

## زندگی یک بنیانگذار



مهندس سید ایمان جنانی  
کارشناس امور تحقیقات، بذر و آموزش  
شرکت توسعه کشت دانه های روغنی



همانگونه که در تصویر فوق مشاهده می کنید در این مدل شدت رقابت بین رقبای موجود به طور پیوسته تحت تاثیر ۴ عامل دیگر قرار می گیرد که در آن همیشه رقبای موجود در بازار تحت تاثیر تازه واردها قرار خواهند گرفت. خطر تازه واردها از جایی شروع خواهد شد که با محصولات جدید و تفکری نو به بازار وارد خواهند شد و رقبای موجود را تحت فشار خواهند گذاشت، از سوی دیگر با وجود رقابت رقبای قدیمی و رقبای جدید تامین کنندگان اولیه از قدرت چانه زنی خود برای بالا بردن قیمت نقش مهمی ایفا خواهند نمود و در نهایت خریداران با بررسی صرفه اقتصادی و بهره مندی از خدمات بهتر قدرت تاثیر گذاری و چانه زنی خود را اعمال خواهند کرد. این تقابلات تا زمانی که رقبای تولید کنندگان، محصولات و خریداران هستند در هر بازاری وجود خواهد داشت و خواه ناخواه هر یک از رقبای فعال در عرصه می بایست از هنر مدیریت خود استفاده نمایند.

مایکل پورتر در سال ۱۹۴۷ در آمریکا متولد شد. مدرک کارشناسی مهندسی مکانیک را از دانشگاه پرینستون و کارشناسی ارشد مدیریت ام بی ای (MBA) و دکترای اقتصاد کسب و کار را از دانشگاه هاروارد اخذ کرد. او در تمام مراحل تحصیلی شاگرد نمونه و برجسته بود. در سال ۱۹۸۱ در سن ۳۴ سالگی به درجه استادی در دانشگاه هاروارد نائل شد. او یکی از چهار استاد دانشگاه با این عنوان در سابقه ۱۰۰ ساله هاروارد بود. پورتر در زمینه مفاهیم و موضوع هایی همچون راهبرد، راهبرد رقابتی، مزیت رقابتی، زنجیره ارزش و مزایای رقابتی ملل، شهره آفاق است و یک متفکر با نفوذ محسوب می شود. او در این حوزه ها برای کسب و کارها و حکومت های متعددی در سراسر جهان سخن گفته و مشاوره داده است. او چهار بار به جایزه مکینزی و نیز جوایز متعدد دیگری دست یافته است. پورتر موسس دوره راهبرد در هاروارد است. او رهبر موسسه راهبرد و رقابت است که با همکاری دانشگاه هاروارد و مدرسه بازرگانی هاروارد تاسیس شده است. وی تاکنون ۱۶ کتاب و بیش از ۱۰۰ مقاله منتشر کرده است. اولین کتاب او «راهبرد رقابتی» در سال ۱۹۸۰ چاپ شد که با استقبال کم نظیر دانشگاهیان و مدیران صنایع مواجه شد، به گونه ای که تاکنون بیش از ۶۰ بار این کتاب به چاپ رسیده است و به ۲۰ زبان دنیا ترجمه شده است. دو کتاب «مزیت رقابتی» و «مزیت رقابتی ملل» او نیز جز پر فروش ترین کتاب های مدیریتی بوده است. کتاب های او به ویژه کتاب «راهبرد رقابتی» نگرش مدیران عامل را به شرکت و صنعت خود عوض کرد و هنوز متفکر با نگرش راهبردی «انجیل انتخاب» محسوب می شود (برگرفته از وب سایت راهکار مدیریت).

**رقابت بین شرکت ها:**

- رقابت بین شرکت ها در ساختار رقابتی صنعت گویای این نکته است که در صورت وجود بازار یکپارچه، وجود یک شرکت با یک شرکت غالب به چشم می خورد. از سوی دیگر چنانچه بازارهای خرد شده وجود داشته باشند شرکت های فعال نیز زیادتر و به صورت خرد شده عمل خواهند نمود و شرکت غالب حضور نخواهد شد و در نهایت شرکت های محدود در حد واسط ساختار رقابتی صنعت قرار خواهند گرفت. شدت یک پارچه شدن یک بازار در غالبیت یک شرکت تاثیر بیشتر و تعدد بازارهای خرد شده نیز در بیشتر شدن شرکت های خرد شده اثر مستقیم خواهند داشت.

**رقبای بالقوه:**

تازه واردها در یک صنعت تهدیدی برای قدیمی های به خواب رفته هستند، اما در این میان موانع ورود تازه واردها چیست؟

- ✓ وفاداری مشتریان قدیمی به نشان تجاری
  - ✓ مزیت قیمت تمام شده تولید کنندگان قدیمی
  - ✓ صرفه به قیاس
  - ✓ مقررات و سیاست دولتی
  - ✓ الزامات سرمایه گذاری کلان
- چه زمانی قدرت چانه زنی تامین کنندگان زیاد است؟
- ✓ محصول فروشندگان جانشین های کمی دارد و برای خریدار دارای اهمیت است.
  - ✓ خریداران، یک مشتری مهم برای تامین کنندگان نیستند.
  - ✓ خریداران به تامین کنندگان نیاز داشته باشند.
  - ✓ محصول تامین کنندگان، یک ورودی مهم برای خریداران باشد.

منبع: جزوات آموزشی دکتر محمد آزادی، سازمان مدیریت صنعتی.