



Nagihan Ünüvar

Markam Sen Marka ve Pazarlama
Yönetim Danışmanlığı
Kurucusu & Genel Koordinatörü

Yeni Ekonomi ve İhracat

Dünya sürekli değişiyor. Dünyanın yeni ekonomisi dijital dönüşümdür. Dijital dönüşüm geleneksel olarak yaptığınız işi yapmak için en son teknolojiyi kullanmaktır. Bu da, dijital teknolojinin benimsenmesi anlamına gelir. Küresel ekonomi de dijital bir dönüşüm geçiriyor ve bu son derece hızlı bir şekilde gerçekleşiyor.

Dijital ekonominin omurgası, hiper bağlantı olarak adlandırdığımız, insanların, işletmelerin ve makinelerin, internet, mobil teknoloji ve nesnelerin internetinden (IoT) kaynaklanarak artan birbirine bağlılığıdır.

Dijital ekonomide en önemli dinamik "Büyük Veri"dir. Verinin doğru kullanımı, ürün ve hizmetlerin sunumunu kolaylaştırırken, yeni ürün ve hizmetlerin geliştirilmesi de sağlanıyor. Bu da hem firmaya hem de tüketiciye fayda sağlar.

İnternetin içine doğan işler olarak adlandırdığımız birçok girişim "Büyük Veri" ile geliştirilen işlerdir. Her sektörde yeni işler yeni kazançlar yakalamak mümkündür. Yeter ki gerekli olan know-how'a sahip olunsun.

Pandemi uzaktan çalışmayı ön plana çıkardı, dijital dönüşüm son 2 yılda hızlı bir şekilde gerçekleşti. Daha önce eko sistemin içerisinde yer alan firmalar, pandemi ile birlikte teknoloji yatırımlarını bir üst seviyeye çıkararak dijital iş süreçlerini hızlandırdılar.

Yeni ekonomide başarılı olmak için dijital dönüşüme uyum sağlayarak, dijital varlıkları güçlendirmek gerekir.

Küresel Mevcut Durum

Enflasyonla mücadele için, ABD ile birlikte, Avrupa merkez bankalarının politika faizlerini artırması, eko-

nomik daralma sürecini de başlattı. Ukrayna savaşı ve Rusya faktörü ile, büyük sanayi üretimine sahip Euro bölgesinde enerji kullanımı kısıtlandı. Enerjinin yanı sıra, pandemi ile birlikte gelişen tedarik zincirindeki sıkıntılar, ABD ve Avrupa'nın yeni arayışlarla gitmesine yol açtı.

Türkiye Mevcut Durum

Küresel konjonktüre baktığımızda, ülkemizin stratejik konumunun ön plana çıktığını görüyoruz. Her ne kadar ülke içerisinde enflasyon ve faiz ikilemi bireyleri olduğu kadar işletmeleri de zor bir sürecin içerisine sokmuş olsa da, ihracat için fırsat yakalamak mümkündür.

Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin yayımladığı son raporda; 2022 yılında, özellikle kimyevi maddeler ve maddeleri, savunma ve havacılık sanayi, hububat, bakliyat ve yağlı tohumlarda bir önceki yıla göre %30'un üzerinde artış olduğu, Almanya, ABD, Birleşik Krallık, İtalya ve Irak'ın, en çok ihracat yapılan ilk 5 ülke olduğu görülüyor.

Tavsiyeler

Yurt içinde ve yurt dışında resmi kaynakların ihracat ve ithalat istatistiklerinden faydalanarak pazara giriş öncesi etkin bir araştırma yapılmalıdır.

- Know – How
- Pazar Araştırması

Pazar araştırması hem fiziksel, hem de E-İhracat için önemlidir ki, E-Ticaret İşletmecileri Derneği veri-



lerine göre, 2021 yılında E-İhracat'ın %50 oranında arttığı bildiriliyor. Aynı verilerde, E-İhracat'ın en çok giyim, ayakkabı, aksesuar, mücevher, saat, elektronik ve otomotiv parçaları gibi ürünler üzerine yoğunlaştığı görülüyor.

- Ürün/Hizmet sunumu
- Marka Yatırımı

Markanın pazarda güven kazanması yurt içinde olduğu gibi yurt dışında da önemlidir. Bunun için, işletmenin, dijital varlıklarını inşa etmesi ve marka yatırımına önem vermesi gerekir.

- Müşteri Memnuniyeti

Başarı için müşteri memnuniyeti esastır. Alışveriş yolculuğunun kolaylaştırılması, müşteri destek hizmeti, lojistik gibi operasyonel süreçlerin eksiksiz yönetimi gerekir.

Son olarak, ihracat yapan işletmeler için %75'e varan oranında devlet destekleri mevcuttur. Gerekli başvurular ilgili İhracatçı Birliği'ne yapılabilir.