



# Rakip Analizi

*Yrd.Doç.Dr. Çağdaş Erkan*  
**AKYÜREK**



# Rakip Analizi

- Rakip analizi özel hizmet alanı / hizmet kategorisi konularının,
- Rakiplerin,
- Bu rakiplerin güçlü ve zayıf taraflarının belirlenmesi,
- Stratejik hamlelerinin öngörülmesi yoluyla, örgütün bulunduğu çevrenin daha derinlemesine tanınması ve anlaşılmasına yöneliktir.



# Hizmet Alanı (Sahası)

- Hizmet alanı: sağlık hizmeti sunucusunun müşterilerinin/hastalarının büyük kısmının yer aldığı coğrafi bölge olarak tanımlanmaktadır.
- Çoğunlukla uygun coğrafi sınırlarla tayin edilmektedir.
- Bu sınırların dışında mesafe, maliyet, zaman vb. faktörlerin etkisiyle hizmet sunumu zorlaşacaktır.



# Rakip Analizi

- Hizmet alanıyla ilgili eğilim ve konulara ek olarak sağlık hizmeti örgütleri özel olarak hizmet alanındaki rakiplerine de odaklanmalıdır.
- Rakip analizine odaklanmak:
- Yeni iş fırsatlarının saptanmasına yardımcı olur,
- Sürprizlere karşı hazırlıklı olma yeteneğini geliştirir,
- Ortaya çıkan fikirleri daha açık hale getirir,
- Piyasaya giriş ve piyasa payını büyütme stratejilerini geliştirir.



# Sağlık Hizmetleri Piyasasının Zorlukları

- Bu yeni aşırı rekabetçi çevrenin analizi pek çok nedenden ötürü zordur.
- Bu nedenlerden belki en açık olanı, geçmişte az sayıda sağlık hizmeti örgütünün rekabetle ilgilenmesidir.
- Esasen insan sağlığı üzerine hizmet sunan örgütler için rekabet çok da öncelikli bir kavram değildi.
- Sağlık kuruluşlarının öncelikli amacı kendilerine yönelik talebi karşılamaktı.



# Sağlık Hizmetleri Piyasasının Zorlukları

- Sağlık hizmetlerinde rakip analizinin olmayışının bir başka temel nedeni:
- Sağlık hizmeti müşterilerinin (hastaların) ödeyicilerden (sigorta kurum, kuruluşlar ve işverenler) ayrılmasıdır.
- Bir hizmet alanında sigortalı vatandaşlara sunulan hizmetler karşılığında yapılan ödemeler yükseldikçe, sigortalı olanlara da daha yüksek maliyetli hizmet sunma eğilimi güçlendi.
- Sigortalı olmayanların maliyetleri ise sigortalılara yansıtılarak kapatıldı.



# Rakip Analizinin Stratejik Önemi

- Sağlık hizmetlerinin sunulduğu çevrede örgütlerin kendilerini rakiplerine göre konumlandırmalarının gerekliliği her geçen gün daha da çok kabul gören bir anlayıştır.
- Piyasada güçlü bir konuma sahip olmak isteyen örgütler buna uygun stratejiler belirleyebilmek için mutlaka rakiplerine dair bilgilere sahip olmalıdır.
- Rakiplerin hamleleri takip edilmeli, karşı hamleler geliştirilmelidir.



# Rakip Analizinin Odağı

Bir örgüt şu amaçlarla rakiplerinizi analiz eder:

- Hizmet alanındaki rakiplerine yönelik genel bir anlayış kazanmak,
- Rakiplerinin zayıf noktalarını saptamak,
- Belirli rakiplere yönelik kendi stratejik hamlelerinin etkisini değerlendirmek,
- Örgütün piyasadaki konumunu tehlikeye atabilecek rakiplerin potansiyel hamlelerini öngörmek.





# Rakip Analizinin Odağı

- Rakipleri analiz etmek örgütlere rekabet üstünlüğü kazanmada yardımcı olur.
- **Rekabet üstünlüğü** örgütün maliyet avantajı geliştirmek ya da kendilerini diğer örgütlerden farklı kılmak için başvurduğu araçlardır.
- Örgütler sürekli olarak rakiplerinin durumlarına göre rekabet avantajı elde etmek için **saldırgan** ya da **savunmacı** türde eylemlerde bulunurlar.



# Rakip Bilgisinin Sınıflandırılması

- Rakip bilgisi: genel, saldırgan (ofansif) ve savunmacı (defansif) şeklinde sınıflandırılmaktadır.
- Bu sınıflandırmanın strateji geliştirmeye önemli katkıları vardır.