

Dalgalara direnmemek, onlara uyum göstermek..

Yeni çağın rekabet gücü anahtarı

Rekabet Gücü (RG)

**Herhangi bir yarışta,
yarışanlardan kopmadan
yarışta kalabilme
gücüdür..**

Yarışların değişmez bir özelliği

**Bazılarını geçmek,
kimilerine ise geçilmek..**

Sanayide RG' ne sahip olmak..

**Ürettiklerini,
rakiplerinden “daha iyi”
koşullarla satabilme
yarışı içinde kalabilmek
demektir.**

Sanayide RG üstünlüğü ise:

Bu yarışta ön saflarda yer almış olmaktadır.

RG, ama nasıl?

**Rekabet Gücü “anlık”,
“dönemlik” ya da “sürekli”
olabilir.**

“Anlık RG artışı”

**Fiyatımızın rakiplerimize
göre aniden düşmesi
halinde bu olabilir.**

“Anlık RG artışı”

Örneğin, bir devalüasyonla, dış rakiplerimize göre fiyatlarımız düşer.

Ya da, örneğin AR-GE bütçemizi sıfırlasak iç rakiplerimize göre fiyatlarımız azalır.

“Anlık RG artışı”

**Ama bu tür bir RG artışı
yanıltıcı hattâ tehlikelidir.
Çünkü uzun süre devam
ettirilemez.**

“Dönemlik RG artışı”

Kurum dışından gelen ve daha uzunca süreli etkilerle kazanılan RG..

Örneğin, ürünlerimize uygulanabilecek teşvikler..

Sürekli RG artışı”

Maliyetlerimizi kalıcı olarak düşürebilecek

ya da

kalitemizi kalıcı olarak artırabilecek önlemler yoluyla kazanılan RG’ dür.

Fiyat ve kalite' nin unsurları..

Ürünlerimizin fiyat ve kaliteleri çok sayıda faktörden etkilenir.

Bunların kimileri önemsiz gibi görünebilir, ama bir araya gelince önem kazanırlar..

Uzmanlar bu faktörleri 8 grupta topluyorlar:

1. **Ulusal ekonominin makro ekonomik değerlendirmesi,**
2. **Ülkenin, dış ticaret ve yatırımlara katılma düzeyi,**
3. **Hükümet politikalarının rekabetçiliğe açıklığı,**
4. **Sermaye piyasasının performansı ve finansal hizmetlerin kalitesi,**

8 grup faktör (devam):

5. Doğal, teknik ve iletişim alt yapısının uygunluğu,
6. Şirketlerin yenilikçi, kârlı ve sorumlu yönetilme durumu,
7. Bilimsel ve teknolojik sofistikasyon,
8. İnsan kaynaklarının mevcudiyeti ve nitelik düzeyi.

Bunlardan son 3' ü, kurumsal RG' nün anahtarlarıdır. Yani:

- 6) **Şirketlerin yenilikçi, kârlı ve sorumlu yönetilme durumu,**
- 7) **Bilimsel ve teknolojik sofistikasyon,**
- 8) **İnsan kaynaklarının mevcudiyeti ve nitelik düzeyi.**

Bu 3 faktörün de yine çok sayıda alt-faktörü var..

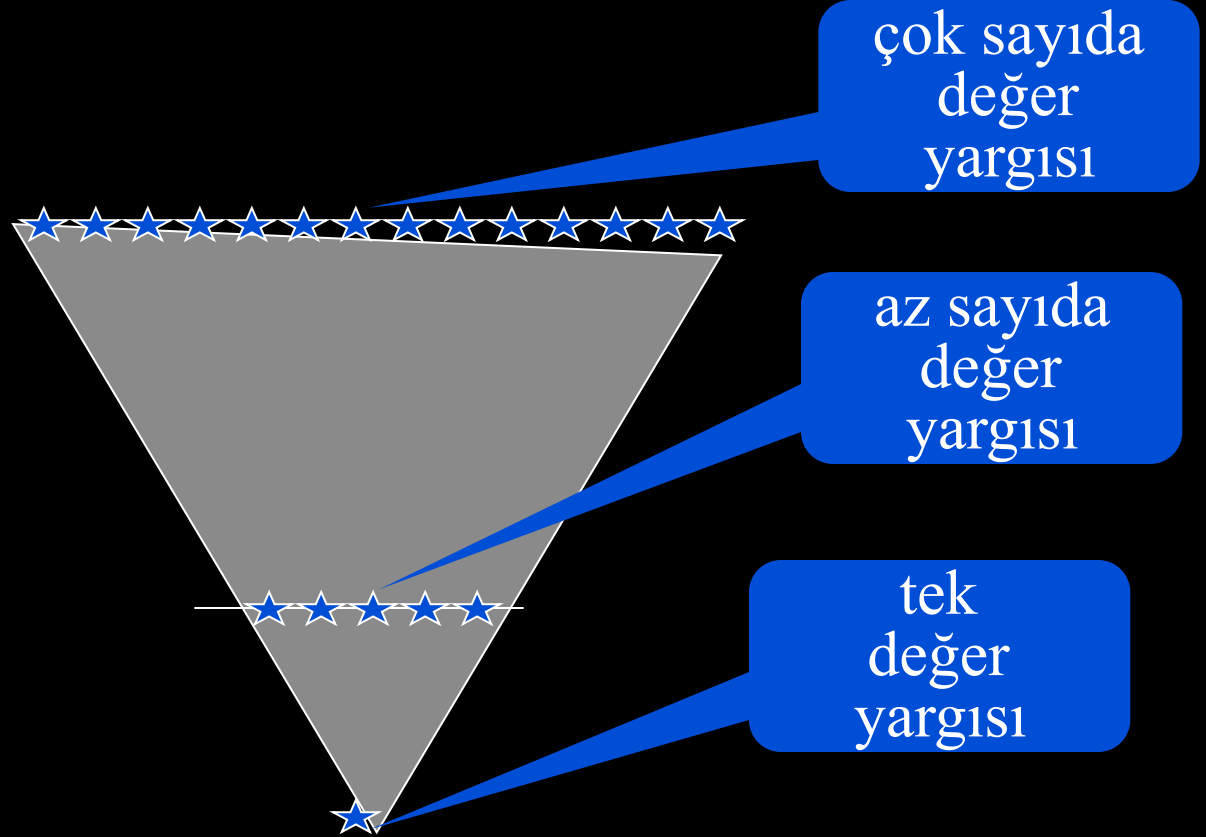
Bir kurum bu kadar çok faktörü “dışarıdan öğretilerek” ya da “empoze edilerek” geliştiremeyebilir..

Hele KOBİ ölçeğinde bu daha da güçtür.

Ama Őu var ki:

**Bu kadar çok faktörün
Çođu, az sayıdaki deđer-
yargısının, onlar da tek
yargısının sonuçları
olacaktır.**

Aynen ters bir piramit gibi..



Bu “az” sayıdaki değer yargısı, daha üstteki çok sayıdakini üretir.

Bu az sayıdaki değer yargısını geliştirerek ve/ya değiştirerek çok sayıdakini kontrol etmiş oluruz.

İşte, çok sayıdaki kurumsal RG faktörünü kontrol eden az sayıdaki yapı taşları:

1. **“Kendinden memnuniyet”**, gelişimin önündeki birinci engeldir.

“Zaten” sözcüğü kendinden memnuniyetin parolasıdır.

Her nerede “biz zaten.....” duyarsanız, orada gelişimin durduğunu anlayınız..

2. Olumsuzluk, yermek, yakınmak

**Bu 2 zehirden uzak
durunuz. Bunlar işletme
mensuplarının enerjilerini
emerler..**

3. İş başarıma potansiyellerinin farkına varın, vardırın.

Çalışanların -kendilerinin bile- farkında olmayabilecekleri, iş başarıma ve özellikle de öğrenebilme potansiyelleri bulunduğu farkına varın, vardırın.

4. Sorunlar öğrenme yetmezliğidir.

Her sorunun -ama her sorunun- öğrenmeyle ilgili olduğunu bilin; bunun nasıl olduğunu anlamaya çalışın; işletmenizi bir Öğrenme Merkezi gibi kullanın.

5. Sorunları sorulara çevirin.

**Sorunlar ancak doğru sorular sorularak çözülebilir.
Soru sormayı özendirin.
Doğru cevaplar doğrudan bulunamaz.**

6. Süreçleri parçalamayın, bütünleştirin.

İşleri anlaşılmaz, çalışanları sorumsuz hale getirmenin en etkili yolu, süreçleri birimlere bölmektir.

“Süreç takımı” ve “ağ” kavramları 2 can simididir. Bunları öğreniniz

7. Ürünlerinizin RG neye bağlı?

Ürünlerinizin RG onların ağırlığı, fiyatı, teknolojisi ya da bir başka özelliğine bağlı değildir.

RG yalnız ve ancak içindeki bilgi katma değeri ile ilgilidir.

Yeterli bilgi katma değeri içermeyen ürünlerinizin ancak yükünü taşırsınız.

8. İşler daha iyi nasıl yapılabilir?

Kurumunuzda herkesin -siz dahil- şu soruyu bıkmadan sormasını sağlayınız: **işimi daha iyi nasıl yapabilirim?**

Bunu kimse sizin yerinize yapmaz, yapamaz, yapmamalıdır..

9. Ve nihayet: kulak vereceğiniz sesleri iyi seçin.

Hangi fikre kulak vereceğinizi hissetmek başarının anahtarıdır.

Yüksek ses ve güvenli tonlar aldatmasın.

Bu 9 değer yargısı ise řu tek nokta üzerinde duruyor:

Geleceęi plânlamaya çalışmayın.

Gelecek, güçlü ve karmaşık dalgalardan oluşuyor.

Bu dalgalar üzerinde her an ayakta kalabilmek tek amacınız olmalıdır.

•ve..

**İyi sörf yapabilmek için sayılan
bu 9 kurumsal yetenek gerekli
ve de yeterlidir.**