



BeNova Consulting Genel Müdürü Erdinç MERT:

“2023 yılında, savunma ve havacılık sektöründe faaliyet gösteren daha çok KOBİ’imize ihracat danışmanlığı hizmetimizi sunmayı ve onları ihracatta hayal bile edemedikleri noktalara ulaştırmayı hedefliyoruz.”

Türk savunma ve havacılık sektörü, ihracatını her yıl arttırarak uluslararası rekabette önemli bir oyuncu olma yolunda ilerliyor. Bu olumlu tabloda, KOBİ’lerin ihracat içindeki payı, ayrıntıda kalan; fakat kritik öneme sahip bir parametre olarak öne çıkıyor. BeNova Consulting Genel Müdürü Erdinç Mert ile KOBİ’lerin, savunma ve havacılık sektörünün ihracatı içindeki payını ve bu payın nasıl arttırılabileceğini konuştuk.

MSI Dergisi: Erdinç Bey, öncelikle Türk savunma ve havacılık sektörünün 2022 yılı ihracat performansı ile ilgili değerlendirmelerinizi paylaşır mısınız?

Erdinç MERT: Türkiye’nin 2022 yılı ihracat verileri, yılın ilk günlerinde, Türkiye İhracatçılar Meclisi tarafından açıklandı. Beklentimiz doğrultusunda, ülke olarak 250 milyar doları aştık ve seneyi 254,2 milyar dolarlık ihracatla kapattık. Bu da 2021 yılına göre yüzde 12,9’luk bir artış olduğu anlamına geliyor. Bu artış, bizler için sevindirici olsa da KOSGEB verilerine göre, ülkemizdeki şirketlerin sadece yaklaşık yüzde 4’ünün ihracat yaptığını söylememiz gerekiyor.

Savunma ve havacılık sektörünün 2022 yılı ihracatı ise yaklaşık 4,5 milyar dolar olarak gerçekleşti. 2021 yılında, toplamda 3,2 milyar dolar ihracat gerçekleştirildiği düşünülüğünde, geçtiğimiz sene sektör, ihracatını yüzde 36,9 oranında arttırdı. Bu artış, savunma ve havacılık sektörü açısından çok sevindirici. Bununla birlikte sevindirici olan bir diğer nokta da kilogram başı satış fiyatı. 2021 yılında savunma ve havacılık sektörünün kilogram başına ihracatı 48,4 dolar iken 2022 yılında bu rakam 57,5 dolar olarak gerçekleşti. Ülkemizin 2022 yılındaki tüm sektörler için kilogram başına ihracatının 1,44 dolar olduğu düşünülüğünde, savunma ve havacılık sektöründe ihracat yapmanın neden çok daha önemli olduğu açıkça görülüyor.

MSI Dergisi: Savunma ve havacılık sektöründeki KOBİ’lerin ihracat performansı ile ilgili neler söyleyebilirsiniz? KOBİ’ler, ihracata yeterli katkıyı sağlayabiliyor mu?

Erdinç MERT: Ne yazık ki bu soruya olumlu bir cevap veremeyeceğim. Savunma ve havacılık sektöründeki ihracatın çoğunluğunu ASELSAN, TUSAŞ, Roketsan gibi büyük vakıf şirketleri ve Baykar ile BMC gibi platform üreticileri gerçekleştiriyor. Örneğin, 2021 yılında savunma ve havacılık sektöründeki toplam ihracatın yaklaşık %20’sinin; 2022 yılında

ise yaklaşık %25'inin Baykar tarafından gerçekleştirildiği görülüyor. Savunma ve Havacılık Sanayii İmalatçılar Derneği (SaSaD) verilerine göre, savunma ve havacılık sektöründeki toplam ihracatın sadece yüzde 6'sı KOBİ'ler tarafından gerçekleştiriliyor. Sektörün kalkınması ve KOBİ'lerin daha iyi ortamda iş yapabilmeleri için bu oranın en az %10-12 seviyelerine ulaşması gerekiyor.

KOBİ'lerimizin ihracat performansının düşük kalması, açıkçası beklenmedik bir durum da değil. Gözlemlerimize göre, savunma ve havacılık sektöründe faaliyet gösteren KOBİ'lerimizin yüzde 95'inden fazlasının ihracat stratejisi yok. Bu ortamda, ihracat altyapısı oluşturulduğunda, ihracat stratejileri doğru belirlendiğinde ve hedef ülkeler analitik yöntemlerle belirlendiğinde, KOBİ'lerimizin ihracatının ciddi anlamda artacağına inanıyoruz.

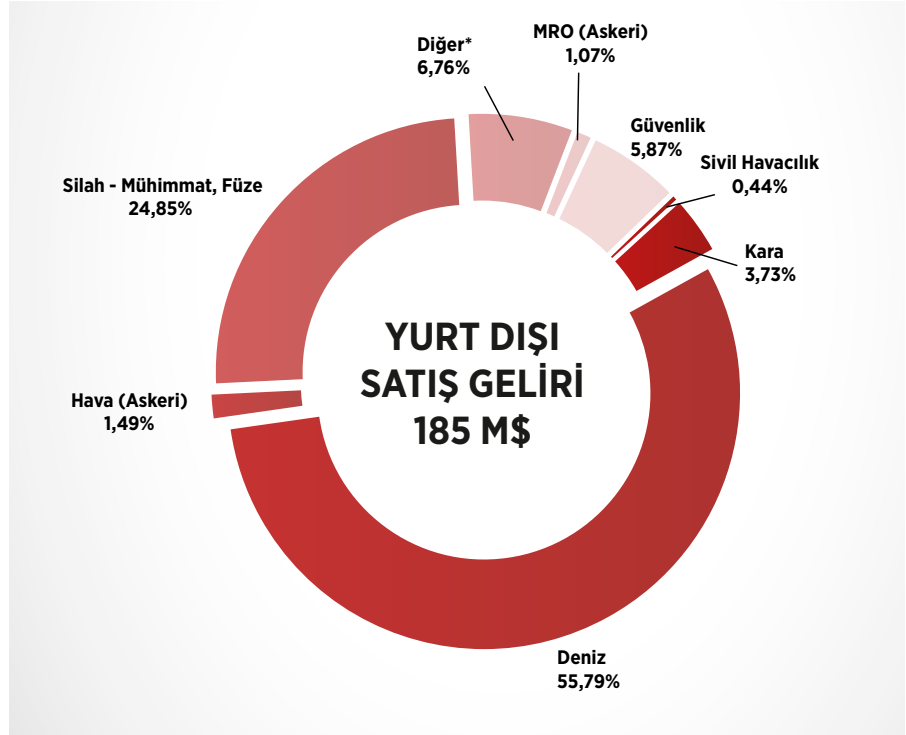
KOBİ'lerin İhracat Yapabilmesi İçin 5 Temel Aksiyon

MSİ Dergisi: Daha detaya indiğimizde, KOBİ'ler, ihracatlarını arttırabilmek için neler yapmalı?

Erdinç MERT: KOBİ'lerin ihracatlarının arttırabilmesi için BeNova Consulting olarak, 5 temel aksiyon öneriyoruz. Birinci olarak, mevcut ihracat konumu analiz edilmelidir. Burada sorulması gereken temel sorular; "İhracata başlamak için / ihracatı arttırmak için hazır mıyız?", "Mevcut bir ihracat mekanizmamız var mı?", "Buna uygun ekibimiz var mı?" gibi sorular olmalıdır.

Mevcut ihracat konumu analiz edildikten sonra, ihracat stratejisi ve aksiyon planı oluşturulmalıdır. Burada rekabetçi konum belirlenmeli, hangi ürün ve çözümlerin yurt dışı pazarda en iyi performansı göstereceği netleştirilmelidir. Bu noktada hedefler koymak ve hedefleri sonraki dönemlerde takip etmek de ihracatın başarılı olabilmesi adına çok önemlidir.

Üçüncü aksiyon olarak; hedef bölge ve ülkeler analitik yöntemlerle seçilmelidir.



SaSaD verilerine göre Türk savunma ve havacılık sektöründe faaliyet gösteren KOBİ'lerin 2021 yılındaki yurt dışı satış gelirlerinin, alt sektörler göre kırılımı.

Tüm dünyaya odaklanmak mümkün olmadığından, ilk aşamada odaklanılacak ülkeler iyi seçilmelidir. Hedef ülkeler doğru seçildiğinde, yanlış ülkelere yatırım yapma ihtimali azalacak ve uzun vadede çok daha başarılı olunacaktır. Ayrıca hedef bölge ve ülkeler başta olmak üzere mutlaka fuarlara katılım sağlanmalı; buralarda potansiyel rakipler, tedarikçiler ve müşterilerle tanışma fırsatı edinilmelidir. Seyahatlerin maliyetini düşürmek için devletten alınabilecek hibe ve destekler de mutlaka araştırılmalıdır.

Hedef ülkeler seçildikten sonra, mutlaka her hedef ülkeye özel "pazara giriş stratejisi" geliştirilmelidir. Bu stratejiler geliştirilirken yerel kurallar ve kültürel tercihler dikkate alınmalıdır. Almanya'ya giriş stratejisi ile Tayland'a giriş stratejisinin farklı olması gerektiği aşikardır. Yurt dışındaki müşterilere daha kolay ulaşabilmek için temsilci ve bayiler kullanılabilir, iş ortaklıkları geliştirilebilir, yerel bir ofis açılabilir; hatta yerli bir şirket ile ortak üretim yapılabilir. Bu nedenle mutlaka her ülkeye özel bir strateji geliştirilmelidir. Ayrıca hedef ülkelere göre, bazen

ürün özelliklerinin değiştirilmesi de pazarda daha rekabetçi bir hale gelinmesini sağlayabilir.

Bahsettiğim aksiyonlara ek olarak, bu alanda deneyimli bir danışmanlık şirketiyle çalışmak, işlerin çok daha hızlı yürümesini sağlayacak, hata yapılması ihtimalini azaltacaktır. Biz de BeNova Consulting olarak KOBİ'lerimizin ihracatına destek olabilmek için azami gayreti sarf ediyoruz.

MSİ Dergisi: BeNova Consulting olarak, KOBİ'lerin ihracatının arttırılmasına yönelik kurguladığınız "ihracat danışmanlığı" hizmetinizden de kısaca bahsedebilir misiniz?

Erdinç MERT: KOBİ'lere özel tasarladığımız "ihracat danışmanlığı" hizmetimiz, 3 aşamadan oluşuyor. Birinci aşamada firmanın mevcut durum analizini yapıyoruz. Burada firmanın ürünlerini, geçmişte yaptıkları ihracatın verilerini, tanıtım kanallarını ve organizasyonel yapılarını detaylı olarak inceliyoruz. Sonrasında, yurt içindeki ve yurt dışındaki önemli rakiplerini araştırıyor, satış stratejilerini inceliyor ve en iyi uygulamaları ("best practices") çıkartıyoruz. Kıyaslama (benchmark) çalışmalarını yaparak markanın mevcut ihracat konumlandırılmasını



analiz ediyor, web sitesi ve sosyal medya kanallarındaki içerik eksikliklerini de ihracat bakış açısıyla tespit ediyoruz.

İkinci aşamada, öncelikle hedef ülkeleri belirliyoruz. Burada, kendi geliştirdiğimiz analitik metodolojiyle hem potansiyeli yüksek hem de satış yapmakta çok zorlanmayacağımızı düşündüğümüz 5 ülke belirleniyor. Bu ülkeleri belirlerken firmayla devamlı iletişim halinde oluyoruz ve karşılıklı mutabakat ile ilerliyoruz. Sonrasında, her ülkeye özel pazara giriş stratejilerini ve marka iletişim planını oluşturuyoruz. İlk aşamada gözlemlediğimiz eksikliklere yönelik olarak da ihracat odaklı satış hunisini ("sales funnel") oluşturuyor, web sitesi ve sosyal medya kanallarını ihracat odaklı olarak güncelliyoruz. Sektöre özgü olan ve firmanın katılması gereken uluslararası hedef fuar ve etkinlikleri belirliyoruz. İstenmesi halinde, ihracata yönelik firma sunumunu da hazırlıyor veya güncelliyoruz. İkinci aşama bittikten sonra, "Pazar Analiz Raporu ve İhracat Odaklı Yol Haritası" nı firmaya sunuyoruz.

Önümüzdeki dönemde, ihracat yapabilmek çok büyük önem kazanacak. İhracat yapamayan firmalar, yakın dönemde yok olma tehdidiyle karşı karşıya kalabilir. O nedenle 2023 yılı, tüm KOBİ'lerimiz için çok önemli bir yıl olacak.

Hedef Ülkelerin Belirlenmesi



*Matematiksel modelin çıktısına göre
18 tane öncelikli ülke belirlendi*

- | | |
|-------------|-------------|
| Bulgaristan | Litvanya |
| Hırvatistan | Makedonya |
| Çekya | Umman |
| Estonya | Pakistan |
| Gürcistan | Polonya |
| Hindistan | Portekiz |
| Ürdün | S.Arabistan |
| Kuveyt | Sırbistan |
| Letonya | Tanzanya |

*18 ülke detaylı analiz edilerek
5 hedef ülke belirlendi*

- | |
|-------------|
| Polonya |
| Gürcistan |
| Hırvatistan |
| Pakistan |
| Çekya |

ÖRNEK UYGULAMA



Üçüncü aşama ise uygulama aşaması. Burada firmamız için mümkün olduğunca fazla potansiyel müşteri bulmaya çalışıyoruz. Tamamen bu alanda çalışan bir ekip oluşturmaya başladık. Söz konusu ihracat ekibimiz, firmanın bir çalışanı gibi potansiyel müşteri adaylarına ulaşıyor. Öncelikli olarak yurt dışına yönelik potansiyel satış kanallarını değerlendiriyor; sonrasında da potansiyel müşterilerle ilk teması sağlıyoruz. Tekliflerin iletilmesini koordine ediyor, teklif sonrası satış süreçlerini de takip ediyoruz. Haftalık düzenli toplantılar ile mevcut süreçle ilgili; görüşülen şirketler, gönderilen teklifler, tekliflerin son durumu ve benzeri konularda bilgilendirme yapıyoruz. Bu aşamada, hem şahsi bağlantılarım hem de danışmanlarımızın bağlantılarını da kullanıyor, bu sayede çok daha fazla potansiyel müşteriye ulaşabiliyoruz. Savunma ve havacılık sektöründeki deneyimimiz ve güçlü ağıımız bu alanda bizi öne çıkarıyor.

Tüm bu süreç, firmanın büyüklüğüne göre, 6-12 ay arasında değişiyor. Bu süreçte, hem firmanın ihracat altyapısını oluşturmuş oluyoruz hem de ilk aşamada firmaya destek olarak uygulama alanında nasıl başarılı olunabileceğini bizzat biz gösteriyoruz. Özetle firmaya "Bunu yapın!" diyerek kenara çekilmiyoruz; nasıl yapılacağını da uygulamalı olarak göstermeye çalışıyoruz.

İhracat danışmanlığı hizmetimizi, KOBİ'lere özel olarak maliyet etkin bir şekilde veriyoruz. Firmalarımız açısından danışmanlık almak, bu konuda deneyimli bir ihracat uzmanı istihdam etmekten çok daha uygun bir maliyet oluşturuyor. 2023 yılında, savunma ve havacılık sektöründe faaliyet gösteren daha çok KOBİ'mize ihracat danışmanlığı hizmetimizi sunmayı ve onları ihracatta hayal bile edemedikleri noktalara ulaştırmayı hedefliyoruz.

MSI Dergisi: Ekleme istediğiniz başka bir konu var mı?

Erdoğan MERT: Önümüzdeki dönemde, ihracat yapabilmek çok büyük önem kazanacak. İhracat yapamayan firmalar, yakın dönemde yok olma tehdidiyle karşı karşıya kalabilir. O nedenle 2023 yılı, tüm KOBİ'lerimiz için çok önemli bir yıl olacak. Umuyorum ki 2023 yılında savunma ve havacılık sektörünün ihracatı 5 milyar dolar seviyesinin çok daha üzerine çıkar ve KOBİ'lerimiz de bu ihracatta önemli bir rol oynar.

Bize güvenip bu yolda bizimle birlikte yürüyen tüm firmalara, çok değerli çalışma arkadaşlarıma ve bizi hiç yalnız bırakmayıp devamlı destekleyen MSI Dergisi'ne çok teşekkür ediyorum. 2023 yılında, sektör olarak çok daha yüksek ihracat verilerine ulaşmayı diliyorum.

BeNova Consulting Genel Müdürü Erdoğan Mert'e, zaman ayırıp sorularımızı cevaplandığı ve verdiği bilgiler için, okuyucularımız adına teşekkür ediyoruz. ♦

ÇEVRESEL TEST SİSTEMLERİ



Elektro - Dinamik Sarsıcılar Şok Test Sistemleri
Santrüf / İvmelendirme Test Sistemleri
Düşme Test Sistemleri
SRS Test Sistemleri
Pyro - Shock Test Sistemleri
İklimlendirme Kabinleri / Odaları
Termal Şok / ESS Kabinleri
Titreşim Test Kabinleri
Vakum / İrtifa Test Kabinleri
Solar Radyasyon Test Kabinleri
Toz Test Kabini

BIAS
MÜHENDİSLİK

info@bias.com.tr
www.bias.com.tr