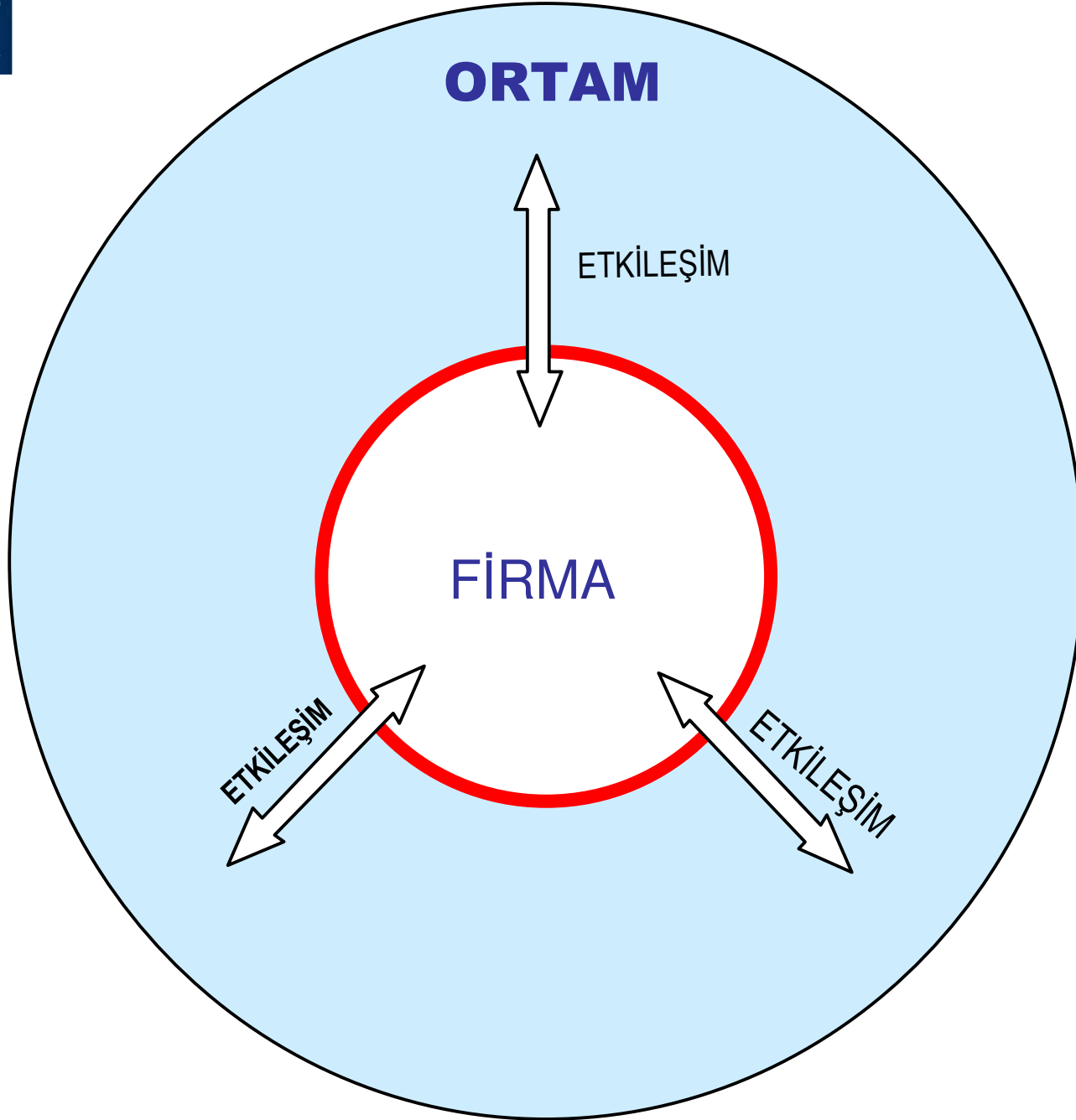


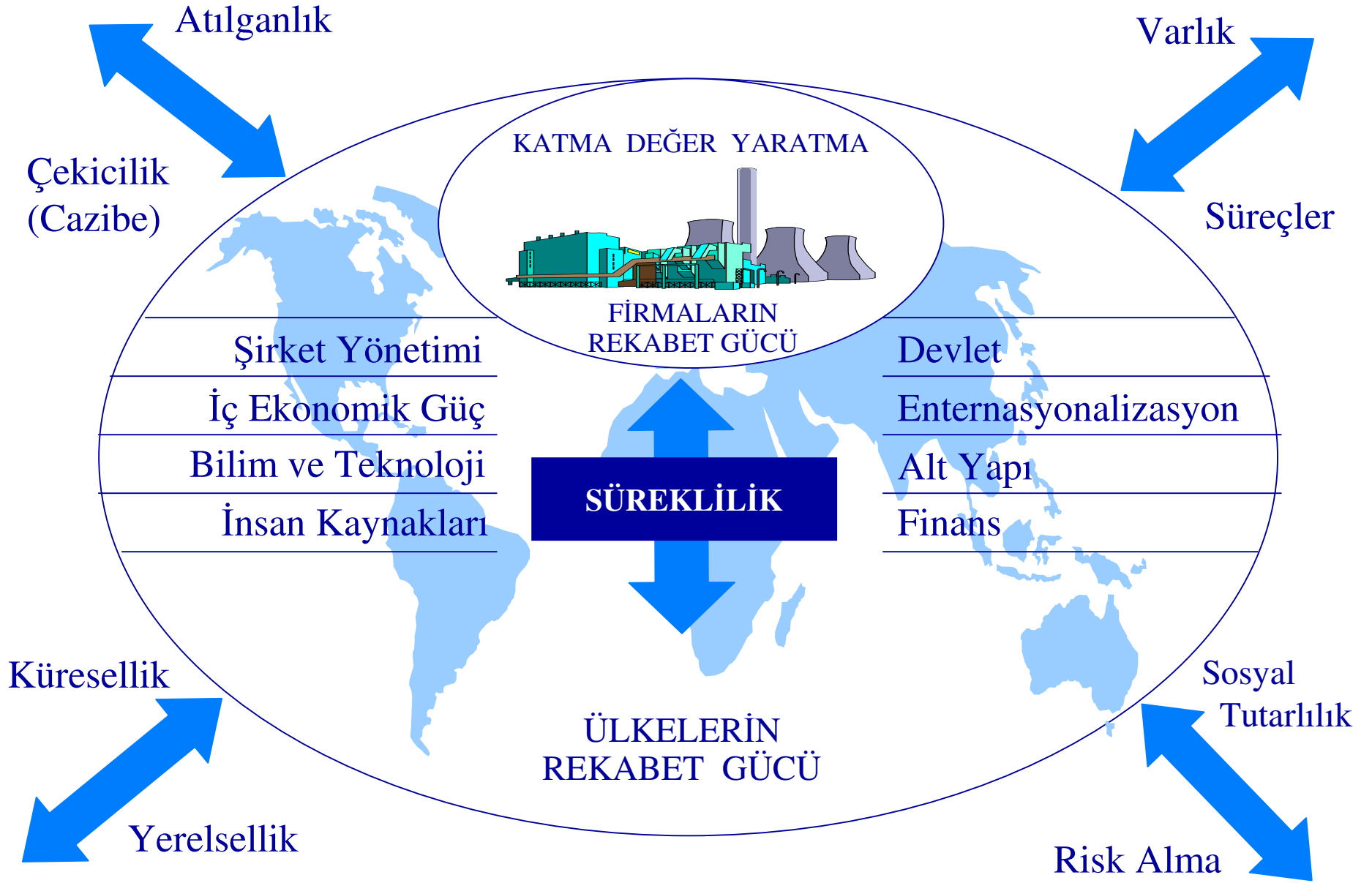
REKABET GÜCÜ

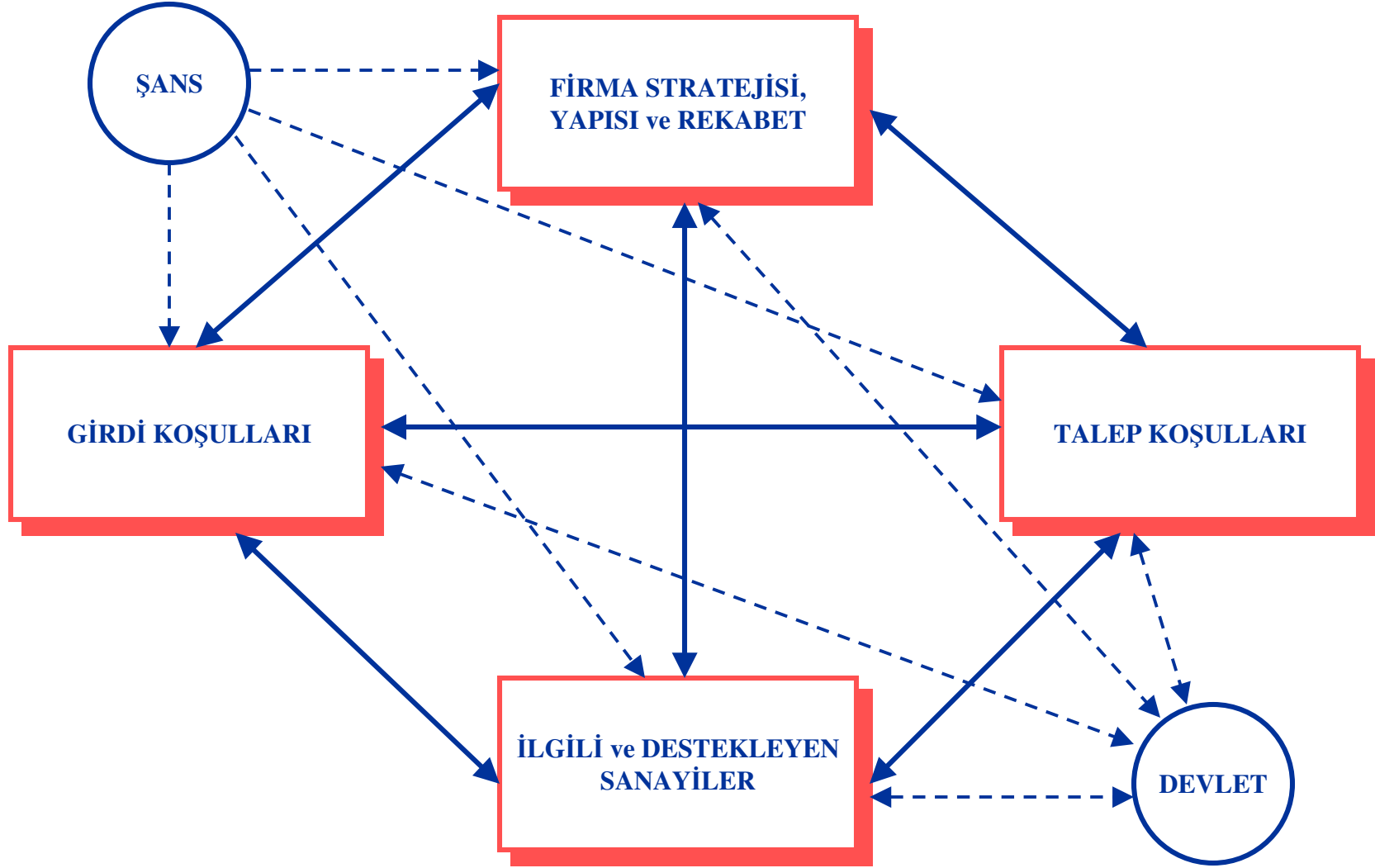
Muhittin ORAL
Yönetim Bilimleri
Sabancı Üniversitesi



REKABET GÜCÜ

- * ORTAM KAYNAKLI REKABET GÜCÜ
- * FİRMA KAYNAKLI REKABET GÜCÜ



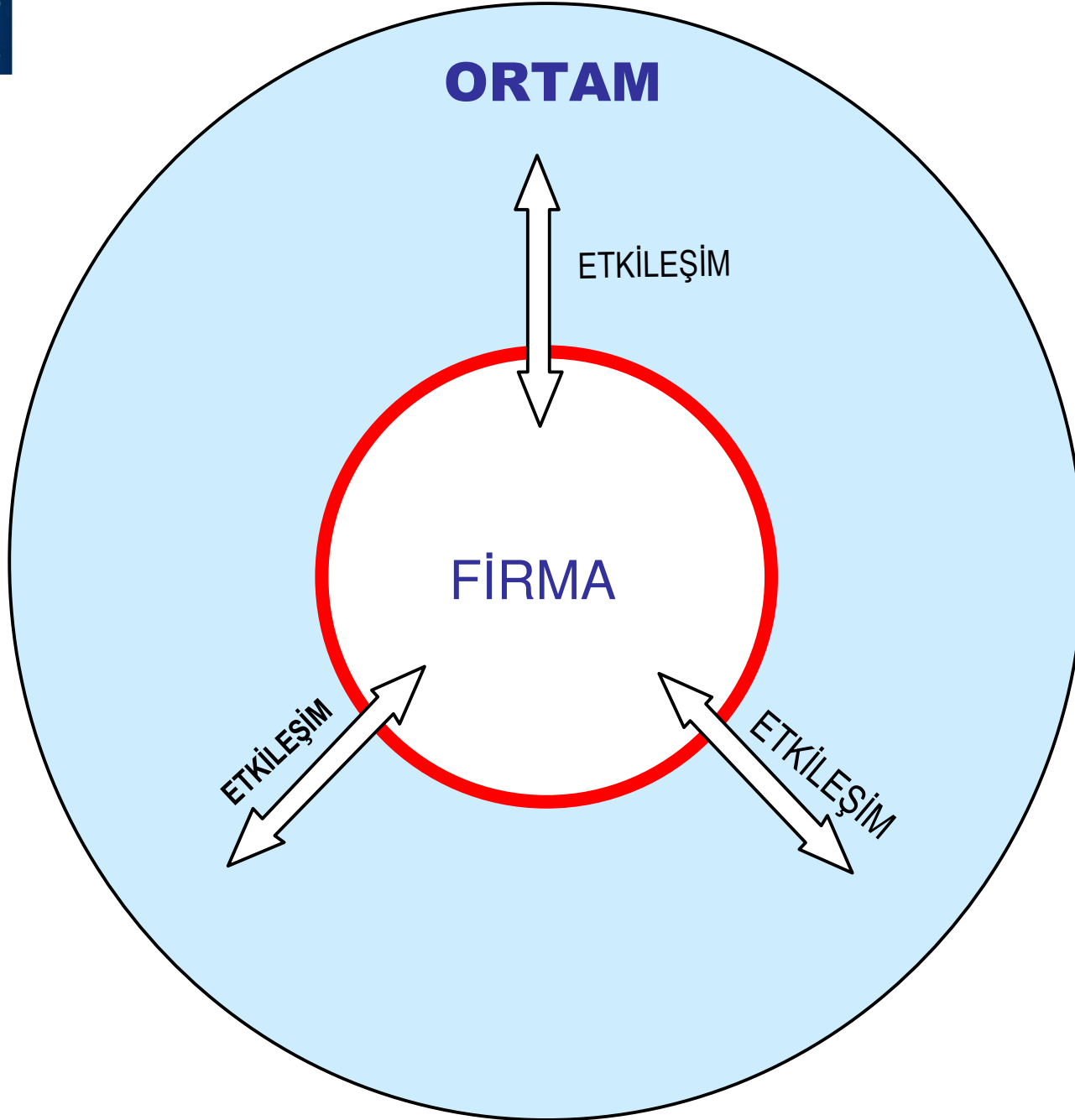


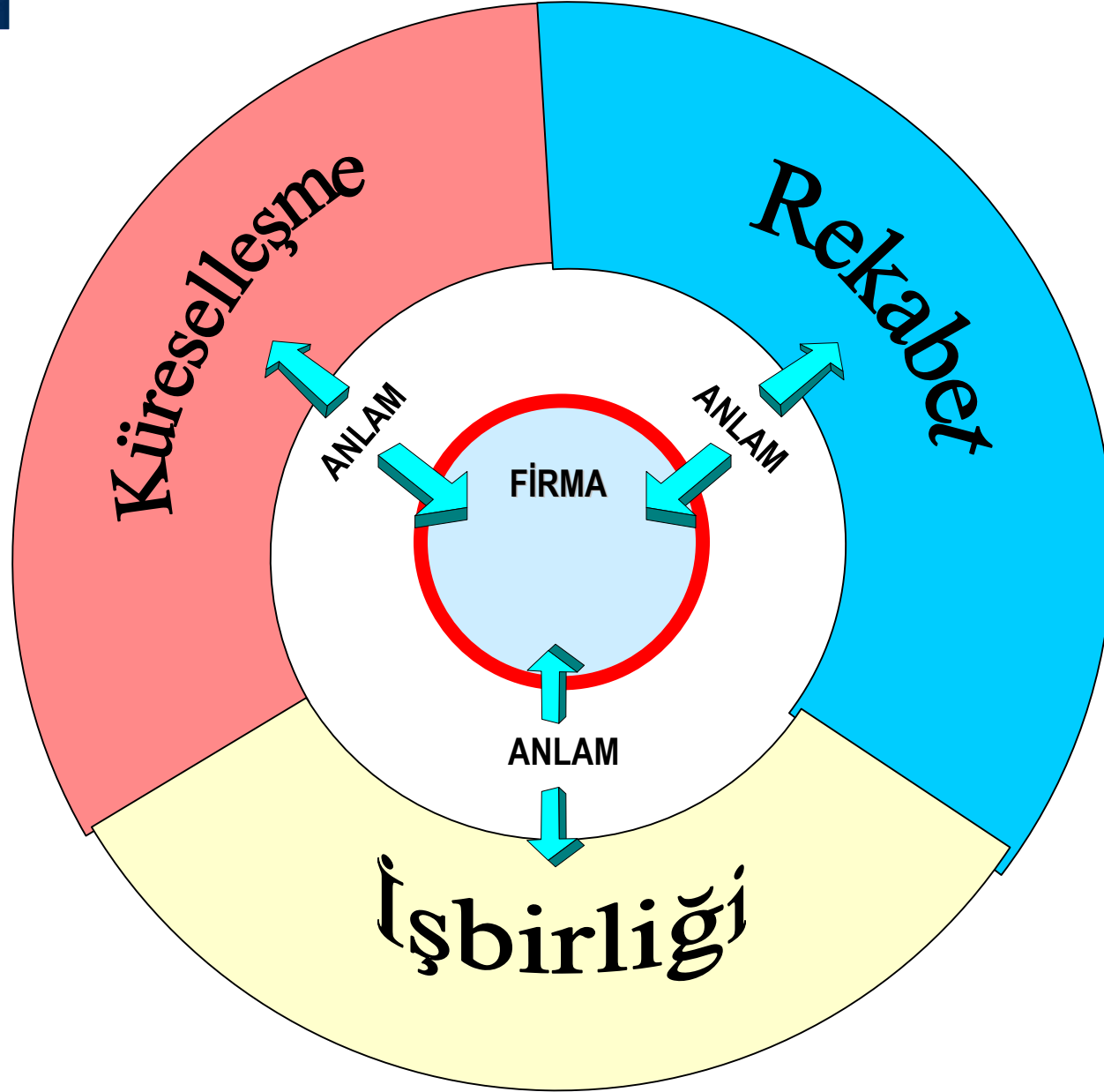
Ülke Rekabet Gücü Sistemi

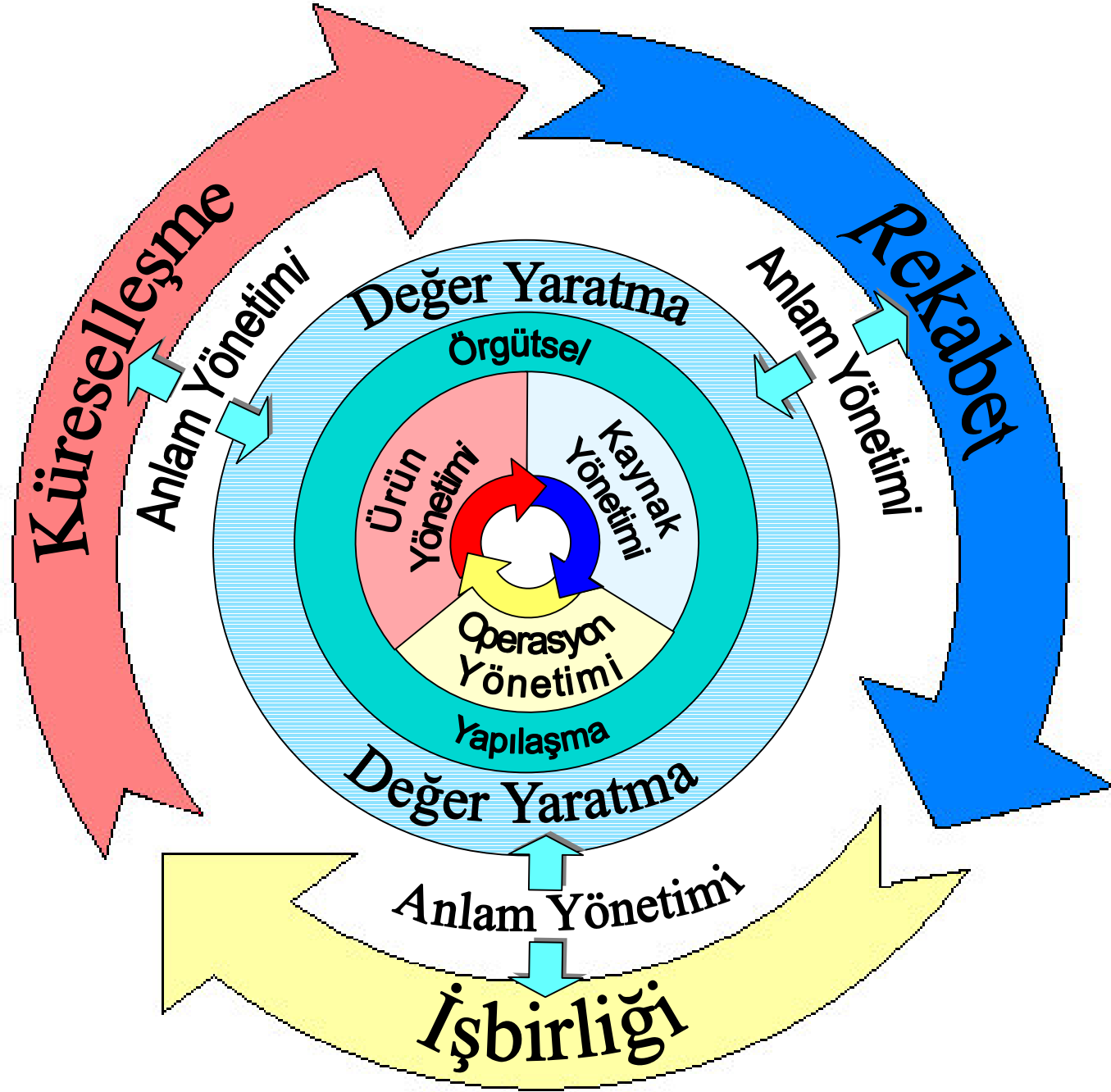
REKABET GÜCÜ MODELİ

Muhittin ORAL

“A Methodology for Competitiveness Analysis and
Strategy Formulation in Glass Industry”
European Journal of Operational Research,
Vol.68, No.1, pp.9-22, 1993



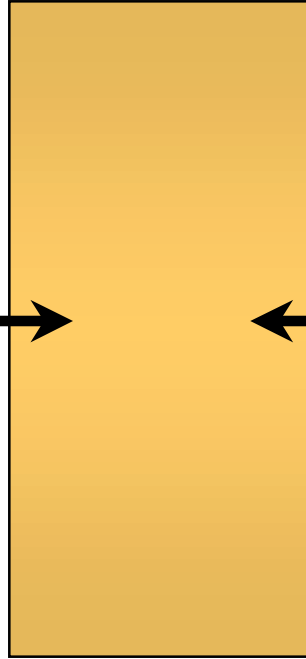




PAZAR

FİRMA

RAKİP FİRMALAR



PAZAR

Yerel Sınai ve Rekabet Ortamı

YR



MÜŞTERİLER



D



F



TALEBİN



D



YR



NİTELİKLERİ



D

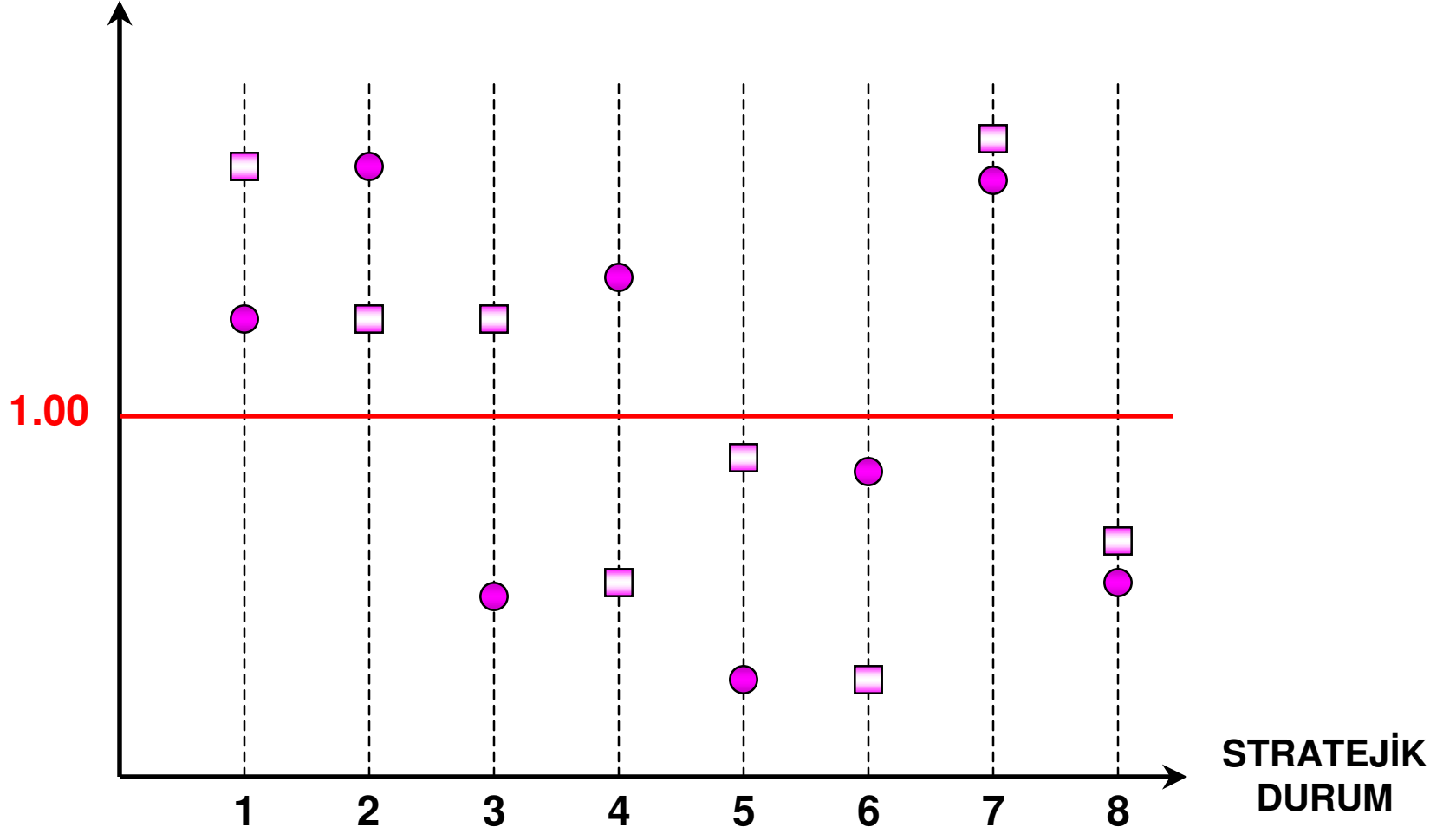


Yabancı Sınai ve Rekabet Ortamı

&

REKABET GÜCÜ
DÜZEYİ

● Fiili Rekabet Gücü
□ Potansiyel Rekabet Gücü



Seçilen Firmaların Rekabet Gücü

Firm	Rekabet Gücü						Sınai Beceri						Maliyet Üstünlüğü					
	Filli			Potansiyel			Filli			Potansiyel			Filli			Potansiyel		
	$L_A = \theta_A \pi_A$			$L_P = \theta_P \pi_P$			θ_A			θ_P			π_A			π_P		
	l_1	l_2	l_3	l_1	l_2	l_3	l_1	l_2	l_3	l_1	l_2	l_3	l_1	l_2	l_3	l_1	l_2	l_3
1	0.93	1.12	0.87	0.98	1.03	1.43	0.86	1.03	0.51	0.93	0.93	0.62	1.08	1.09	1.70	1.05	1.11	2.32
2	0.58	0.71	0.29	1.66	0.81	0.77	0.48	0.72	0.33	0.79	0.79	0.75	1.21	0.98	0.89	2.10	1.03	1.41
3	1.21	0.96	0.96	1.22	1.47	1.15	0.83	0.59	0.77	0.84	0.79	0.62	1.46	1.64	1.24	1.45	1.86	1.33
4	1.30	1.39	1.06	1.31	1.56	1.30	0.94	0.94	0.86	0.95	1.39	1.01	1.38	1.48	1.23	1.38	1.37	1.29
5	1.23	0.88	1.06	1.52	0.84	1.12	0.74	1.05	0.92	0.92	0.90	1.00	1.62	0.84	1.15	1.65	0.93	0.12
6	1.08	1.05	0.58	1.16	1.34	0.77	0.92	0.75	0.64	0.99	0.82	0.47	1.17	1.40	0.91	1.17	1.64	1.04
7	0.97	0.86	0.76	1.06	0.89	0.76	0.89	1.08	0.92	0.97	1.07	0.92	1.09	0.80	0.83	1.09	0.83	0.96
8	0.88	0.44	1.18	1.32	1.24	1.30	0.64	0.37	0.90	0.95	0.74	0.77	1.38	1.18	1.31	1.39	1.68	1.38
9		0.90	0.61		0.95	0.74		0.88	0.69		0.91	0.73		1.02	0.88		1.04	1.01
10		0.85			0.91			1.00			0.98			0.85			0.93	
Orta- lama	1.02	0.92	0.82	1.28	1.00	1.04	0.79	0.84	0.73	0.92	0.93	0.77	1.30	1.13	1.13	1.41	1.24	1.32

REKABET GÜCÜ MODELİ

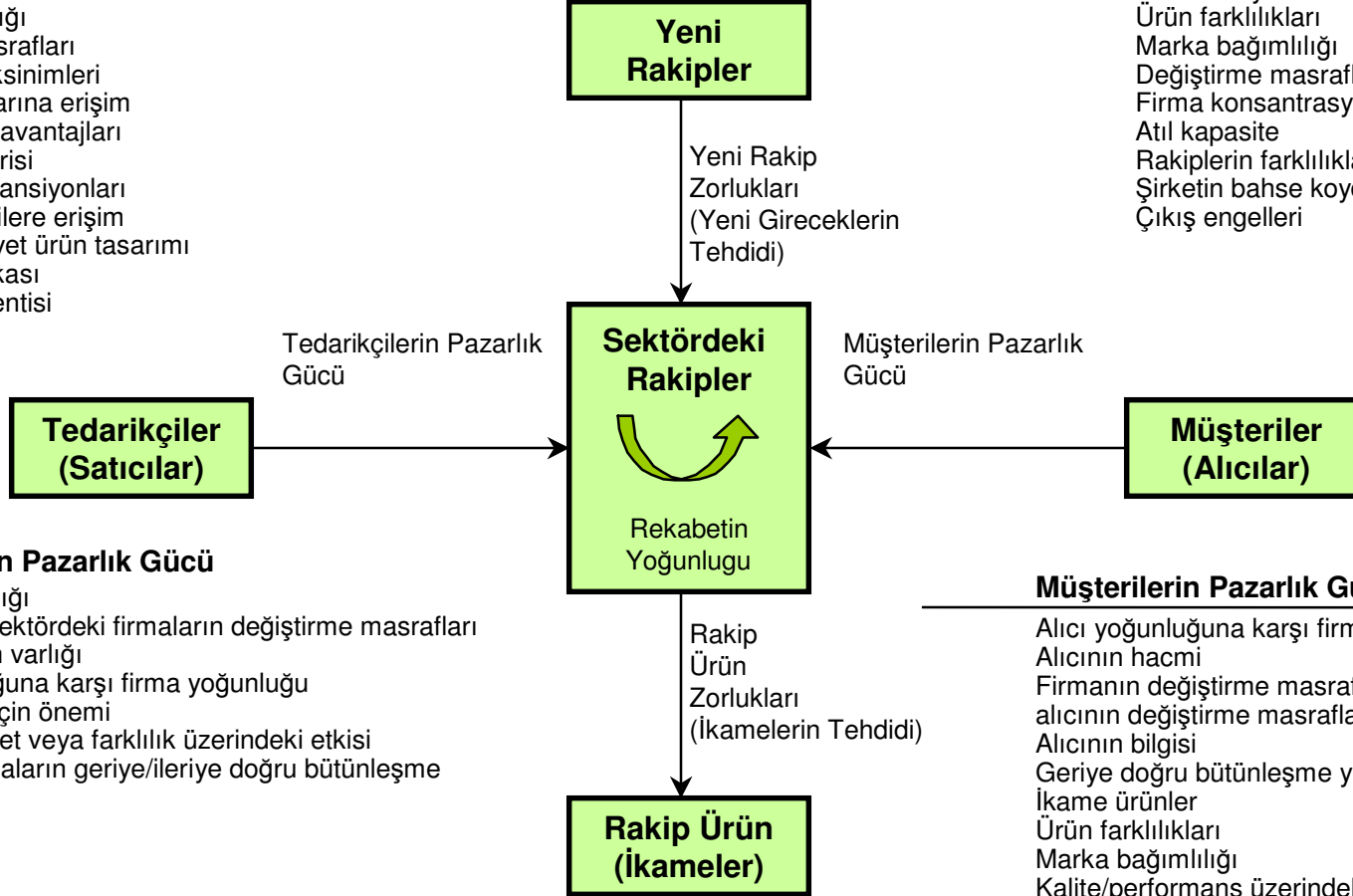
Michael E Porter

Giriş Engelleri

Ölçekten sağlanan tasarruf
Ürün farklılıkları
Marka bağımlılığı
Değiştirme masrafları
Sermaye gereksinimleri
Dağıtım kanallarına erişim
Mutlak maliyet avantajları
Öğrenim eğrisi
Devlet sübvansiyonları
Gerekli girdilere erişim
Düşük maliyet ürün tasarımı
Hükümet politikası
Misilleme beklentisi

Rekabetin Belirleyicileri

Sektör büyümesi
Sabit maliyet ve katkı payı
Ürün farklılıkları
Marka bağımlılığı
Değiştirme masrafları
Firma konsantrasyonu ve firma dengesi
Atıl kapasite
Rakiplerin farklılıkları
Şirketin bahse koydukları
Çıkış engelleri



Tedarikçilerin Pazarlık Gücü

Girdilerin farklılığı
Satıcıların ve sektördeki firmaların değiştirme masrafları
İkame girdilerin varlığı
Satıcı yoğunluğuna karşı firma yoğunluğu
Hacmin satıcı için önemi
Girdilerin maliyet veya farklılık üzerindeki etkisi
Sektördeki firmaların geriye/ileriye doğru bütünleşme tehdidi

Müşterilerin Pazarlık Gücü

Alıcı yoğunluğuna karşı firma yoğunluğu
Alıcının hacmi
Firmanın değiştirme masraflarına karşı alıcının değiştirme masrafları
Alıcının bilgisi
Geriye doğru bütünleşme yeteneği
İkame ürünler
Ürün farklılıkları
Marka bağımlılığı
Kalite/performans üzerindeki etki
Alıcı kararlar
Alım kararları

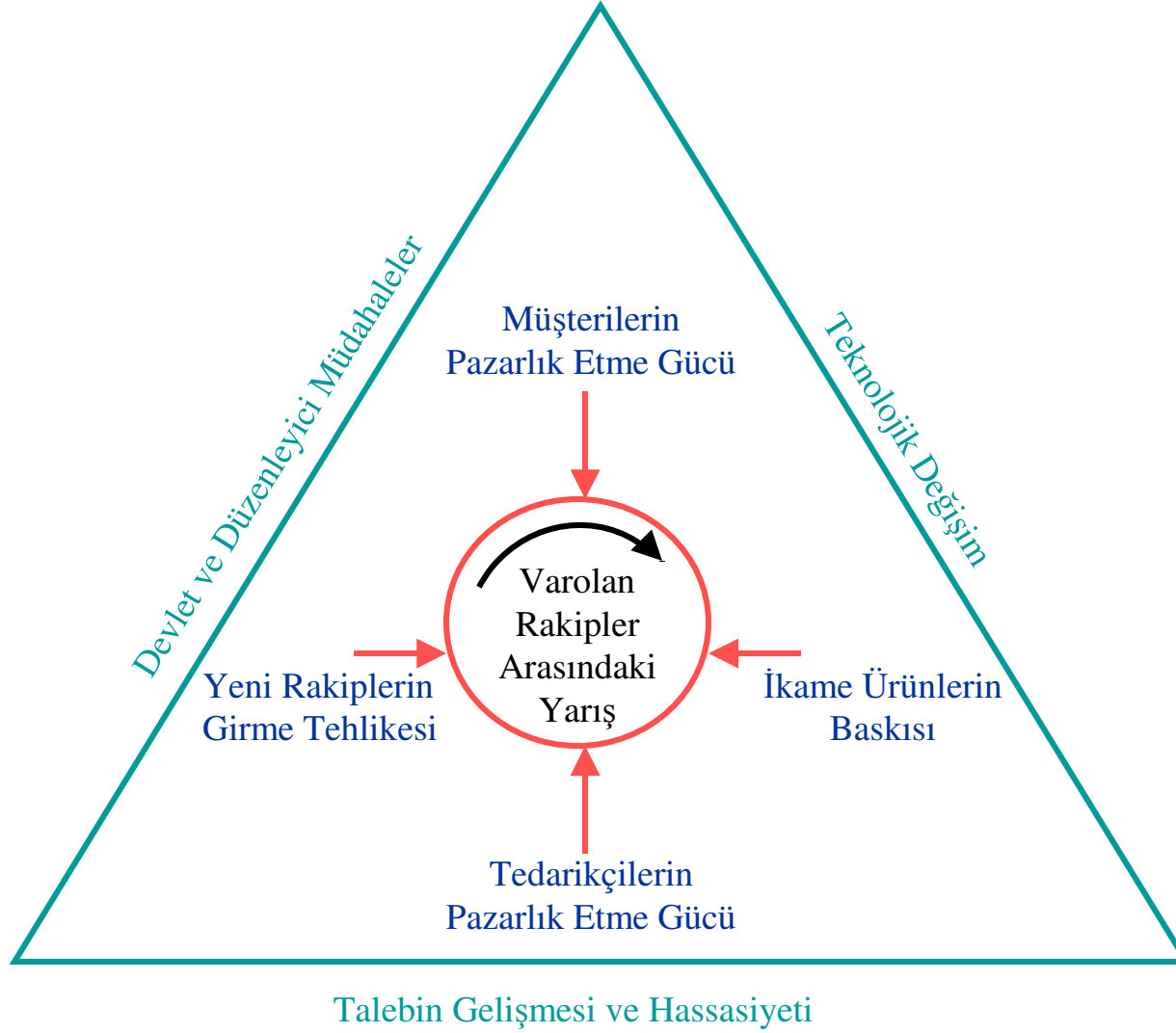
İkame Tehdidinin Belirleyicileri

İkamelerin göreceli fiyat performansı
Değiştirme masrafları
Alıcının ikameye olan eğilimi

Değer Zinciri



REKABET ORTAMINI BELİRLİYEN GÜÇLER



WHARTON SCHOOL DİNAMİK REKABET STRATEJİSİ ÇİZİMİ

