت های رقابتی قابل انتقال، عقلانیت محدود، قابلیت اطمینان محدود، مزیت های مکانی کشور مادر مزیت های مکانی کشور میزبان، منابع تکمیل کننده اشاره خواهد شد و به مقایسه جامع تئوریک - تجربی شباهت ها پرداخته و در پایان مباحث مذکور جمع بندی شده و بحث و نتیجه گیری خواهد شد و پیشنهاد هایی برای تحقیقات آینده ارائه می گردد.



2- نتایج تحقیقات تجربی

در این بخش عقاید و نظریه های متفاوت نظریه پردازان داخلی و خارجی را در زمینه عوامل مؤثر بر رقابت پذیری شرکت ها در سطح بین المللی بررسی می کنیم :

راسخی، سعید و ذبیحی لهرمی المیرا، "رقابت پذیری صنعت فلزات اساسی ایران"، (1388) این مقاله، میزان رقابت پذیری گروه کالاهای صنایع فلزات اساسی ایران را طی دوره زمانی 2002-2005 با استفاده از شاخص های مزیت نسبی صادرات، مزیت نسبی تجارت، سهم پایدار بازار و پلان تجاری سنجیده است. نتایج تحقیق نشان میدهد که علیرغم وجود مزیت نسبی ایران در عمده گروه کالاهای صادراتی صنایع فلزات اساسی طی دوره زمانی مورد بررسی، مزیت رقابتی صادرات این گروه محصولات، دارای روند مشخص و پایداری نمی باشد. این نتایج احتمالاً ناشی از عدم توجه کافی به عوامل موجد مزیت رقابتی نظیر کیفیت، کارآیی و نوآوری، مصرف زیاد داخلی، افزایش قیمت عوامل تولید و بهای تمام شده محصول می باشد.

نیکوفال، علی اکبر و ولی بیگی، حسن، "رقابت پذیری صنایع ایران در روند الحاق به سازمان تجارت جهانی"، (1388) هدف این مقاله، شناسایی رقابت پذیری صنایع و تعیین صنایع آسیب پذیر و آریه رهنمودهایی برای حمایت منطقی از صنایع رقابت پذیر و اتخاذ تدابیر و سیاست های پیشگیرانه و احتیاطی به منظور کاهش آسیب های احتمالی است. نتایج به دست آمده حاکی از آن است که صنایع تولید مواد و محصولات شیمیایی، تولید سایر محصولات کانی غیر فلزی، صنایع غذایی، تولید منسوجات، پوشاک و چرم و کفش و تولید فلزات اساسی، در مذاکرات الحاق به سازمان تجارت جهانی، بیش از سایر بخش ها دارای مزیت نسبی هستند.

عسگری، منصور، "رتبه بندی قدرت رقابت پذیری صنایع کوچک و متوسط در ایران"، (1388) در شرایط کنونی اقتصادی حاکم بر جهان که یکی از دغدغه های کشور ما، پیوستن به سازمان جهانی تجارت می باشد، رقابت پذیر بودن به معنای امکان دستیابی به موقعیت مناسب و ثبات در بازارهای جهانی می باشد. این



مقاله، به تفکیک کدهای طبقه بندی استاندارد فعالیت‌های صنعتی ویرایش سوم (سه رقمی) و اشتغال یک تا 149 نفر به رتبه بندی قدرت رقابت پذیری این صنایع در طی دوره 83-1379 می پردازد.

آقازاده، هاشم و طیبی، محمد رضا، "ماهیت رقابت پذیری: نگاهی چند بعدی"، (1386) در این مقاله، بر اساس دو رویکرد محتوایی و فرایندی، به بررسی رقابت پذیری در سطح بنگاه پرداخته شده است. رویکرد اول، بر نیازهای بازار و محیط تاکید میکند و رویکرد دوم، به فرایند دستیابی به شرایط رقابتی توجه میکند. در این تحقیق، در قالب بعد یا جنبه سوم شناسایی رقابت پذیری، مولفه های رقابت پذیری بنگاه در دو نوع تشکیل دهنده و تاثیر گذار دسته بندی شده اند. نتیجه تحقیق نشان میدهد بعضی از مولفه هایی که در سطح بنگاه به عنوان مولفه های تاثیر گذار در رقابت پذیری تلقی می شوند، ممکن است در سطوح صنعت و ملی، به عنوان مولفه های تشکیل دهنده باشند و بالعکس.

آقازاده، هاشم و استیری، مهرداد و اصانلو، بهاره، "بررسی مولفه های موثر بر رقابت پذیری بنگاه ها در ایران"، (1386) در این تحقیق، به منظور شناسایی دقیق مولفه های رقابت پذیری بنگاه ها، رویکردی دو بعدی در نظر گرفته شده است. در یک بعد، سازه رقابت پذیری بنگاه و در بعد دیگر رفتار بنگاه، مورد توجه قرار گرفته اند. نتایج به دست آمده حاکی از آن است که کلیه مولفه های رقابت پذیری بنگاه در فضای کسب و کار ایران مورد تایید بوده، و اکثر این مولفه ها از اهمیت زیاد و وضعیت نامساعدی برخوردار می باشند. رتبه بندی مولفه های تشکیل دهنده و تاثیر گذار و راهبردی و عملیاتی مشخص گردیده و بر این اساس پیشنهادات کاربردی و علمی ارائه گردیده است.

یوزهاو و همکاران (2012) در مقاله خود تحت عنوان "رقابت پذیری شرکت های معماری و طراحی مهندسی خارجی حاضر در کشور چین و استراتژی آنها با تمرکز بر مدل الماس پورتر" عوامل مؤثر بر رقابت پذیری را شناسایی کرده اند. در این تحقیق نقش دولت و سیاست هایش یک عامل اصلی در نظر گرفته شده است. توجه به تفاوت های فرهنگی، جذب منابع انسانی بومی مناسب، ایجاد واحد تحقیق و توسعه در کشور میزبان و آشنایی با شرایط بومی و استانداردهای تکنیکی، نوآوری و ارائه طرح های جدید و درک عمومی مشتریان از محصولات و خدمات شرکت به عنوان عوامل مؤثر بر رقابت پذیری شناسایی شده است.



پیتر گملتفت و همکاران (2010) در مقاله خود تحت عنوان "شرکت های چند ملیتی نوظهور: عوامل تعیین کننده در کشور مادر و میزبان و پیامد های آن" به بررسی چارچوبی برای تجزیه و تحلیل عوامل تعیین کننده کشور مادر و میزبان پرداختند و نقش دولت و نهادهای غالب را در رقابت پذیری شرکت های بین المللی حائز اهمیت دانستند.

کیتاچیتو و اچراسرنیکان و همکاران (2010) در مقاله خود تحت عنوان "موقعیت رقابتی صنعت نساجی تایلند: فرصت ها و چالش ها برای جهانی شدن" با تمرکز بر مدل الماس پورتر عوامل مؤثر بر رقابت پذیری را بررسی می کنند. شرایط عوامل تولید را به عوامل ابتدایی شامل منابع طبیعی، شرایط جوی، موقعیت جغرافیایی، کارگران ساده و نیمه ساده و عوامل تخصصی شامل کارگران متخصص و ماهر دسته بندی می کنند. تقاضای مقداری و سطح آگاهی و دانش مشتریان در ترکیب تقاضای مشتریان، حضور عوامل اقتصادی به یکدیگر وابسته و استراتژی و ساختار شرکت های تایلندی و نقش دولت به عنوان حمایت گر و کاتالیزور را در رقابت پذیری شرکت های تایلندی موثر می داند.

مورات هاکان آلتینتاس و همکاران (2011) در مقاله خود تحت عنوان "بین المللی شدن و نهادگرایی بخشی داخلی" نقش سازگاری با محیط نهادی و کیفیت روابط با محیط را در رقابت پذیری سازمان مهم دانستند.

آلفردو بویلو و همکاران (2010) در مقاله خود تحت عنوان "عملکرد شرکت و تنوع سازی بین المللی: مزیت های رقابتی درونی و خارجی" به بررسی رابطه چارچوب نهادی (مانند بازار سرمایه، واسطه گران مالی، نیروی کار ماهر) بر مزیت های رقابتی داخلی و خارجی شرکت تأثیر می گذارد. این مطالعه از تئوری سرمایه اجتماعی و دیدگاه منبع محور استفاده نموده است.

جولی جوآن لی و کوین زنگ زو (2010) در مقاله خود تحت عنوان "چگونه شرکت های خارجی به مزیت رقابتی در اقتصاد نوظهور چین دست می یابند: روابط مدیریتی و بازارگرایی" عنوان می کنند که بازارگرایی با توجه به استراتژی رهبری هزینه و تمایز عملکرد شرکت را بهبود می بخشد و روابط مدیریتی از



طریق مزیت های نهادی (مانند اولویت در تأمین منابع کمیاب و حمایت های نهادی) عملکرد شرکت را ارتقاء می دهد.

میريام مولر و همکاران (2012) در مقاله خود تحت عنوان "تأثیر کشور مبدأ بر پذیرش شعبات خارجی در کشور میزبان: بررسی مسئولیت خارجی" بیان می دارند شناسایی شکاف های فرهنگی (مسئولیت خارجی) حائز اهمیت است و یک شرکت باید برآورد درستی از هزینه های اضافی ناشی از فعالیت در کشور میزبان داشته باشد تا بتواند استراتژی های لازم برای رقابت پذیری را اتخاذ کند در این بین ایجاد روابط حسنه با سهامداران خارجی، تأمین کنندگان، فروشندگان و توزیع کنندگان در کشور میزبان ضروری است.

سانتوس و همکاران، "استراتژی هایی برای رقابت و پایداری: اقتباس از یک شعبه برزیلی یک شرکت چند ملیتی سوئدی"، 2009 بیان می دارند که رقابت در مفهوم کلان و خرد در یک شرکت اغلب توسط ظرفیت نوآوری شرکت، توانایی پاسخ به نیازهای بازار و مقاومت در برابر چالش های رقابت تعریف می شود و بر نقش سازگاری بخش تحقیق و توسعه (R&D) در شعبات شرکت های چند ملیتی تمرکز کرده اند. و پویایی تکنولوژیکی را در پایداری عملکرد شرکت های چند ملیتی اثر بخش به شمار می آورند. آنها از طریق یک چارچوب مفهومی به بررسی فناوری اطلاعات و ارتباطات (ITC) و اثر آن بر سطح نوآوری و پایداری می پردازند.

استفان بجنک و امره فرتو، "رقابت پذیری تجارت محصولات غذایی کشاورزی در اروپای مرکزی و کشورهای حوزه بالکان"، (2009) این مقاله، سطح و ترکیب و تفاوت های مزایای تجارت نسبی محصولات غذایی کشاورزی را در مورد هشت کشور اروپای مرکزی و بالکان بر روی بازارهای اتحادیه اروپا و مفاهیمی که برای خط مشی های غذایی بکار می روند بررسی می کند. نتایج تحقیق نشان می دهد که غنی سازی اتحادیه اروپا، تأثیری منفی بر روی مزایای تجارت نسبی محصولات غذایی کشاورزی برای هر هشت کشور مورد تحقیق در بر داشته است.

دامین دمیلی و فیلیپ کوئیریون، "طرح تجاری صادرات اروپایی و رقابت پذیری: مطالعه موردی بر روی صنعت استیل و آهن"، (2008) در این تحقیق، میزان تاثیر طرح تجاری صادرات اروپایی بر روی دو بعد از



2th International Conference on Industrial Management

19 & 20 April 2017

دومین کنفرانس بین المللی مدیریت صنعتی



(30 و 31 فروردین 1396)

رقابت پذیری (تولید و قابلیت سود دهی) برای صنایع استیل و آهن، بوسیله مطالعه بر روی منحنی قیمت کاهشی حاشیه ای و کشش های تقاضا و تجارت بررسی شده است. نتیجه تحقیق حاکی از میزان کمی ضرر در رقابت پذیری این بخش ها بوده است.

شاجینگ هوآ و مآو سینکسین و ژیانگ نان، "مطالعه مقایسه ای بر روی رقابت پذیری صنعت استخراج معدن در ژینگ جیانگ چین"، (2011) این تحقیق، یک سیستم فهرست وار ارزیابی کننده از رقابت پذیری صنعت استخراج معدن در ژینگ جیانگ تهیه می کند و رقابت پذیری صنعت استخراج معدن در چین را با استفاده از روش سازنده اساسی ارزیابی می کند. نتیجه تحقیق نشان می دهد که مشکلاتی از قبیل: نارضایتی کارکنان و مدیریت ضعیف معدن در ژینگ جیانگ وجود دارد.

وانگ یانرنگ و لیو یو و لیو کانگ، "ارزیابی رقابت پذیری بنگاههای کارآفرین با تکنولوژی پیچیده"، (2011) این تحقیق، از یک مدل ارزیابی فازی جامع از رقابت پذیری بر اساس روش ارزیابی جامع فازی تشکیل می شود و سیستمی فهرست وار از ارزیابی رقابت پذیری را بر اساس چندین شاخص ارائه میکند. سپس سطح رقابت پذیری یک بنگاه خاص را ارزیابی نموده و یک مبنای علمی برای بنگاههای کارآفرین با تکنولوژی پیچیده فراهم می کند تا بتوان به ارزیابی کمی بر روی میزان رقابت پذیری آنها پرداخت و استراتژی رقابتی مورد نیاز را طراحی کرد.

3- مقایسه تئوریک نتایج تحقیقات تجربی

1-3- شباهت ها

در این بخش با تکیه بر نتایج بدست آمده از تحقیقات انجام شده و ارائه شده در فوق، به ارائه مواردی از

شباهت های آنها در زمینه های مختلف پرداخته خواهد شد که عبارتند از:



3-1-1- نقش مزیت های رقابتی قابل انتقال به کشور میزبان در رقابت پذیری :

شرکتی که می خواهد فرای مرزهای ملی خود عمل کند نسبت به شرکت های بومی در کشور مقصد مزیت کمتری دارد زیرا باید هزینه اضافی بابت فاصله فرهنگی، اقتصادی، نهادی و مکانی پردازد در نتیجه باید قوت های داخلی زیادی (مانند تکنولوژیکی، بازاریابی، دانش اجرایی) داشته باشد که مزیت های رقابتی قابل انتقال شرکت را تشکیل می دهد. شرکت باید بتواند این مزایا را در خارج از مرزهای ملیش استخراج و بهره برداری کند.

به عقیده پراهلد و همل ، شایستگی های بارز یک شرکت مهمترین منبع موفقیت آن در سطح جهانی است و استراتژی اصلی شرکت باید در جهت ایجاد یا بدست آوردن شایستگی های محوری باشد. مدیران ارشد باید شرکت را به صورت پرتفویی از شایستگی های محوری ببینند. شایستگی های محوری باید :

1- تقلید از آن برای رقیبان مشکل باشد یعنی دسترسی به هماهنگی و یادگیری رویه های شرکت و ترکیب مجدد توانایی ها برایشان مشکل باشد.

2- دسترسی بالقوه به بازارهای متنوع و گسترده را فراهم کند.

3- کمک ویژه ای به ارزش درک شده توسط مشتری از کالای نهایی بکند.

4- از دست دادن شایستگی های محوری تأثیر منفی مهمی در عملکرد حال و آینده شرکت داشته باشد.

مزیت رقابتی در داشتن مدیرانی با نگرش کارآفرینانه می باشد که فرصت های بازار را شناسایی کنند و از منابع مازاد که هنوز به طور کامل استفاده نشده اند ، استفاده کنند تا بتوانند در بازارهای جدید با استفاده از توانمندی های سازمان و ترکیب منابع جدید و قدیمی به رقابت پردازند.

3-1-2- نقش مزیت های رقابتی غیر قابل انتقال به کشور میزبان در رقابت پذیری:

4 نوع اصلی از مزیت رقابتی غیر قابل انتقال وجود دارد:



اول، منابع مستقل مرتبط به مزایای مکانی کشور مادر، نظیر شبکه خرده فروشی برجسته ای که منجر به سهم بازار غالب برای شرکت در کشور مادر می شود، که غیر قابل انتقال به کشور میزبان می باشد.

دوم، منابع دیگر مانند دانش بازاریابی بومی یا منابع اعتباری (مانند نام تجاری) ممکن است ارزش یکسانی در خارج از مرزها نسبت به کشور مادر نداشته باشد زیرا ممکن است در شرایط کشور میزبان قابل کاربرد نباشد یا از لحاظ ذینفعان خارجی همان ارزش را نداشته باشد.

سوم، بهترین شیوه ها و دستورالعمل های بومی (مانند برنامه های بسیار مؤثر و کارآمد در نظر گرفته شده در یک کشور، از جمله سیستم های تشویقی برای کارگران بسیار ماهر و یا روابط بین خریدار-تأمین کننده) ممکن است در کشور میزبان، بهترین نباشد و حتی غیر قانونی تلقی شود.

چهارم، حتی توانایی ترکیب مجدد منابع شرکت که ممکن است منجر به سهم بازار غالب در بازار داخلی شود، ممکن است برای مواجهه با پیچیدگی های اضافی بازارهای خارجی به اندازه کافی نباشد.

این عوامل چهارگانه باید در کشور میزبان به نسبت مشخصات کشور میزبان ایجاد شود و غیر قابل انتقال به کشور میزبان می باشد که به عنوان سرمایه گذاری خارجی در کشور میزبان دیده می شوند.

3-3-1- نقش مزیت های مکانی کشور مادر در رقابت پذیری شرکت ها :

الماس پورتر چهار چوب مناسبی برای تجزیه و تحلیل مزیت رقابتی صنعتی خاص است. پورتر در این مدل رقابت پذیری را حاصل تعامل و برهم کنش چهار عامل اصلی می داند: 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. علاوه بر آن، دو عامل بیرونی دولت و اتفاقات پیش بینی نشده نیز بر عوامل چهارگانه تأثیر غیر مستقیم دارند و از طریق تاثیر بر آنها میتوانند در رقابت پذیری نیز تاثیرگذار باشند.

3-1-4- نقش مزیت های مکانی کشور میزبان در رقابت پذیری شرکت ها :



پورتر عوامل مؤثر در جذابیت یک صنعت را شامل پنج عامل اصلی می‌داند. هر کدام از این پنج عامل قوی شوند، صنعت مورد نظر ضعیف شده و هر چه پنج عامل ضعیف تر شوند صنعت مورد نظر قوی می‌شود. این نیروها در ترکیب با یکدیگر، نحوه تعیین تقسیم ارزش اقتصادی خلق شده توسط هر محصول، خدمات یا فناوری را میان شرکت‌های موجود در یک صنعت و مشتریان، تأمین کنندگان، توزیع کنندگان، جایگزین‌ها و تازه‌واردان بالقوه تعیین می‌کنند. قدرت هر یک از این پنج نیرو در صنایع مختلف تفاوت فاحش دارد. همه این عوامل با هم شدت رقابت در صنعت و سودآوری آن را تعیین کرده و قوی‌ترین نیرو یا نیروها در تدوین راهبرد آن مهم هستند. (احمدوند علی محمد، 1386).

1- تهدیدهای ناشی از ورود رقبای جدید و رقبای بالقوه (تازه‌واردان).

2- قدرت فروشندگان مواد اولیه (عرضه کنندگان) در تحمیل خواسته‌های خود به یک یا چند بازار.

3- توانایی خریداران محصولات در تحمیل اراده خود به فروشندگان.

4- تهدیدهای ناشی از ورود یا رونق گرفتن محصولات یا خدمات قابل جایگزین با محصولات و خدمات موجود.

5- درجه رقابت میان رقبای فعلی در بازار.

3-1-5- نقش منابع تکمیل کننده کشور میزبان در رقابت پذیری شرکت‌ها:

عوامل در دسترس یک هدر مالکیت شرکت و تحت کنترل شرکت و قابل تغییر است می‌باشند که شامل منابع مالی، فیزیکی، منابع انسانی، فناوری، منابع سازمانی و مانند اینهاست. منابع ممکن است ملموس یا ناملموس باشد. این منابع با یکدیگر ترکیب می‌شوند و قابلیت‌ها را ایجاد می‌کنند.

3-1-6- نقش عقلانیت محدود در رقابت پذیری شرکت‌ها:



2th International Conference on Industrial Management

19 & 20 April 2017

دومین کنفرانس بین المللی مدیریت صنعتی



(30 و 31 فروردین 1396)

اشاره به خصوصیات رفتاری افراد دارد. عقلانیت محدود یعنی ظرفیت و توانایی افراد در تصمیم گیری و عمل در شرایط پیچیده که غالباً همراه با اطلاعات ناکافی است. عقلانیت محدود بر انتقال مزیت رقابتی قابل انتقال تأثیر می گذارد.

3-1-7- نقش قابلیت اطمینان محدود در رقابت پذیری شرکت ها:

اشاره دارد به تلاش ناکافی افراد در انجام تعهدات و مسئولیت هایشان. قابلیت اطمینان محدود بر انتقال مزیت رقابتی قابل انتقال تأثیر می گذارد.

4- نتایج و یافته ها

همانطور که در مباحث قبلی به آن اشاره شد نتایج مطالعات و تحقیقات انجام شده در زمینه عوامل مؤثر بر رقابت پذیری شرکت ها در سطح بین المللی دارای شباهت های زیادی با هم بوده اند که در مقاله حاضر تنها به ذکر هفت مورد از آنها بسنده شده است. جدول زیر چکیده شباهت های مذکور را نشان می دهد:

جدول شماره یک- شباهتهای تحقیقات انجام شده

شرح	شاخص ها
شرکت باید بتواند مزایا و فواید داخلی خود را در خارج از مرزهای ملیش استخراج و بهره برداری کند.	نقش مزیت های رقابتی قابل انتقال به کشور میزبان در رقابت پذیری



<p>عوامل چهارگانه منابع مستقل منابع اعتباری، شیوه ها و دستورالعمل های بومی، توانایی ترکیب مجدد منابع که به عنوان سرمایه گذاری خارجی در کشور میزبان دیده می شوند. باید در کشور میزبان به نسبت مشخصات کشور میزبان ایجاد شود</p>	<p>نقش مزیت های رقابتی غیر قابل انتقال به کشور میزبان در رقابت پذیری</p>	<p>شباهت ها</p>
<p>پورتر در این مدل رقابت پذیری را حاصل تعامل و برهم کنش چهار عامل اصلی می داند: 1- فاکتورهای درونی؛ 2- شرایط تقاضای داخلی؛ 3- صنایع مرتبط و حمایت کننده؛ 4- استراتژی، ساختار و رقابت علاوه بر آن، دو عامل بیرونی دولت و اتفاقات پیش بینی نشده نیز بر عوامل چهارگانه تأثیر غیرمستقیم دارند.</p>	<p>نقش مزیت های مکانی کشور مادر در رقابت پذیری شرکت ها</p>	



<p>پورتر عوامل مؤثر در جذابیت یک صنعت را شامل پنج عامل اصلی می‌داند. هر کدام از این پنج عامل قوی شوند، صنعت مورد نظر ضعیف شده و هر چه پنج عامل ضعیف تر شوند صنعت مورد نظر قوی می‌شود.</p>	<p>نقش مزیت های مکانی کشور میزبان در رقابت پذیری شرکت ها</p>
<p>این منابع با یکدیگر ترکیب میشوند و قابلیتها را ایجاد می کنند.</p>	<p>نقش منابع تکمیل کننده کشور میزبان در رقابت پذیری شرکت ها:</p>
<p>عقلانیت محدود یعنی ظرفیت و توانایی افراد در تصمیم گیری و عمل در شرایط پیچیده که غالباً همراه با اطلاعات ناکافی است.</p>	<p>نقش عقلانیت محدود در رقابت پذیری شرکت ها</p>
<p>اشاره دارد به تلاش ناکافی افراد در انجام تعهدات و مسئولیت هایشان.</p>	<p>نقش قابلیت اطمینان محدود در رقابت پذیری شرکت ها:</p>



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.

قابلیت رقابت‌پذیری در اقتصاد جهانی نیازمند تمرکز روی مزایای بسیار خاص و برتر شرکت است. به ویژه شرکت‌ها نیاز دارند تا اساس منابع خود را به صورت پیوسته به واسطه ایجاد و توسعه رویه‌ها، مقدر ساختن صرفه‌جویی به مقیاس و دامنه فعالیت در تمام محصولات و بازارها و مشارکت و دخیل بودن در ترکیب و ادغام‌ها گسترش دهند.

شناخت فضای نوین اقتصاد جهانی به منظور بدست آوردن موقعیت مناسب در نظام جدید تولید بین‌المللی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. امروزه با گسترش بازارها و اهمیت یافتن رقابت‌پذیری در تجارت بین‌المللی، کشورهای جهان نیازمند درک صحیح از جایگاه نسبی خود در مقایسه با سایر کشورها هستند تا از طریق آن بتوانند سیاستهای اقتصادی و به ویژه صنعتی خود را منطبق با موقعیت نسبی خود و بر اساس رویکردهای نوین اقتصاد جهانی، اتخاذ نمایند. شناخت این مسأله به آنها کمک خواهد کرد تا توانمندیهای خود را در جهت بهبود عملکردشان ارتقا بخشند. تحولات سریع اقتصاد جهانی و بخش صنعت کشورها بر لزوم شناسایی جایگیریهای نوین کشورها در رقابتپذیری بین‌المللی می‌افزاید. با گسترش تجارت جهانی، تغییرات سریع در الگوهای مصرف و تقاضا، انقلاب در فناوری اطلاعات و همچنین افزایش در تعداد و کیفیت رقبای داخلی و بین‌المللی در دو دهه اخیر مفهوم رقابتپذیری از اهمیت ویژه‌ای برخوردار گشته است.

6- پیشنهادات برای تحقیقات آتی:

پس از بررسی نتایج بدست آمده از تحقیقات انجام شده، پیشنهاداتی برای انجام بهتر تحقیقات جهت بررسی عوامل مؤثر بر رقابت‌پذیری شرکت‌ها ارائه می‌شود که عبارتند از:



2th International Conference on Industrial Management

19 & 20 April 2017

دومین کنفرانس بین المللی مدیریت صنعتی



(30 و 31 فروردین 1396)

- بررسی الزامات ارتقای رقابت پذیری شرکت ها در فضای کسب و کار کشور
- بررسی رقابت پذیری بنگاه در صنایع مختلف با استفاده از عوامل معرفی شده

منابع :

الف- منابع و مآخذ فارسی:

1. آقازاده، هاشم و طیبی، محمد رضا، "ماهیت رقابت پذیری: نگاهی چند بعدی"، دانش مدیریت، 1386، سال 20، شماره 76، صفحه 139 تا 158
2. آقازاده، هاشم و استیری، مهرداد و اصانلو، بهاره، "بررسی مولفه های موثر بر رقابت پذیری بنگاه ها در ایران"، نشریه پژوهش های اقتصادی، 1386، سال سوم، شماره 7، صفحه 37 تا 58
3. عسگری، منصور، "رتبه بندی قدرت رقابت پذیری صنایع کوچک و متوسط در ایران"، نشریه بررسی های بازرگانی، آذر و دی 1388، شماره 38، صفحه 21-33
4. نیکوفال، علی اکبر و ولی بیگی، حسن، "رقابت پذیری صنایع ایران در روند الحاق به سازمان تجارت جهانی"، فصلنامه تحقیقات اقتصادی، 1388، شماره 79
5. راسخی، سعید و ذبیحی لهرمی، المیرا، "رقابت پذیری صنعت فلزات اساسی ایران"، نشریه پژوهش های اقتصادی، تابستان 1388، شماره 30، صفحه 47-72

ب- منابع لاتین :

6. Štefan BOJNEC, Imre FERTŐ "Determinants of agro-food trade competition of Central European countries with the European Union", *China Economic Review*, Volume 20, Issue 2, June 2009, Pages 327-337
7. SHA Jinghua, MAO Xinxin, XIANG Nan, "The Comparative Study on the Mining Industry Competitiveness of Xinjiang in China", *Energy Procedia*, Volume 5, 2011, Pages 158-162
8. Wang Yanrong, Liu Yu, Liu Kang, "Evaluation on the Competitiveness of High-tech Entrepreneurial Enterprises", 2011



2th International Conference on Industrial Management

19 & 20 April 2017

دومین کنفرانس بین المللی مدیریت صنعتی



(30 و 31 فروردین 1396)

9. Damien Demailly, Philippe Quirion, "European Emission Trading Scheme and competitiveness: A case study on the iron and steel industry", *Energy Economics*, Volume 30, Issue 4, July 2008, Pages 2009-2027

10. Rita Santos, Ronald Wennersten, Eduardo B.L. Oliva, Walter Leal Filho, "Strategies for competitiveness and sustainability: Adaptation of a Brazilian subsidiary of a Swedish multinational corporation", *Journal of Environmental Management*, Volume 90, Issue 12, September 2009, Pages 3708-3716

11. Zhen Yu Zhao, Jian Zuo, George Zillante, Xiao Jing Zhao, " Foreign architectural and engineering design firms' competitiveness and strategies in China: A diamond model study", *Journal of Habitat International* 36 (2012) 362e370

12. Peter Gammeltoft, Jaya Prakash Pradhan, Andrea Goldstein, (2010), "Emerging multinationals: home and host country determinants and outcomes", *International Journal of Emerging Markets*, Vol. 5 Iss: 3 pp. 254 – 265

13. Kittichai (Tu) Watchravesringkan, Elena Karpova, Nancy Nelson Hodges, Raedene Copeland, (2010), "The competitive position of Thailand's apparel industry: Challenges and opportunities for globalization", *Journal of Fashion Marketing and Management*, Vol. 14 Iss: 4 pp. 576 – 597

14. Murat Hakan Altintas, Demetris Vrontis, Hans Ruediger Kaufmann, Ilan Alon, (2011), "Internationalization, market forces and domestic sectoral institutionalization", *European Business Review*, Vol. 23 Iss: 2 pp. 215 – 235

15. Alfredo M. Bobillo, Felix Lo´pez-Iturriaga, Fernando Tejerina-Gaite, " Firm performance and international diversification: The internal and external competitive advantages ", *International Business Review* 19 (2010) 607–618

16. Julie Juan Li, Kevin Zheng Zhou, " How foreign firms achieve competitive advantage in the Chinese emerging economy: Managerial ties and market orientation", *Journal of Business Research* 63 (2010) 856–862

17. Miriam Moeller, Michael Harvey, David Griffith, Glenn Richey, " The impact of country-of-origin on the acceptance of foreign subsidiaries in host countries: An examination of the 'liability-of-foreignness'", *International Business Review* (2012)