

تحلیل وضعیت باشگاه های ورزشی مشهد بر اساس مدل رقابتی پورتر

محمد رضا اسماعیل زاده قندهاری^۱، امیر ماهیان جاغرق^۲، امید شیخ^۳

^۱ عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد مشهد، ایران

^۲ دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد مشهد، ایران (نویسنده مسئول)

^۳ دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد مشهد، ایران

چکیده

محیط های رقابتی همواره موجبات رشد و توسعه را برای ارائه دهندگان خدمات ورزشی به همراه دارند. هدف از مطالعه حاضر تحلیل وضعیت باشگاه های ورزشی شهر مشهد بر اساس مدل رقابتی پورتر بود. روش پژوهش بلحاظ ماهیت و هدف از نوع تحقیقات کاربردی و از لحاظ روش تحلیل از نوع توصیفی و تحلیلی بود که به روش میدانی انجام شد. جامعه آماری تحقیق عبارتند از مدیران کلیه باشگاه های ورزشی شهر مشهد که تعداد کل آنها در سال جاری برابر با ۱۸۰۰ نفر بود و نمونه آماری براساس جدول مورگان تعداد ۳۱۷ نفر به طور تصادفی ساده انتخاب شدند. برای جمع آوری داده ها از پرسشنامه استاندارد و تغییر یافته بررسی نیروهای پنج گانه رقابتی پورتر (هاپکینز، ۲۰۰۸) در ۵ بعد خریداران (۸ سوال)، عرضه کنندگان (۷ سوال)، کالاهای جایگزین (۳ سوال)، تازه واردها (۱۰ سوال) و رقبا (۸ سوال) در مقیاس ۵ گزینه ای لیکرت با ضریب پایایی - استفاده شد. تحلیل داده ها در دو بخش آمار توصیفی و آمار استنباطی با کمک نرم افزار SPSS نسخه ۲۱ انجام شد. نتایج نشان داد که وضعیت رقابتی باشگاه های ورزشی شهر مشهد بر اساس مدل پورتر مطلوب نیست. همچنین نتایج آزمون فریدمن نشان داد بالاترین رتبه مربوط به توجه مدیران باشگاه ها به رقبا و پایین ترین رتبه مربوط به توجه به عرضه کنندگان می باشد. با توجه به نتایج بدست آمده که باشگاه های ورزشی وضعیت رقابت پذیری نامناسبی دارند باید ضمن مدنظر قرار دادن همه مولفه ها و شاخص های استخراجی از این پژوهش عوامل و شاخص های دارای وضعیت نامناسب در باشگاه ها را مورد توجه ویژه قرار داد و در راس برنامه ریزی ها بهبود آن ها را قرار داد.

واژه های کلیدی: باشگاه های ورزشی، مدل رقابتی پورتر، تحلیل وضعیت، مشهد.

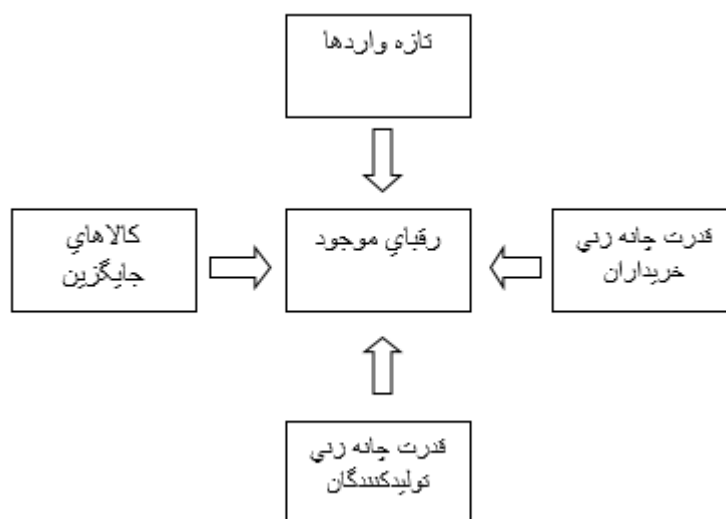
مقدمه

فرایند جهانی شدن، بوجود 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 الودگی محیط زیست و حفظ منابع انرژی، کمبود منابع و هزینه های بالای آنها، چالش هایی هستند که بنگاه ها و صنایع مختلف در عرصه تجارت و فعالیت های اقتصادی با آن روبه رو هستند و ادامه حیات آن منوط به تصمیم گیری درست و به موقع در برابر این تغییرات است. در این میان فرایند جهانی شدن و گسترش بازارهای مصرف و افزایش تعداد رقبا و شدت رقابت، باعث اهمیت بخشیدن به مفاهیمی مانند رقابت پذیری شده است (ابطالی، ۱۳۹۶). محیط اقتصادی امروز محیطی پیچیده و متلاطم است به طوری که بررسی های اجزای یک محیط برای رقابت موثر امری ضروری است. شرکت ها با بررسی ابعاد مختلفی از محیط راحت تر و بهتر می توانند مجموعه فرصت ها و تهدیدهای پیش روی شرکت را بشناسند و قادرند نسبت به تغییرات محیطی واکنش مناسب نشان دهند. بررسی ابعاد رقابتی محیط صنعت امروزی امری ضروری است. 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. به معنای توانایی و عملکرد یک شرکت، یک بخش اقتصادی و یک کشور در فروش و عرضه کالا و خدمات در یک بازار در مقایسه با دیگر شرکت ها، زیربخش ها و کشورهای حاضر در همان بازار است. این اصطلاح همچنین برای بازارها نیز استفاده می شود که اشاره به میزان رقابت پذیر بودن ساختار بازار دارد (اخوان، ۱۳۹۳). بسیاری از محققان جهت توجیه و تفسیر رقابت پذیری و عوامل موثر بر آن، نظریه ها و مدل هایی را عرضه داشته اند و عوامل موثر بر رقابت پذیری را دسته بندی کرده و در قالب مدل هایی ارائه کرده اند، اما در این میان مدل پنج وجهی مایکل پورتر از اهمیت و جایگاه ویژه ای برخوردار است. پورتر برای بررسی محیط رقابتی در یک صنعت، پنج نیرو معرفی کرده است که عبارتند از: تهدید رقبای تازه وارد، تهدید محصولات یا خدمات جایگزین، قدرت چانه زنی خریداران، قدرت چانه زنی تامین کنندگان و رقابت در میان شرکت های موجود در صنعت (پورتر^۱، ۱۹۹۸).

محیط ورزش نیز همانند سایر محیطهای اجتماعی و اقتصادی در فضای رقابتی قرار گرفته است. در گذشته شاید مانند امروز با تعداد باشگاه های ورزشی مواجه نبودیم. امروزه مردم در مورد اهمیت ورزش و تندرستی و فعالیت های ورزشی آگاهی پیدا کرده اند و به تبع تقاضای ایجاد فضاهایی برای انجام فعالیت های ورزشی و بدنی افزایش پیدا کرده است و در کشورهای پیشرفته ورزش و تفریحات سالم به عنوان یک صنعت بسیار مهم عاملی موثر در رشد و توسعه اقتصاد ملی به شمار می رود. در حال حاضر ورزش چه از بعد عملی و چه از بعد نظری در تولید و مصرف کالاها و خدمات ورزشی و توسعه اقتصادی جوامع مختلف نقش اساسی داشته اند، که در این میان باشگاه های ورزشی مکانی برای تمرین و افزایش قابلیت جسمانی مردم و به ویژه جوانان هستند. مدیران و مالکان این باشگاه ها معمولاً با هزینه شخصی و به صورت خصوصی به ایجاد و راه اندازی چنین باشگاه هایی برای کسب درآمد از طریق خدمت رسانی به سلامت مردم نموده اند. لذا در چنین محیط رقابتی ضروری است که وضعیت رقابتی خود را شناخته و آگاهی داشته باشند که محیط رقابتی موجود دارای چه مزایا و معایبی هستند تا بتوانند در انجام برنامه ها و فعالیت های خود موفق باشند. بررسی تحقیقات صورت گرفته در حوزه موضوع تحقیق حاضر یعنی نیروهای رقابتی پورتر و تاثیر آن بر عملکرد و موفقیت شرکت، نشان داد که بیشتر تحقیقات به بررسی استراتژی های رقابتی پرداخته و تحقیقات معدودی مدل پنج وجهی را به طور خاص مورد بررسی قرار داده است. در حوزه مطالعات ورزشی جای خالی این موضوع مشاهده می شود لذا در این مطالعه محققین بدنبال تحلیل وضعیت باشگاه های ورزشی شهر مشهد براساس مدل رقابتی پورتر هستند.

^۱-Porter

فعالیت در محیط های پرقابتهی نیازمند مدیریت و برنامه ریزی دقیق است چرا که در غیر این صورت احتمال حذف و نابودی از گردونه رقابت وجود دارد. یکی از روش های جدید برنامه ریزی راهبردی در صنعت و بر مبنای رقابت، روشی است که بوسیله مایکل پورتر استاد دانشگاه هاروارد، در اوایل دهه ۱۹۸۰ ابداع شد و تا اواخر آن دهه تکامل یافت. به نظر پورتر عناصر عمده ای که سازمان را محصور ساخته و آن را تحت تاثیر قرار می دهد عبارتند از: تهدید تازه واردها، تهدید محصولات جایگزین، قدرت چانه زنی تامین کنندگان، قدرت چانه زنی خریداران، رقابت در میان شرکت های موجود در صنعت که در شکل ۱ نشان داده شده است: (پورتر، ۱۹۹۸).



شکل ۱. مدل پنج وجهی مایکل پورتر (اذربان، ۱۳۹۳)

۱- تهدید تازه واردها یا رقبای جدید و بالقوه: این رقبای تازه وارد همراه خود توانایی های جدید، انگیزه های خیلی بالا همراه با انرژی فراوان برای کسب سهم بیشتر از بازار و منابع قابل توجه ای را می آورند. ۲- تهدید محصولات یا خدمات جایگزین: ممکن است این محصولات متفاوت به نظر برسند، اما قابلیت این را دارند که به عنوان یک محصول جایگزین رضایت مشتری را جلب کنند. پورتر در خصوص محصولات جدید میگوید: "جایگزین ها اغلب عواید بالقوه صنعت را محدود میکنند زیرا سقفی برای قیمت محصولات آن صنعت ایجاد میکنند و سود اوری آن را محدود می کنند". ۳- قدرت چانه زنی خریداران: قدرت چانه زنی مشتری، توانایی وی را برای کاهش قیمت و افزایش کیفیت کالاهای مورد نظر در یک معامله می باشد. هنگامی که خریداران امکان خرید از رقبای مختلف را دارد یا به عبارتی قدرت انتخاب بیشتری را دارند قدرت چانه زنی بیشتری نیز پیدا میکنند و با رودرو قرار دادن رقبا می توانند بر یک صنعت تاثیر بگذارند. ۴- قدرت چانه زنی تامین کنندگان: قدرت چانه زنی تامین کنندگان تصویر قرینه ای از توان چانه زنی مشتریان می باشد. تامین کنندگان زمانی که ببینند خریدار از قدرت انتخاب کمتری برخوردار است می توانند با بهره گیری از توان خود در افزایش قیمت یا کاهش کیفیت کالا یا خدمات خریداری شده بر یک صنعت اثر بگذارند. ۵- میزان رقابت میان رقبای فعلی: واکنش متقابل بین رقبا نسبت به اقدامات هم صورت می گیرد تا سهم بازارشان را حفظ کنند. پورتر معتقد است رقابت شدید به عوامل زیر بستگی دارد: تعداد رقبا، نرخ رشد صنعت، مشخصات و ویژگی های کالا و خدمات، میزان هزینه های ثابت، ظرفیت، دشوار بودن خروج از صنعت و تنوع رقبا (ابطالی، ۱۳۹۶).

همان طور که ذکر شد در کنار برنامه ریزی استراتژیک محققین زیادی از مدل پورتر برای تحلیل جذابیت صنایع مختلف بهره برده اند که برای نمونه خراسانی و عبدالمملکی (۱۳۹۴) در مطالعه ای با عنوان "تحلیل صنعت ورزش ایران با استفاده از مدل پنج نیروی رقابتی پورتر" به این نتایج دست یافتند که شدت هر پنج نیرو بزرگتر از مقدار میانگین است و مقدار ازمون t نشان داد که توان چانه زنی تامین کنندگان و تهدید ورود محصولات جایگزین وزن بیشتری داشته و اختلاف معناداری با مقدار متوسط دارند. همچنین ابطالی (۱۳۹۶) در پژوهشی تحت

عنوان " تاثیر مدل رقابتی مایکل پورتر بر فعالیت باشگاههای بدنسازی شهر شاهرود" دریافت که عامل رقابت در رتبه اول، خدمات جایگزین در رتبه دوم، قدرت چانه زنی باشگاه ها در رتبه سوم، ورود تازه واردها در رتبه چهارم و قدرت چانه زنی مشتریان در رتبه پنجم قرار دارد و بین این عوامل پنج گانه با فعالیت باشگاههای بدنسازی شهر شاهرود رابطه معنی داری وجود دارد. عابدی (۱۳۹۶) در پژوهش خود با عنوان " عوامل موثر بر رقابت پذیری رسانه ملی براساس مدل الماس پورتر " دریافت که همه عوامل موجود در این مدل بر رقابت پذیری صنعت رسانه موثر است. همچنین بررسی نتایج آزمون فرید من نشان داد عوامل موثر بر رقابت پذیری رسانه ملی از نظر مدیران و کارشناسان صفی و ستادی حوزه برنامه ریزی سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران در مرکز صدا و سیما در شهر تهران به ترتیب عبارتند از عوامل تولید، صنایع مرتبط و پشتیبان، استراتژی و ساختار سازمان، شرایط تقاضا، دولت و حوادث اتفاقی. نادری نسب (۱۳۹۶) در مطالعه ای با عنوان " تحلیل وضعیت رقابتی تولیدات پوشاک ورزشی بانوان در کشور ایران با استفاده از مدل رقابتی پورتر" به این نتیجه دست یافت که هر یک از پنج عامل مدل پورتر از عوامل تاثیرگذار بر وضعیت رقابتی صنعت تولیدی پوشاک ورزشی بانوان می باشند و ترتیب اهمیت آن ها به صورت زیر است: رقابت بین رقبای موجود شرکت های فعال در رتبه اول، قدرت چانه زنی تامین کنندگان در رتبه دوم، تهدید ورود محصولات جایگزین در رتبه سوم، تهدید رقبای تازه وارد در رتبه چهارم و قدرت چانه زنی خریداران محصولات در رتبه پنجم قرار دارد. هرشو (۲۰۱۵) در پژوهش خود با عنوان " رقابت بین المللی رومانی با استفاده از الماس پورتر و مزیت نسبی اشکار " نشان داد که رومانی دارای معایب رقابتی بیشتری است تا مزیت رقابتی، در عین حال در مقایسه با اتحادیه اروپا دارای مزیت رقابتی نسبی اشکار است. دانشگاه کسب و کار شهر لاگوس (۲۰۱۵) در مطالعه ای با عنوان " ارزیابی رقابت صنعت ارتباط از راه دور نیجریه با به کارگیری مدل نیروهای پنج گانه پورتر " دریافتند که در پنج نیروی مدل پورتر تنها قدرت تامین کنندگان تاثیر ناپذیری بر رقابت صنعت داشته است، قدرت خریداران تاثیر متوسط و تهدید تازه واردها، محصولات جایگزین در رقابت میان رقبا نیز تاثیر زیادی داشته اند. فرانسس ماتوکو و مارتین اوگوتو (۲۰۱۵) در پژوهشی با عنوان " چارچوب نیروهای پنج گانه پورتر و دیگر فاکتورهای تاثیرگذار بر پاسخ استراتژیک اقتباس شده توسط دانشگاههای دولتی کنیا " به این نتایج دست یافتند که چارچوب مدل پنج وجهی پورتر انتخاب پاسخ استراتژیک اقتباس شده توسط دانشگاههای دولتی را به طور فزاینده تحت تاثیر قرار می دهد و فاکتوری که تاثیرگذاری زیادی دارد تهدید تازه واردها است. نالین هو و شانگ یانگ (۲۰۱۶) در تحقیق خود با عنوان " تحلیل وضعیت رقابتی صنعت خدمات محیطی در چین براساس مدل رقابتی پنج وجهی پورتر " دریافتند که نیروهای پنج گانه اصلی پورتر شامل تامین کنندگان، خریداران، رقبای فعلی، رقبای بالقوه و محصولات جایگزین وضعیت رقابتی صنعت خدمات محیطی را تحت تاثیر قرار می دهند. چادهوری مکک^۲ (۲۰۱۹) در مطالعه خود " تحلیل مقایسه ای شرکت خط کشتیرانی بنگلادش با رقبایش با استفاده از مدل رقابتی پورتر " به یافته هایی دست یافت که ۱- تهدید تازه واردها و تهدید محصولات جایگزین متوسط به بالا ۲- قدرت چانه زنی تامین کنندگان پایین ۳- قدرت چانه زنی خریداران بالا و ۴- رقابت میان رقبای فعلی و بالقوه در صنعت بالاست. همچنین یانی انهار (۲۰۱۹) در پژوهش خود " مزیت رقابتی از طریق رویکرد استراتژیک (مطالعه موردی بر بانکداری اسلامی در کالیمانتان جنوبی) " به نتیجه رسید که بانکهای اسلامی می توانند پنج فاکتور رقابتی پورتر را برای استراتژی های رقابتی به طور مناسب اجرا کنند و این پنج فاکتور مزیت رقابتی بانکداری اسلامی را افزایش می دهد. سیمین سالیما و همکارش^۴ (۲۰۱۹) در تحقیق خود " تاثیر نیروهای پنجگانه پورتر بر عملکرد صرفه جویی و اعتبار انجمن های تعاونی در شهر نایرونی کنیا " دریافتند که به ترتیب قدرت چانه زنی خریداران، تامین کنندگان، تهدید محصولات جایگزین و تازه واردها و رقابت میان رقبای فعلی و بالقوه تاثیر معنادار مثبتی

^۲ - Chowdhury makuc

^۳ - Anhar Yani

^۴ - Hussein Salima Simiyn and Anne Muchemi

بر عملکرد دارد. تاگرید صالح ابوالخیر^۵ (۲۰۱۹) در تحقیقی با عنوان "استراتژی های ورود و توسعه برای شرکت بربری در عمان با به کاربردن مدل پنج وجهی پورتر" به این نتیجه رسید که شدت رقابت رقبا در بازار کالای لوکس در عمان زیاد بالا نیست، همچنین برای خرده فروشان به منظور ورود به بازار مد و کالای لوکس عمان مفید خواهد شد و از طریق ارزیابی ابعاد چندگانه رقابت و شرایط در مدل پنج وجهی پورتر، نگاهی کلی برای توسعه این شرکت را فراهم می کند.

اهمیت رقابت پذیری در باشگاه های ورزشی شهر مشهد با توجه به ازدیاد آنها در سال های اخیر و همچنین با عنایت به اینکه در محیط های رقابتی می توان همواره تلاش برای ارائه خدمات بهتر و با کیفیت تر را شاهد بود و در نتیجه آن افزایش رضایت مشتری را انتظار داشت، محقق بدنبال بررسی و تحلیل وضعیت باشگاه های ورزشی شهر مشهد بر اساس مدل رقابتی پورتر می باشد.

روش شناسی

روش پژوهش بلحاظ ماهیت و هدف از نوع تحقیقات کاربردی و از لحاظ روش تحلیل از نوع توصیفی و تحلیلی بود که به روش میدانی انجام شد.

جامعه آماری تحقیق عبارتند از مدیران کلیه باشگاه های ورزشی شهر مشهد که مطابق آمار امور باشگاه های اداره ورزش مشهد با تعداد ۱۸۰۰ باشگاه ورزشی فعال در شهر مشهد، تعداد کل آنها در سال جاری برابر با ۱۸۰۰ نفر مدیر بود و نمونه آماری با توجه به جدول مورگان تعداد ۳۱۷ نفر به طور تصادفی ساده انتخاب شدند. ابزار جمع آوری داده ها عبارتند بود از پرسشنامه استاندارد و تغییر یافته بررسی نیروهای پنج گانه رقابت (۵ نیروی پورتر) ۳۶ عبارتی هایکینز (۲۰۰۸) در ۵ بعد خریداران (۸ سوال)، عرضه کنندگان (۷ سوال)، کالاهای جایگزین (۳ سوال)، تازه واردها (۱۰ سوال) و رقبا (۸ سوال) در مقیاس ۵ گزینه ای لیکرت از خیلی کم نمره ۱ تا خیلی زیاد نمره ۵، که روایی ابزار به تایید اساتید متخصص رسید و پایایی ابزار توسط آزمون آلفای کرونباخ میزان ۰/۷۹ بدست آمد که ضریب بالای ۰/۷ نشان از پایایی ابزار می باشد.

تحلیل داده ها در دو بخش آمار توصیفی (فراوانی ها، درصدها، شاخص های گرایش به مرکز و شاخص های پراکندگی) و آمار استنباطی (آزمون t همبسته جهت تعیین وضعیت باشگاه ها، آزمون فریدمن جهت رتبه بندی ابعاد، آزمون آلفای کرونباخ جهت بررسی پایایی ابزار) با کمک نرم افزار SPSS نسخه ۲۱ انجام شد.

یافته های پژوهش

یافته های توصیفی نشان داد که متوسط سن مدیران باشگاه ورزشی برابر با ۳۸ سال، بیشترین فراوانی جنسیت مربوط به مدیران مرد با ۵۷٪، بیشترین فراوانی وضعیت تاهل مربوط به متاهلین با ۷۸٪، بیشترین فراوانی مدرک تحصیلی مربوط به تحصیلات لیسانس با ۴۶٪ و متوسط سابقه کار بین ۵ تا ۱۰ سال بود.

- یافته های مربوط به توصیف کمی میزان متغیر های پژوهش و آزمون فرض نرمال بودن داده ها در جدول ۱ نشان داده شده است:

^۵ - Tagreed Saleh Abalkhail

جدول ۱. توصیف کمی متغیرهای پژوهش و نرمال بودن داده ها در نمونه تحت بررسی

	نام متغیر	n	تعداد سوالات	حداقل نمره	حداکثر نمره	نمره متوسط	میانگین	انحراف معیار	K_S test	
									Sig	مقدار Z
۱	نیروی رقابتی پورتر	۳۱۷	۳۶	۱	۵	۳	۳/۱۱	۰/۶۳	۰/۵۶	۱/۴۲
۱-۱	خریداران	۳۱۷	۸	۱	۵	۳	۳/۳۳	۰/۵۶	۰/۲۴	۱/۱۴
۲-۱	عرضه کنندگان	۳۱۷	۷	۱	۵	۳	۲/۶۳	۰/۷۲	۰/۱۱	۱/۲۵
۳-۱	کالای جایگزین	۳۱۷	۳	۱	۵	۳	۲/۷۸	۰/۵۹	۰/۵۳	۱/۲۱
۴-۱	تازه وارد ها	۳۱۷	۱۰	۱	۵	۳	۳/۰۹	۰/۶۸	۰/۳۵	۱/۳۴
۵-۱	رقبا	۳۱۷	۸	۱	۵	۳	۳/۷۴	۰/۷۴	۰/۴۷	۱/۳۱

همان طور که در جدول ۱ مشخص است، میزان نیروی رقابتی پورتر با میانگین ۳/۱۱ از حداکثر نمره ۵ و میانه ۳ بود که بالاترین میانگین مربوط به مولفه رقبا با میانگین ۳/۷۴ بود. همچنین نتایج آزمون کولموگروف اسمیرونوف نشان داد که داده ها از توزیع نرمال برخوردارند.

- تحلیل وضعیت رقابتی باشگاه های ورزشی شهر مشهد بر اساس مدل پورتر

جدول ۲. آزمون t تک گروهی جهت بررسی وضعیت متغیر تحت بررسی

میانگین ملاک = ۳/۲						
ردیف	متغیر	میانگین	df	تفاوت میانگین	t	P-Value
۱	نیروی رقابتی پورتر	۳/۱۱	۲	-۰/۰۹	۳/۱۹۱	۰/۰۵۲
۱-۱	خریداران	۳/۳۳	۲	۰/۱۳	۲/۸۶۰	۰/۰۰۱
۲-۱	عرضه کنندگان	۲/۶۳	۲	-۰/۴۳	۳/۴۰۹	۰/۰۵۴
۳-۱	کالای جایگزین	۲/۷۸	۲	-۰/۴۲	۳/۷۲۳	۰/۱۲۱
۴-۱	تازه وارد ها	۳/۰۹	۲	-۰/۱۱	۳/۶۵۵	۰/۲۰۴
۵-۱	رقبا	۳/۷۴	۲	۰/۵۴	۳/۳۷۲	۰/۰۰۲

با توجه سطح معنی داری بدست آمده در جدول ۲ فرض صفر پژوهش تایید می شود یعنی وضعیت رقابتی باشگاه های ورزشی شهر مشهد بر اساس مدل پورتر مطلوب نیست.

- مقایسه رتبه بندی ابعاد مدل رقابتی پورتر در باشگاه های ورزشی مشهد

جدول ۳. آزمون فریدمن برای رتبه بندی

متغیرها	میانگین رتبه	رتبه	کای دو	df	p-value
خریداران	۱/۴۱	۲			
عرضه کنندگان	۱/۰۴	۵			
کلای جایگزین	۱/۱۷	۴	۳/۲۴۱	۱	۰/۰۰۰۱
تازه وارد ها	۱/۲۵	۳			
رقبا	۱/۵۷	۱			

با توجه به جدول ۳ مشاهده می شود که مقدار سطح معنی داری بدست آمده کوچکتر از ۰/۰۵ می باشد در نتیجه بین میانگین مولفه های نیروهای رقابتی پورتر تفاوت معنی داری وجود دارد. با توجه به میانگین رتبه ها، بالاترین رتبه مربوط به توجه مدیران باشگاه ها به رقا و پایین رتبه مربوط به توجه به عرضه کنندگان می باشد.

بحث و نتیجه گیری

رقابت پذیری موجب گردیده تا بنگاه ها ، صنایع کشورهای مختلف در جهت ارتقای رقابت پذیری خود به شناسایی عوامل موثر بر رقابت پذیری و تقویت آنها تلاش کنند . محیط اقتصادی امروزی ، محیطی پیچیده و متلاطم است به طوری که بررسی های اجزای یک محیط برای رقابت موثر امری ضروری است . شرکت ها با بررسی ابعاد مختلفی از محیط راحت تر و بهتر می توانند مجموعه فرصت ها و تهدید های پیش روی شرکت را بشناسند و قادرند نسبت به تغییرات محیطی واکنش مناسب نشان دهند . بررسی ابعاد رقابتی محیط صنعت امروزی امری ضروری است . بسیاری از محققان جهت توجیه و تغییر رقابت پذیری و عوامل موثر بر آن نظریه و مدل هایی را عرضه داشته اند و عوامل موثر بر رقابت پذیری را دسته بندی کرده و در رقابت مدل هایی ارائه کرده اند . این نظریه ها و مدل ها نیز از تنوع نسبتا زیادی برخوردارند اما در این میان مدل پنج وجهی مایکل پورتر از اهمیت و جایگاه ویژه ای برخوردار است (ابطالی ، ۱۳۹۶) . نتایج بدست آمده در این پژوهش نشان می دهد که بین تمام ابعاد نیروهای پنج گانه پورتر رابطه معناداری وجود دارد که با یافته های احمدی زاده و همکاران (۱۳۹۵) ، میرازی (۱۳۹۷) و جمالی گیوی (۱۳۹۷) همسو است . جمالی گیوی دریافت که هریک از نیروهای پنج گانه پورتر بر انتخاب استراتژی رقابتی نقش دارند همچنین میرزای در پژوهش خود به این نتیجه رسید که تمام عوامل نیروهای پنجگانه پورتر بر توان رقابتی صادرکنندگان سفال تاثیر دارند. با افزایش تعداد رقا و شدت یافتن رقابت بین این نیروهای پنج گانه رقابت پذیری کل افزایش می یابد که دلیل این امر را تلاش متقابل رقا برای افزایش کیفیت و یا کاهش هزینه های محصولات و یا خدمات برای کسب رضایت مشتریان دانست لذا نتایج بدست آمده در این پژوهش نشان داد که مولفه رقابت میان رقا در بالاترین رتبه و قدرت چانه زنی تامین کنندگان در پایین ترین رتبه قرار دارد که با یافته های مطالعه چادهوری مکک^۴ (۲۰۱۹) ، محمد سید رحمان و همکاران (۲۰۱۹) ، یانگ فو هوآنگ^۵ (۲۰۱۹) ۱- تهدید تازه واردها و تهدید محصولات جایگزین متوسط به بالا ۲- قدرت چانه زنی تامین کنندگان پایین ۳- قدرت چانه زنی خریداران بالا و ۴- رقابت میان رقبای فعلی و بالقوه در صنعت بالاست ، همسو است . همچنین با نتایج تحقیق ابطالی (۱۳۹۶) و نادری نسب (۱۳۹۶) در خصوص مولفه رقابت میان رقا در رتبه اول قرار دارد همسو بوده همچنین لو جی و چنگانگ لی^۶ (۲۰۱۹) در مطالعه

^۱ - Chowdhury makuc^۵-Yung fu Houang^۶- Lu Ge & Chenggang Li

خود با عنوان "تحلیل قدرت رقابت برند ورزشی پوشاک چینی بر مبنای مدل پنج نیروی پورتر" دریافتند که پایین بودن قدرت چانه زنی خریداران برندهای ورزشی پوشاک چین را به آرامی رشد می دهد و دو برند نایک و ادیداس نیز سهم بیشتری از بازار پوشاک چینی را به خود اختصاص داده اند و گسترش برند پوشاک چینی تحت فشار رقابتی بالا قرار دارد و با یافته تحقیق صالح ابوالخیر (۲۰۱۹) و هی می یانگ و همکاران^۹ (۲۰۲۰) مبنی بر اینکه قدرت چانه زنی تامین کنندگان و قدرت رقابت رقبای در رتبه بالایی قرار دارد و به ترتیب قدرت چانه زنی خریداران، تهدید محصولات جایگزین و تهدید تازه واردها در رتبه های بعدی قرار دارند مطابقت ندارد به گونه ای که آنها دریافتند که تامین کنندگان در رتبه اول و دوم قرار دارد درحالیکه در پژوهش حاضر قدرت تامین کنندگان در رتبه آخر قرار گرفته است. تامین کنندگان توان چانه زنی خود را از طریق تهدید به افزایش قیمت و کاهش کیفیت کالاها و یا خدمات عرضه شده انجام می دهند، اگر میزان تمرکز تامین کنندگان نسبت به صنعتی که به آن می فروشند کاهش یابد یا مجبور باشند برای افزایش محصول خود به صنعت با دیگر محصولات جایگزین رقابت کنند این توان تامین کنندگان را کاهش میدهد بنابراین با توجه به اینکه ورزش در یک محیط رقابتی صورت می کند و تعدد باشگاه های ورزشی نیز منجر به افزایش رقبا و تامین کنندگان وسایل و خدمات ورزشی می شود که بدنبال کسب سود اوری خود هستند و با توجه به رتبه اول عامل رقابت در بین عوامل رقابتی پورتر باشگاه های ورزشی برای موفقیت بیشتر بایستی به محیط رقابتی موجود و رقبا حاضر توجه نمایند و در اتخاذ برنامه ریزی و استراتژی رقابتی در بازار به این عوامل توجه زیادی نمایند و بی تردید میزان سودآوری باشگاه های ورزشی تا حد زیادی متأثر از شدت رقابت بوده و مدیران باید محیط رقابتی که از آن گاهی به محیط صنعت تعبیر می شود را در نظر بگیرند و عوامل زیادی وجود دارد که از آن جمله مشتریان، رقبا و تامین کنندگان مهمترین عوامل رقابت می باشند.

منابع

- ابطالی، عبدالحمید (۱۳۹۶): "تاثیر مدل رقابتی مایکل پورتر بر فعالیت های باشگاه های بدنسازی شهر شاهرود". پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم انسانی - گروه تربیت بدنی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد شاهرود
- احمدی زاده، سوران، قهرمانی، رزگار، عرشی، صدف، کاظمی، لیلا (۱۳۹۵): "بررسی رابطه بین نیروهای رقابتی و عملکرد سازمانی". چهارمین کنفرانس بین المللی پژوهش های نوین در مدیریت، اقتصاد و حسابداری
- اسفندیاری، سعید (۱۳۹۶): "عوامل موثر بر رقابت پذیری رسانه ملی براساس مدل رقابتی پورتر". پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی و بین امل، موسسه آموزش عالی کار واحد خرمدره
- پورتر، مایکل (۱۹۹۸): "استراتژی رقابتی، تکنیک های تحلیل صنعت و رقبا". ترجمه؛ مجیدی، جهانگیر، مهرپویا، عباس، تهران: موسسه خدمات فرهنگی رسا
- جمالی گیوی، کوروش، افشارنژاد، علیرضا (۱۳۹۷): "تدوین استراتژی در محیط رقابتی صنعت فولاد براساس مدل پورتر: مطالعه موردی شرکت نورد لوله صفا". دومین کنفرانس ملی حسابداری - مدیریت، اقتصاد با رویکرد اشتغال پایدار نقش آن در رشد صنعت، ملایر دانشگاه آزاد اسلامی واحد ملایر
- خراسانی، حامد، عبدالملکی، حسین (۱۳۹۵): "تحلیل صنعت ورزش ایران با استفاده از مدل ۵ نیروی پورتر". نشریه علمی - پژوهشی، فصلنامه علوم ورزشی: سال هشتم، شماره ۲۳، صص: ۵۱-۷۱

^۹- Meiying He, Ping Zhao, YiYing Lin

رحیمی ، صادق (۱۳۹۷) : " بررسی تاثیر پیاده سازی استراتژی های رقابتی پورتر در پاسخگویی به نیاز بازار محوری مشتریان (مورد مطالعه محصولات فروشگاههای فرش ماشینی ستاره کویر یزد) " ، پایان نامه کارشناسی ارشد ، دانشگاه علم و هنر یزد

میرازی ، بهروز (۱۳۹۷) : " بررسی تاثیر پنج نیروی رقابتی پورتر بر توان رقابتی صادرکنندگان سفال به کشور های هدف " . پایان نامه کارشناسی ارشد ، دانشگاه پیام نور مرکزی ، مرکز پیام نور ساوه

نادری نسب ، مهدی (۱۳۹۶) . " تحلیل وضعیت رقابتی تولیدات پوشاک ورزشی بانوان در کشور ایران با استفاده از مدل رقابتی پورتر " . نشریه مطالعات جوانان : شماره ۳۷ .

Ge,Lu, Chenggang Li (2019). " analysis of competitive power of Chinese sports Apparel brand based on porter's five force model " : *proceedings of the 2019 3rd international conference on information system and data mining* . pp 54-58 .

He ,Meiying , Ping , zhao , Yiyin Lin (2020) . " competitiveness of Vietnamese mango in the Chinese market " : *Journal of southern Agriculture* , 51(3) . 722-728

Huang Yongfu (2019) . " Strategic Environment Analysis of Logistics Enterprise based

Makuc .chuwdhury hasan (2019). " Comparative analysis of Akij shipping line Ltd with its' competitors " : master of business , BRAC university

on SWOT-PEST- Michael Porter's Five Forces Model " : *Advances in Social Science, Education and Humanities Research, volume 375*, pp 183-189

Saleh Abalkhail Tagreed (2019) . " Entry and expansion strategies for Burberry in Oman by applying Porter's five forces model " : *INDIAN JOURNAL OF MARKETING* , 49(1) . 25-35 .

Sayeedur Rahman Mohammad, Busrat Jahan, Al-Amin Nipu, Shamsun Nahar. Nishita Aktar, Nadira Islam, Mohammad Mobarak Hossain,. Faizul Huq Arif (2019). " An Analysis of Smart-Phone Industry in Bangladesh Using Porter's Five Forces Model " : *Library Journal*, 6: e5730. <https://doi.org/10.4236/oalib.110573>

Simiyn salima . Hussein , Anne Muchemi (2019) . " Micheal porter's five forces on performance of savings and credit cooperative societies in Nairobi city county ,Kenya " : *INTERNATIONAL ACADEMIC JOURNAL OF HUMAN RESOURCE AND BUSINESS ADMINISTRATION* , 3(7) . 14-۳۵.

Yani , Anhar (2019). " competitive advantage through a strategic approach (study on Islamic Banking in south Kalimantan) " : *INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCE* .