



JOURNAL OF SOCIAL AND HUMANITIES SCIENCES RESEARCH

Uluslararası Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırma Dergisi

Open Access Refereed e-Journal & Refereed & Indexed

Article Type	Research Article	Accepted / Makale Kabul	31.10.2019
Received / Makale Geliş	23.08.2019	Published / Yayınlanma	31.10.2019

BİLİŞİM TEKNOLOJİLERİ KULLANIMININ İŞLETMELERİN REKABET GÜCÜNE ETKİLERİ

THE EFFECTS OF INFORMATION TECHNOLOGY USAGE ON COMPETITIVENESS OF COMPANIES

Doktora Öğrencisi Nermin AKARÇAY

İstanbul Gelişim Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Bölümü, İstanbul / TÜRKİYE, ORCID 0000-0002-4827-6837



Doi Number: <http://dx.doi.org/10.26450/jshsr.1524>

Reference: Akarçay, N. (2019). Bilişim Teknolojileri Kullanımının İşletmelerin Rekabet Gücüne Etkileri. *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 6(43), 3235-3247.

ÖZET

Bu çalışmada, günümüz rekabet ortamında faaliyet gösteren işletmelerin bilişim teknolojilerini kullanarak rekabette sağladıkları etki araştırılmaktadır. Bilişim teknolojilerinin birçok işletme bünyesinde yoğun bir biçimde kullanılması sonucu, işletmelerin bu teknolojik faaliyetleri benimsemesi ve aktif olarak kullanabilmesi gerekmektedir. Bunun için yapılarını yeniden gözden geçirerek yoğun bilişim ve teknoloji kullanmalarını sağlamak amacıyla işletmeyi hazır hale getirmeleri gerekmektedir. İşletmelerin günümüz rekabetçi dünyasında ayakta kalabilmesi ve başarılı olabilmesi için, değişimleri öğrenmeleri, uygulamaları ve planlamaları en önemli öncelikleridir. Bu nedenlerle çalışmada, iş yaşamında karşılaşılan rekabet türleri ve boyutları, çok hızlı bir şekilde değişim göstermesi, değişim süreçleri, mikro- makro boyutta önemli etkileri, işletmelerin rekabet faaliyetleri ve yapılarını ele alınmıştır.

Rekabet üstünlüğünün sağlayabilmesi, sadece serbest piyasa koşullarının elde edilmesi ile mümkün olmaktadır. Serbest piyasa koşullarında rekabet gücü; ülkede milli gelirin yükselmesi ve uluslararası işletmelerle rekabet edebilecek hizmet ve ürün üretebilme yeteneğini ifade etmektedir. İşletmelerin yenilikçi ve yaratıcı olmaları rekabet ortamlarının hızı ile bir anlamda zorunlu hale gelmektedir. Dolayısıyla çalışmada ayrıca işletmelerin; rekabet ortamlarında yenilikçi- yaratıcı olmalarını gerektiren durumlara, teknolojinin hizmet kalitesine etkilerine, teknolojilerin rekabet avantajına etkilerine, Ar-ge faaliyetlerinin yeniliğe katkılarına, müşteri memnuniyetinin işletmelere sağlayabileceği avantajlara vb. konulara yer verilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Teknoloji, Rekabet, İşletmelerde Teknoloji Kullanımının ve Rekabet Gücü İlişkisi.

ABSTRACT

In this study, the effect of competition in today's competitive environment by using information technologies is investigated. As a result of the intensive use of information technologies in many businesses, the processing needs to adopt and actively use these technological activities. To do this, they need to revise their structures and make the enterprise ready to use intensive information and technology. In order for businesses to survive and succeed in today's competitive world, learning, implementing and planning changes are their top priorities. For this reason, the types and dimensions of competition encountered in business life, their rapid change, processes of change, their significant effects in micro-macro dimension, competition activities and structures of enterprises were discussed in the study.

Achieving competitive advantage is only possible by obtaining free market conditions. Competitiveness in free market conditions; means the rise of national income in the country and the ability to produce services and products that can compete with international enterprises. The fact that companies are innovative and creative becomes compulsory in a sense with the speed of competitive environments. Therefore, in this study, also; in situations that require them to be innovative and creative in competitive environments, the effects of technology on service quality, the effects of technologies on competitive advantage, the contribution of R & D activities to innovation, the advantages that customer satisfaction can provide to businesses and so on, subjects.

Key Words: Technology, Competition, Relationship Between Technology Use and Competitiveness.

1. GİRİŞ

Bilişim teknolojileri, işletmelerin örgütsel yapılarını önemli derecede değiştirmektedir. Günümüzde işletmeler, teknolojik gelişmelerini işletmelere uyarlayabilmek için, sürekli kendini yenilemek zorundadır. Bilişim teknolojileri uygulamaları, rekabet ortamında, işletmelerin yönetilmesi ve önemli bir konumda oldukları için işletme stratejilerinin bir bölümünü oluşturmaktadır (Goldstein vd., 1998: 1397).

Teknoloji kavramı, insan ihtiyaçlarının karşılanması için ürünlere bilgilerin montajlanması veya uygulanmasıdır. Teknolojilerde bilhassa modern teknolojiler, maddi bir amacı olmayan bilgi unsurları teknolojilerin hegemonik unsurları da denilmektedir. Toplam kalite yönetimi, modern teknolojiler aynı zaman da yönetim teknolojileridir. Yönetim teknolojilerini metod teknikleri ve üretim yönetimi olarak, bilgisayar teçhizatlar da mühendislik teknolojiler olarak da sınıflandırılmaktadır. Teknolojik kapasite, teknolojik bilgi, know why, know how, icat, yenilik, patent, bilişim teknolojileri ve teknolojik diffüzyon gibi terimler teknoloji kapsamında incelenmektedir (Kırım, 1990: 101).

Bilimsel amaçlara dayalı olarak üretim yapan teknoloji, aynı zamanda işletmeler için de vazgeçilmeyen bir üretim teknikleri olarak da ifade edilmektedir. Teknoloji, dönemin şartlarına ve imkânlarına göre şekillenmektedir (Babacan, 2012: 10). Teknoloji ve bilim birlikte kullanılarak yapılan çalışmalar neticesinde, insan yaşamını kolaylaştırmak ve hayata üstünlük sağlamasını amaçlamak hedeflenmektedir (Elibol, 2005: 155). Tasarlanan mühendislik çözümleri, araçlar, donanımlar ve bilgiler için kullanılan yöntemler teknoloji kavramı olarak tanımlanmaktadır.

Akademik çevrelerde ve iş hayatında rekabet çok sık kullanılan bir terimdir. Rekabet, bir piyasada satıcıların daha fazla müşteri elde etmek ve karlarını artırmak için yaptıkları mücadele olarak tanımlanmaktadır. Rekabet anlayışı, hareketli bir piyasa için ortam oluşturmak ve kaynakların etkin bir şekilde dağılımını sağlamaktır. Rekabetçi ayrıca piyasanın diğer işlevlerinden de bahsedebilmektedir. Teknolojik gelişme ile rekabet gücünün yakalanması, teknolojik ilerlemeyi de teşvik etmektedir. Rekabet gücünü yakalamada teknolojik gelişme anahtar rolü oynadığından, rekabet teknolojik gelişmeyi de teşvik etmektedir (Esen, 2010: 18).

2. TEKNOLJİ

Teknoloji kavramı, günlük hayatta yapılan hareketlerin, bilimsel bilgilerin ya da bilginin sistemli olarak uygulanması şeklinde tanımlanmaktadır. Başka bir ifade ile teknoloji, araştırmalar sonucunda ortaya çıkan bilgilerin faaliyete geçirilmesi olarak da tanımlanmaktadır. Teknoloji kavramı aynı zamanda bilimsel bilgileri her iki tarafa taşıyan bir taşıyıcı konumu görevi de yapmaktadır. Teknoloji, kuramsal çalışmalar ve teknolojik araştırmalar arasında bir bağlantı kurmaktadır. Kelime anlamı teknoloji; uygulanan bilim teknik, dil, pratik amaçların gerçekleştirildiği teknik yöntemler, insan hayatını kolaylaştıran tüm gelişmelerin genel adına denilmektedir. Bir sanayi dalının yapım yöntemlerini, kullanılan aygıtı, araç ve gereçlerin bilgi birikimi sonucu oluşan hizmetleri kapsamaktadır. Belirli bir teknik alanında bilimin ilkelerini benimseyen tutarlı bilgiler ve uygulamaların tamamına da denilmektedir. Tekniklere ilişkin genel kavramların, en yeni teknik buluşların ve uygulamalarının kullanıldığı donanım imkânları yapısal bir düzenleme olarak tanımlanmaktadır. Teknoloji ayrıca batı dünyasının felsefi fikirlerinin temellerini oluşturmaktadır (İşman, 2001: 1). Bu kısımda, teknoloji kavramı, işletmelerde teknoloji kullanımının önemi, teknolojik gelişmeyi belirleyen belli başlı etmenler, izah edilecektir.

2.1. Teknoloji Kavramı

Teknoloji kavramı, herhangi bir işin yapımında bilginin ve bilgi gerektiren yöntemlerin uygulanması olarak da ifade edilmektedir. İşletmeler faaliyetleri sırasında girdilerini çıktılara dönüştürmek için zihinsel ve fiziksel olarak teknolojilerden büyük oranda yararlanmaktadırlar (Ataman, 2002: 11). Endüstriyel anlamda teknoloji kavramı, insan gücünün yerine makine ve teknolojiyi kapsayan yeni bir sistemin oluşturulması şeklinde ifade edilmektedir. Makine üzerinde vidalama işi yapan bir işçinin yapacağı işi daha seri ve hızlı bir şekilde yapan bir robotun iş sahasına girmesi, teknolojik bir yenilik olarak tanımlanmaktadır. Bir işletmenin, kuruluş aşamasında yatırım maliyetlerinin işletme maliyetlerine nazaran daha düşük “emek yoğun” böyle bir sistem olmasını mı, yoksa yatırım maliyetinin işletme maliyetine nazaran daha yüksek “teknoloji yoğun” sistem olmasının mı tercih edeceği sorularına

verilecek cevap oldukça önemlidir. Girişimciler özellikle kuruluş aşamasında ve rekabetin gereği piyasalarda daha güçlü olabilmek için, teknolojik yatırımların yapılması gerektiğinde, karar vermede güçlük çektikleri ve zorlandıkları bir konu olarak bilinmektedir (Kırım, 1990: 104).

Herhangi bir işe uygulanan bilgiye dayalı yöntemler ve bilgiler, o işin en kısa sürede yapılmasını sağlıyorsa, teknolojik bir gelişmeden söz edilebilmektedir. Teknolojik gelişme bilhassa yeni araç gereçlerin kullanılması, yeni makine imalatları, yeni mal tasarımları ve yeni işlem yöntemleri yoluyla gerçekleşmektedir. Üretimi yapılan ya da işin miktarını artırmaya yönelik tüm yatırımlar, yeni teknoloji uygulaması olarak tanımlanmaktadır (Bayraç, 2003: 48).

Üretimde kullanılan metotlar olarak bilinen teknoloji, yarar sağlayan ürünleri üretmeye ve bu ürünlerin tasarlanmasında kullanılan bilgilerin bir araya getirildiği bir sistemdir. Teknoloji, yeni mallar veya hizmet üretilmesini, var olan malların daha kaliteli ve ucuz olarak üretilmelerini sağlayan üretim süreci, bilgisi hatta tekniği olarak da tanımlanabilir. Üretim araçlarının kullanılarak bireyin çevresinin değiştirmesi için geliştirilen metotlar da teknolojiyi ortaya koymaktadır. İşletmelerde, üretim araçlarını en uygun şekilde kullanarak gerçekleştirilen fiziki üretim aşamaları ve üretim süreçlerinin tamamlanmasında kullanılan düzenlemelerdir. Araştırmalar ve geliştirmeler ile birlikte toplanan üretim tekniklerinin kullanılması sonucunda geliştirilmiş birer metot, aşamalar ve bilgi de teknoloji kavramını açıklamaktadır (Çiftçi, 2004: 60).

2.1.1. İşletmelerde Teknoloji Kullanımının Önemi

Dünyada bilinen teknolojik gelişmeler, müşteri alışkanlıklarının değişmesi, rekabet şartlarının güçlenmesi ve kaynak paylaşımının artması gibi etkenler, işletmelerde teknoloji kullanımının önemini ortaya koymaktadır. Teknolojinin gelişmesi tüketicilerin bakış açılarının gelişmesine, ihtiyaç duydukları ürünler hakkında daha çok bilgi sahibi olmalarına, araştırma ve kıyaslama yapma gereği duymalarına neden olmaktadır. Ürünlerin daha faydalı hizmet verebilmeleri teknolojinin kullanımını zorunlu hale getirmiştir (Can ve Kıymaz, 2016: 107).

Toplumların değişmelerine neden olan ekonomik, kültürel ve sosyal faktörler yanında, teknoloji de değişimlere etkisi en fazla olan unsurlar arasında gelmektedir. Gelişimi etkileyenler arasından bilhassa da teknolojik gelişme, üretim sektörlerinde büyük öneme sahiptir. İşletmelerin, teknolojik olarak yüksek yetkinliğe sahip olması rekabet gücünü artırmakta ve pazar payları da daha yüksek olmaktadır. Üretim sektörlerinde işletmeler, rekabet ortamında devamlılıklarını koruyabilmeleri için teknoloji yönetimine büyük önem vermesi gerekmektedir. İşletmelerin teknolojik yetkinliklerini artırmaları, onların kuracakları AR-GE birimleriyle daha yenilikçi sistemler ve ürünler geliştirebilme özelliğine sahip olacaklarını göstermektedir. Günümüzde teknoloji yönetiminin oldukça önemli görüldüğü işletmelerde, teknolojik yetkinliklerin ölçülmesi ve değerlendirilebilmesi sonucunda işletmelerin kendi açıklarını görüp kapatabilmeleri için birtakım yöntemler kullanmaları gerekmektedir. Performans değerlendirmelerde kullanılan yöntemlerin yerine yetkinlik esaslı değerlendirmeler yapılarak daha iyi sonuçlara varılacağı görülmektedir (Özel ve Öztemel, 2018: 409).

2.1.2. Teknolojik Gelişmeyi Belirleyen Belli Başlı Etmenler

Teknoloji kavramı genel anlamıyla bütün mal ve hizmetlerin üretimi sırasında kullanılan araçlar ve bilgiler şeklinde tanımlanmaktadır. Teknoloji geniş anlamda tanımlanacak olunursa, üretimde kullanılan malların ve hizmetlerin üretimi, kullanıcılara sevk edilmesi, ilgili yerlere dağıtımı ve nihai mal olana kadarki işlem görmesi esnasında yararlanılan araç, malzeme gibi maddi varlıklar birlikte bilgilerin bütünü tanımlanabilir. Teknolojik alanda gelişmeden bahsedildiğinde mal ve hizmetin üretimi aşamasında yararlanılan teknolojilerdeki yenilikler ve gelişmeler düşünülmektedir. İşletmeler açısından teknolojik gelişme ve ilerlemeler işletmenin üretimini artırarak araç gereç ve yöntemlerde birtakım yeni gelişmeler ve ilerlemeler olarak görülmektedir. Teknolojik açıdan gelişmeleri belirlemede etkili olan üç farklı unsur vardır, bunlar (Espino-Rodriguez ve Pardon-Robaina, 2006: 50-51);

1. *Teknolojik yenilik fırsatları ve olanakları*: İşletmenin kendisinin sahip olduğu kümülatif bilgi birikimlerine ve dışarıdan gelen bilgilere dayanmaktadır. Bilimsel gelişme yeni teknolojilerin gelişmesinde oluşan sorunları çözmeye, yeni aletler ve maddeler geliştirme biçimidir. Teknoloji yeni fırsatlar oluştururken aynı zamanda da yeni olanaklar sunmaktadır.

2. *Teknolojik yenilik fırsatlarının getirisinin sahiplenilmesi*: Teknoloji bilgisi kavramı bazı belirgin tekniklere uygun, firmanın içinde oluşturulabilen bir bilgidir. Teknolojik bilginin kullanılması ve elde edilmesi çabayı ve belirli bir maliyeti gerektirmektedir. Teknolojik gelişmelerden kazanç elde edilmesi epeyce uzun bir süreyi kapsamaktadır. Ayrıca kendine özgü gizli bilgiler, patent ve öğrenim süreci gibi unsurları içermektedir.

3. *Piyasaların uyardığı etki mekanizmaları*: Piyasalar getirileri arttırıp maliyetleri azaltmak için yenilikleri uyarlamak zorundadırlar. Firmalar devamlılıklarını sağlamak ve ayakta kalabilmek için piyasada rekabet koşulları değişse dahi üretim süreçlerini ve ürünlerini sürekli olarak kontrol etmek zorundadırlar. İşletmeler ne işe yaradıklarını bilmedikleri teknolojilere oldukça fazla sahiptirler ve her geçen gün yeni teknolojilerle karşı karşıya kalmak durumundadırlar. İşletmelerde görülen temel sorun, teknolojiye hakim olmamak değil, esas sorun teknolojiyi doğru ve amacına uygun kullanmamak olmaktadır.

3. REKABET

Rekabet duygusu aslında insanların doğaları gereği sahip oldukları bir tutkunun eyleme yansımış olduğu içgüdüsel bir hareket olarak tanımlanmaktadır. Kültürel bir alışkanlık olan rekabet duygusu aslında insanlara doğrudan kazandırılmayan, yaşamsal süreçte öğrenilerek ve deneyimlenerek sahip olunan bir alışkanlıktır (Ergil, 1978: 99). Rekabet sayesinde piyasalarda, alıcılar ile satıcılar buluşarak mallarının gerçek fiyat değerlerinin oluşmasına yardımcı olmaktadır (Benczur vd., 1980: 657). Bu kısımda, rekabet kavramı, işletmeler arası rekabetin amacı, işletmeler arası rekabetin çeşitleri ve işletmeler arası rekabetin özellikleri konularına yer verilecektir.

3.1. Rekabet Kavramı

Sözlük anlamında rekabet; işletmelerin rakip işletmelerin değil de kendi ürünlerinin satılması için göstermiş olduğu uğraşı olarak tanımlanabilir (Esen, 2010: 17). İktisadi biliminde rekabet ise, belirli bir amaç için uğraş veren birimler arasındaki rakiplik veya karşıtlık durumunu ifade etmek için kullanılmaktadır. Rekabet kavramına birçok farklı anlamların verilmesi, özellikle rekabet uygulamalarında ayırt edici özellik olarak görülmektedir. Rekabetin uygulanmasında bir piyasa yapısı şeklinde algılamak ile bir süreç olarak algılamak ve değerlendirmek birbirlerinden farklı sonuçları doğurmaktadır (Lipsev, Richard, Steiner ve Purvis, 1989: 213).

Rekabet kavramı dört farklı açıdan tanımlanmaktadır. Rekabetin tanımlanmasında birinci yaklaşım, rekabetin davranışsal veya yapısal koşullarına yoğunluk veren tanımdır. Yapılan tanımlama aslında rekabet ortamlarını oluşturan sınırlamalar ve özellikler belirten rekabet koşulları ortaya koymaktadır. Rekabetin hangi koşullarda ve nasıl oluşacağı veya rekabet ortamında baskının nasıl sağlanacağı ve rekabet ortamlarının nasıl oluşturulacağı soruları çerçevesinde anlam kazanmaktadır. İkinci tanımlama, rekabetin işlevleri veya fonksiyonları olmakla birlikte rekabetin istenir olması ve etkileri burada ön planda tutulmaktadır. Toplumsal koşullarda rekabetin performans değerlendirilmesi bakımından büyük önem kazanmaktadır. Rekabetin tanımlanmasına yönelik üçüncü yaklaşım ise, rekabetin farklı şekillerini ve niteliğini başlangıç noktası olarak ele almasıdır. Rekabet sürecinde oluşan sorunların belirlenmesinde, yapılacak müdahalelerin ve rekabet izlenimlerinin teşhisinde ve belirlenmesinde ön plana çıkmaktadır (Esen, 2010: 18). Rekabet kavramının algılanmasında bir başka hareket noktası ise, rekabet gücü kavramına nasıl yaklaşıldığı olmaktadır. Rekabet gücü kavramı stratejik açıdan büyük önem arz etmektedir. Rekabet kavramı birçok alanda ve bilhassa da günlük hayatta çok fazla kullanılması, kavramın anlamında farklılaşmalara sebep olmaktadır (Reinert, 1994: 94).

3.1.1. İşletmeler Arası Rekabetin Önemi

Rekabette en önemli faktörlerden birisi teknolojik yenilik olup, teknolojik yenilik; yeni sanayilerin oluşması ve sanayi yapılarının değişmelerinde önemli rol oynamaktadır. Bu faktör; sektörlerde güçlü bir şekilde işletmelerin rekabetçi güçlerinde aşınmalara ve yeni işletmelerin güçlenerek öne çıkmalarına neden olmaktadır. İleri teknoloji tek başına karlılığa garanti vermemektedir. Birçok ileri teknolojiye sahip sanayilerin uygun olmayan yapıları nedeni ile bazı geri teknolojilere sahip sanayilerden daha az kazanç sağladıkları bilinmektedir. Bir işletmede rekabet ile teknoloji arasındaki ilişki incelenip anlaşılmasında, değer zinciri kavramının rolü oldukça büyüktür (Kırım, 1990: 101-102).

Bir işletmede teknolojik gelişim, müşterilerin teknolojik gelişimleri ile yakından ilişkilidir. İşletmeler ile müşterilerin değer zincirlerinin buluştuğu noktalar, güçlü yapıdaki teknolojik alanlar olarak bilinmektedir. İşletmelerde üretim teknolojisi müşterinin üretim ve süreç teknolojisine etki edeceği gibi, bu durumun aksisi de olabilir. İşletmelerin siparişleri, işleme teknolojileri; tüketicilerin tedarik yöntemlerinden etkilenmektedir. Teknoloji, işletmelerde yayılcı bir özelliğe sahip olup, bir ölçüde tedarikçiler ve müşterilerin teknolojilerine bağlıdır. Teknolojik gelişme, rekabetçi üstünlüğü etkileyebilmesi için işletmelerin maliyet veya farklılaşma durumlarının belirlenmesinde büyük bir role sahip olması gerekmektedir. Teknoloji, işletmelerin faaliyetinde yer aldığından ve faaliyetlerin birbirlerine bağlanmasında etkili olduğundan, hem farklılaşma hem de maliyet üzerinde çok büyük etkisinin olduğu söylenebilir. Teknolojik ilerlemeler, güçlü bir ekonomiyi sağlayabildiği gibi esneklik gösterildiğinde de önemsiz hale getirebilmektedir. Teknolojik değişimlerin hangi hallerde rekabette üstünlük sağlayacağı gibi faktörler aşağıda gösterilmektedir (Akın, 1999: 59-60);

1. Teknolojik değişimlerin işletmelere avantaj sağlayacak şekilde farklılaşma sebeplerini ya da maliyeti etkileyecek olursa, rekabetçi bir üstünlüğün olması kaçınılmaz olmaktadır.

2. Teknolojik değişimin sanayi yapısını geliştirici bir etki yapıyor olması, işletmelerde rekabetçi üstünlükleri sağlanmış olabilir.

3. Teknolojik değişim tek başına maliyetleri düşürmekte ya da farklılaşma sağlamakta ve işletmelerin teknolojik liderlikleri sürekli olursa rekabetçi üstünlüğü beraberinde getirmiş olmaktadır.

4. Teknolojik değişime önderlik etmenin yanında ilk defa faaliyete geçmek, takipçiler taklide başlasalar dahi önemli avantajlar yakalayabilirler.

Teknolojik değişimin en yüksek seviyeye ulaştığı, tüm sanayileri etkilemesi suretiyle dalgalanmalara neden olduğu bir dönemde, yapılan işin teknolojiyle ilgisi olmasa dahi teknolojik değişimlerden etkilenmeleri beklenmektedir. Yeni iş yöntemlerine neden olan teknoloji, aynı zamanda yeni rekabetler de oluşturmaktadır. İnsanların yaşamsal süreçte öğrenerek kazandığı rekabet, hızlı teknolojik değişimleri ortaya çıkarmakta buda rekabet ile teknolojik değişim arasında bir döngünün oluşmasına neden olmaktadır (Kırım, 1990: 108).

3.1.2. İşletmeler Arası Rekabetin Çeşitleri

Rekabet üstünlüğü, işletmeler müşterilere rakiplerinden daha çok değer göstermesinden kaynaklanmaktadır. Rekabet üstünlüğü, işletmelerde gerekli faaliyetlerin rakiplerinden ya az maliyetle yapmış olmalarından ya da daha iyi yapmalarından kaynaklanmaktadır. İki farklı şekilde rekabet üstünlüğü bulunmaktadır. Bunlardan birincisi düşük maliyet üstünlüğü, diğeri ise farklılaştırma üstünlükleridir. Üstünlük çeşitleri faaliyet alanlarının kararları doğrultusunda bütünleşerek üç adet rekabet stratejisine neden olmaktadır. Bunlar; düşük maliyet liderliği stratejisi, odaklaşma stratejisi ve farklılaştırma stratejisidir (Porter, 1985: 3).

Pazarlama işletmeleri, üretilen tüm malların ve hizmetlerin taşınması, depolanması, satın alınması ve satılmasına yardımcı olan küçük ve büyük işletmeler olarak tanımlanmaktadır. Üretim faaliyeti gösteren işletmelerin üretmiş olduğu mallarla ilgili olarak fayda sağlamakta, müşterilerine ticari hizmetler sunmaktadır. Tüketici kooperatifleri, toptancılar, reklam şirketleri, acenteler ve perakendeciler bu gruba giren işletme türlerinden bazıları olmaktadır (Akın, 1999: 60).

3.1.3. İşletmeler Arası Rekabetin Özellikleri

Teknolojik yetkinlikler, özellikle üretim sektörlerinde olan işletmelerin gelişmesi yönünde en önemli etkenlerden biri olmuştur. İşletmeler arasındaki rekabetlerin hızlıca arttığı ortamda, teknolojik üstünlüğü sağlayabilen işletmeler, rekabet güçlerini yükseltmektedir. Sadece teknolojiyle sınırlı kalmayıp inovasyon ile birlikte anılmaktadırlar. Teknolojinin gelişmesiyle yenilikçi ürünler veya süreçlerin oluşmasına ön ayak olmaktadır. Teknolojinin ölçülmesi gerekli yetkinlik alanı olarak seçilebilmesinin nedeni; yüzyıllarca insanlık tarihinde şekil verici olması ve özellikle de sanayi devrimiyle insanlığı getirdiği konumudur. Teknoloji diye adlandırılan bilgilerin doğru kullanımı ürün-hizmet üretimlerini daha kaliteli ve hızlı sunulmalarını sağlamıştır. İşletmelerdeki teknoloji yönetimlerine verilen önemi ve bu alanda yapılan çalışmaların yoğunluğu, işletme değerlendirilmelerinde olmazsa olmazlardandır (Özel ve Öztemel, 2018: 424).

Rekabet duyguları, insanların doğası gereği sahip oldukları tutkuların eylemlere yansiyabilmesidir. İnsanların gelişimlerini tamamlayabilmeleri için, yetersiz ve kötü olanların elenmeleri, iyi ve tamam olanların ise sürdürülmeleri gerekmektedir. Rekabet olgusu eleyici ve seçici özellikleriyle toplum ve dünyanın mükemmele ulaşabilmesini düzenlemektedir. Yarışmacı özellikler sadece insana has bir nitelik olmamış, doğal hayatta da sürekli olarak gözlenmişlerdir (Fromm, 1985: 92).

Tam rekabet piyasaları, her türlü piyasa bilgilerine sahip olabilen, ekonomik kararları alan akılcı tüketicileri, sabit gelirleri farklı malların sunumu arasında kendine en çok faydayı sağlayanı üzerinde odaklayıp dengeye ulaşabilir. Aynı zamanda geliriyle ilgilendiği malları, fiyatı aynı kaldığı sürece mal demetini değiştiremeyecektir. Malların piyasadaki fiyatı doğal fiyatına yakın veya eşit olabilecek, fiyatlar marjinal maliyet seviyelerinde gerçekleşebilir (Buğra, 2001: 245). Rekabet, işlerin sürecini akıcılaştırabilen ve malların üretim, tasarım ve ambalaj kalitelerini yükseltebilen, dağıtım ve dağıtım sonrası hizmet kavramlarını fonksiyonelleştirip müşteri tatminlerini fazlaştırmayı pratik hale getirebilecekleri bir sürece çevrilmektedir (Kıray, 1999: 77).

4. İŞLETMELERDE TEKNOLOJİ KULLANIMININ ve REKABET GÜCÜ İLİŞKİSİ

Bu kısımda, inovasyon çalışmalarına teknolojinin etkisi, pazar payının artmasına teknolojinin etkisi, hizmet kalitesine teknolojinin etkisi, AR-GE faaliyetlerine müşteri memnuniyetine ve işletme kararlılığına teknolojinin etkisi, müşteri memnuniyetine ve işletme kararlılığına teknolojinin etkisi, işletme kararlılığına teknolojinin etkisi, işletmeler arası rekabet avantajı sağlamaya teknolojinin katkısı, izah edilecektir.

4.1. İnovasyon Çalışmalarına Teknolojinin Etkisi

İnovasyon Latince innovatus kelimesinden türetilip İngilizcede innovation olarak adlandırılmıştır. Türkçe sözlükte yenilik sözcüğünün karşılığı olarak kullanılan inovasyon, bu kavramı tam olarak karşılamamaktadır. İnovasyon yenilikle beraber yenilenme, gelişme ve geliştirme gibi anlamları da kapsamaktadır. İnovasyonun tanımı ilk olarak Joseph A. Schumpeter tarafından 1911'de yazılan ve 1934 yılında ilk İngilizce çevirilerinin yapıldığı kitabında yazmıştır. Schumpeter tarafından yapılmış olan çalışmada inovasyon sınıflandırmasında öncü kabul edilmiş 5 farklı tür bulunmaktadır. Bunlar (Schumpeter, 1947: 153);

1. Yeni ürün girişleri ya da mevcut ürün değişiklikleri,
2. Yeni üretimlerin yönteminin gelişmesi,
3. Yeni pazarları ortaya çıkarma,
4. Hammade ya da diğer girdiler için arz kaynakların gelişmeleri şeklinde sıralanabilir.

Endüstriyel organizasyonlardaki değişiklikler, inovasyon türleri birçok çalışmada farklılaştırılıp geliştirilerek yazılmıştır. Teknolojik gelişmeler ve inovasyona ilişkin sistematik çözümler eklektik, kuramsal temeli oluşturmaktadır. Özellikle de inovasyona dayalı büyümeleri teşvik edebilme konusunda hükümete düşen görevin tanımlanmasına yardımcı olabilmektedir (Rutten ve Boekema, 2007: 1836-1837);

1. Rekabetçi pazarların, firmaların ve kişilerin inovasyona yönelmesi, bilgi birikimlerinden fayda sağlayabilmeleri için gereklidir. Üretim fonksiyonlarını optimize edebilecek basit algoritma değildirler; onlar öğrenebilen organizasyonlardır. Etkinliklerinde çoğu zaman ülkeye özgü farklı nitelikler gösterebilen, öğretim, bilim, iş sektörleri arasındaki ilişkileri, uyumsuzlukların çözümleri, denetim mekanizmalarını, ortak yönetim yapılarını, iş ilişkilerini sayısız, altyapısal kurumsal ve kültürel şarta bağlamaktadır.

2. Bölgesel düzeylerde toplanmış olan ekonomiler, şebekeleşmelerin sağladığı ekonomiler, birbirleriyle ilişkili firmaların dinamik ölçek ekonomileri, özel ve kamu sektörlerinin AR-GE yatırımlarındaki artışların önemli kaynaklarıdır.

3. Pazar tökezlemelerini önleyebilecek önlemler; kamu tedarik politikalarına uygun düzenlemelerin yapılması, fikri mülkiyet haklarının korunmasına yönelik düzenlemeler, AR-GE'ye devlet yardım uygulamalarını kapsamaktadır. Bunlara ek olarak hükümetler, işletmelerin pazarlarda ve pazar dışı

organizasyonlarda bilgi etkileşimlerinin sağlanması için gerekli kurumsal yapıları geliştirme sorumluluğuna sahiptirler.

4.1.1. Pazar Payının Artmasına Teknolojinin Etkisi

Ülkeler arasındaki gelişmişlik ve rekabetin göstergesi, bilimin uygulamaya geçirilebilmesiyle ortaya çıkan teknolojik ürünler olmaktadır. İktisat politikasında yaşanan değişimin etkisiyle ülkeler arasındaki uluslararası ticaret artmıştır ve dünya ortak bir pazar olarak görülmektedir. Bu dönüşüm, küreselleşme olarak tanımlanmıştır. Bu dönemde üretimin faktörleri olan sermaye ve emeğe bağlı büyümeler yerini, yeni üretim faktörlerinden olan teknolojik ilerleme ve bilgiye bırakmıştır. Ülkeler, nitelsiz işgücü ve hammaddeye dayanan sanayileriyle sürdürülebilir kalkınmayı sağlayamamışlardır. Çağımızın ekonomileri artık bilgilere dayalı geliştirilebilen yenilikçi teknolojiyle ortaya çıkarılan endüstrilerle sürdürülebilir kalkınmayı sağlamaya çalışmaktadır. Teknoloji ve bilimin artan önemi, bu alanda ülkelerin politikalar üretebilmesi gerekliliğini ortaya çıkarmıştır. Teknoloji ve bilim politikaları, sosyal, ekonomik, siyasi yapıyı etkileyebilme özelliği olan ülkeler arasındaki rekabetin önemli unsurlarından biri haline gelmiştir (Çağan, Aydemir ve Gökdeniz, 2017: 708).

Pazar payı firmaları, buldukları pazarlarda öncü konumda olabilmesi için pazar payını arttırması gerekmektedir. Pazar payları sadece firmanın öncü olması noktasında değil, rekabet üstünlüğü sağlayabilmesinde de önemli bir etkidir. İçinde bulunduğu pazarda hedeflediği paya ulaşmış olan firmalar, aynı pazarda yer almış olan diğer firmalara karşı rekabet açısından daha avantajlı olmaktadır. Pazardan pay edinin, koruma ve geliştirme yönünde izleyecekleri strateji çok önemlidir. Son zamanlarda ekonomik olarak karşımıza çıkan gelişim ve değişimler, firmanın dış pazara açılma isteği, oradaki bilinmezliğin doğuracağı riskler vb. firmaları olumlu veya olumsuz olarak etkileyebilmektedir (Aktan ve Tunç, 1998: 120).

Teknoloji, pazar çekme ve itme modelinin karmasından oluşmaktadır. Fikir geliştirmeleri, prototip üretim, AR-GE, imalat, pazarlama ve satış ile yeni ihtiyaçların, yeni teknolojilerin pazarlanma aşamalarıyla gerçekleşmektedir. Bunun sonucunda uluslararası sermaye transferler büyümeleri, iletişim teknolojilerinin ivme kazanması, teknoloji kullanımının yaygınlaşması gelebilmektedir. Küreselleşmenin hız kazanmasıyla pazarlardaki işletmeler ve ürünler arasındaki pazar payı mücadeleleri artmaya başlamıştır. Küreselleşen pazarlara en yeni ve fonksiyonlu ürünü en düşük maliyetle sunabilmek önemli hale gelmiştir. İşletmenin fonksiyonel alanlardaki farklı uzmanlıklarından yararlanabilmek esastır. Yapılan işlemlere sağlanabilecek katkıları diğer bölümlerin ortak takım çalışmalarının nasıl bir bakış açısıyla yapılacağını değerlendirebilmek esas görevdir. Kimi yazarlara göre entegre model, eş zamanlı mühendislik olarak adlandırılmıştır (Cengiz ve Öztürk, 1995: 85).

4.1.2. Hizmet Kalitesine Teknolojinin Etkisi

İletişim ve bilgisayar teknolojisindeki gelişmeler kalite, zaman, maliyet ve hizmet konusunda işletmelerin faaliyetlerini sürekli etkileyip değiştirebilmektedir. Özellikle de bilişim teknolojisindeki gelişmeler, işletmenin yapısında köklü değişikliğe neden olmaktadır (Ceyhun ve Çağlayan, 1997: 12). Dolayısıyla işletmelerin yeni pazarlara girebilmesinde, ürün/hizmetlerini sunabilmesinde, süreçlerin verimliliğini artırabilmede, müşteri potansiyelini güçlendirmesinde ve müşteri bağlılığının sağlanabilmesinde yeni seçenekler ortaya koymaktadır (Papazoglou ve Tsalgatidou, 2000: 301). Bilişim teknolojileri, bilginin elde edilmesi, kullanılması ve saklanması aşamalarından başka birimlere ulaşımına kadar bu bilgilere her yerden ve herkesin kolaylıkla ulaşılabilmesini sağlayan teknoloji olarak tanımlanabilir (Sarıhan, 1999: 9).

İletişim ve bilgi teknolojisinin hızla gelişimi, yaygın olarak kullanılması ülkeleri bu teknolojiye en yüksek faydayı sağlayabilecek stratejileri geliştirip uygulamaya itmektedir. Teknolojik değişimin dinamikleri, devlet işleyişlerini ve hizmetlerin sunum biçimlerini de etkilemektedir. Hizmet kalitelerini iyileştirip kamu iç verimliliklerini arttırmaktadır. Dijital kamu hizmeti, işletme ve vatandaşların üzerindeki idari yükleri, kamu idareleriyle etkileşimini daha az masrafla hızlı ve şeffaf hale getirmektedir (Allahverdi, 2018: 79).

Kalite kavramı araştırıldığında, birden çok tanımla karşılaşılabılır. Kalite için genel olarak; standarda uygun olan söylem yeterli olabilmektedir. Rekabet koşulları, dünyadaki globalleşme neticesinde oluşan değişkenler, teknolojik gelişmelerle kişilerin ihtiyaçlarında ya da isteklerinde oluşan farklılıklar

sonucunda genel kalitenin tanımı yetersiz kalabilmektedir. Dolayısıyla kaliteyi tanımlarken; ‘alıcıların isteklerine ve arzularına uygun olma durumu’ denilebilir. Özellikle nihai tüketici için; ürün veya hizmet satın alınırken, fiyat-kalite uyumu sorgulanır, şeklinde ifade edilebilir. Uyumu sorgulayabilen tüketiciler ayrıştırılırsa; bir kısmının fiyat, bir kısmının kalite, diğer bir kısmının ise ikisini bir arada tercih ettiği görülebilir. Fiyat baz alınarak ürün ya da hizmet satın alan tüketici için kalite bir bakıma önemini yitirebilmektedir. Fiyatı ve kaliteyi eşit olarak önemseyen tüketici için bir değerlendirme yapılırsa, ürün ya da hizmet kalitesi önem kazanabilir. Bir diğeri fiyattan bağımsız olarak sadece kalite odaklı nihai tüketici söz konusu olursa, kalite firmaların öncelik sıralamalarında yukarılarda yer almalıdır. Fiyat esnekliğini sağlayamayan tüketiciler için kalitenin birinci sırada yer alması gerekir fakat bu durumda firmaların kalitelerinden ödün vermesi neticesinde, rekabet gücü bakımından oldukça olumsuz etkilenebilmektedirler (Bumin, vd., 2013: 107).

4.1.3. AR-GE Faaliyetlerine Müşteri Memnuniyetine ve İşletme Kararlılığına Teknolojinin Etkisi

Teknoloji, genel olarak işletmelerdeki ARGE’yi kapsayan faaliyetler için düşünülmüş ve bu kapsamda da değerlendirmeye alınmıştır. Teknolojinin ölçülmesi geniş bir alanı kapsadığından her zaman zordur. Sayısal verilerin olmaması ve mevcut niteliksel verilerin nasıl değerlendirileceği apayrı bir zorluğun ortaya çıkmasına neden olmaktadır. İşletmeler bir amaç için ölçülmek istenildiğinde daha çok nansal yönleriyle ele alınarak nansal verilerin kullanılmasıyla sonuçlar üretilmiştir. Nansal olarak işletmelerin ölçülebilmesi sürekli başarılı sonuçlar verememektedir. İşletmelerin farklı yönleriyle değerlendirilmesi ve ölçeklendirilmesi gerekmektedir. Teknolojinin, günlük hayattaki gibi işletmeler içerisinde de önemi zaman geçtikçe artmaktadır. Teknolojinin işletme içerisinde ne şekilde ölçüleceği büyük bir sorun oluşturmaktadır (Tschirky, 2003: 19).

4.1.4. Müşteri Memnuniyetine ve İşletme Kararlılığına Teknolojinin Etkisi

Küresel rekabet ortamları; işletmelerin ürettiği ürünleri kaliteli, ekonomik üretebilmeye, müşterilerinin istedikleri yer, mekan ve zamanlarda ürünleri teslim edebilmeye zorlamaktadır. İşletmeler üretim faaliyetlerini gerçekleştirirken ve bu mal ve hizmetleri pazarlarken lojistik birimleri kullanmaktadırlar. Bu nedenle bu birimlere önem vermek durumundadırlar. Lojistik alanındaki faaliyetler, işletmelerdeki rekabet güçlerini doğrudan etkileyebilmektedir. Lojistik faaliyetlerinin başarısı, işletme performanslarına katkı sağlayabilecek bütün teknolojileri yapılandırma ve müşterilerin memnuniyetini sağlayabilecek çözümleri üretebilmelerine bağlı olmaktadır. İşletmelerde kullanılan bilişim teknolojileri sayesinde lojistik faaliyetleri de önemli ölçüde etkin yapılabilmektedir. Bilgisayar teknolojilerinde kullanılan iletişim sistemleriyle bütünleştirilebilmesi, küresel rekabet ortamlarında işletme içinde ve işletmeler arası iletişimde devrim niteliğinde değişikliğe neden olmuştur. İşletmelerin çoğu doğrudan bilgisayarın kullanımı yerine, bilgisayarların birbirine çeşitli şekilde bağlanmasıyla meydana gelen ağlardan yararlanmışlardır. Bilişim sistemlerini kullanan işletmeler, fonksiyonel birim ve yöneticilerin coğrafi olarak nerelerde konumlandıkları önemli olmadan ağlar aracılığı ile birbirlerine bağlı proje ekibinde görev almaktadır (Tekin, Zerenler, Bilge, Yıldız ve Özilhan, 2005: 385).

4.1.5. İşletme Kararlılığına Teknolojinin Etkisi

İşletmeler üretkenlikleri, karlılıkları arttırabilmek için teknoloji yönetimlerinin ve teknolojik yetkinliklerin geliştirilmesine muhakkak yol haritalarında yer vermeleri gerekmektedir. Bu amaçla teknolojik yetkinliklerin geliştirilebilmesi için önerdikleri üç aşamalı teknoloji yönetim sürecinin kullanılması yer almaktadır. Bu süreç şöyle sıralanabilir; teknolojik denetimler, teknoloji plan geliştirmeleri ve bu planın uygulanabilmesi şeklinde olmaktadır. Yetkinlik değerlendirmeleri olarak değerlendirildiğinde ise teknolojik denetim süreci aşağıdaki gibi sıralanmaktadır. (Özel ve Öztemel, 2018: 412);

1. Öz Yetkinlik Analizleri
2. Çevresel Analizler
3. Teknolojik SWOT Analizleri
4. Acil Teknolojik Analizler

5. Değerlendirme Gelişimleri Sonucu
6. Gözden geçirilen Amaçlar
7. Alternatif Öneriler
8. Genel Analizler

9. Değerlendirme Yönlü Öneriler; bu değerlendirme sürecinde asıl önemli olan konu yönetim olmaktadır. Sürecin iyi bir şekilde yönetilmesi ve yönlendirilmesi başarının da anahtar rolünü oluşturmaktadır. Üretime katkılar ve olumlu sonuçlar yaratmaktadır.

4.1.6. İşletmeler Arası Rekabet Avantajı Sağlamaya Teknolojinin Katkısı

İşletmenin başarılı olabilmesi için küresel rekabet stratejisini etkin bir şekilde kullanabilmesinin yanında, sürekli olarak yenilikler ve gelişmelerin olabilmesi gerekmektedir. Standartlaşma, hız, ortaklaşa rekabet gibi yeni kavram ve yaklaşımların sonucunda, işletmelerin küresel rekabet ortamlarında başarılı olabilmeleri zorlaşmaktadır. İşletmelerin pazar paylarını, karlarını arttırabilmek ve devamlılığını sürdürebilmeleri için hızlı değişimlere ayak uydurabilmeleri gerekmektedir. Uluslararası rekabet ile ulusal rekabet arasında farklar bulunmaktadır. Özellikle de uluslararası rekabet stratejilerinin geliştirilebilmesinde söz konusu farkların da altı çizilmektedir. Bu farklar şu şekilde sıralanabilir (Bulut, 2004: 1);

1. Ülkelerin aralarındaki faktör maliyet farklılıkları,
2. Yabancı pazarlarda farklılık gösterebilen koşullar,
3. Yabancı devletlerdeki farklı roller,
4. Hedeflerin, kaynakların ve yabancı rakiplerin gözlenmesiyle ilgili yetenek farklılıklarıdır.

Rekabet üstünlüğü işletmelere pek çok alanda katkı sağlamaktadır. Bu alanlar şu şekilde sıralanabilir (Bulut, 2004: 5);

1. Karlılığın artması,
2. Gelir tabanlarının (Pazar paylarının) genişlemesi,

3. İşlerin uzun vadelerde gelişmelerinin ve devamlılıklarının sağlanabilmesi. Özellikle küresel ekonomide rekabet üstünlükleri, taklit edilemeyecek unsurlara bağlıdır. Bu unsurlar taklit edilemeyecek düzeydeki teknolojik yenilikler olabileceği gibi, işletmelere avantajlar sağlayabilecek farklı ilişkiler de olabilir. Örneğin, tüketiciler, tedarikçiler veya perakendeciler ile kurulacak taklit edilemeyen ilişkiler o işletmenin rekabet üstünlüğü elde etmesini sağlayabilir.

Rekabet avantajı iki şekilde oluşmaktadır; birincisi işletmenin rakipleri arasında müşterilere sunduğu faydayı daha düşük maliyetlerle sunduğunda maliyet avantajı oluşur. İkincisi ise rekabet ettiği ürünün sahip olmadığı faydaları sunabildiğinde ise farklılık avantajı oluşmaktadır. Rekabet avantajı yaklaşımlarında diğer bir boyut ise kaynak temelli bakışlardır. İşletmeler, rekabet avantajlarını oluşturabilmek amacıyla kaynaklarından ve işletmenin kabiliyetlerden faydalanabilmektedir (Bulu, Eraslan ve Şahin, 2004).

İş dünyasında yaşanabilen büyük değişimler, belirsizlik oluşturarak işletmeler için engel teşkil edebilmektedir. Engelleri aşabilmek ve örgütsel amaçları verimli ve etkin olarak ulaştırmak için işletmeler, teknolojilerden yararlanmaktadır. Teknoloji, işletmeler için özellikle de rekabetin neden olduğu problemlerle baş edebilmeleri amacıyla önemli bir araç haline gelmiştir. Teknolojide yaşanan benchmarking (benzetme) yönlü rekabet, teknolojinin hızlı bir şekilde yenilenmesini zorunlu hale getirmektedir. Rekabet avantajıyla vazgeçilmez sayılabilen teknoloji, işletmeler içerisinde bir değişimin yaşanmasını da gerekli kılmaktadır (Demir ve Okan, 2011: 59).

5. SONUÇ

Bilişim teknolojileri; yeni ürün geliştirme, yönetimde esnekliğe, uluslararası rekabete gibi işletmelerde yeni yapılanmalara ve çalışmalara olanak sağlamaktadır. Bilişim teknolojileri, işletme faaliyetlerinde stratejik başarı sağlamaları için oldukça önemli bir yapıya sahiptir.

Teknolojilerin, işletme yönetim faaliyetlerinde gerçekleşen değişimlerinde önemli etkileri olabilmektedir. Özellikle de bilişim teknolojisi, yönetimdeki bürokratik işlem azalmasında, işletme iç/dış iletişimlerinin artmasında, çalışan denetimi gibi alanlara önemli katkılar sağlayabilmektedir. Bilişim teknoloji kullanımlarının işletme faaliyetleri kadar, işletme yapılarını da önemli ölçüde etkileyebildiği görülmektedir. Küresel rekabetin gerçekleştiği ortamda faaliyet gösteren işletme başarıları, çevrelerinde meydana gelen değişimleri zamanında algılayabilen ve bunu işletme içine uyarlayabilen işletmelerdir. Dolayısıyla bu değişimin gerçekleşmesinde önemli paya sahip olan bilişim teknolojilerini etkin şekilde kullanabilmeleri önemlidir (Elibol, 2005: 161).

Teknolojik değişim, rekabet kurallarının değişmesinde en önemli ve en güçlü faktörlerin başında gelmektedir. Rekabet ile teknolojik değişimin arasındaki ilişki genellikle yanlış bilinmektedir. Teknolojik değişimin tek başına önemsenmesi, ileri teknoloji sektörlerinde rekabetin ciddiye alınmasına, ileri teknoloji alanlarında faaliyet gösteremeyen sanayilerdeki rekabetin ise küçümsenmesine neden olmaktadır. Teknolojik yenilgilere bağlı olarak başarıyı yakalayan dış ticaret, birçok işletmelerin ihtiyaç olmasa dahi teknolojik yatırım yapmalarına neden olmaktadır. Tek başına teknolojik değişimin hiçbir önemi bulunmamaktadır. Teknolojik değişim, sanayi yapısına ve rekabetçi üstünlüğüne etki edecekse önemli görülmektedir. Teknolojik değişimlerin tümü stratejik bakımından faydalı görülmemektedir. İşletmenin sanayi yapısında ve rekabetçi görünümünde olumsuz birtakım etkiler bulunabilmektedir.

Üretimde kullanılan metotlar olarak bilinen teknoloji, yarar sağlayan ürünleri üretmeye ve bu ürünlerin tasarlanmasında kullanılan bilgilerin bir araya getirildiği bir sistemdir. Teknoloji, yeni mallar veya hizmet üretilmesini, var olan malların daha kaliteli ve ucuz olarak üretilmelerini sağlayan üretim süreci, bilgisi hatta tekniği olarak da tanımlanabilir. Üretim araçlarının kullanılarak bireyin çevresinin değiştirmesi için geliştirilen metotlar da teknolojiyi ortaya koymaktadır. İşletmelerde, üretim araçlarını en uygun şekilde kullanarak yapılan fiziki üretim aşamaları ve bunların olmasında katkı sunan birtakım düzenlemelerdir. Araştırmalar ve geliştirmelerle beraber bulunan yöntemlerin üretimde kullanılması ile geliştirilmiş birer metot, bilgi ve süreç de teknoloji kavramını açıklamaktadır (Çiftçi, 2004: 60).

Rekabet kavramlarına yaklaşımlar kendini özellikle rekabet hukuk uygulamalarında daha çok hissettirmektedir. Rekabet hukuk uygulayıcılarının referans aldığı iktisadi okulların görüşü doğrultusunda davaları değerlendirdiğinden, benzer davalarda da farklı kararların verilebildiği görülmektedir (Esen, 2010: 24). Rekabet üstünlüğü, işletmelerin müşterileri için özel değerleri ve kendileri için de maksimum kâr elde etmelerini sağlayabilmektedir. Farklılık ve maliyet avantajı, işletmelerin farklılık ya da maliyet açısından piyasadaki pozisyonunu bir lider gibi hissettirmesi onun bu konuda avantajlı olduğunu göstermektedir.

Rekabet ve rakip kavramının her işletmeyi ve her sektörü kapsayacak kadar büyüdüğü bir alanda etkinliğini azar azar kaybettiği görülmektedir. İş ortamlarında rekabet, her sektörden ve her coğrafyadan gelebilmektedir. Rekabetin sürdürülebilirliği ve kalıcılığı yalnızca rakip, sektör veya piyasa yapısı gibi dış değişkenlere bağlı değildir. Rekabet stratejilerini oluşturma, işletmelerin soyut, duygusal, kültürel ve düşünsel birikimlerinin yanı sıra temel yetenek ve becerilerine de bağlıdır.

Rekabetçi üstünlüğünü daha ileri taşıyabilmenin, işletmelerin rakiplerinden farklı bir boyutta olduğu düşünüldüğünde, rekabet stratejilerinin, farklılığının ve dinamikliğinin ne kadar çok önemli olduğu görülmektedir. İşletme stratejileri ise, işletmelerin üründe, pazarda, müşteri bekleme anında oluşan değişiklikler de ve bu değişiklikler anındaki riskleri ve fırsatları algılamalarının sağlanmasıdır. İşletmeler ayrıca yeni oluşumları değerlendirip, rakiplerin stratejileri ile kıyaslayıp işletme fonksiyonlarını ve kendi yönetim anlayışlarının devamlı yenilenmelerini sağlayan bir strateji olmaktadır.

ÖNERİLER;

❖ İşletmeler gün geçtikçe bilişim teknolojilerine daha çok yatırım yapmaktadırlar. Bilişim teknolojilerinin başarılı şekilde uygulanabilmesi ve performans artışını sağlayabilmesi için işletmelerin, söz konusu teknolojiler ile işletme kaynaklarını bir arada kullanmaları önemli faydalar sağlayabilir.

- ❖ Küreselleşmenin yoğun şekilde yaşandığı dünyada işletmeler başarılı olabilmek ve ayakta kalabilmek için; bilişim teknolojilerini işletmelerin bütün faaliyetlerinde aktif şekilde kullanarak yeni açılımlar yaratmalıdır.
- ❖ Modern işletmeler rekabet arenasında rekabet gücü elde edebilmek için bilişim teknolojilerinden gerekli şekilde faydalanmalıdır.
- ❖ Rekabet arenasında sürekliliklerini sağlayamayan işletmelerin en önemli olan başarısızlık nedenlerinden birinin ortaya çıkan teknolojik yenilikleri etkin bir şekilde kullanamamalarından kaynaklandığı unutulmamalıdır.
- ❖ İşletmeler, faaliyetlerinin değiştirilmesi ve iyileştirilmesi aşamasından bilişim teknolojilerini kullanmalıdır.
- ❖ Tanıtım faaliyetleri dışında işletmeler, maliyet avantajı büyük olan internetten de tanıtım etkinlikleri dışında faydalanmanın yeni yollarını da aramalıdır.
- ❖ İşletmeler, kaliteli eleman istihdam etmeli ve mevcut çalışanların da yeni teknolojileri kullanmayla ilgili eğitimler almaları sağlanmalıdır.
- ❖ Bilişim teknolojilerinin stratejik birer araç şeklinde kullanılması için; söz konusu teknolojilerden en üst düzeyde faydalanılmasına imkan verecek teknolojik ve örgütsel değişiklikler sağlanmalıdır.
- ❖ Bilişim teknolojilerinin işletmelere yeni avantajlar sağlayabilmesi için; işletmelerin ihtiyacı olan bilgilerin toplanabilmesi, işlenebilmesi, depolanması, bir yerden diğer bir yere aktarılabilmesi sağlanmalıdır.
- ❖ Yeni pazarlara girme, hizmetlerini ve ürünlerini sunma, verimliliklerini sağlama, müşteri sadakatinin sağlanması için bilişim teknolojileri takip edilmelidir.

KAYNAKÇA

- AKIN, H. B. (1999). Rekabetçi Üstünlük ve Teknoloji: Küresel Bir Yaklaşım. *Milli Produktivite Merkezi Verimlilik Dergisi*, (4), 57-80.
- AKTAN, C. C. ve TUNÇ, M. (1998). Bilgi Toplumu ve Eğitim. *Yeni Türkiye Dergisi*, 21. Yüzyıl Özel Sayısı, 4(19), 118-133.
- ALLAHVERDİ, M. (2018). Bilişim Teknolojilerinin Devlet Hizmetlerine Etkisi: Azerbaycan Örneği. *Electronic Journal of Social Sciences*, 17(65), 79-89.
- ATAMAN, G. (2002). *İşletme Yönetimi Temel Kavramlar Yeni Yaklaşımlar*. İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- BABACAN, M. (2012). (Editör), *İlkeler ve İşlevlerle İşletme*. Ankara: Umun Yayıncılık.
- BAYRAÇ, H. N. (2003). Yeni Ekonominin Toplumsal, Ekonomik ve Teknolojik Boyutları. *Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(1), 41- 62.
- BENCZUR, M.; PETRANYL, G. G.; PÁLFFY, G.; VARGA, M.; TALAS, M.; KOTSY, B. and HOLLAN, S. R. (1980). Dysfunction of Natural Killer Cells in Multiple Sclerosis: a Possible Pathogenetic Factor. *Clinical and Experimental Immunology*, 39(3), 657-662.
- BUĞRA, A. (2001). *İktisatçılar ve İnsanlar*. 3. Baskı, İstanbul: İletişim Yayınları.
- BULU, M.; ERASLAN, I. H. ve ŞAHİN, Ö. (2004). Elmas (Diamond) Modeli İle Ankara Bilişim Kümelenmesi Rekabet Analizi. *3.Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi*, 25 - 26 Kasım, Eskişehir.
- BULUT, Z. A. (2004). Küresel Rekabet. *Mevzuat Dergisi*, 7(75),1-12.
- BUMİN, B.; GÖKSEL, A.; DEVRANİ KORKMAZ, T. ve IŞIN, F. B. (2003). *Çağdaş İşletme Teknikleri*. Gazi.

- CAN, A. V. ve KIYMAZ, M. (2016). Bilişim Teknolojilerinin Perakende Mağazacılık Sektörüne Yansımaları: Muhasebe Departmanlarında Endüstri 4.0 Etkisi. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (CİEP Özel Sayısı), 107-117.
- CENGİZ, Y. B. ve ÖZTÜRK, Y. Y. (1995). *Dizayn Kalitesinin Oluşturulmasında Eşzamanlı Mühendislik Yaklaşımı*, IV. Ulusal Kalite Kongresi, Toplam Kalite Yönetimi ve Eğitimde Kalite, 8-9 Kasım, İstanbul, 85.
- CEYHUN, Y. ve ÇAĞLAYAN, M. U. (1997). *Bilgi Teknolojisi Türkiye İçin Nasıl Bir Gelecek Hazırlamakta*. İstanbul: Türkiye İş Bankası Yayınları.
- ÇAĞAN, S.; AYDEMİR, V. ve GÖKDENİZ, K. (2017). Türkiye'de 1980 Sonrası Dönemde Uygulanan Bilim ve Teknoloji Politika Belgelerinin Etkinliği Üzerine Bir İnceleme. *Journal of International Social Research*, 10(53), 708- 717.
- ÇİFTÇİ, H. (2004). Türkiye'nin Bilim ve Teknoloji Stratejisi. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13(1), 57-73.
- DEMİR, H. ve OKAN, T. (2011). Teknoloji, Örgüt Yapısı ve Performans Arasındaki İlişkiler Üzerine Bir Araştırma. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 10(1), 57-72.
- ELİBOL, H. (2005). Bilişim Teknolojileri Kullanımının İşletmelerin Organizasyon Yapıları Üzerindeki Etkileri. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13, 155-162.
- ERGİL, D. (1978). Yabancılaşma Kuramına İlk Katkılar. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 33(3-4),93-108.
- ESEN, Ş. (2010). Rekabet Kavramına İktisat Okulları Açısından Yaklaşım. *Bartın Üniversitesi İİBF Dergisi*, 1(1), 17-26.
- ESPINO-RODRIGUEZ, T. ve PARDON-ROBAINA, V. (2006). A Review of Outsourcing From the Resource Based View of the Firm. *International Journal of Management Reviews*, 8(1), 49-70.
- FROMM, E. (1985). *Sevme Sanatı*. (Çeviren: Işıtan Gündüz). İstanbul: Say Yayınları.
- GOLDSTEIN, I.; LUE, T. F.; PADMA-NATHAN, H.; ROSEN, R. C.; STEERS, W. D. and WICKER, P. A. (1998). Oral Sildenafil in the Treatment of Erectile Dysfunction. *New England Journal of Medicine*, 338(20), 1397-1404.
- İŞMAN, İ. (2001). Teknolojinin Felsefi Temelleri. *Sakarya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, (1), 1-19.
- KIRAY, M. B. (1999). *Toplumsal Yapı Toplumsal Değişme*. İstanbul: Bağlam Yayınları, 77-88.
- KIRIM, A. (1990). *Türkiye İmalat Sanayinde Teknolojik Değişim*. Ankara: TOBB Yayın No: 145.
- LIPSEY, G.; RICHARD, O.; STEINER, P. and PURVIS, D. D. (1989). *Economics*, 8th Edition, New York: Cherry Creek Books.
- ÖZEL, S. ve ÖZTEMEL, E. (2018). İşletmelerde Teknoloji Yönetimi ve Yetkinlik Bazlı Değerlendirme. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 16(31), 409-425.
- PAPAZOĞLOU M. and TSALGATIDOU A. (2000). Business-to-Business Electronic Commerce Issues and Solutions. *Decision Support Systems*, 29(4), 301-304.
- PORTER, M. E. (1985). *Competitive Advantage Creating & Sustaining Superior Performance*, The Free Press, New York.
- REINERT, E. S. (1994). Competitiveness and its Predecessors-a 500-Year Crossnational Perspective. STEP Report, STEP Group.
- RUTTEN, P. and BOEKEMA, F. (2007). Regional Social Capital: Embeddedness, Innovation Networks and Regional Economic Development. *Technological Forecasting and Social Change*, (74), 1834-1846.
- SARIHAN, H. (1999). *Teknoloji Yönetimi*. İstanbul: Desnet Yayınları.

- SCHUMPETER, J. A. (1947). The Creative Response in Economic History. *The Journal Of Economic History*, 7(2), 149-159.
- TEKİN, M.; ZERENLER, M.; BİLGE, A.; YILDIZ, M. ve ÖZİLHAN, D. (2005). Bilişim Teknolojileri Kullanımının İşletme Performansına Etkileri: Lojistik Sektöründe Bir Uygulama. V. *Ulusal Üretim Araştırmaları Sempozyumu, İstanbul Ticaret Üniversitesi*, 25-27 Kasım 2005, 4(8), 385-391.
- TSCHIRKY, H. (2003). *Bringing Technology and Innovation into The Boardroom. European Institute for Technology and Innovation Management*. Great Britain: Palgrave MacMillan, 19-46.