

PORTER'IN REKABETÇİ AVANTAJLAR YAKLAŞIMI VE İKTİSAT KURAMI

Aykut Kibritçioğlu

Yar. Doç. Dr.

Ankara Üniversitesi

Siyasal Bilgiler Fakültesi

İktisat Bölümü

TR-06590 Cebeci, Ankara

Tel.: (0312) 319 77 20'den 340

Faks: (0312) 319 77 36

E-posta: kibritci@dialup.ankara.edu.tr

URL: <http://dialup.ankara.edu.tr/~kibritci/>

Özet

Michael E. Porter'ın uzun yıllar süren ampirik ve kuramsal çalışmalarıyla aşama aşama geliştirdiği *rekabetçi avantajlar* (competitive advantages) yaklaşımının en önemli yanı, bir (çokuluslu) firmanın uluslararası başarı elde edebilmesi için gerekli koşulları ele alırken olabildiğince geniş bir perspektiften konuya bakıyor olmasıdır. Böylelikle, firma ve sektör düzeyindeki uluslararası rekabet gücünün tanımı ve analizi daha rahat ve daha eksiksiz bir çerçeve içinde yapılabilir hale gelmiş olmaktadır. Bu çalışmada, Porter'ın özellikle *The Competitive Advantage of Nations* (1990) adlı kitabında aktardığı yaklaşım, bir iktisatçı gözüyle şematik olarak özetlenmektedir. Porter'ın yaklaşımının daha iyi anlaşılabilmesi için, öncelikle, *uluslararası rekabet gücü* (international competitiveness) ve bu kavramla yakından ilişkili *karşılaştırmalı avantaj* (comparative advantage), *rekabetçi avantaj* (competitive advantage), *kapsam ekonomileri* (economies of scope), *esnek üretim sistemleri* ve *teknolojik geli'ne* kavramlarının tanımları ve birbirleriyle ilişkileri üzerinde durulmaktadır.

Anahtar Sözcükler: Uluslararası rekabet gücü (international competitiveness), rekabetçi avantaj (competitive advantage), teknoloji, Michael E. Porter

JEL Sınıflandırması: F10, F23, L10

Tarih: 25 Ocak 1998

Internet Versiyonu: http://dialup.ankara.edu.tr/~kibritci/wp5_porter.html

PORTER'IN REKABETÇİ AVANTAJLAR YAKLAŞIMI VE İKTİSAT KURAMI

“The literature dealing with factors affecting international competitiveness has originated from both *economics* and *business* disciplines, but with different orientations. The absence of analytical work that links the *management* of technological and organizational innovation with *competition* reflects the different approaches by students of competition and students of management. The former primarily focus on *markets*, using the tools of economics and relatively simple notions of what goes on inside the firms. The latter concentrate on the *events inside the firm*, making simplifying assumptions about markets. Effective executive decision making and action depend on the competitive environment as well as on what happens inside the firm.” (Alavi, 1990: 4)

Önce Temel Kavramlar

Uluslararası rekabet gücü (international competitiveness) ve bu kavramla yakından ilişkili *karşılaştırmalı avantaj* (comparative advantage), *rekabetçi avantaj* (competitive advantage), *kapsam ekonomileri* (economies of scope), *esnek üretim sistemleri* ve *teknolojik geli^ome* kavramlarının özellikle iktisatçılar ve işletmeciler tarafından çok sık kullanılmakta olduğu görülmektedir. İktisatçılar, uluslararası rekabet gücü (URG) kavramını genellikle *ülke* ve bazen de *sektör* düzeyinde ele alırken; işletmeciler, konuları gereği, firma veya sektör düzeyinde inceleme yapmayı tercih etmektedirler.

Ülke düzeyinde URG'yi ölçmeye çalışan iktisatçıların, ya ilgili ülkenin reel döviz kurlarını ölçmeye ya da *World Economic Forum* ve *Institute of Management Development* gibi bazı uluslararası kuruluşların hazırladıkları yıllık uluslararası rekabet raporlarında olduğu gibi çeşitli ülkeler için kapsamlı birer veri setine dayalı olarak rekabet gücü endeksleri hesaplamaya çalıştıkları görülmektedir. Oysa gerçekte, mal ve hizmet piyasalarında birbirleriyle rekabet edenler, tek tek ülke veya uluslar değil *firmalardır*. Bu nedenle de, kimi iktisatçılara göre, haklı olarak, URG'nin ülke düzeyinde araştırılması hemen hemen tümüyle anlamsızdır. Gerçi ülkeler ve hükümetler açısından o ülkenin firma ve sektörlerinin URG'si; üretimde uzmanlaşma, istihdam ve dış ticaret dengesinin sağlanması gibi açılardan çok

önemlidir. Ancak, URG sorunu yalnızca firmalar ve sektörler açısından *ya°amsal* bir sorundur, ülkeler açısından değil. Başka bir deyişle, URG kavramı, en azından David Ricardo'dan beri bildiğimiz *karşılaştırmalı avantajlar* (comparative advantages) kavramından kesinlikle tamamen farklı bir kavramdır. Çünkü karşılaştırmalı avantajlar yaklaşımına göre, bir ülke bütün mallarda veya sektörlerde yabancı rakipleri karşısında mutlak maliyet dezavantajına sahip olsa bile, mutlaka bunların bazılarında *görelî* maliyet avantajına sahip olacak ve böyle ihracat yapabilecek bazı mal veya sektörleri mevcut olacaktır. Oysa uluslararası rekabet gücü bulunmayan firma veya sektörler, uzun vadede er ya da geç dünya piyasasından silineceklerdir.

Zaten ülkelerin veya hükümetlerin birbirleriyle rekabet halinde oldukları konu da ürünlerin *fiyat* veya *kalitesi* değildir. Hükümetler birbirleriyle mal, hizmet ve sermaye ticareti bakımından giderek daha fazla bütünselleşen bir dünya ekonomisi içinde, ülkelerini yabancı yatırımcılar (çokuluslu şirketler) için daha çekici hale getirmeye çalışarak rekabet etmektedirler. Bu tür bir rekabette hükümetlerin iktisat politikaları; *ucuz ş°çilik* gibi *geçici* rekabet avantajı sağlayan etkenlerin değil de, örneğin sağlam ve yaygın bir iletişim ve ulaşım ağı (altyapısı) oluşturmak düşüncesi üzerine oturtulmalıdır. Kısacası, ülkeler ve hükümetler açısından söz konusu olabilecek olan, yalnızca bir tür *kuruluş yeri rekabeti*dir. Bu nedenle de, yukarıda sözü edilen kuruluşların yayınladıkları raporlar sadece bu anlamdaki bir URG'nin analizi olarak değerlendirilmelidir.

Yerli bir firmanın bir dışsatım piyasasında veya yurtiçi piyasada *uluslararası rekabet gücüne* sahip olması demek, rakip yerli ve yabancı firmalara kıyasla (1) ürün *fiyatı* ve / veya (2) ürün kalitesi, teslimde dakiklik ve satış sonrası servis gibi *fiyat-dışı* unsurlar açısından şu anda ve gelecekte aynı durumda veya onlardan daha üstün olması demektir (Kibritçioğlu, 1994: 38-40). Bir yerli sektörün, yerli bir firmanınkinden farklı olarak, iç veya dış piyasada yerli bir rakibi olamayacağından, bu tanımın, küçük bir sadeleştirme ile bir sektör için de geçerli olacağı açıktır. URG'nin bu biçimde tanımlanması, rekabetin unsurlarına bakılarak iki tür URG'nin bulunduğunu da göstermektedir: *Fiyat ya da maliyet rekabeti* ve *fiyat-dışı rekabet*.

Özellikle *kalite*¹ ile ilişkilendirilen fiyat-dışı rekabet kavramı, URG'yi son zamanlarda (özellikle işletme literatüründe) bir hayli “moda” olan ama iktisatçıların hâlâ nisbeten soğuk baktığı *esnek üretim sistemleri* yaklaşımı ile ilişkilendirebilmemizi de kolaylaştırmaktadır.

1980’lerde, dünya pazarına eski, esnekliği olmayan üretim sistemi ile, yani Taylorist iş örgütlenmesinin geçerli olduğu Fordist *kitle üretim teknolojisi* ile üretim yapmak giderek zorlaşmış, üretimde mikroelektronik teknolojisinin uygulanmaya konulması ile birlikte yepyeni, *esnek üretim sistemleri* ortaya çıkmaya başlamıştır. Bu Post-Fordist üretim sistemlerinde, bundan böyle (1) üretim faktörlerinin tam istihdamına yönelik olarak *kapasite kullanım oranını* alabildiğine arttırmaya gerek kalmamakta, (2) böylece işçiler üzerindeki baskı hafiflediğinden *verimlilikleri* artmakta ve üretim süreciyle ilgili iyileştirmeler hakkında onlar da “kafa yoracak” *vakit* bulabilmekte, (3) üretim miktarı yüksek olduğu ölçüde birim maliyetlerin düşük olması anlamındaki *ölçek ekonomilerinin* (economies of scale) önemini geri plana atacak biçimde *küçük ölçekli* işletmeler de uluslararası rekabette başarılı olmakta, (4) aynı veya benzer girdilerin kullanılacağı *birden fazla ürün modeli*, firmanın pazarlama bölümünden tüketici tercihleriyle ilgili olarak gelen talep tahminleri doğrultusunda, fabrika içindeki çok küçük değişikliklerle (teknolojinin esnekliği) ve çok *az zaman kaybıyla* üretilebilmekte, (5) verimlilikleri artan işçilere daha yüksek *ücretler* ödenebilmekte ve (6) bütün bunlar olurken, hammadde, aramaları ve nihai ürünler için *stoklama* gereksinimi de azalacağından, maliyet tasarrufları sağlanmaktadır.

Oysa geleneksel (yani esnek olmayan) üretim teknolojileri, üretim maliyetlerini düşürme çabaları ile ürün kalitesini artırma girişimleri arasındaki trade-off’un kırılmasını sağlayamıyordu. Dahası, esnek üretim sistemleri; ölçek ekonomilerini değil *kapsam veya çeşit ekonomilerini* (economies of scope) ön plana çıkarttığı için, günümüzde pek çok firmanın neden hem diğer firmaların ürünlerine kıyasla hem de firma içinde ürün farklılaştırmasına

¹ Ürün kalitesi kavramının farklı boyutları, değişik tanımları ve kalitenin ölçümü ile ilgili sorunlar hakkında özellikle Garvin (1984) ve Payson (1994)’e bakılabilir.

gittiğini, gidebildiğini ve rakip firmalarla fiyattan çok kalite rekabetine girdiğini anlamamızı da kolaylaştırmaktadır. Çünkü iktisatçılar tarafından çok fazla araştırıldığını hâlâ söyleyemeyeceğimiz kapsam ekonomileri, örneğin bir tesiste iki ayrı ürünün veya bir ürünün birden fazla modelinin, üretim teknolojisinin esnek olması sayesinde benzer girdilerin kullanımıyla, farklı tesislerde ayrı ayrı yapılacak olan üretimlerdekinden daha düşük birim maliyetlerle üretilmesini olanaklı kılmaktadır.

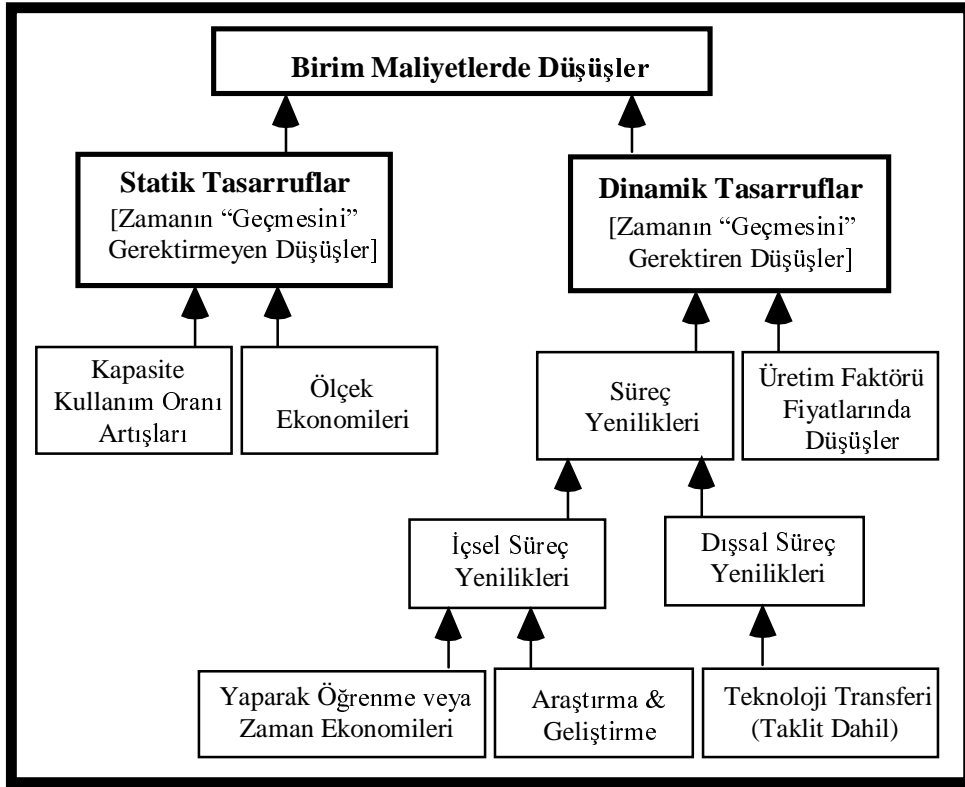
Özetle, geleneksel üretim teknolojilerinde maliyet ve kalite arasında varolan *aynı yönlü* orantı, firmalarca modern üretim sistemlerinin uygulamaya koyulmasıyla, artık kırılmış olmaktadır. Yani, esnek teknolojiler, bir yanda üretim maliyetlerinin düşürülmesine izin verirken, diğer yanda da kalitenin arttırılabilmesini olanaklı kılmaktadır.

Buraya kadar yapılan tanımlar ve kullanılan kavramlar, aslında teknoloji ve teknolojik gelişme kavramlarının nasıl tanımlanabileceğini ve dahası, artık açıkça tanımlama zorunluluğunu da ortaya çıkartmış oluyor. *Teknoloji düzeyi*; en geniş anlamıyla üretim süreci, ürünün kendisi, üretim ve yönetim organizasyonu, pazarlama ve satış sonrası servis ile ilgili bilgi ve deneyimlerin toplamı veya “stoku” olarak tanımlanabilir. Bu stoktaki artışın yani *teknolojik geli^omenin* (technological development) ekonomik bakımdan bir anlam ifade edebilmesi için, kâr veya zarar etmeyi göze alacak biçimde bir firmada *yenilik* (innovation) olarak uygulamaya koyulması gerekir.

Bu tanımlamalara göre, yenilikle sonuçlanan teknolojik gelişmelerin kaynağı, ilgili firma açısından *içsel* veya *dışsal* olabilir. İçsel kaynaklar arasında (1) firmanın kendi *araştırma ve geliştirme* etkinlikleri ve (2) işçilerin, yöneticilerin, kısacası bir firmanın bütün çalışanlarının iş başındaki *deneyimlerinin* artışı sayılabilir. Bu ikinci kaynağa iktisat yazınında, *yaparak öğrenme* (learning by doing) veya *zaman ya da deneyim ekonomileri* (economies of time or experience) adını veriyoruz. Teknolojik ilerlemenin dışsal kaynaklarından belki de en önemlisi, legal veya illegal *teknoloji transferi*dir. Teknoloji transferi, piyasa mekanizması üzerinden yani bedeli ödenerek veya taklit (imitation) yoluyla yapılabilir.

Bir firmada eskiye kıyasla, aynı miktar ve kalitede üretim faktörü (girdi) kullanılarak, yine aynı kalitede ama daha çok mal veya hizmet üretiliyorsa, *süreç yeniliğinden* (process innovation) söz edilir. Bu noktada; süreç yeniliğinin maliyetleri düşürücü etkisinin, üretim maliyetlerini düşürücü diğer etkilerden ayırılmasında yarar bulunmaktadır. Bu amaçla, maliyet tasarrufu türleri; ölçek ekonomileri ve yenilik kavramlarıyla da ilişkilendirilerek Şema 1'deki gibi sınıflandırılmıştır.

Şema 1: Mikroekonomik Açıdan Maliyet Tasarrufu Türleri



Firmaların ve sektörlerin iç ve dış piyasalardaki rakipleriyle *fiyat* dışında ürün kalitesi, imaj, pazarlama gibi *fiyat-dışı* açılardan da rekabete girdiklerini biliyoruz. Bu nedenle, yaptığımız teknoloji tanımı gereği, maliyet düşürücü süreç yeniliği kavramından başka, bir de, ürünün kalitesinin geliştirilmesine yönelik *ürün yeniliği* (product innovation) kavramından söz edebiliriz. Bu noktada, ürün yeniliği kavramının daha yakından incelenmesi işini bir başka çalışmaya bırakarak, Porter'ın rekabetçi avantajlar yaklaşımının bir iktisatçı gözüyle daha iyi anlaşılmasını sağlayacak başka bazı kavram ve gelişmeleri daha ele almamız gerekiyor: *üretimin uluslararasılaşması* ve *çokuluslu firmalar* (multinational firms).

Üretimin Uluslararasılaşması ve Çokuluslu Firmalar

İlk bakışta, çokuluslu firmaların (ÇUF) dolaysız yatırımlarının özellikle 1960'lardan sonra hızla artmış olması sanki bize çok yeni bir olguymuş gibi gözükmemektedir. Oysa Krugman'ın (1990) da belirttiği gibi, değişen şey, dolaysız yabancı yatırımların artış eğilimi değil, 2. Dünya Savaşı sonrasındaki yatırımların biçim ve amacıdır: 19. yüzyılın son çeyreğinin yeni teknolojileri ölçek ekonomilerini de beraberinde getirmiş; ölçek ekonomileri oligopol oluşumlarını gerektirmiş; oligopoller ise geriye ve ileriye doğru entegrasyona yol açmıştır. Bu nedenle, 1940'tan önce, sanayileşmiş ülkelerin bu küresel oligopol veya geleneksel ÇUF'ları, denetimlerini geliştirmekte olan ülkelerdeki hammadde kaynakları ve yabancı dağıtım ve pazarlama kanalları üzerine yaymışlardır. Bu olgu, bir *düşey entegrasyon*dur. Ancak, 1940'lardan bu yana Dünya ekonomisinde ÇUF'lar aracılığıyla baskın hale gelen entegrasyon türü, *yatay entegrasyon*dur: Çağdaş ÇUF'lar, yurtdışında da, yurtiçindekiyle benzer veya aynı ürünleri üretmektedirler. Çünkü ayrıştırılmış şirketlere kıyasla maliyet avantajına sahiptirler. Bu tür maliyet avantajlarına, *kapsam ekonomileri* adı verildiğini ve bu maliyet tasarruflarının kökenlerinin henüz yeterince araştırılmadığını yukarıda belirtmiştim.

Porter (1986: 34-37) gibi bazı yazarlar ise, düşey entegrasyon veya ÇUF'ların küreselleşmesi denen olayın aslında sürdüğünü ve ÇUF'ların etkinlikleri evsahibi ülkeyle koordinasyonu ve evsahibi ülkeden dolaysız kontrolü gerektirdiği için, ÇUF'larla ilgili bütün kuramların gerçekte bir yerde düşey entegrasyona dayandığına inanmaktadır.

Öte yanda, Porter (1986:11-12 ve 1990), uluslararası sektörlerle ilgili iki uç durum arasında ayırım yapmaktadır: *Çoklu-yerli* (multidomestic) ve *küresel* (global) *sektörler*. Çoklu-yerli sektörler, Porter'ın tanımına göre, aynı anda pek çok ülkede bulunan, ama her bir ülkedeki rekabetin diğer ülkelerdekinden bağımsız olduğu branşlardır. Buna örnek olarak, pek çok ülkedeki tüketici bankacılığı sektörü gösterilebilir. Eğer bir çoklu-yerli sektördeki bir ÇUF kendi know-how'ını evsahibi ülkeden konuk olunan ülkeye beraberinde getiriyorsa, bu, ilgili ülkenin rekabet avantajlarından yararlanabilmek için ona yetebilir. Küresel sektörler ise, ÇUF'un bir ülkedeki rekabet durumunun diğer ülkelerdekine önemli ölçüde bağlı olduğu

sektörlerdir. Bu nedenle, uluslararası endüstri, Dünyadaki ilgili yerli (domestic) endüstrilerin basit bir toplamı değil, içlerinde rakiplerin birbirleriyle kelimenin tam anlamıyla dünya ölçeğinde rekabet ettikleri ve birbirleriyle bağlantılı bir dizi yerli endüstriler bütünü olarak görülmelidir.

Geçen yüzyılın sonlarından bu yana, çoklu-yerli sektörlerden küresel sektörler doğru bir kayma eğilimi gözlemlenmektedir. İşte Porter'ın (1986) betimlediği bu kayma veya yeni entegrasyon eğilimi, aslında Krugman (1990) tarafından düşey entegrasyon diye adlandırılan olaydan başka birşey değildir.

Dolaysız yatırımlar, ÇUF'lara, konuk olunan ülkelerin olası dış ticaret engellerini aşmak için güzel bir fırsat sağlar. Çağdaş ÇUF'ların birbirlerine paralel olmaktan çok birbirlerini tamalayıcı nitelikte olan bu dolaysız yatırımları, gelişmekte olan ülkelere 1970'lerden 1980'lere geçilirken giderek daha fazla önem arz eden bir sermaye ve teknoloji girişi kaynağı yaratmıştır (Lecraw, 1992: 28-29). Gelişmekte olan ülkelerde (ve bu arada Türkiye'de) 1980'lerde görülen genel liberalizasyon dalgası ve dolaysız yatırımların konuk olunan ülke açısından dış borçlanmaya oranla daha risksiz oluşu, bu gelişmeleri hızlandırmıştır. Ancak, Lecraw'un (1992: 35) da belirttiği gibi, yapılan çalışmalar göstermektedir ki, ÇUF'lar yerli firmalara kıyasla daha dışalım-yoğun firmalardır. Dışsatıma yöneliklikleri açısından ise, literatürde genel geçerliliği olan bir sonuca pek ulaşamadığı görülmektedir.

Porter'in Rekabetçi Avantajlar Yaklaşımı

Michael E. Porter, *Rekabetçi Strateji* (Competitive Strategy, 1980), *Rekabetçi Avantaj* (Competitive Advantage, 1985) ve *Küresel Endüstrilerde Rekabet* (Competition in Global Industries, 1986) adlı kitaplarında rekabet gücünü firma ve sektör düzeyinde analiz edebilmek için aşama aşama geliştirdiği çerçeveyi, seçilmiş 10 ülkenin (ABD, Almanya, Japonya, Danimarka, İtalya, İsveç, İsviçre, Birleşik Krallık, Güney Kore ve Singapur) çok sayıdaki örnek sektörleri üzerinde yaptığı uzun süren araştırmalara da dayalı olarak yazdığı *Ulusların Rekabetçi Avantajı* (The Competitive Advantage of Nations, 1990) adlı kitapında daha da

geliştirmiş ve kendi deyişiyile soyutluktan uzaklaştırarak güncel rekabetin tüm karmaşıklık ve zenginliğini daha iyi kapsar bir hale getirmiştir.

Literatürde, iktisatçıların sadece *mutlak* (absolute) ve *karşılaştırmalı* (comparative) avantajlar arasında yaptıkları ayırmadan çok artık, *firmaların rekabetçi* yani sahiplikten kaynaklanan (ownership-specific) avantajları ile *ülkelerin karşılaştırmalı* yani konuma özgü (location-specific) avantajları arasında bir ayırım yapıldığı görülmektedir (Örneğin bak. Dunning, 1988: 13). Porter'ın (1990) yeni paradigma geliştirme çabası, ÇUF'ların küresel endüstrilerdeki rekabetçi avantajlarının kökenlerinin olabildiğince geniş bir perspektiften bakılarak ortaya çıkartılmasına yöneliktir.

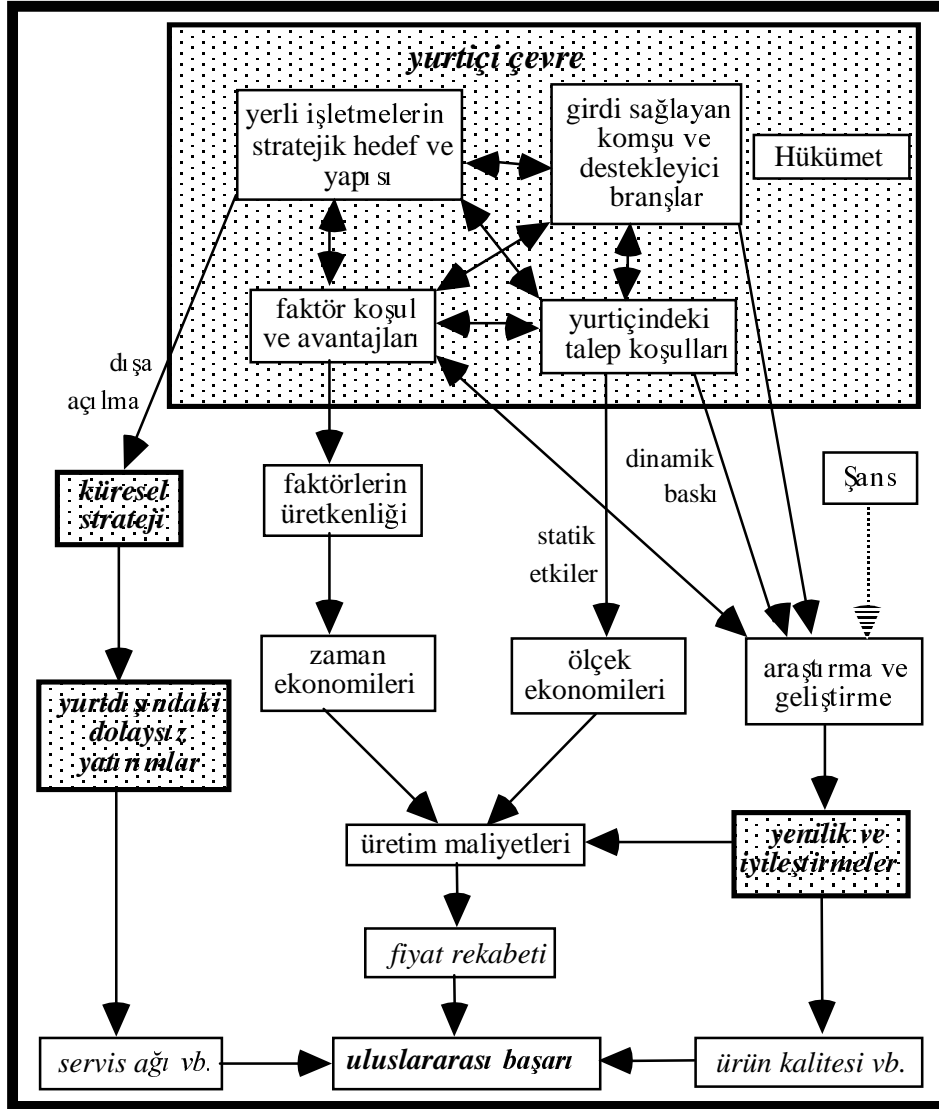
Porter'ın *Ulusların Rekabetçi Avantajı* adlı kitabında ÇUF'ların rekabet güçlerinin kökenleri konusunda dile getirdiği görüşlerinin bir iktisatçı gözüyle ve buraya kadar tanımlanan kavramlar ve açıklanan ilişkiler yardımıyla Şema 2'deki gibi özetlenebileceğini düşünüyorum. Bu şemada özetlenen ilişkiler ağından da görüldüğü gibi, Porter'ın bir yatırım ve yenilik kuramı olarak nitelendirdiği yaklaşımı aynı zamanda pek çok iktisat kuramının izlerini birden taşımaktadır.

Porter'ın çözümlenmeleri, (uluslararası) firmalar ve bunların içinde rekabet ettikleri sektörler düzeyindedir. Ona göre, (çokuluslu) firmalar, daha yüksek dereceli ve sürekli rekabetçi avantajlar peşinde koşmalı ve örneğin düşük ücretler gibi geçici kaynaklara güvenmemelidirler. Porter, firmaların uluslararası başarısının kaynaklarını şu dört başlık altında toplamaktadır: (1) Yurtiçi çevre veya yerli konuşlanma noktası, (2) Sürekli yenilikler ve iyileştirmeler, (3) Yurtdışında yapılan dolaysız yatırımlar ve (4) Küresel strateji.

Yurtiçi çevre veya ortam; (1) nitelikli işgücü ve altyapı gibi üretim faktörleriyle ilgili koşullardan, (2) ilişkili ve destekleyici endüstrilerden, (3) endüstrinin ürününe olan iç talebin özellikleriyle ilgili koşullardan ve (4) firmanın örgütlenme biçimi, yapısı, hedefleri ve stratejisinden etkilenmektedir. Başka bir deyişle, bir firmanın yerel veya ulusal başarısı ülkedeki bu dört özellik tarafından biçimlendirilir. Porter, bu sistemi, sözü edilen dört değişkenin birbirlerini karşılıklı olarak güçlendirdikleri bir *elmas* (diamond) olarak

görmektedir. Ancak, yazar, *tesadüflerin ve şansın* bu dört etkene olan etkileri ve *hükümetin* bu dört etkenle olan karşılıklı etkileşimleri aracılığıyla² bir ülkedeki firmaların yurtiçindeki başarıları üzerinde etkili olduğunu da belirtmektedir.

Şema 2: Porter'ın Rekabetçi Avantajlar Yaklaşımının Şematik Bir Özeti
[Porter'a Göre Uluslararası Rekabet Gücünün Kaynakları]



² Şemayı daha fazla karmaşıklştırmamak için, hükümet ve şansın “elmas”ın dört ögesiyle olan ilişkilerini açıkça çizmiyorum.

Yurtiçi ortam, başka ülkelerle girişilecek *kuruluş yeri rekabeti* açısından çok önemlidir ve bu nedenle hükümet, ülkenin yerli ve yabancı ÇUF'lar için var olan çekiciliğini artıracak önlemler almalıdır. Günümüzün ÇUF'larının çoğu araştırma, koordinasyon ve kontrol merkezi olarak hâlâ kendi evsahibi ülkelerinde konuşlanmayı tercih ettiklerinden ve yurtdışında yapılan etkinliklerden sağlanan avantajların büyük bölümü evsahibi ülkeye geri aktığından, Porter, yurtiçi çevrenin genelde ilgili yerli ÇUF için yabancı ÇUF için olandan daha önemli olduğunu belirtmektedir.

Porter, dışarıya açılacak bir firmanın başarısını, artık yurtdışında yapılacak *dolaysız yatırımların* ve izlenecek *küresel bir stratejinin* de etkilediğinin farkındadır. Ama o, yeniliğe dayalı rekabetçi avantajlara diğerlerine kıyasla daha büyük bir önem vermektedir. Bu üç kritik etkenin de eklenmesiyle Porter'ın "elmas"ı, URG'nin anlaşılması ve çözümlenmesini daha kolay hale getirmektedir.

Sonuç Düşünceleri

Michael E. Porter'ın yıllar süren ampirik ve kuramsal çalışmaları sonucunda ortaya koyduğu çerçeve uluslararası iktisat literatüründe genelde ihmal edilse de, kanımca biz iktisatçılar açısından da son derece yararlı ip uçları içermektedir.

Porter'ın bu çalışmada sadece belirli açılardan özetlenen rekabetçi avantajlar yaklaşımının bence en önemli yanı, bir çokuluslu şirketin uluslararası başarı elde edebilmesi için gereken koşulları ele alırken onları olabildiğince geniş bir perspektiften bakarak inceliyor olmasıdır. Böylelikle, firma (ve sektör) düzeyindeki uluslararası rekabet gücünün belirleyicileri ve ölçümü daha eksiksiz ve daha gerçekçi bir çerçeve içinde daha rahatça yapılabilir hale gelmiş olmaktadır.

Rekabet gücü, ölçülmeye kalkışılmadan önce üzerinde yeterince ayrıntılı biçimde düşünülüp tanımlanması gereken bir kavramdır. Yoksa, yüzeysel bir yaklaşımla, onu daha baştan anlaşılabilir kılacak kadar sadeleştirmiş olabiliriz. Porter'ın yaklaşımı sanırım bunun önemli bir istisnasını oluşturmaktadır.

Kaynakça

- Alavi, H. (1990): *International Competitiveness: Determinants and Indicators*. Washington, D. C.: World Bank; Industry and Energy Department Working Paper, Industry Series Paper No. 29.
- Dunning, J. H. (1988): *Multinationals, Technology and Competitiveness*. Londra: Unwin Hyman.
- Garvin, D. A. (1984): "What Does 'Product Quality' Really Mean?". *Sloan Management Review*, Güz, s. 25-43.
- Kibritçioğlu, A. (1994): *Die internationale Wettbewerbsfähigkeit der türkischen verarbeitenden Industrie* (= Türk İmalat Sanayiinin Uluslararası Rekabet Gücü). Göttingen: Verlag Thomas Gries.
- Krugman, P. (1990): "Multinational Enterprise: The Old and the New in History and Theory". *North American Review of Economics & Finance*, 1/2: 267-280.
- Lecraw, D. J. (1992): "Multinational Enterprises and Developing Countries". Peter J. Buckley (ed.) (1992: 28-51) derlemesinde, *New Directions in International Business: Research Priorities for the 1990s*, Aldershot, Brookfield: Edward Elgar.
- Payson, S. (1994): *Quality Measurement in Economics: New Perspectives on the Evolution of Goods and Services*. Aldershot, Brookfield: Edward Elgar.
- Porter, M. E. (1986): "Changing Patterns of International Competition". *California Management Review*, 28/2: 9-40.
- Porter, M. E. (1990): *The Competitive Advantage of Nations*. Londra, Basingstoke: Macmillan.