

دانش مدیریت

شماره ۶۹ - تابستان ۱۳۸۴

ص ۷۱ - ۵۵

تعیین وضعیت رقابتی صنعت پرورش میگوی ایران در بازارهای بین‌المللی بر اساس مدل الماس رقابت ملی مایکل پورتر

محمد حقیقی* - پگاه مختاری**

تاریخ دریافت مقاله: ۸۳/۱۰/۲۰

تاریخ تایید نهایی: ۸۴/۳/۱۳

چکیده

از مشخصه‌های دنیای امروز، تغییرات سریع و مداوم در محیط اقتصاد جهانی است که پیامد آن شکل‌گیری رقابت فزاینده در بازارها و فعالیت‌های تجاری و صنعتی است. از این‌رو تمرکز بر موضوع رقابت‌پذیری و بهبود آن برای صنایعی که به‌منظور بقا در بازارهای بین‌الملل تلاش می‌کنند از اهمیت برخوردار است. صنعت پرورش میگوی ایران از جمله صنایعی است که بهبود موقعیت رقابتی آن در بازارهای جهانی باید مورد تاکید قرار گیرد. در این راستا گام اول شناسایی و تحلیل وضعیت موجود رقابتی این صنعت است که موضوع اصلی این پژوهش را تشکیل می‌دهد. این بررسی با به‌کارگیری مدل الماس رقابت ملی مایکل پورتر انجام گرفته و نتایج آن نشان می‌دهد که صنعت پرورش میگوی ایران نسبت به رقبای جهانی خود از جایگاه ضعیف‌تری برخوردار است و این امر لزوم توجه جدی سیاست‌گذاران این بخش را به بهبود این وضعیت دوچندان می‌کند.

واژه‌های کلیدی: رقابت‌پذیری، مزیت رقابت ملی، مدل الماس ملی، صنعت پرورش میگو

* استادیار دانشکده مدیریت دانشگاه تهران

** دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی دانشکده مدیریت دانشگاه تهران (مکاتبه‌کننده)

مقدمه و طرح مساله

در دنیای سراسر رقابت امروز، موفقیت هر ملت در گرو درک و شناخت از امکانات موجود و بهره‌گیری بهینه از آنها در جهت رشد و توسعه بیش‌تر در همه ابعاد و زمینه‌ها است و این امر مهم در کشور ما که سالیان دراز است تکیه بر درآمدهای نفتی داشته، بسیار ضروری و حیاتی به نظر می‌رسد. امروزه توسعه صادرات غیر نفتی تنها به افزایش درآمد ارزی از طریق توسعه صادرات کالاها و خدمات محدود نمی‌شود بلکه نقش مهم‌تری را به‌عنوان یک راهبرد رشد و توسعه اقتصادی به عهده دارد (گوهریان، ۱۳۷۴). گسترش روند جهانی سازی و پیوستن اغلب کشورها به سازمان جهانی تجارت و تلاش جهانی برای کاهش موانع تجاری بین کشورها منجر به افزایش روزافزون رقابت در سطح بین‌الملل شده است به گونه‌ای که اگر کشوری از قابلیت‌ها و توانمندی‌های لازم برای مواجهه با این رقابت فشرده جهانی برخوردار نباشد، تضمینی برای بقای آن در اقتصاد پویا و پیچیده امروز وجود نخواهد داشت.

یکی از مهم‌ترین و مستعدترین اقلام تشکیل دهنده صادرات غیر نفتی کشور به ویژه طی ده سال اخیر، میگو و به‌ویژه میگوی پرورشی است. با بررسی روند تولید و صادرات جهانی این محصول مشخص می‌شود که ایران از نظر تولید و صادرات جهانی این محصول سهمی حدود ۰/۵ درصد را داراست (www.fao.com) که این مسأله حکایت از حضور ضعیف صنعت پرورش میگوی ایران در بازارهای بین‌المللی دارد. با عنایت به این که اغلب کشورهای برتر در این صنعت، کشورهای در حال توسعه می‌باشند (بررسی صنعت پرورش میگو در ایران، ۱۳۸۱)، لزوم و ضرورت مطالعه‌ای همه‌جانبه به منظور برنامه‌ریزی برای بهبود رقابت پذیری این صنعت در سطح جهان و ارایه راه‌کارهایی جدید و کاربردی در زمینه بهبود، دوچندان می‌شود. اما به‌رغم اهمیتی که این مقوله در راستای ارتقای وضعیت اقتصادی کشور و کسب درآمدهای ارزی و رهایی از اقتصاد تک محصولی دارد، تاکنون به‌طور علمی به بررسی توانمندی‌ها و ضعف‌ها و شکاف رقابتی این صنعت، در کشور برای تقویت وضعیت رقابتی و هم‌چنین شناسایی علت موفقیت کشورهای پیش‌رو در این صنعت، پرداخته نشده است.

مقاله حاضر نتیجه تحقیقی است که بر مبنای مدل الماس رقابت ملی پورتر و با هدف شناسایی مزیت‌های استراتژیک و ضعف‌ها و قوت‌های صنعت پرورش میگو و فرصت‌های

بهبود وضعیت رقابتی در این صنعت به بررسی وضعیت رقابتی صنعت پرورش میگوی ایران می‌پردازد. بدون شک، بهبود وضعیت تولید و صادرات میگوی پرورشی در ایران در گرو برنامه‌ریزی هوش‌مندانه به‌هم‌منظور بهبود وضعیت رقابتی این صنعت در بازارهای داخلی و بین‌المللی است. بررسی وضعیت فعلی رقابت‌پذیری این صنعت و فاصله آن با سطوح برتر جهانی و تجزیه و تحلیل شکاف‌های موجود، لازمه و بستر برنامه‌ریزی در راستای ارتقاء وضعیت رقابت‌پذیری این صنعت خواهد بود.

پیشینه پژوهش

مزیت رقابتی به مفهوم ویژگی‌ها و منابعی است که یک سازمان را قادر می‌سازد تا در یک صنعت از سایر رقبا پیشی بگیرد. به عبارتی دیگر مزیت رقابتی تمایز یک شرکت در یک یا چند عامل است که به شرکت اجازه خدمت بهتر و ایجاد ارزش بیش‌تر برای مشتری و در نتیجه عملکرد بهتر را نسبت به رقبا می‌دهد (Chaharbaghi & Lynch, 1999). در حالی که مزیت رقابتی به تشریح جایگاه و توانایی فعلی سازمان در ایجاد ارزش و مزیت بیش‌تر در مقابل رقبا می‌پردازد و مفهومی ایستا را القا می‌کند، مزیت استراتژیک به چگونگی حفظ این مزیت در محیط پویا اشاره دارد. چنین مزیتی پاسخ به تنزل تدریجی مزیت‌های رقابتی موجود در شرکت می‌باشند.

تاکنون نظریه‌های متعددی برای بیان علت موفقیت جهانی و سطح رقابت‌پذیری بالای کشوری خاص در یک صنعت ارائه شده است. به عنوان مثال نظریه مزیت مطلق آدام اسمیت، برخورداری از کارایی در تولید را عامل موفقیت و مزیت برای یک کشور در تجارت آن کالا می‌داند (تقوی، ۱۳۶۶). نظریه مزیت نسبی ریکاردو بر تفاوت بهره‌وری نیروی کار مبتنی است و آنرا عامل موفقیت جهانی صنایع قلمداد می‌کند (Porter, 1990). در نظریه وفور عوامل تولید، هکچر و اوهلین مزیت رقابتی را ناشی از تفاوت نهاده‌های تولید در کشورها می‌دانند (Hill, 2003). نظریه چرخه عمر محصول که توسط ریموند ورنون ارائه شد وجود تقاضای داخلی مناسب برای محصول را عامل نوآوری و برخورداری از صرفه‌های مقیاس و در نتیجه دست‌یابی به موفقیت جهانی بیان می‌دارد.

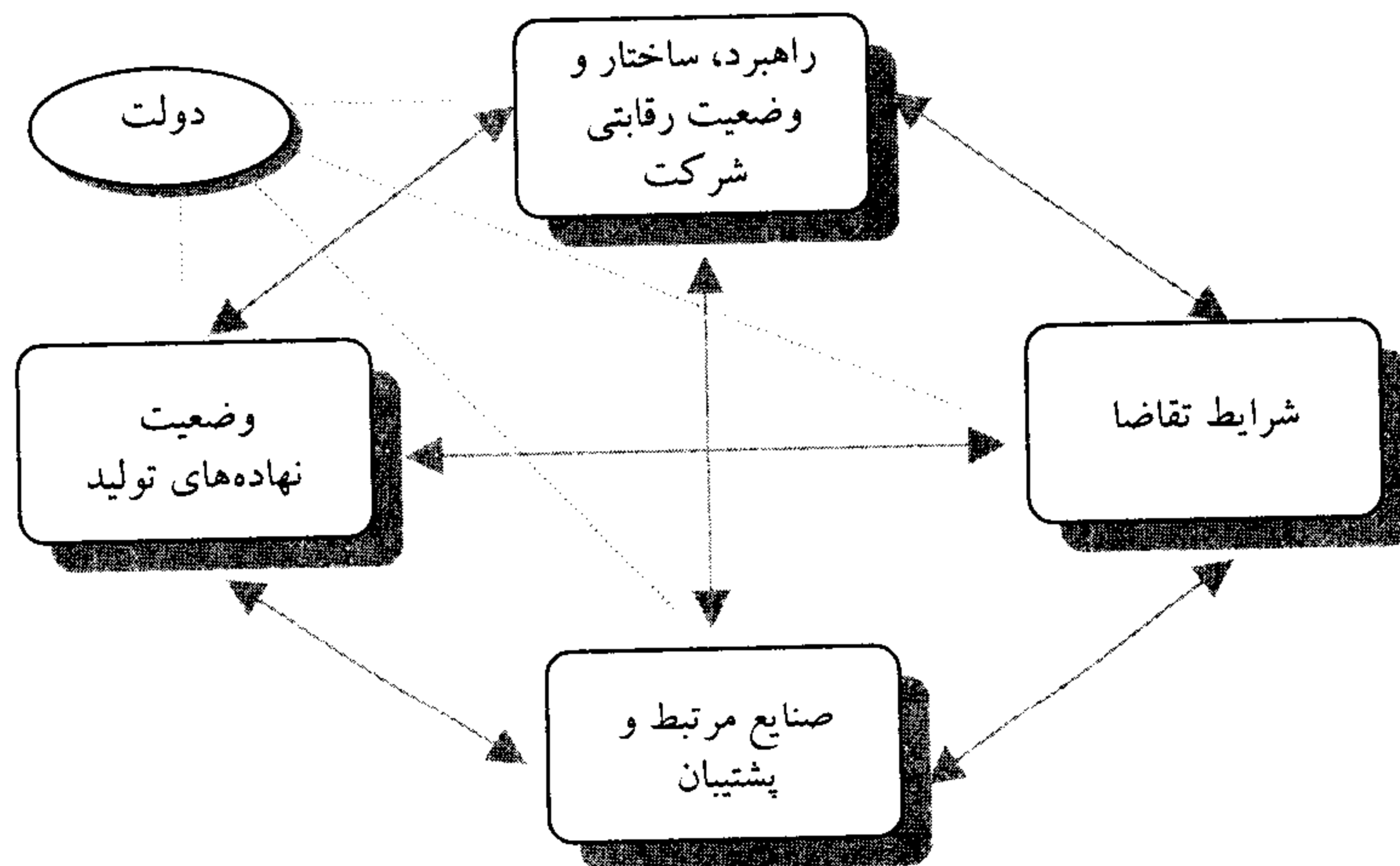
با مروری بر نظریه‌های مطرح شده در این زمینه مشاهده می‌شود که همه آنها به صورت تک بعدی و با نگاهی اقتصادی به بیان دلایل موفقیت جهانی و سطح رقابت‌پذیری بالای صنایع در کشورها می‌پردازند. اما مایکل پورتر با ارائه مدل الماس

مزیت رقابت ملی خود، با نگاهی کاربردی در سطح کشورها به سنجش وضعیت صنایع و شناسایی مزیت‌های رقابتی ملی و بیان علت موفقیت جهانی صنایع در سطح ملت‌ها پرداخته است. مزیت رقابت ملی، چگونگی شکل دهی به محیطی را بیان می‌دارد که موجبات حفظ و بهبود رقابت پذیری صنایع فعال در یک کشور را فراهم می‌آورد (Garelli, 2003). تنها مفهوم معنی‌دار و معقول برای رقابت پذیری از نظر پورتر در سطح کشورها، بهره‌وری است. مهم‌ترین هدف اقتصادی ملت‌ها ایجاد استاندارد بالای زندگی برای شهروندان می‌باشد که این استاندارد توسط میزان بهره‌وری در استفاده از منابع به کار گرفته شده در امر تولید و تجارت تعیین می‌شود. در واقع همین عامل است که وضعیت رقابت پذیری کشورها در صنعتی خاص را تعیین می‌کند (Porter, 1990).

- بررسی‌های ما نشان می‌دهد که تاکنون مدل الماس رقابت ملی پورتر برای سنجش وضعیت رقابتی صنایع ایران مورد استفاده قرار نگرفته است. اما در این مقاله سعی شده است تا با استفاده از مدل یادشده، وضعیت رقابتی صنعت پرورش میگوی ایران در بازارهای بین‌المللی مورد بررسی و ارزیابی قرار گیرد. البته برای بررسی سوابق مطالعات انجام گرفته مرتبط با صنعت پرورش میگو، می‌توان به طرح‌های پژوهشی تحت عناوین: "بررسی صنعت میگو در ایران (موسسه تحقیقات شیلات، نیما میرزاخانی، ۱۳۸۰)"، "شناسایی مزیت‌های رقابتی و عوامل موثر بر صادرات میگوی پرورشی تولید شده در استان بوشهر (دانشگاه تهران، دانشکده مدیریت، مرتضی ابراهیمی، ۱۳۸۲)"، "بررسی نرخ بازده سرمایه گذاری در صنعت شیلات بخش پرورش میگو (دانشگاه شهید بهشتی، دانشکده علوم اداری، داریوش به‌همنی، ۱۳۸۰)" اشاره کرد.

مدل الماس رقابت ملی پورتر به درک موقعیت رقابت ملل در رقابت جهانی کمک می‌کند. و به ایجاد بینشی عمیق در مدیران، اقتصاددانان و سیاست‌گذاران برای تنظیم مناسب‌ترین راهبرد به منظور ارتقای موقعیت رقابتی در سطح بین الملل، کمک می‌کند. مفهوم و پیام اصلی این مدل چگونگی شکل دهی به محیط اقتصادی کشورها در جهت دستیابی به موفقیت‌های جهانی است (Garelli, 2003). احتمال دستیابی یک شرکت به موفقیت بین‌المللی بر اساس مدل الماس رقابت ملی مایکل پورتر، تابعی از تاثیرات

متقابل و جمعی نهاده‌های تولید^۱، شرایط تقاضای داخلی^۲، صنایع مرتبط و پشتیبان^۳ و ساختار، راهبرد و وضع رقابت داخلی^۴ شرکت‌ها و سیاست‌های دولت^۵ است (Hill, 2003). به منظور افزایش عملکرد رقابتی شرکت‌ها به وجود همه عوامل یادشده، توأمأ نیاز است. این پنج ویژگی مهم در ایجاد و حفظ مزیت رقابتی در ملل مختلف کمک می‌کند. اگر این عوامل به صورتی موثر با هم ترکیب شوند می‌توانند موفقیت شرکت‌های موجود در یک کشور را در بازارهای بین الملل تضمین کنند. نمودار (۱) چگونگی ارتباط بین مولفه‌های مدل الماس رقابت ملی را به تصویر کشیده است.



مأخذ: مایکل پورتر "مزیت رقابت ملی"، ۱۹۹۰، ص ۷۱
نمودار ۱. مدل الماس رقابت ملی پورتر

۱. نهاده‌های تولید: به بیان وضعیت، کیفیت و کمیت عوامل و نهاده‌های تولید یک کشور می‌پردازد. پورتر در مدل خود نهاده‌های تولید را به گروه‌هایی شامل منابع انسانی، منابع فیزیکی، منابع علمی و فنی، منابع سرمایه‌ای و زیرساختارها زیر طبقه‌بندی کرده و به ارزیابی آنها می‌پردازد (وارن جی. کیگان، ۱۳۸۰). برای سنجش وضعیت نهاده‌های تولید

1. Factor endowment
2. Demand condition
3. Related&Supporting industries
4. Firm strategy, Structure and Rivalry
5. Government

در صنعت پرورش میگوی ایران بر مبنای مدل الماس رقابت ملی، به سنجش وضعیت متغیرهای زیر اقدام شده است:

- دسترسی به نیروی کار ارزان
- دسترسی به نیروی کار متخصص
- برخورداری از اقلیم و آب و هوای مناسب
- دسترسی به منابع مالی (سرمایه) مورد نیاز
- برخورداری از زیر ساختارهای کارا و پیشرفته
- برخورداری از فناوری پیشرفته و به روز

۲. شرایط تقاضا: دومین عامل تعیین کننده مزیت رقابت ملی، وضعیت تقاضای داخلی برای محصولات تولیدی در یک صنعت است که به بیان ماهیت تقاضای داخلی برای محصولات و یا خدمات یک صنعت خاص می پردازد. وجود تقاضای داخلی مناسب نه تنها به افزایش کارایی تولید (از طریق دستیابی به صرفه های مقیاس) می شود، بلکه موجب افزایش نرخ بهبود و نوآوری در شرکت های داخلی نیز خواهد شد (Porter, 1990). متغیرهای زیر برای سنجش وضعیت شرایط تقاضا در صنعت پرورش میگوی ایران مورد ارزیابی قرار گرفته اند:

- اندازه بازار داخلی
- نرخ رشد بازار داخلی
- قدرت خرید مصرف کنندگان داخلی
- میزان استقبال مصرف کننده داخلی از نوآوری

۳. صنایع مرتبط و پشتیبان: به بیان حضور یا عدم حضور صنایع رقابتی عرضه کننده و یا سایر صنایع مرتبط با یک صنعت خاص می پردازد (Porter, 1990). صنایع مرتبط با یک صنعت، صنایعی می باشند که در انجام فعالیت های زنجیره ارزش سهمیند و یا آن دسته از صنایعی که به تولید محصولات مکمل یک صنعت مشغولند. در واقع این صنایع به نوعی در ایجاد ارزش برای مشتری دخیل اند و به انجام فعالیت در زمینه هایی چون ایجاد و توسعه تکنولوژی، تولید، توزیع، بازاریابی و یا ارائه خدمات به مشتری می پردازند. به منظور بررسی وضعیت این بعد از مدل، سه متغیر زیر مورد مطالعه قرار گرفته اند:

- تعدد شرکت های فعال در زنجیره ارزش در این صنعت

- کیفیت بسته بندی میگو
- کیفیت روابط بین اعضاء در زنجیره ارزش
- میزان دسترسی به مناطق آزاد

۴. راهبرد، ساختار و وضع رقابتی شرکت: چهارمین عامل تعیین کننده مزیت رقابت ملی در مدل پورتر، استراتژی و ساختار شرکت و هم چنین وضعیت رقابت داخلی شرکت های فعال در صنعت خاص است. اهداف، راهبردها و شیوه های سازماندهی شرکت ها در صنایع در کشورهای مختلف متفاوت است. مزیت رقابتی از هماهنگی و هم جهت بودن این متغیرها ناشی می شود (Hill, 2003). الگوی رقابت داخلی بین شرکت های فعال در یک صنعت نیز اهمیت زیادی در دستیابی به مزیت رقابتی و موفقیت بین المللی کشورها در یک صنعت خاص دارد. برای ارزیابی این مولفه در صنعت پرورش میگوی ایران، متغیرهای زیر مورد سنجش قرار گرفته اند:

- فشردگی رقابت داخلی در این صنعت
- دیدگاه مدیران این صنعت در مورد فعالیت در بازارهای جهانی
- نوع مالکیت شرکت های فعال در این صنعت (خصوصی یا دولتی)

۵. دولت: عامل نهایی در تعیین مزیت رقابت ملی، نقش دولت است. اغلب از این عامل به عنوان مهم ترین متغیر تاثیر گذار بر موفقیت بین المللی صنایع یاد می شود. نقش واقعی دولت در ایجاد مزیت رقابتی از طریق تاثیری است که بر عوامل دیگر می گذارد. دولت می تواند بر هر یک از عوامل یاد شده تاثیر مثبت یا منفی داشته باشد. در واقع دولت به طور مستقیم نمی تواند به ایجاد مزیت رقابتی پردازد بلکه از طریق تاثیر غیر مستقیم خود در سایر عوامل به تقویت و یا تضعیف مزیت رقابتی ایجاد شده می پردازد. وضعیت سیاست های دولت ایران در ایجاد مزیت برای صنعت پرورش میگو از طریق سنجش متغیرهای زیر مورد ارزیابی واقع شده است:

- ثبات سیاسی
- دیدگاه مدیران دولتی به فعالیت در بازارهای جهانی
- حمایت دولت از سرمایه گذاری خارجی
- حمایت های مالی دولت از طرح های اجرایی در این صنعت
- طرح های تشویقی دولت در مورد تولید کننده و صادر کننده

پورتر از این پنج عامل به عنوان الماس رقابت ملی یاد می‌کند. و بیان می‌دارد که هرچه این عوامل مطلوب‌تر باشد احتمال موفقیت شرکت در یک صنعت در سطح بین‌الملل بیش‌تر خواهد بود (Hill, 2003).

در این تحقیق، بررسی وضعیت رقابتی صنعت پرورش میگو، با استفاده از مدل الماس رقابت ملی پورتر، در دو مرحله انجام شده است. در مرحله اول اقدام به تعیین میزان اهمیت هر یک از مولفه‌های مدل (تعریف مفهومی و عملیاتی این متغیرها در بخش قبلی آورده شده است) برای سنجش وضعیت رقابتی صنعت پرورش میگو، بر اساس نظر خبرگان این صنعت، پرداخته شده است. و در مرحله دوم و پس از حصول اطمینان از قابلیت کاربرد این مدل، به بررسی وضعیت رقابتی این صنعت در مقایسه با کشورهای برتر اقدام شده است.

هدف

به‌طور خلاصه، هدف اصلی این تحقیق شناسایی مزیت‌های استراتژیک صنعت پرورش میگو بر مبنای مولفه‌های مدل الماس رقابت ملی پورتر است.

پرسش‌ها

- به‌منظور دست‌یابی به هدف تحقیق سعی شده است تا به این پرسش که "وضعیت رقابتی صنعت پرورش میگوی ایران براساس مدل الماس رقابت ملی چگونه است؟" پاسخ داده شود. پاسخ‌گویی به این پرسش خود مستلزم پاسخ به پرسش‌های زیر است:
۱. اهمیت هر یک از مولفه‌های مدل الماس رقابت ملی برای سنجش وضعیت رقابت‌پذیری این صنعت از نظر خبرگان چقدر است؟
 ۲. صنعت پرورش میگوی ایران از نظر نهاده‌های تولید در مقایسه با کشورهای برتر جهان در این صنعت، از چه وضعیتی برخوردار است؟
 ۳. صنعت پرورش میگوی ایران از نظر وضعیت تقاضای داخلی در مقایسه با کشورهای برتر جهان در این صنعت، از چه وضعیتی برخوردار است؟
 ۴. وضعیت صنایع مرتبط با صنعت پرورش میگوی ایران در مقایسه با کشورهای برتر جهان در این صنعت، چگونه است؟
 ۵. صنعت پرورش میگوی ایران از نظر ساختار، راهبرد و وضع رقابت داخلی در مقایسه با کشورهای برتر جهان در این صنعت، از چه وضعیتی برخوردار است؟
 ۶. سیاست‌های دولت در رابطه با صنعت پرورش میگوی ایران در مقایسه با کشورهای

برتر جهان در این صنعت، از چه وضعیتی برخوردار است؟

روش گردآوری داده‌ها

برای گردآوری داده‌ها در راستای دستیابی به هدف و پاسخ‌گویی به پرسش‌ها از دو پرسش‌نامه استفاده شده است. پرسش‌نامه اول برای استخراج اهمیت مولفه‌های مدل الماس رقابت ملی در سنجش وضعیت رقابتی صنعت پرورش میگوی ایران تدوین شده است. در این پرسش‌نامه برای تعیین میزان اهمیت مولفه‌ها براساس نظر خبرگان، از مقیاس پنج گزینه‌ای لیکرت (بسیارمهم، مهم، متوسط، بی‌اهمیت و بسیاربی‌اهمیت) استفاده شده است. اعتبار این پرسش‌نامه با استفاده از سنجش نظر متخصصین و کارشناسان در مورد پرسش‌ها و چگونگی بهبود آنها، مورد تأیید قرار گرفت. پایایی این پرسش‌نامه نیز با محاسبه ضریب آلفای کرونباخ ($\alpha = 0/87$) مورد تأیید قرار گرفت.

پرسش‌نامه دوم، وضعیت صنعت پرورش میگوی ایران را در مقایسه با کشورهای برتر در این صنعت بر اساس مولفه‌های مدل الماس رقابت ملی که مهم تشخیص داده شده‌اند، مشخص می‌سازد. در این پرسش‌نامه نیز برای سنجش نظر خبرگان در مورد تعیین جایگاه صنعت پرورش میگوی ایران در قیاس با برترین‌های جهانی در این صنعت از مقیاس پنج گزینه‌ای لیکرت (بسیار ضعیف‌تر، ضعیف‌تر، برابر، قوی‌تر، بسیار قوی‌تر) استفاده شده است. به‌همین‌طور سنجش اعتبار این پرسش‌نامه نیز از نظر کارشناسان و اساتید امر در این زمینه استفاده شده است. پایایی این ابزار نیز با محاسبه ضریب آلفای کرونباخ ($\alpha = 0/85$) مورد تأیید قرار گرفته است.

نحوه توزیع سئوالات پرسش‌نامه و متغیرهای مورد سنجش در هر مولفه، در نگاره شماره (۱) ارائه شده است.

جامعه آماری

جامعه آماری شامل کلیه خبرگان صنعت پرورش میگوی ایران بوده است که آگاه به بازارهای جهانی و فعالیت رقابای کشور ایران در این صنعت می‌باشند. با مراجعه به سازمان شیلات ایران و تهیه لیستی از این افراد مشخص شد که کلیه این افراد در سه گروه زیر طبقه‌بندی می‌شوند:

۱. خبرگانی که به امور تکثیر و پرورش میگو مشغولند.
۲. خبرگانی که به امور صادرات و مطالعات بازار در این صنعت مشغولند.

۳. سیاست گذاران این صنعت.

نگاره ۱. نحوه توزیع سئوالات پرسش نامه‌ها بر اساس مولفه‌ها و متغیرهای مدل الماس رقابت ملی

مؤلفه‌ها	نهادهای تولید	شرایط تقاضا	ساختار، راهبرد و وضع رقابت داخلی در صنعت	صنایع مرتبط	دولت
	پرسش‌های ۱-۶	۷-۱۰	۱۱-۱۳	۱۴-۱۶	۱۷-۲۱
مؤلفه‌ها	۱. دسترسی به نیروی کار ارزان	۱. اندازه بازار داخلی	۱. فشرده‌گی رقابت داخلی	۱. تعدد شرکت‌های فعال در زنجیره ارزش	۱. دیدگاه مدیران دولتی به فعالیت جهانی
	۲. دسترسی به نیروی کار متخصص	۲. نرخ رشد بازار داخلی	۲. دیدگاه مدیران صنعت به فعالیت جهانی	۲. کیفیت بسته بندی	۲. دیدگاه مدیران صنعت به فعالیت جهانی
	۳. برخورداری از اقلیم و آب و هوای مناسب	۳. قدرت خرید مصرف کننده داخلی	۳. نوع مالکیت شرکت‌های فعال در صنعت	۳. کیفیت روابط در زنجیره ارزش	۳. حمایت از سرمایه گذاری خارجی
	۴. دسترسی به منابع مالی	۴. استقبال مصرف کننده داخلی از نوآوری	۴. میزان دسترسی به مناطق آزاد	۴. حمایت مالی	۴. حمایت مالی
	۵. زیر ساختارهای پیشرفته				۵. طرح‌های تشویقی برای تولیدکننده و صادرکننده
	۶. فناوری پیشرفته				

روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

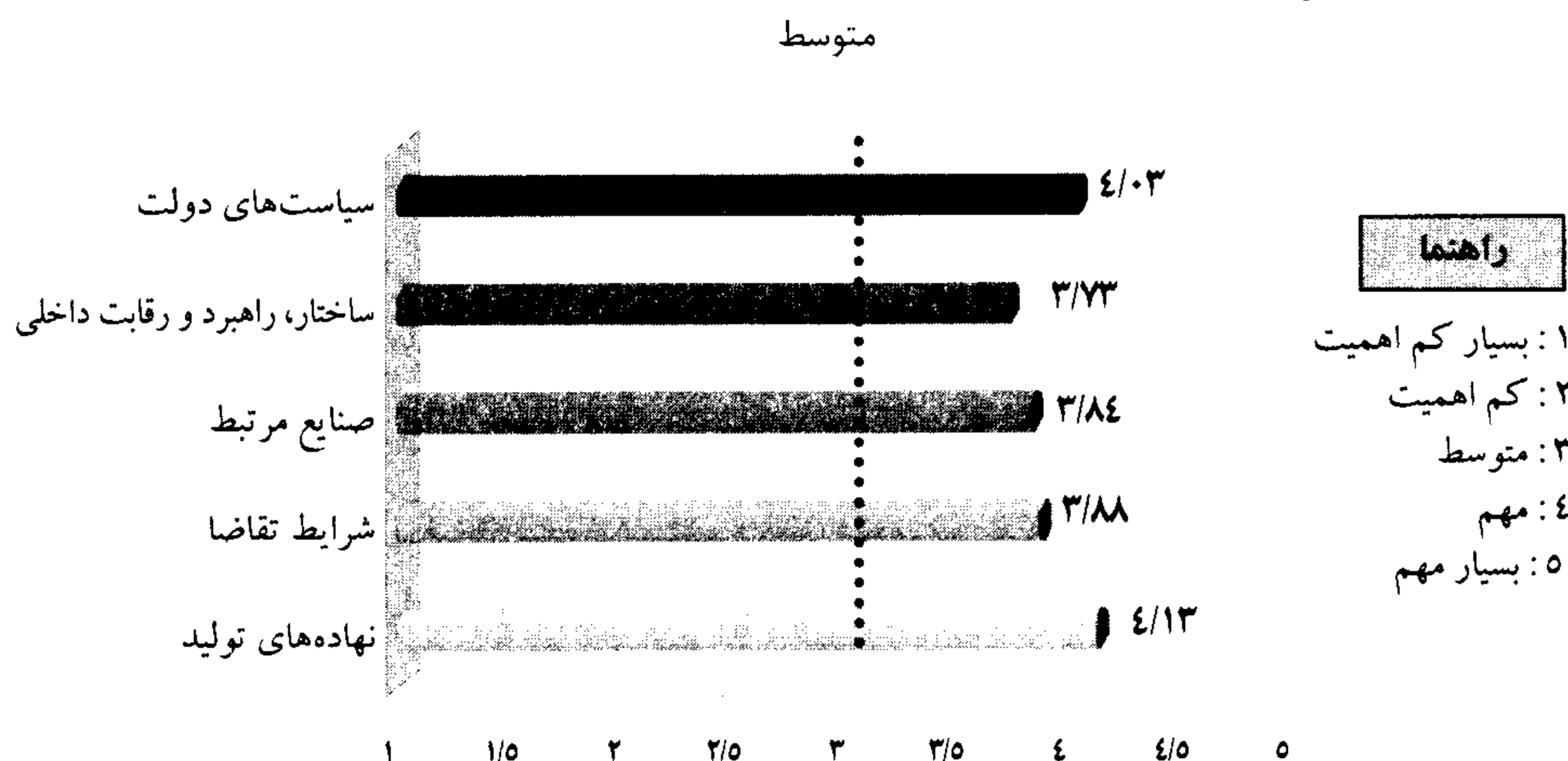
ذکر این نکته در این جا بسیار مهم است که به علت عدم دسترسی به داده‌ها و اطلاعات کمی معتبر برای سنجش وضعیت رقابتی صنعت پرورش میگوی ایران و با توجه به این که تحقیق انجام گرفته از نوع پژوهش‌های توصیفی - پیمایشی بوده است، به تمام خبرگان در دسترس مراجعه و نظرات آن‌ها در این زمینه از طریق پرسش نامه اخذ شد. برای تحلیل داده‌های گردآوری شده نیز از روش‌های آماری توصیف مقدراری و هندسی داده‌ها (میانگین، انحراف معیار و نمودارهای عنکبوتی) استفاده شده است.

یافته‌های پژوهش

تحلیل‌های ارایه شده در این بخش به دو قسمت تقسیم می‌شود. قسمت اول به تعیین اهمیت مولفه‌های مدل پرداخته و بخش دوم و اصلی به بررسی وضعیت رقابتی صنعت پرورش میگو اختصاص دارد.

تعیین میزان اهمیت مولفه‌های مدل

نمودار شماره (۲) نتایج حاصل از بررسی تحلیلی داده‌های گردآوری شده از پرسش‌نامه نخست و میانگین پاسخ‌های ارائه شده برای تعیین میزان اهمیت مولفه‌های تشکیل دهنده مدل را به تصویر کشیده است.



نمودار ۲. اهمیت هر یک از مولفه‌های مدل برای سنجش وضعیت صنعت پرورش میگو

همان‌طور که نمودار یادشده نشان می‌دهد، همه مولفه‌های مدل از درجه اهمیت، بالای متوسط برخوردارند که حاکی از مهم بودن مولفه‌ها برای سنجش وضعیت صنعت از دید خبرگان است. در این بین، مهم‌ترین عامل، نهاده‌های تولید و کم‌اهمیت‌ترین آن‌ها ساختار، استراتژی و وضع رقابت داخلی در صنعت است. در جمع‌بندی کلی باید گفت که تمامی مولفه‌های این مدل در سنجش وضعیت رقابتی این صنعت از دید کارشناسان امر مهم و شایان توجه هستند. با این تحلیل پاسخ پرسش شماره ۱ داده می‌شود.

بررسی وضعیت صنعت (شکاف رقابتی)

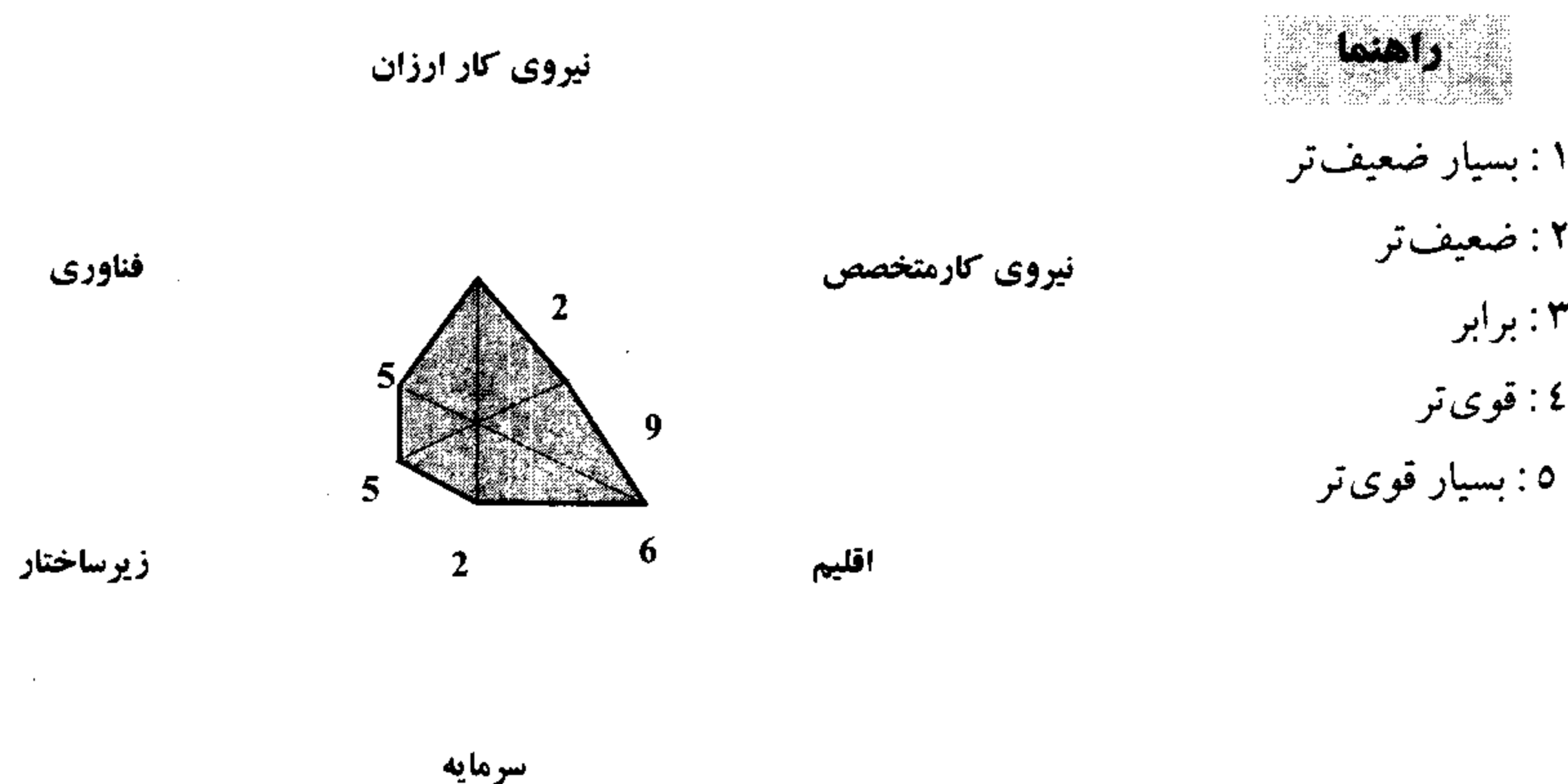
پس از تعیین اهمیت مولفه‌های مدل، در مرحله بعد وضعیت صنعت پرورش میگوی ایران بر مبنای مدل سنجیده می‌شود. ساختار سئوالات در پرسش‌نامه دوم به گونه‌ای بوده که از پاسخ دهندگان خواسته شده تا بر اساس طیفی از بسیار ضعیف‌تر تا بسیار قوی‌تر به مقایسه وضعیت هر یک از مولفه‌های مدل در صنعت پرورش میگوی ایران با وضعیت مشابه در کشورهای پیش‌رو در این صنعت پردازند. میانگین پاسخ‌های ارائه شده مبنای تحلیل قرار

گرفته است. نتایج حاصل در نمودارهای تار عنکبوتی نشان داده شده است. ناحیه رنگی در این نمودارها وضعیت صنعت پرورش میگوی ایران در مقایسه با برترین‌های جهانی را از نگاه خبرگان نشان می‌دهد. حد فاصل بین ناحیه رنگی و محیط نمودار (وضعیت کشورهای برتر صنعت از نظر مولفه مورد نظر) شکاف رقابتی این صنعت در ایران را نشان می‌دهد.

بررسی وضعیت صنعت (شکاف رقابتی) در سطح متغیرهای مدل
در این بخش برای پاسخ‌گویی به پرسش‌های ۲ الی ۶، داده‌های گردآوری شده در سطح مولفه‌های مدل تحلیل و نتایج آن ارائه شده است.

الف) نهاده‌های تولید

نتیجه حاصل از تحلیل بررسی داده‌های گردآوری شده در خصوص تعیین وضعیت صنعت از نظر نهاده‌های تولید در نمودار شماره (۳) نشان داده شده است. مشاهده می‌شود که وضعیت این صنعت از نظر تکنولوژی، زیرساختارها، سرمایه و نیروی کار متخصص ضعیف‌تر از برترین‌های جهانی است. اما از نظر نیروی کار ارزان و اقلیم در شرایطی برابر با برترین‌های جهانی قرار دارد.



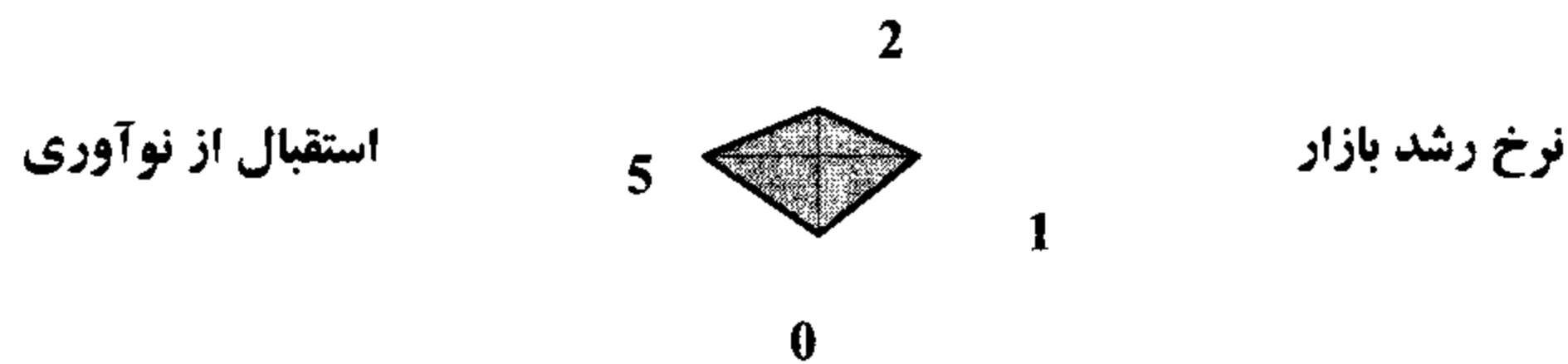
نمودار ۳. وضعیت صنعت پرورش میگوی ایران از نظر نهاده‌های تولید

ب) شرایط تقاضا

نمودار شماره (۴) وضعیت صنعت پرورش میگوی ایران را از نظر شرایط تقاضا نشان می‌دهد. می‌توان مشاهده کرد که در تمامی متغیرهای مورد بررسی در این بعد مدل، این

صنعت در وضعیتی ضعیف تر از برترین های جهانی این صنعت قرار دارد.

اندازه بازار



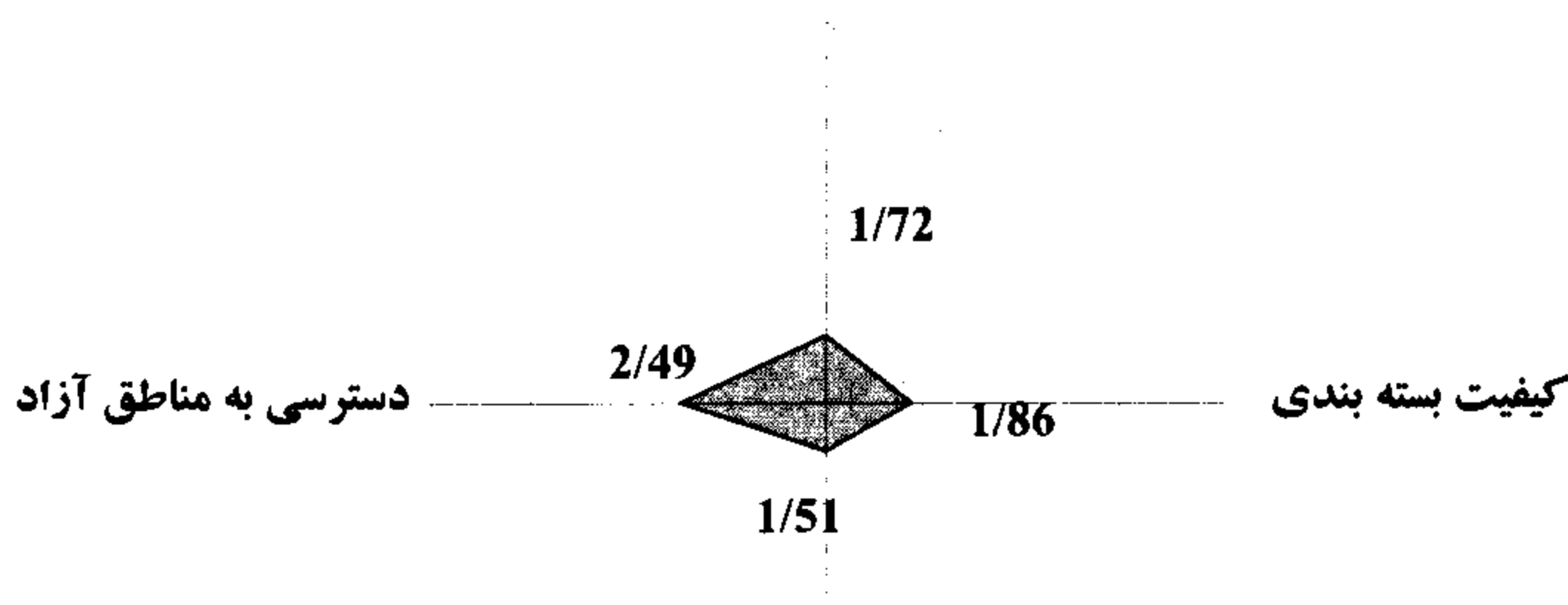
قدرت خرید

نمودار ۴. وضعیت صنعت پرورش میگوی ایران از نظر شرایط تقاضا

ج) صنایع مرتبط

نمودار شماره (۵) نشان می دهد که صنعت پرورش میگوی ایران از نظر وضعیت صنایع مرتبط در جایگاهی ضعیف تر از برترین های جهانی در این صنعت قرار دارد. ضعیف ترین وضعیت به کیفیت روابط در زنجیره ارزش و مطلوب ترین متغیر از آن وضعیت دسترسی به مناطق آزاد است.

تعداد شرکت ها در زنجیره ارزش



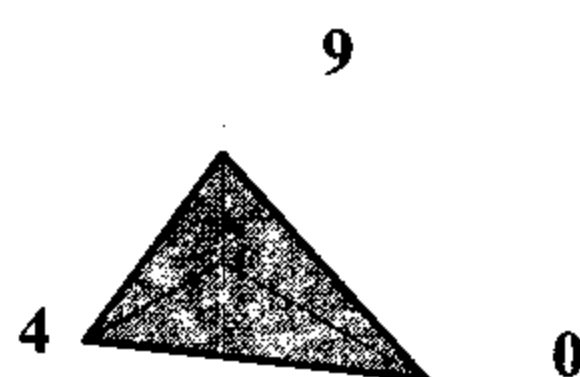
کیفیت روابط زنجیره ارزش

نمودار ۵. وضعیت صنعت پرورش میگوی ایران از نظر شرایط تقاضا

د) ساختار، استراتژی و وضع رقابت داخلی

با توجه به نمودار شماره (۶) قابل مشاهده است که سه متغیر تشکیل دهنده این مولفه از مدل الماس رقابت ملی در ایران نیز در وضعیتی ضعیف تر از وضعیت مشابه در کشورهای برتر این صنعت قرار دارند. از این میان قوی ترین موضع، مربوط به دیدگاه مدیران صنعت به فعالیت های جهانی و ضعیف ترین جایگاه را فشردگی رقابت داخلی در این صنعت به خود اختصاص داده است.

فشردگی رقابت



نوع مالکیت شرکت ها

دیدگاه مدیران صنعت

نمودار ۶: وضعیت صنعت پرورش میگوی ایران از نظر صنایع مرتبط

ه) دولت

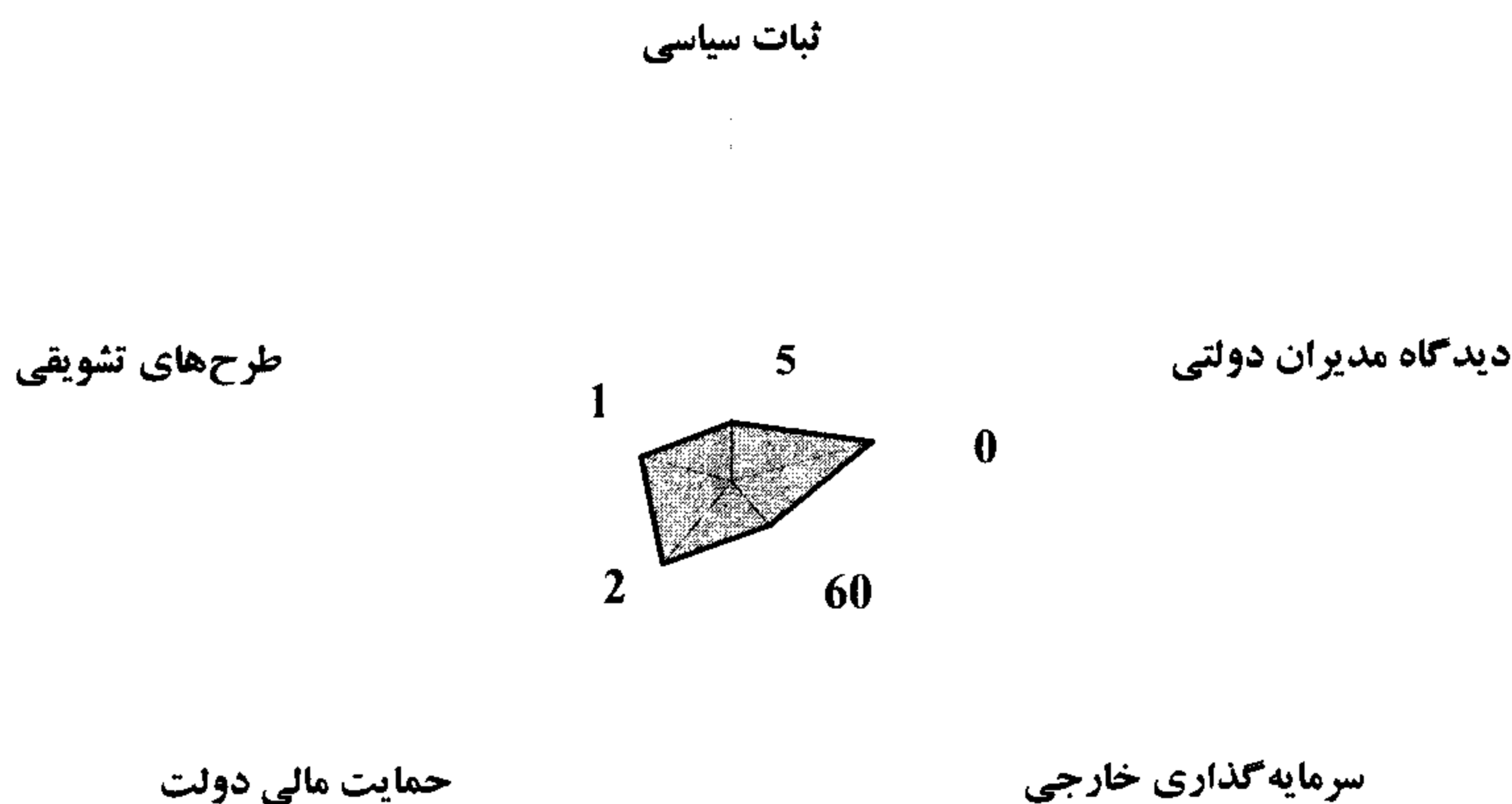
با مشاهده نمودار شماره (۷) نیز ملاحظه می شود که فاصله و شکاف زیادی بین وضعیت صنعت پرورش میگو در ایران با وضعیت مشابه در کشورهای برتر این صنعت از نظر سیاست های دولتی مرتبط وجود دارد. مساعدترین وضعیت به دیدگاه مدیران دولتی نسبت به فعالیت های جهانی اختصاص دارد. و نامطلوب ترین حالت به وضعیت سرمایه گذاری های خارجی در این صنعت اختصاص یافته است.

بررسی وضعیت صنعت در سطح مولفه های مدل (ترکیب نتایج)

نمودارهای یادشده به تحلیل هر یک از مولفه های مدل در سطح متغیرها پرداخته است. از آنجا که این طرح پژوهشی به بررسی وضعیت رقابتی صنعت پرورش میگوی ایران در سطح مدل الماس رقابت ملی می پردازد. (سوال اصلی مطرح شده در تحقیق) بنابراین نیاز است تا به تعیین وضعیت رقابتی این صنعت در سطح کلی مدل پرداخته شود.

برای این کار از نمودار شماره (۸) استفاده شده است. این نمودار خلاصه نتایج حاصل از بررسی تحلیلی داده های گردآوری شده را به منظور تعیین وضعیت رقابتی صنعت

پرورش میگوی ایران در سطح مدل الماس ملی را در مقایسه با برترین های جهانی این صنعت نشان می دهد.

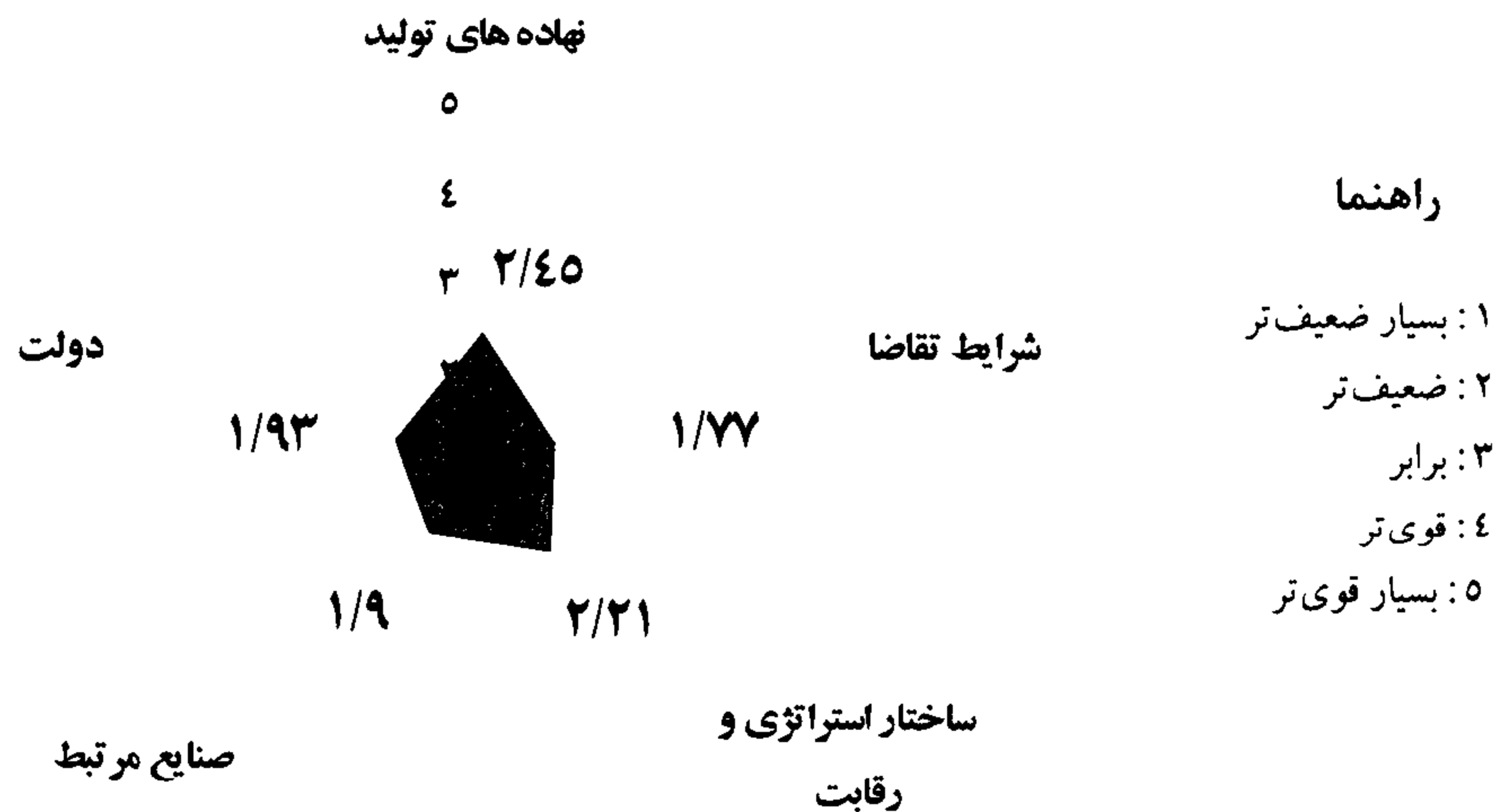


نمودار ۷. وضعیت صنعت پرورش میگوی ایران از نظر سیاست های دولت

نمودار یادشده نشان می دهد که شکاف زیادی بین وضعیت رقابتی صنعت پرورش میگوی ایران در مقایسه با برترین های (محک های) جهانی در دیدگاه خبرگان این صنعت وجود دارد. براین اساس می توان ادعا کرد که صنعت پرورش میگوی ایران در وضعیت رقابتی ضعیف تری نسبت به رقبای جهانی خود قرار دارد. در این میان صنعت پرورش میگو از نظر نهاده های تولید از وضعیت مطلوب تری در مقایسه با سایر مولفه های مدل قرار داشته اما از نظر شرایط تقاضای داخلی در مقایسه با سایر ابعاد مدل در ضعیف ترین وضعیت در قرار دارد. در نگاره شماره (۲) نتایج مقایسه وضعیت رقابتی صنعت میگوی ایران با برترین های جهانی خلاصه شده است.

نگاره ۲. خلاصه تحلیل داده ها

ردیف	معیار مقایسه	اهمیت معیار در رقابت	وضعیت صنعت میگوی ایران نسبت به برترین های جهانی
۱	نهاده های تولید	مهم	ضعیف تر
۲	شرایط تقاضا	بالای متوسط	ضعیف تر
۳	صنایع مرتبط	بالای متوسط	ضعیف تر
۴	ساختار، استراتژی	بالای متوسط	ضعیف تر
۵	سیاست های دولت	مهم	ضعیف تر



نمودار ۸. وضعیت صنعت پرورش میگوی ایران در سطح مدل الماس رقابت ملی

نتیجه گیری

بر پایه نتایج به دست آمده از تحلیل داده های گردآوری شده مشخص می شود که هر پنج مولفه مدل الماس رقابت ملی، براساس نظر خبرگان صنعت پرورش میگوی ایران، به منظور سنجش وضعیت رقابتی این صنعت دارای اهمیت هستند. هم چنین می توان ادعا کرد که صنعت میگوی ایران در مقایسه با کشورهای برتر جهان در این صنعت دارای شکاف رقابتی منفی است. این مساله هم در سطح اجزای مدل و هم در سطح کل مدل قابل مشاهده و ملاحظه است. در واقع براساس نتایج بررسی های انجام گرفته در این تحقیق، صنعت پرورش میگوی ایران در تمامی مولفه های مورد بررسی در وضعیت ضعیف تری نسبت به برترین های جهانی قرار دارند که این مساله لزوم برنامه ریزی برای بهبود وضعیت رقابتی این صنعت را از جانب سیاست گذاران و مدیران این صنعت بارز و هویدا می سازد.

منابع

بررسی صنعت پرورش میگو در ایران (۱۳۸۱). دفتر طرح و توسعه شیلات ایران، گروه مطالعات بازار.

تقوی، مهدی (۱۳۶۶). "تجارت بین الملل"، تهران: انتشارات سپیدار.

کاندولفو، ژیان کارلو (۱۳۸۰). "تجارت بین الملل"، مترجم: مهدی تقوی، تهران: پژوهشکده امور اقتصادی.

گوهریان، محمد ابراهیم (۱۳۷۴). "مدیریت صادرات غیر نفتی - اصول صادرات"، جلد اول، تهران: موسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی.

وارن جی، کیگان (۱۳۸۰). مدیریت بازاریابی جهانی، ترجمه و تلخیص عبدالحمید ابراهیمی. تهران: انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی.

Chaharbaghi, K azem & Lynch, Richard.(1999). "**Sustainable competitive advantage:towards a dynamic resource-based strategy**",Management Decision,Vol.37,No.1.

Garelli, Stephane.(2003). "**Competitiveness of nations:The fundamentals**" ,IMD World Competitiveness Yearbook.

Hill, Charles W.L.(2003). "**Global business**", University of Washington.

Porter, Michael E. (1990). "**The Competitive Advantage of Nation**",New York:The Free Press.

Shurchuluu.P.(2002)."**National productivity and competitive strategies for new millennium**",Integrated Manufacture System,Vol.13,No.6.

www.fao.com

www.globfish.com