

REKABET KURUMU

**REKABET GÜCÜ
VE
DEĞİŞEN DÜNYA**

**TUNCAY SONGÖR
REKABET KURUMU II. BAŞKANI
KURUL ÜYESİ**

MÜŞTERİ ODAKLI YENİ EKONOMİ

ESKİ EKONOMİ	YENİ EKONOMİ
ARZ<TALEP	ARZ>TALEP
KRAL İŞLETMELER	KRAL MÜŞTERİLER
MODERNİZİM	POST MODERNİZİM
SANAYİ TOPLUMU	BİLGİ TOPLUMU
ÜRÜN ODAKLI PAZARLAMA	MÜŞTERİ ODAKLI PAZARLAMA
KİTLESEL ÜRETİM	MÜŞTERİYE ÖZEL KİTLESEL ÜRETİM
FORDİZM	POST FORDİZM
ENDÜSTRİYEL EKONOMİ	DİJİTAL EKONOMİ
PAZAR PAYI	MÜŞTERİ PAYI
KAR MAKSİMİZASYONU	MÜŞTERİ YARARININ MAKSİMİZASYONU
SINIRLI PAZARLAMA ARAŞTIRMALARI	YAYGIN VE İLERİ PAZARLAMA ARAŞTIRMALARI
SÜREKSİZ MÜŞTERİ İLİŞKİLERİ	MÜŞTERİ İLİŞKİLERİ YÖNETİMİ
MADDİ VARLIKLAR VE FİNANSAL SERMAYE	ENTELEKTÜEL SERMAYE

KABUL VE KAVRAMLAR DEĞİŞMİŞTİR...

- “Kalite” kavramı günümüz pazar yapısında

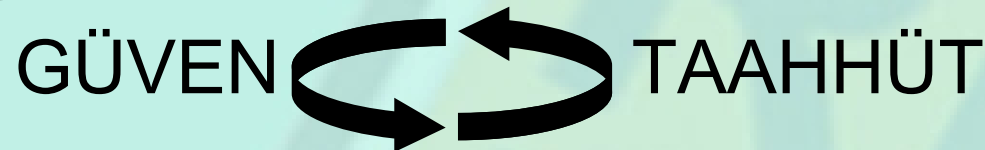
OLMASI GEREKEN DÜRÜSTLÜK

PAZARDA TUTUNABİLMENİN GEREKLİ

ÖNKOŞULU

olarak algılanmaktadır.

- Güvene ilişkin “süreklilik taahhüdü” önem kazanmıştır.



KABUL VE KAVRAMLAR DEĞİŞMİŞTİR...

- Pazarlama kavramı savaşmak kavramıyla tanımlanır hale gelmiştir.

MARKETING  **WARKETING**

- **Öyle bir savaş ki; savaş olduğunu unutanlar kaybetmeye mahkumdur.**
- **Pazar ise kurallar içinde sadece kazananların haklı olduğu bir pazardır.**

KABUL VE KAVRAMLAR DEĞİŞMİŞTİR...

Günümüzde Rekabet, Harvard Business School tarafından tanımlanan şekliyle;

“gırtlak gırtlığa rekabet”
(cut-throat competition)
haline gelmiştir.

Pazar payı kavramı “müşteri payı”na dönüşmüştür. Doğru strateji ise:
MÜŞTERİNİZİN BÜYÜMESİNE YÖNELİK UYGULADIĞINIZ STRATEJİDİR...

Kar Maksimizasyonu kavramı; Para-zaman-enerjinin minimum buna karşılık elde edilen yararın maksimum olduğu “Müşteri Yararının Maksimizasyonu” kavramına dönüşmüştür.

DOLAYISIYLA MEVCUT MÜŞTERİLERİN PAYININ ARTTIRILMASI İLK VE TEMEL HEDEF HALİNE GELMİŞTİR...

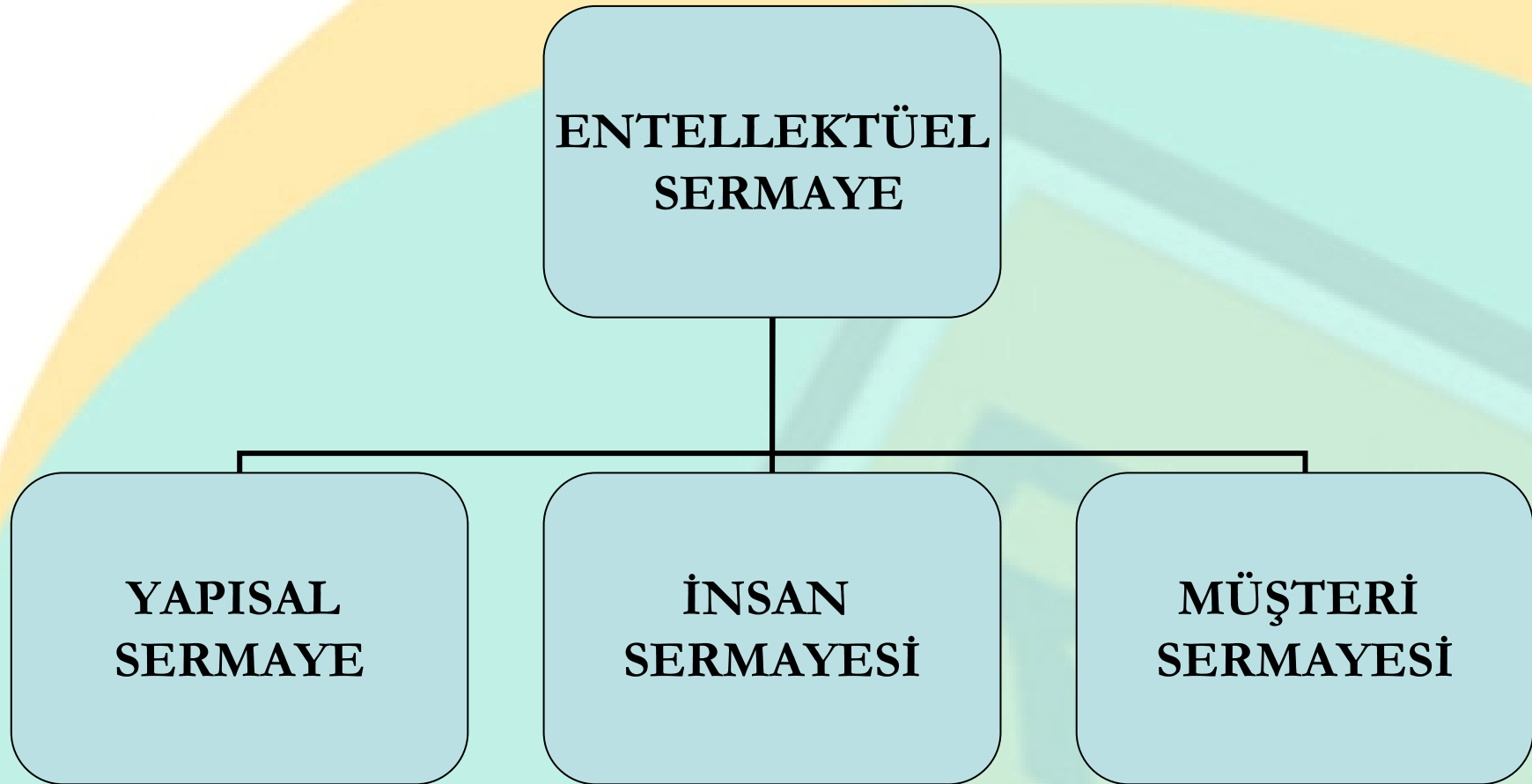
KABUL VE KAVRAMLAR DEĞİŞMİŞTİR...

“Sermaye” kavramı maddi varlıklar ve finansal sermayeden ziyade

ENTELLEKTÜEL SERMAYE

olarak belirginleşmiştir.

KABUL VE KAVRAMLAR DEĞİŞMİŞTİR...





KABUL VE KAVRAMLAR DEĞİŞMİŞTİR...

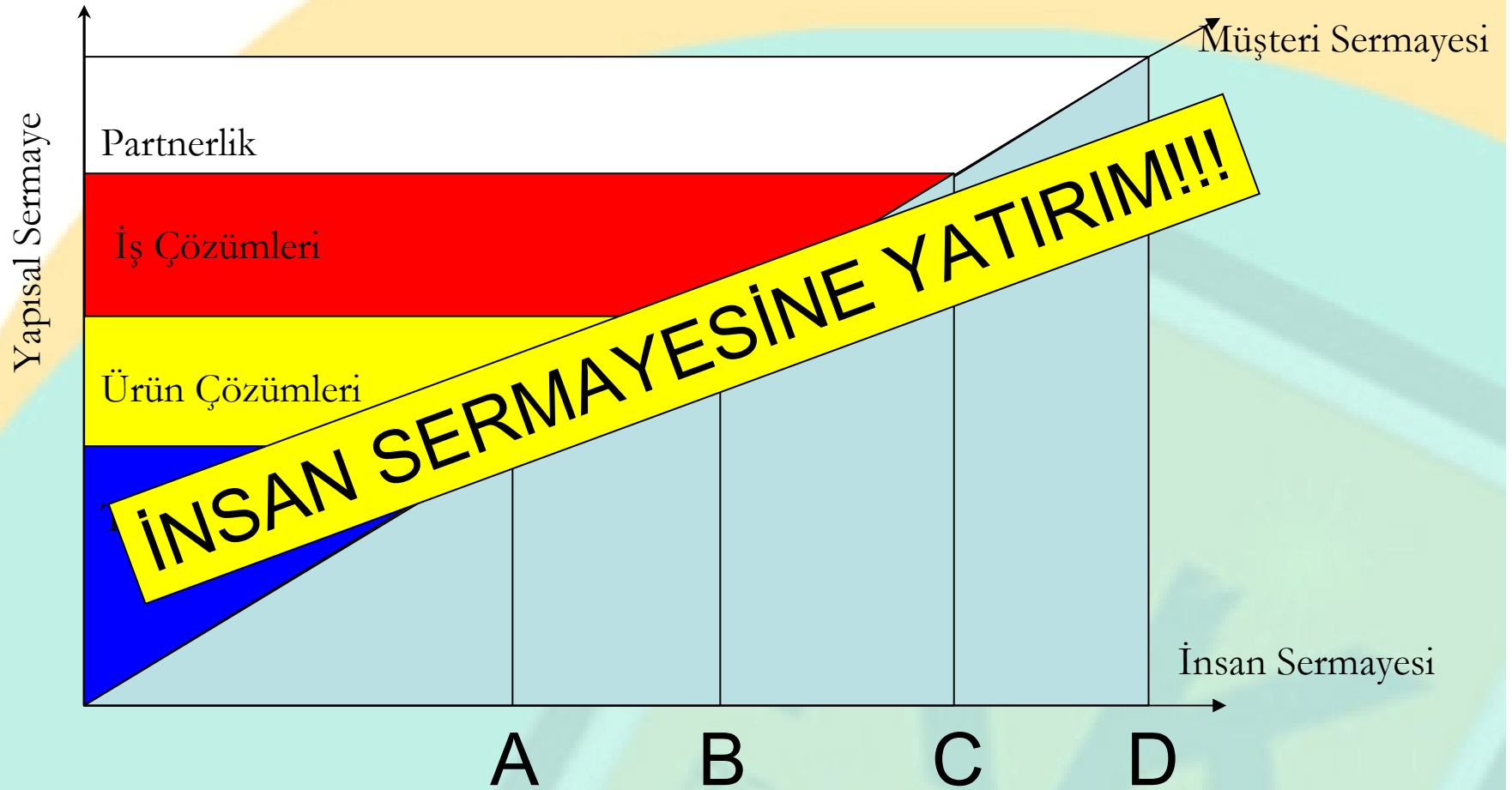
**ETKİN REKABET
AVANTAJI
YARATMANIN EN
ÖNEMLİ UNSURU
NEDİR?**



**CEVAP:
MÜŞTERİ SERMAYESİNİ ARTTIRMAK...**

**ARAÇ:
İNSAN SERMAYESİNİ GELİŞTİRMEK...**

REKABET KURUMU



GLOBAL REKABET STRATEJİLERİ AÇISINDAN PEST ANALİZİ

Politics+**E**conomy+**S**ocial+**T**echnology

- Global rekabet stratejilerinin temeli; ekonomik ve teknolojik gelişime dayalı olmakla birlikte, siyasi ve sosyal boyutlar da bu süreçte giderek önem kazanmaktadır.
- Stratejik yaklaşımın ortaya koyduğu “PEST” formülüne göre; **etkin ve verimli global rekabet stratejileri**; siyasi, ekonomik, sosyal ve teknolojik sistemlerin bilinçli ve sistematik olarak ele alındığı ve analiz edildiği teşebbüslerde gerçekleştirilebilmektedir.

REKABET KURUMU

PEST ANALİZİ...Politics+Economy+Social+Technology

Ekonomik Çevre	Teknolojik Çevre	Politik ve Yasal Çevre	Sosyo Kültürel Çevre
GSMH	Devlet Ar-Ge Yatırımları	Rekabet Mevzuatı	Yaşam Tarzı Değişimleri
Faiz Oranları	Ar-Ge Endüstri Harcamaları	Çevre koruma Kanunları	Kariyer Beklentileri
Para Arzı	Teknolojide Yoğunlaşma	Vergi Kanunları	Tüketici Hareketliliği
Enflasyon Oranı	Verimlilik	Dış Ticaret Düzenlemeleri	Nüfus Büyüme Hızı
İşsizlik Oranı	Yeni Ürünler	Yabancı Şirketlere Tutum	Nüfus Yaş Dağılımı
Ücret ve Fiyat Kontrolü	Teknoloji Transferi	İş Yasaları	Demografik Hareketler
Devalüasyon	Otomasyon	Hükümetlerin İstikrarı	Doğum Oranları
Enerji Maliyetleri		Patent Koruma	İş Gücü Temini
Kullanılabilir Gelir		Sendikal İlişkiler	

OPERASYONEL ETKİNLİK...

- Bazı işlerin rakiplerden daha iyi başarılmasıdır...
- Performansla ilişkilidir...
- Girdilerin daha iyi kullanmasıyla ilişkili her türlü pratiğe cevap verebilme yeteneğidir...
(Örneğin, ürünlerdeki defoyu azaltmak, daha hızlı üretim yapmak gibi)
- Bu tür farklar kâra önemli ölçüde yansır. Çünkü operasyonel etkinlik mali pozisyonu ve farklılaşma derecesini doğrudan etkilemektedir.



Teşekkür ederim...