

İşletmelerin Rekabet Üstünlüğü Anlayışlarını Etkileyen Ögelerin Endüstri Temelli ve Kaynak Temelli Bakış Açısına Göre Belirlenmesi: Kayseri İlinde Bir Araştırma

Korhan KARACAOĞLU¹

ÖZET

Stratejik yönetim alan yazınında rekabet üstünlüğü konusunu ele alan iki ana akım bulunmaktadır. Bunlardan ilki endüstrinin rekabette belirleyici olduğunu ileri süren M.E. Porter tarafından geliştirilen Endüstri Temelli Bakış Açısıdır. İkincisi ise rekabetin kaynağının özgün stratejik kaynak ve kabiliyetlerde aranması gerektiğini iddia eden Kaynak Temelli Bakış Açısıdır. Araştırmada, Kayseri'deki imalat sanayi işletmelerinin rekabet üstünlüğü anlayışlarının bu iki temel bakış açısından nasıl etkilendiği ve etkileyen temel faktörlerin neler olduğu ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Elde edilen sonuçlara göre, işletmelerin rekabet üstünlüğü anlayışlarını etkileyen endüstri temelli bakış açısına ilişkin başlıca faktörler; sektöre yeni girecek firmalar, rekabet yoğunluğu ile ikame ürünlerden oluşmaktadır. Performans üzerinde etkili olan kaynak temelli bakış açısına ilişkin ögeler ise; marka, insan kaynakları, kurumsal itibar ve maddi kaynaklardan oluşmaktadır. İşletmelerin performanslarını etkileyebileceği düşünülen rekabet stratejilerinin ise işletmelerin rekabetçi anlayışları üzerinde herhangi bir etkisinin olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Rekabet üstünlüğü, stratejik yönetim, endüstri, imalat sanayi

ABSTRACT

There are two mainstreams within the strategic management literature that discuss the concept of competitive advantage. One is Industry-based View that was presented by M.E. Porter. The second one is Resource-based View which underlines strategic resources and capabilities of a firm as main source of competitive advantage. The objective of this study is to identify and evaluate the major factors that influence competitive advantage that operate within the manufacturing industry of Kayseri.

Concerning Industry-based View, the results obtained by this research identify several factors that influence firm's understanding of competitive advantage: new firm entries into the business sector, the intensity of competition within the sector, and substitutable products of sector. Considering the Resource-based View that has an influence on firms' performance, however, some other factors are identified: brand, human resource, corporate reputation, and firms' tangible resources. Additionally, the research showed that the competitive strategies that were included in the research model and were expected to have an influence on the performance of the firms did not affect firms' understanding of competitive advantage.

Keywords: Competitive advantage, strategic management, industry, manufacturing industry

¹ Nevşehir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü.