

SİLAH SANAYİ FİRMALARININ STRATEJİK YÖNELİMLERİ: BEYŞEHİR'DEKİ AKSA ARMS VE FRANCOLIN ARMS ÖRNEĞİ

Gökhan BAK¹ Emrah KILIÇ² Alparslan BAK³

Özet

Bu çalışma, Beyşehir ilçesinde faaliyet gösteren ve ihracat yapan Aksa Arms ve Francolin Arms firmalarının misyon ve vizyon metinlerini içerik analizi yöntemiyle incelemektedir. Araştırma, firmaların stratejik yönelimlerini, sektördeki pozisyonlarını ve uluslararası pazarlarda nasıl konumlandıklarını anlamayı amaçlamaktadır. İçerik analizi yöntemi, her iki firmanın stratejik metinlerinde bulunan temaların, kodların ve ilişkilerin sistematik bir şekilde belirlenmesine olanak tanımaktadır. Çalışmada, MAXQDA yazılımı kullanılarak dijital içerik analizi gerçekleştirilmiş ve firmaların misyon ve vizyonlarında öne çıkan stratejik unsurlar detaylı bir şekilde ele alınmıştır.

Araştırmanın bulguları, her iki firmanın kalite ve güvenlik, yenilikçilik, müşteri odaklılık, küresel etki ve marka değeri gibi stratejik unsurlar açısından önemli benzerlikler taşıdığını göstermektedir. Bununla birlikte, Aksa Arms'ın savunma teknolojilerine ve mühendislik mükemmeliyetine odaklanırken, Francolin Arms'ın estetik tasarımlar ve çevre dostu üretim süreçlerine odaklandığı görülmüştür. Bu stratejik odaklar, firmaların sektördeki farklılaşma stratejilerinin temelini oluşturmaktadır. Ayrıca, her iki firma da küresel pazarlarda tanınırlık sağlama ve rekabetçi fiyatlarla kaliteli ürünler sunma hedeflerine vurgu yapmaktadır.

Araştırma, Beyşehir ilçesindeki silah sanayi firmalarının sektördeki stratejik kararlarını şekillendiren temel unsurları ortaya koyarak, Türkiye'nin silah sanayi sektörünün uluslararası rekabet gücünü artırmaya yönelik stratejik öneriler sunmaktadır. Çalışma, savunma sanayi firmalarının misyon ve vizyonlarının sektörel başarıya olan etkilerini anlamak için önemli bir katkı sağlamaktadır. Gelecekteki araştırmalar, daha geniş bir örneklem ile farklı stratejik belgelerin analiz edilmesi gerektiği ve bu belgelerin firmaların küresel pazarlardaki başarısını nasıl etkilediği üzerine yoğunlaşmalıdır.

Anahtar Kelimeler: Silah Sanayi, Stratejik Yönelim, İçerik Analizi, Aksa Arms, Francolin Arms

STRATEGIC ORIENTATIONS OF FIREARM INDUSTRY COMPANIES: THE CASE OF AKSA ARMS AND FRANCOLIN ARMS IN BEYŞEHİR

¹ Dr., Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Maliye Anabilim Dalı, Doktora Öğrencisi, Kayseri-TÜRKİYE, gokhanbak2010@hotmail.com, ORCID: 0000-0003-4520-0930

² Beykent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Yönetimi Yüksek Lisans Mezunlu, İstanbul-TÜRKİYE, klcemrh1@gmail.com, ORCID : 0000-0001-9637-4979

³ Hitit Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalı, İşletme Tezli Yüksek Lisans Programı Öğrencisi, Çorum-TÜRKİYE, joe_alp@hotmail.com, ORCID: 0000-0002-5499-5264

Abstract

This study examines the mission and vision statements of Aksa Arms and Francolin Arms, which operate in the Beyşehir district and engage in export activities, using content analysis methodology. The research aims to understand the companies' strategic orientations, their positions in the industry, and how they are positioned in international markets. Content analysis allows for the systematic identification of themes, codes, and relationships within the strategic texts of both companies. The study employed MAXQDA software to perform digital content analysis, providing a detailed examination of the strategic elements highlighted in the companies' mission and vision statements.

The findings of the research reveal that both companies share significant similarities in strategic elements such as quality and security, innovation, customer orientation, global impact, and brand value. However, it was found that while Aksa Arms focuses on defense technologies and engineering excellence, Francolin Arms emphasizes aesthetic designs and eco-friendly production processes. These strategic foci form the foundation of the companies' differentiation strategies in the industry. Additionally, both companies emphasize the importance of achieving global recognition and offering high-quality products at competitive prices.

The study provides valuable insights into the key factors shaping strategic decisions of firearm industry companies in Beyşehir and offers strategic recommendations to enhance Turkey's competitiveness in the global firearms industry. The research contributes to understanding the impact of defense industry companies' mission and vision on their sectoral success. Future research should focus on analyzing a broader sample with different strategic documents to explore how these documents influence companies' success in global markets.

Keywords: Firearm Industry, Strategic Orientation, Content Analysis, Aksa Arms, Francolin Arms.

GİRİŞ

Dünya genelinde savunma sanayi, ülkelerin güvenlik ihtiyaçlarını karşılamak ve ulusal savunma kapasitelerini artırmak amacıyla kritik bir sektördür. Savunma sanayi, sadece askeri alanda değil, aynı zamanda teknolojik yenilikler, mühendislik mükemmeliyeti ve küresel ticaretin şekillendirilmesinde de önemli bir rol oynamaktadır. Bu sektörün içerisinde yer alan firmalar, yalnızca iç pazarları değil, aynı zamanda uluslararası pazarlarda da rekabet avantajı elde etmek için stratejik kararlar almak zorundadır. Bu noktada, firmaların misyon ve vizyonlarının sektördeki başarıları üzerindeki etkisi büyüktür. Bir firmanın misyonu, onun varlık amacını ve temel değerlerini belirlerken, vizyonu gelecekteki hedeflerini ve sektördeki konumunu nasıl inşa edeceğini ortaya koymaktadır. Dolayısıyla, bu iki kavram, firmanın uzun vadeli stratejik yönelimlerinin temel taşlarını oluşturmaktadır.

Türkiye'deki silah sanayi firmaları, dünya çapında birçok ülkeye savunma ve güvenlik çözümleri sunarak önemli bir pazar payına sahip olmuştur. Ancak bu alanda, her firmanın farklı stratejik hedeflere sahip olması, sektördeki çeşitliliği ve rekabeti de beraberinde getirmektedir. Beyşehir ilçesinde faaliyet gösteren Aksa Arms ve Francolin Arms gibi yerel firmalar, bu sektördeki küresel oyuncularla rekabet edebilmek için farklı stratejik yönelimler geliştirmişlerdir. Her iki firma da ihracat

yaparak uluslararası pazarlarda kendilerine yer edinmeye çalışmaktadır. Ancak bu firmaların stratejik yönelimleri, yalnızca ürün odaklı değil, aynı zamanda marka kimliği, sürdürülebilirlik, yenilikçilik, müşteri memnuniyeti ve kurumsal sosyal sorumluluk gibi bir dizi faktöre dayanarak şekillenmektedir. Bu bağlamda, yerli firmaların sadece teknolojik gelişmelere odaklanmayıp, aynı zamanda çevresel ve toplumsal sorumluluklar çerçevesinde stratejik kararlar alması, küresel pazarlarda rekabetçi üstünlük sağlayabilmeleri için kritik bir öneme sahiptir.

Savunma sanayinde, özellikle silah ve teçhizat üretiminde piyasa yapısı tam rekabetten farklıdır. Üretim genellikle monopson (tek alıcı) veya bazen monopol-monopson koşullarında gerçekleşir, bu da piyasada etkinlik sağlamayı zorlaştırabilir ve üretim maliyetlerini artırabilir. Ayrıca, savunma sanayi ürünlerinin çoğu, güvenlik için yapılan yatırımlar nedeniyle gereksiz yere üretilip depolanabilir. Bu tür piyasa koşulları, küresel savunma sanayinde rekabeti şekillendiren önemli faktörlerdir. Türkiye gibi savunma sanayiinde yer edinmeye çalışan ülkeler, yüksek sermaye, AR-GE ve stratejik yatırımlar yaparak bu kısıtlı pazarda yer almaya çalışmaktadırlar. Bununla birlikte, Türkiye'nin bu alandaki stratejik hedeflerinin sadece üretim kapasitesini artırmakla sınırlı kalmaması gerektiği vurgulanmalıdır; aynı zamanda endüstri politikaları, savunma işbirlikleri, teknoloji transferi ve dış politikada etkinlik stratejileriyle entegre edilmesi gerekmektedir. Dünyada savunma sanayi üretiminin büyük bölümü gelişmiş ülkelerde yoğunlaşmışken, Türkiye'nin bu alandaki stratejik hedefleri, yalnızca üretim kapasitesini artırmakla sınırlı kalmayıp, küresel pazarlarda rekabet edebilir bir oyuncu olma amacını taşımaktadır (Sezgin & Sezgin, 2018).

Bu bağlamda, Türkiye'nin savunma sanayinde küresel pazarda rekabetçi bir oyuncu olma hedefi, özellikle yerli üretim ve ihracat stratejilerinin güçlendirilmesi gerektiğini ortaya koymaktadır. Ancak, sadece yerli üretim kapasitesinin artırılması değil, aynı zamanda ileri teknolojilerdeki yatırımlar ve yenilikçi üretim tekniklerinin geliştirilmesi, Türkiye'nin bu alandaki rekabet gücünü artıracaktır. Gelişen teknoloji ve artan savunma harcamaları, Türkiye'nin bu alandaki potansiyelini artırmakta önemli bir faktördür.

Yapılan literatür taramasında silah sanayisi üzerinde birçok akademik çalışma yapıldığı görülmüştür. 2017 yılında yapılan bir araştırmada, küreselleşmenin savunma sanayi üzerindeki etkileri incelenmiştir. 2000-2009 yıllarında savunma harcamaları %49 artarken, kriz sonrası harcamaların 2015'te 1.7 trilyon dolara yükseldiği belirtilmiştir. Küreselleşme ile ulusal savunma endüstrisinin ulusötesi ilişkilerle bağımlılığı artırdığı ve Amerikan hegemonyasını pekiştirdiği ifade edilmiştir. Çalışma, savunma sanayinin gelişimini ve büyük savunma şirketlerinin durumunu SIPRI verileri üzerinden analiz etmiştir (Şişman, 2017). Bu çalışma, özellikle gelişmekte olan ülkelerin savunma sanayindeki yerini belirlemeye yönelik önemli bir perspektif sunmaktadır. Küreselleşme ve uluslararası ilişkilerin etkisiyle, Türkiye'nin savunma sanayi stratejileri de dış politika, jeopolitik konum ve uluslararası güvenlik dinamikleriyle uyumlu hale gelmelidir.

2018 yılında gerçekleştirilen bir çalışmada, sosyal devletlerin temel görevlerinden birinin ulus bütünlüğünü korumak ve ülke güvenliğini sağlamak olduğu belirtilmiştir. Devletlerin tehlikelere karşı savunma stratejileri oluşturup, bu doğrultuda savunma mekanizmaları geliştirdikleri ifade edilmiştir. Türkiye'de, savunma hizmetlerinin tam kamusal mal niteliğinde olması nedeniyle, 1980 öncesi dönemde dışa bağımlılığın söz

konusu olduğu, ancak 1980 yılından itibaren bu bağımlılıktan yavaşça uzaklaştığı vurgulanmıştır. Çalışmada, Türkiye'nin savunma sanayi sektörü kapsamlı bir şekilde incelenmiş, sektördeki değişiklikler, araştırma-geliştirme faaliyetleri ve savunma sanayi harcama rakamları açıklanmış, ayrıca savunma harcamalarının ekonomi üzerindeki pozitif ve negatif etkileri değerlendirilmiştir (Baran, 2018). Bu bağlamda, Türkiye'nin savunma sanayisindeki dışa bağımlılığının azalması, yerli üretimin artırılması ve yeni teknolojilerin geliştirilmesi stratejik öncelikler arasında öne çıkmaktadır.

Yapılan bir çalışmada, savunma sanayinin dünyadaki gelişimi ve Türkiye'deki ilerlemeler incelenmiştir. Savunma sanayinde genellikle tam rekabet koşullarının geçerli olmadığı ve monopson ya da monopol-monopson durumlarının yaygın olduğu ifade edilmiştir. Bu yapılar, etkinliği zorlaştırırken, ülkelerin güvenlik ihtiyaçları da bu sektörü stratejik hale getirmektedir. Dünya savunma sanayisi büyük ölçüde gelişmiş ülkeler tarafından domine edilmekte, özellikle ABD bu alanda önemli bir yere sahiptir. Ancak Türkiye gibi gelişmekte olan ülkeler, savunma sanayisinde yer edinmeye çalışmakta ve yapılan yatırımlarla gelecekte önemli bir konumda olma potansiyeline sahip olduğu vurgulanmıştır (Sezgin & Sezgin,2018).

2022 yılında yapılan bir çalışmada, Türkiye'deki BİST İstanbul'da işlem gören savunma sanayi şirketleri ile Defense 100 listesindeki şirketlerin bilanço ve gelir tablosu gelişmeleri, 2015-2020 dönemi üzerinden trend analiziyle incelenmiştir. Çalışma, Türk savunma sanayi şirketlerinin satışlar ve karlılık açısından Defense 100 şirketlerine göre daha iyi performans gösterdiğini, ancak borçluluk oranlarının daha yüksek olduğunu ortaya koymuştur. Bu çalışma, iki grup arasındaki mali tablo karşılaştırmasını içeren ilk analiz olup, literatüre önemli bir katkı sağladığı görülmüştür (Demir, 2022). Bu çalışma, Türk savunma sanayinin küresel rakipleriyle karşılaştırıldığında daha fazla finansal sürdürülebilirlik sağlamak için potansiyel stratejik iyileştirmelere olan ihtiyacı da ortaya koymaktadır.

2023 yılında yapılan bir çalışmada, savunma harcamalarının, devletlerin güvenlik ve caydırıcılık stratejileri açısından kritik bir öneme sahip olduğu ifade edilmiştir. Savunma sanayisinin, hem ulusal güvenliği sağlamak hem de teknoloji geliştirme ve ihracat açısından stratejik bir sektör olarak değerlendirilmesi gerektiği vurgulanmıştır. Türkiye'de savunma sanayinin, özellikle son yıllarda önemli gelişmeler kaydettiği ve bu gelişmelerin ekonomik etkilerinin analiz edildiği belirtilmiştir (Küçükoğlu, 2023). Bu bağlamda, Türkiye'nin savunma sanayisindeki ilerlemeler yalnızca askeri güvenliği değil, aynı zamanda teknoloji transferi, dış ticaret dengesi ve uluslararası ilişkiler üzerindeki olumlu etkileriyle de önemli bir stratejik katkı sağlamaktadır.

Yapılan literatür taramasında, silah sanayi üzerine akademik çalışmaların yanı sıra birçok firmanın, işletmenin, üniversitelerin misyon ve vizyon metinlerinin incelendiği akademik çalışmalara rastlanmıştır. 2015 yılında gerçekleştirilen bir çalışmada, Türkiye'deki ikinci 500 büyük şirketin misyon ve vizyon ifadelerinde yenilikçilik, başarı, rekabetçilik ve proaktiflik gibi girişimcilik özelliklerinin vurgulandığı görülmüştür. Ayrıca, sektörler arası girişimcilik özelliklerinde farklılıklar tespit edilmiştir (İnce, 2015). Özellikle savunma sanayisindeki firmaların misyon ve vizyon ifadelerinin yalnızca ürün değil, aynı zamanda ulusal güvenlik ve stratejik bağımsızlık hedefleri doğrultusunda şekillenmesi, sektörün geleceği açısından kritik öneme sahiptir.

2023 yılında yapılan bir araştırmada, misyon farklılaşmasına sahip pilot üniversitelerin, yenilikçi yaklaşımlar doğrultusunda misyon ve vizyon ifadelerini nasıl oluşturdukları incelenmiştir. Araştırma, nitel bir desenle gerçekleştirilmiş ve 5 stratejik plan ile 25 akademisyenin görüşleri analiz edilmiştir. Sonuçlara göre, misyon ifadelerinde “insan yetiştirme” ve “bölgesel kalkınma” gibi kavramlar öne çıkarken, vizyon ifadelerinde ise “yenilikçilik” ve “eğitim ve araştırmayı öncelikleme” vurgulanmıştır. Akademisyenler, misyon ifadelerinin “uygun” olduğunu belirtirken, vizyon ifadelerinin ise “geleceğe yönelik” olduğunu ifade etmişlerdir (Yücel & Çalık, 2023). Benzer şekilde, savunma sanayi firmalarının vizyonlarının sadece ulusal hedeflerle değil, aynı zamanda küresel rekabet ve uluslararası işbirlikleri ile uyumlu olması gerektiği vurgulanmalıdır.

2024 yılında yapılan bir çalışmada, modern kurumların misyon ve vizyon metinlerinin, kurumların kimliğini yansıttığı ve yönetim anlayışlarını ortaya koyduğu belirtilmiştir. Türkiye’deki üniversitelerin iletişim fakültelerinin misyon ve vizyon metinlerinin analizinde, benzer ve genel ifadeler kullanıldığı, metinlerin çoğunlukla sıg ve özensiz olduğu tespit edilmiştir. Bu durumun, yasal zorunluluklar nedeniyle olduğu ve kurumsallık ile güvenilirlik sorunlarına yol açtığı vurgulanmıştır (Altıntop & Altıntop, 2024). Bu bağlamda, savunma sanayi firmalarının misyon ve vizyon metinlerinin sadece yasal zorunlulukları yerine getiren formaliteler olmanın ötesine geçerek, uzun vadeli stratejik hedefleri, yenilikçi yaklaşımları ve küresel pazarlardaki rekabet stratejilerini net bir şekilde ortaya koyması gerektiği açıktır.

Firmaların misyon ve vizyon metinlerinin sadece birer formalite olarak değil, aynı zamanda uzun vadeli stratejik planlamaların ve hedeflerin birer yansıması olarak incelenmesi gerekmektedir. Stratejik yönelimler, bir firmanın sektördeki konumunu belirlerken, aynı zamanda ulusal ve küresel düzeydeki rekabet gücünü de doğrudan etkileyebilecek önemli faktörler arasında yer alır. Bu çalışma, özellikle savunma sanayi gibi stratejik öneme sahip sektörlerde, misyon ve vizyon metinlerinin yalnızca firma içi yönelimleri değil, aynı zamanda dış pazarlardaki rekabet avantajlarını nasıl şekillendirdiğini anlamaya yönelik bir analiz sunmaktadır. Bununla birlikte, bu analiz, Türkiye’nin savunma sanayi firmalarının küresel pazarlar için nasıl daha güçlü stratejik adımlar atabileceklerini de göstermeyi hedeflemektedir.

Bu çalışmanın amacı, Aksa Arms ve Francolin Arms firmalarının misyon ve vizyon metinlerini inceleyerek, her iki firmanın stratejik yönelimlerini anlamaktır. İçerik analizi yöntemi kullanılarak yapılan bu araştırma, firmaların misyon ve vizyonlarında öne çıkan temel stratejik unsurları, sektörle ve küresel pazarlarla ilişkili olarak ortaya koymayı hedeflemektedir. İçerik analizi, metinlerdeki gizli temaları, kodları ve ilişkileri sistematik bir şekilde çözümleyerek, firmaların sektördeki konumlarını ve rekabetçi stratejilerini daha derinlemesine anlamaya imkan tanımaktadır. Bu metodolojik yaklaşım, yalnızca metinlerin yüzeysel anlamlarını çözümlenmekle kalmaz, aynı zamanda organizasyonların küresel rekabet ortamındaki konumlarını ve sektörle olan etkileşimlerini daha geniş bir çerçevede değerlendirmeyi de mümkün kılar.

Araştırma, Beyşehir ilçesindeki silah sanayi firmalarının sektördeki stratejik kararlarını şekillendiren unsurları incelemeye yönelik önemli bir katkı sağlamayı amaçlamaktadır. Ayrıca, bu çalışma, Türkiye’nin silah sanayi sektörünün küresel pazarlarda daha rekabetçi olabilmesi için potansiyel stratejik yönelimlere ışık tutmayı

amaçlamaktadır. Bu noktada, yerli üretim stratejileri, inovasyon gücü ve sürdürülebilirlik gibi faktörler de stratejik kararların temel bileşenleri olarak öne çıkmaktadır. Bu bağlamda, çalışma, her iki firmanın misyon ve vizyonlarının sektörel başarıya etkilerini anlamak ve savunma sanayi firmalarının uluslararası rekabet gücünü artırmaya yönelik stratejik öneriler sunmak için kritik bir temel sunmaktadır. Bununla birlikte, çalışmanın bulguları, yalnızca belirli bir sektörün stratejik analizini sunmakla kalmayıp, genel olarak Türkiye'nin savunma sanayiinin ulusal ve küresel düzeydeki rekabet gücünü artırmaya yönelik stratejik yol haritalarının çizilmesine de katkıda bulunacaktır.

Giriş bölümünde belirtildiği gibi, her firma farklı stratejik yaklaşımlar benimsemiş olup, bu farklılıkların sektördeki başarıları üzerinde doğrudan bir etkisi vardır. Bu farklılıkların, küresel pazarlarda nasıl avantaj yaratabileceği ve firmaların uluslararası alanda nasıl daha rekabetçi hale gelebileceği, çalışmanın ana hedeflerinden biridir. Bu nedenle, çalışmada odaklanılan temel sorular, her iki firmanın stratejik yönelimlerinin içerik analizi yöntemiyle ortaya konması ve bu stratejik yönelimlerin sektördeki küresel rekabet üzerindeki olası etkilerinin değerlendirilmesidir. Ayrıca, bu araştırma, savunma sanayi firmalarının misyon ve vizyonlarının sektörel başarıları üzerindeki etkilerini incelemeyi amaçlayan daha geniş çaplı bir çalışmanın da temelini atmaktadır. Firma stratejilerinin, misyon ve vizyon metinleri üzerinden nasıl şekillendiği ve küresel pazarlarla nasıl ilişkilendirildiği, bu çalışmanın ana eksenini oluşturan önemli bir araştırma sorusu olarak öne çıkmaktadır.

Sonuç olarak, bu çalışma, silah sanayi firmalarının küresel pazarlarda daha etkin bir şekilde rekabet edebilmesi için hangi stratejik unsurlara odaklanması gerektiğini ortaya koyacak ve Türkiye'nin silah sanayi sektörüne dair ulusal ve uluslararası düzeyde önemli politika önerileri geliştirilmesine katkıda bulunacaktır. Bu öneriler, firmaların sürdürülebilir büyüme sağlamak için gerekli olan inovasyon kapasitesini artırmaya yönelik stratejik kararlar da içerecektir. Bu öneriler, sektördeki firmaların rekabetçiliklerini artırmaya yönelik pratik stratejik kararların yanı sıra, Türkiye'nin savunma sanayinin uluslararası işbirlikleri ve pazar çeşitliliği stratejilerine dair daha geniş bir perspektif sunmayı hedefleyecektir.

1. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bu çalışma, Beyşehir ilçesinde faaliyet gösteren ve ihracat yapan Aksa Arms ile Francolin Arms firmalarının misyon ve vizyon metinlerini incelemeyi amaçlamaktadır. İçerik analizi, metinlerdeki temaların, kodların ve ilişki yapıların sistematik bir şekilde incelenmesini sağlayarak nitel verilerin anlamlı biçimde değerlendirilmesine olanak tanır. Araştırma, MAXQDA programı kullanılarak içerik analizi yapılmasını hedeflemektedir. Çalışma, bu iki firmanın stratejik yönelimlerini ve rekabet avantajlarını derinlemesine incelemeyi amaçlamaktadır.

Araştırma deseni olarak, bu çalışma nitel bir yaklaşım benimsemiş ve içerik analizi yöntemiyle gerçekleştirilmiştir. İçerik analizi, metinlerin sistematik bir şekilde kodlanarak, metinlerdeki temaların, anahtar kelimelerin ve stratejik hedeflerin ortaya konmasını sağlar. Bu bağlamda, veriler MAXQDA yazılımı kullanılarak dijital ortamda analiz edilmiştir. Bu yazılım, metinlerdeki anahtar kelimeler ve temalar arasındaki ilişkileri ortaya koymak için güçlü bir araçtır. Çalışmanın amacı, her iki firmanın misyon ve vizyon metinlerinde yer alan stratejik unsurları belirlemek ve bu unsurların nasıl şekillendiğini anlamaktır.

Araştırmada, Beyşehir Ticaret ve Sanayi Odası'nın 2024 yılı ihracat verilerinden yararlanılarak oluşturulan 378 firmanın yer aldığı bir popülasyon üzerinden basit tesadüfi örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntemle, sektördeki önemli firmalar arasında yer alan Aksa Arms ve Francolin Arms firmaları örneklem olarak seçilmiştir (Beyşehir Ticaret ve Sanayi Odası, 2024). Bu seçim, her iki firmanın Türkiye silah sanayi sektöründe ihracat konusunda öncü konumda olmaları ve sektördeki genel eğilimleri temsil etme potansiyelleri nedeniyle yapılmıştır. Araştırma, bu seçilen firmaların stratejik karar süreçlerini, rekabet avantajlarını ve sektördeki konumlarını derinlemesine analiz ederek, Beyşehir ilçesi ve Türkiye silah sanayi sektörü hakkında önemli bulgular sunmayı hedeflemektedir. Bu bağlamda, Aksa Arms ve Francolin Arms, Türkiye'nin silah sanayi sektöründeki yerini ve küresel pazardaki rekabet gücünü anlamak adına kritik örnekler teşkil etmektedir.

Aksa Arms, 30 yıllık bir deneyime sahip olup, üretimin yanı sıra yüksek kalite ve zamanında teslimatın da rekabet edebilmek için gerekli olduğuna inanmaktadır. Firma, yenilikçi yaklaşımı ve güçlü Ar-Ge çalışmalarıyla her yıl yaklaşık 50.000 av tüfeği üretmekte, müşteri taleplerine hızlı ve özgün çözümler sunmaktadır. Plastik ve çelik parçaları kendi bünyesinde üretebilen Aksa Arms, ürünlerinin %95'ini 50'den fazla ülkeye ihraç etmekte ve uluslararası kalite standartlarına uygun olarak sürekli büyümektedir (Aksa Arms, 2024). Bu stratejik yaklaşımlar, Aksa Arms'ın küresel ölçekteki başarısını ve sektördeki lider konumunu pekiştiren temel unsurlar arasında yer almaktadır.

Francolin Arms, 1996 yılından bu yana yüksek kaliteli av tüfekleri üreterek müşterilerine gururla hizmet vermektedir. Beyşehir'de küçük bir kasabada bulunan aile şirketi, 70 nitelikli çalışanıyla üretim yapmaktadır. Firma, üretim esnekliği ve tüm metal ile ahşap parçaların kendi bünyesinde üretilmesi sayesinde maliyetlerini düşürmekte ve pazar deneyimi ile rekabet avantajı sağlamaktadır. Ayrıca, doğrudan satış yapan kendi satış ekibi ve önemli hesap yönetimi yaklaşımıyla müşteri ilişkilerini güçlendirmekte, ana pazarları arasında ABD, Kanada, Avustralya, Almanya, Rusya, Ukrayna, Lübnan ve Türkiye bulunmaktadır (Francolin Arms, 2024). Francolin Arms'ın stratejik kararları, firmanın hem iç pazarındaki hem de uluslararası pazarlardaki güçlü konumunu sürdürmesine olanak tanımaktadır.

Veri toplama süreci, her iki firmanın misyon ve vizyon metinlerinin MAXQDA programına aktarılmasıyla başlamıştır. Bu metinler, her iki firmanın resmi web sitelerinden alınmıştır ve doğrudan firma yönetimlerinin stratejik yönelimlerini yansıtan belgeler olarak kabul edilmiştir. Bu metinler, her iki firmanın stratejik hedeflerini ve sektördeki yönelimlerini anlamak adına kritik öneme sahiptir. Toplanan veriler, içerik analizi yöntemiyle işlenmiş ve anahtar kelimeler ile temalar belirlenmiştir. Bu analiz, hem Aksa Arms hem de Francolin Arms'ın stratejik yönelimlerini, rekabet avantajlarını ve sektördeki konumlarını derinlemesine inceleyerek, Türkiye silah sanayi sektörüyle ilgili önemli içgörüler sunmaktadır.

İçerik analizi süreci, metinlerin tematik bir şekilde kodlanarak, anahtar kelimelerin ve stratejik temaların sistematik bir şekilde sınıflandırılmasıyla başlamıştır. Her iki firmanın misyon ve vizyon metinleri, "yenilikçilik", "teknoloji", "güvenlik", "liderlik" gibi önemli kodlar altında incelenmiştir. Kodlama süreci, metinlerdeki temel stratejik hedeflerin belirlenmesini amaçlamaktadır. Kodlar arasında anlamlı ilişkiler kurulmuş ve bu ilişkiler MAXQDA yazılımının sunduğu araçlarla görselleştirilmiştir. Kod

Yakınlık Haritası ve Kod Kesişim Haritası, bu ilişkilerin daha net anlaşılmasını sağlamıştır. Bu haritalar, belirlenen kodlar arasındaki yakınlıkları ve kesişim noktalarını inceleyerek, her iki firmanın stratejik hedeflerinin ne derece örtüştüğünü ortaya koymuştur.

Veri analizi, MAXQDA programının sunduğu çeşitli araçlarla yapılmıştır. Kod Yakınlık Haritası ve Kod Kesişim Haritası, farklı kodlar arasındaki ilişki ve yakınlıkları görsel olarak ortaya koymuş, her iki firmanın misyon ve vizyonlarındaki ortak temaları ve farklılıkları detaylı bir şekilde incelemiştir. Bu görselleştirmeler, araştırmacının veri setindeki ana temaları daha iyi anlamasına ve firmaların stratejik kararlarını daha net bir şekilde analiz etmesine yardımcı olmuştur.

Bu araştırmanın güvenilirliğini ve geçerliliğini artırmak amacıyla, MAXQDA yazılımında kullanılan kodlama doğruluğu ve yeniden kodlama süreçleri uygulanmıştır. Kodlar, ilk başta araştırmacı tarafından belirlenmiş ve ardından kodlama süreci tekrar gözden geçirilerek doğrulama yapılmıştır. Ayrıca, içerik analizinde çıkan temalar literatürle karşılaştırılmış, böylece bulguların geçerliliği ve güvenilirliği artırılmıştır.

Bu araştırma yalnızca Beyşehir ilçesinde ihracat yapan iki silah sanayi firmasıyla sınırlıdır. Ayrıca, yalnızca misyon ve vizyon metinlerinin analizi yapılmış, bu da çalışmanın odak noktasını daraltmıştır. Gelecekte, farklı firmalarla yapılan araştırmaların ve diğer stratejik belgelerin analiz edilmesi, daha kapsamlı bir değerlendirme sunabilir.

2. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Aksa Arms firmasının misyon ve vizyon metinlerine firmanın internet sayfasında yer alan hakkımızdaki bölümünden (Aksa Arms, 2024) erişim sağlanırken, Francolin Arms firmasının misyon ve vizyon metinlerine ise firmanın internet sayfasında 2024 yılı ürün kataloğu içeriğinden ulaşılmıştır (Francolin Arms, 2024).

Çalışmada yer alan temalar, ortak kodlar ve bu kodların mantıksal dayanağı Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1. Temalar, Ortak Kodlar ve Mantıksal Dayanağı

Tema	Kod	Aksa Arms Stratejisi	Francolin Arms Stratejisi	Mantıksal Dayanak
Kalite ve Güvenlik	Kalite ve Güvenlik	Ürünlerinde yüksek kalite ve güvenliği sağlamak. Dayanıklı, güvenli ürünler.	Dayanıklı ve güvenli av tüfekleri üretmek. Ürünlerinde yüksek güvenlik sağlama.	Hem Aksa Arms hem de Francolin Arms güvenlik ve dayanıklılığı ön planda tutar. Kalite, pazarda rekabet avantajı yaratır.
Müşteri Odaklılık	Müşteri Odaklılık	Müşteri memnuniyetini ön planda tutarak, müşterilerin taleplerine hızlı çözümler sunma.	Küresel pazarda müşteri memnuniyetini sağlamak, müşteri tercihlerine odaklanma.	Müşteri odaklılık, her iki firma için büyüme stratejisinin temelini oluşturur. Müşteri beklentilerine uygun çözüm üretme, sadık bir müşteri kitlesi oluşturur.
Yenilikçilik ve İnovasyon	Yenilikçilik ve İnovasyon	Sürekli yenilikçi çözümler ve teknolojik gelişmeleri takip ederek Ar-Ge'ye yatırım yapma.	Fonksiyonel ve estetik tasarımlarla yenilikçi ürünler geliştirme. Yenilikçi çözümler.	Hem Aksa Arms hem de Francolin Arms, sektördeki yenilikleri takip eder ve inovasyonu ürün geliştirme süreçlerine entegre eder. Teknolojik çözümler rekabet gücü yaratır.
Küresel Etki ve Tanınırlık	Küresel Etki ve Tanınırlık	Küresel çapta Türk savunma sanayisinin tanınmasını sağlamak ve uluslararası pazarda yer edinme.	Küresel pazarda tanınmak, dünya çapında müşteri kitlesine ulaşmak.	Küresel tanınırlık, her iki firma için uluslararası pazarlara açılmanın temel stratejisidir. Globalleşen pazarlar bu stratejiyi gerektirir.

Tema	Kod	Aksa Arms Stratejisi	Francolin Arms Stratejisi	Mantıksal Dayanak
Liderlik ve Rekabetçi Fiyatlandırma	Liderlik ve Rekabetçi Fiyatlandırma	Rekabetçi fiyatlarla kaliteli ürünler sunarak sektördeki lider konumunu sürdürme.	Küresel pazarda rekabetçi fiyatlarla kaliteli ürünler sunarak liderlik sağlama.	Her iki firma da rekabetçi fiyatlarla kaliteli ürün sunarak pazar paylarını artırmayı hedefler. Sektördeki liderlik, fiyat ve kalite dengesine dayanır.
Marka Değeri	Marka Değeri	Güçlü bir marka kimliği oluşturma ve sektördeki lider pozisyonu pekiştirme.	Küresel pazarda güçlü bir marka kimliği oluşturma ve marka değerini artırma.	Marka değeri, her iki firmanın sektördeki varlıklarını güçlendirir. Güçlü marka kimliği, müşteri güvenini ve sadakatini artırır.

Oluşturulan kodlar içerisinde sadece Aksa Arms'a ait kodlar ve mantıksal dayanakları Tablo 2'de gösterilmiştir.

Tablo 2. Aksa Arms'a Özgü Kodlar

Tema	Kod	Aksa Arms Stratejisi	Mantıksal Dayanak
Mükemmellik ve İleri Teknoloji	Mükemmellik ve Teknoloji	Sektördeki lider pozisyonda kalmak için ileri teknoloji ve kaliteyi birleştiren mühendislik.	Mükemmeliyetçi bir yaklaşım, teknolojiyi mükemmeliyetle entegre eder.
İleri Seviye Savunma Teknolojileri	Savunma Teknolojileri	Savunma sanayi alanındaki ileri teknolojilerle donatılmış ürünler geliştirme.	Savunma alanındaki teknolojik yenilikler ve mühendislik, güvenlik sağlamak için temel unsurlardır.

Sadece Francolin Arms'a ait kodlar ve mantıksal dayanağı Tablo 3'te verilmiştir.

Tablo 3. Francolin Arms'a Özgü Kodlar

Tema	Kod	Francolin Arms Stratejisi	Mantıksal Dayanak
Estetik ve Tasarım Odaklılık	Estetik ve Tasarım	Estetik açıdan çekici, ergonomik tasarımlar ile müşteri memnuniyetini artırma.	Estetik tasarımlar, hem işlevsel hem de görsel açıdan rekabet avantajı sağlar.
Çevre Dostu Üretim Teknolojisi	Çevre Dostu Teknoloji	Çevre dostu üretim süreçleri ve sürdürülebilir materyaller kullanma.	Çevre dostu üretim, uzun vadede sürdürülebilirlik ve çevresel sorumluluk anlamına gelir.

Aksa Arms ve Francolin Arms için oluşturulan ortak kodlar ile her firmaya ait özgü kodlar ve bu kodlara ait mantıksal dayanakları Tablo 4'te görülmektedir.

Tablo 4. Ortak Kodlar ve Firmaya Özgü Kodlar Tablosu

Tema	Kod	Aksa Arms Stratejisi	Francolin Arms Stratejisi
Kalite ve Güvenlik	Kalite ve Güvenlik	Ürünlerinde yüksek kalite ve güvenliği sağlamak. Dayanıklı, güvenli ürünler.	Dayanıklı ve güvenli ürünler üretme.
Müşteri Odaklılık	Müşteri Odaklılık	Müşteri memnuniyetini ön planda tutarak, müşterilerin taleplerine hızlı çözümler sunma.	Küresel pazarda müşteri memnuniyetini sağlamak, müşteri tercihlerine odaklanma.
Yenilikçilik ve İnovasyon	Yenilikçilik ve İnovasyon	Sürekli yenilikçi çözümler ve teknolojik gelişmeleri takip ederek Ar-Ge'ye yatırım yapma.	Fonksiyonel ve estetik tasarımlarla yenilikçi ürünler geliştirme.
Küresel Etki ve Tanınırlık	Küresel Etki ve Tanınırlık	Küresel çapta Türk savunma sanayisinin tanınmasını sağlamak ve uluslararası pazarda yer edinme.	Küresel pazarda tanınmak, dünya çapında müşteri kitlesine ulaşmak.

Tema	Kod	Aksa Arms Stratejisi	Francolin Arms Stratejisi
Liderlik ve Rekabetçi Fiyatlandırma	Liderlik ve Rekabetçi Fiyatlandırma	Rekabetçi fiyatlarla kaliteli ürünler sunarak sektördeki lider konumunu sürdürme.	Küresel pazarda rekabetçi fiyatlarla kaliteli ürünler sunarak liderlik sağlama.
Marka Değeri	Marka Değeri	Güçlü bir marka kimliği oluşturma ve sektördeki lider pozisyonu pekiştirme.	Küresel pazarda güçlü bir marka kimliği oluşturma ve marka değerini artırma.
Aksa Arms'a Özgü Kodlar	Mükemmellik ve Teknoloji	Sektördeki lider pozisyonda kalmak için ileri teknoloji ve kaliteyi birleştiren mühendislik.	-
	Savunma Teknolojileri	Savunma sanayi alanındaki ileri teknolojilerle donatılmış ürünler geliştirme.	-
Francolin Arms'a Özgü Kodlar	Estetik ve Tasarım	-	Estetik ve Tasarım: Estetik ve ergonomik tasarımlar.
	Çevre Dostu Teknoloji	-	Çevre Dostu Teknoloji: Çevre dostu üretim teknolojileri.

Kod yakınlık haritası ve kod kesişim haritası, özellikle işletme stratejileri, pazarlama analizleri ve ürün geliştirme süreçleri gibi alanlarda kullanılan önemli görselleştirme araçlarıdır. Bu haritalar, şirketlerin stratejik odaklarını ve anahtar temalarını daha derinlemesine analiz etmeyi sağlayarak, rekabetçi avantajların nasıl şekillendiğini ve farklılaşmaların hangi alanlarda gerçekleştiğini anlamamıza yardımcı olur.

Kod Yakınlık Haritası, iki veya daha fazla organizasyon arasındaki stratejik temalar ve kavramlar arasındaki ilişkileri görsel olarak ortaya koyar. Bu harita, ortak ve farklı temaların, şirketlerin ürün geliştirme süreçleri ve stratejik yönelimleri ile nasıl örtüştüğünü veya ayrıldığını gösterir. Kod yakınlık haritası, genel bir izlenim sunarak şirketlerin pazardaki yerlerini nasıl belirlediklerini ve hangi stratejik unsurları önceliklendirdiklerini keşfetmemizi sağlar. Aksa Arms ve Francolin Arms örneğinde olduğu gibi, bu harita, her iki şirketin de kalite, müşteri odaklılık, küresel etki ve marka değeri gibi ortak önceliklere sahip olduğunu ancak bazı alanlarda (örneğin yenilikçilik ve çevre dostu üretim) farklılaştığını gösterir.

Kod Kesişim Haritası ise daha ayrıntılı bir analiz sunarak, şirketlerin stratejik temalarındaki örtüşmeler ve farklılıkları daha net bir şekilde görselleştirir. Bu harita, özellikle benzer stratejik hedeflere sahip iki veya daha fazla şirket arasındaki kesişim noktalarını ve ayrışmalarını belirleyerek, bu stratejilerin nasıl birbirini tamamladığını ya da farklılaştığını ortaya koyar. Kod kesişim haritası, hem ortak stratejik hedeflerin hem de her şirketin kendine özgü odaklandığı alanların derinlemesine bir şekilde incelenmesini sağlar. Örneğin, Aksa Arms ve Francolin Arms'ın kalite, güvenlik ve müşteri odaklılık gibi ortak temaları varken, estetik tasarım ve çevre dostu üretim gibi konularda farklılaşmaları, bu harita aracılığıyla daha net bir şekilde gözlemlenebilir.

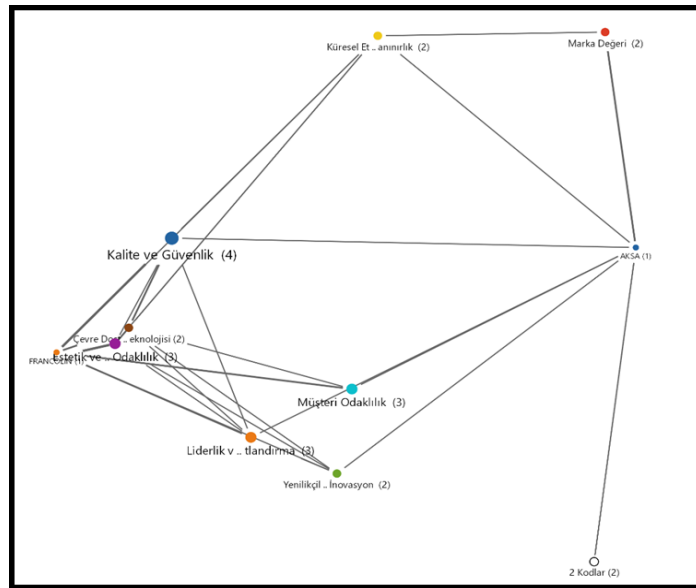
Her iki harita türü, Aksa Arms ve Francolin Arms gibi şirketlerin stratejik yönelimlerini anlamak, birbirleriyle kıyaslamak ve sektördeki rekabet avantajlarını nasıl geliştirdiklerini görmek için güçlü araçlar sunar. Bu haritaların analizi, her iki şirketin sektördeki konumlarını, büyüme stratejilerini ve pazardaki rekabetçi üstünlüklerini daha iyi anlamamızı sağlar.

2.1. Kod Yakınlık/İlişki Haritası

Şekil 1’de Kod Yakınlık Haritası verilmiştir. Sunulan kod yakınlık haritası, Aksa Arms ve Francolin Arms şirketlerinin ürün ve hizmetleriyle ilgili anahtar kavramlar arasındaki ilişkileri görselleştirmektedir.

Kod ilişki haritasına göre en fazla diğer kodlarla en fazla ilişki içinde olan kodun kalite ve güvenlik olduğu görülmektedir. Bu görüntü, araştırılan kurumların faaliyet alanıyla örtüşmektedir. Kalite ve güvenlik ile en yakın ilişki içinde olan kodlar (yakınlık sırasına göre) çevre dostu üretim teknolojisi, estetik ve tasarım odaklılık, müşteri odaklılık, liderlik ve rekabetçi fiyatlandırma ile yenilikçilik ve inovasyon şeklindedir. Burada dikkat çeken detay, misyon ve vizyon metinleri içinde en fazla ilişki ağına sahip kod olan kalite ve güvenlik koduna Francolin firmasının daha yakın konumlanmasıdır. Francolin firmasının en yakın olduğu kod ise estetik ve tasarım odaklılık kodudur. Hemen arkasından çevre dostu üretim teknolojisi gelmektedir. Ayrıca müşteri odaklılık ile yenilikçilik ve inovasyon kodlarının da Francolin firmasına yakın olması, kurumun insani değerler ve çevre dostu üretim anlayışını ticari imaj anlayışının önünde tuttuğu ve/veya ticari imaj çalışmasını insani değerler ve çevre dostu üretim üzerine oluşturmaya çalıştığı şeklinde yorumlanmalıdır.

Diğer yandan Aksa firması yukarıda sıralanan kodlarla ilişki içinde olsa da nispeten uzakta kalmıştır. Aksa firmasının yakın ilişki içinde olduğu kodlar ise marka değeri, küresel etki ve tanınırlık, savunma teknolojileri ileri seviye ile mükemmellik ve ileri teknoloji olmuştur. Haritaya göre Aksa firması üretim kadar imajı da ön planda tutmaktadır. Aksa firmasının ilişki haritasına bakıldığında dikkat çeken en önemli detay ise Francolin firmasına göre daha dengeli bir ilişki ağı oluşturmasıdır. Ayrıca Aksa firmasının nispeten uzağında kalan kodlara kalite ve güvenlik, çevre dostu teknoloji ile estetik ve tasarım odaklılık kodlarının temsil ettiği eksiklikleri savunma teknolojileri ileri seviye ile mükemmellik ve ileri teknoloji kodlarıyla ikame etmeye çalıştığı söylenebilir. Genel bir değerlendirme yapıldığında, Francolin firmasının daha insan ve çevre odaklı, Aksa firmasının daha ticari ve kurumsal bir yapılanmaya sahip olduğu görülmektedir.



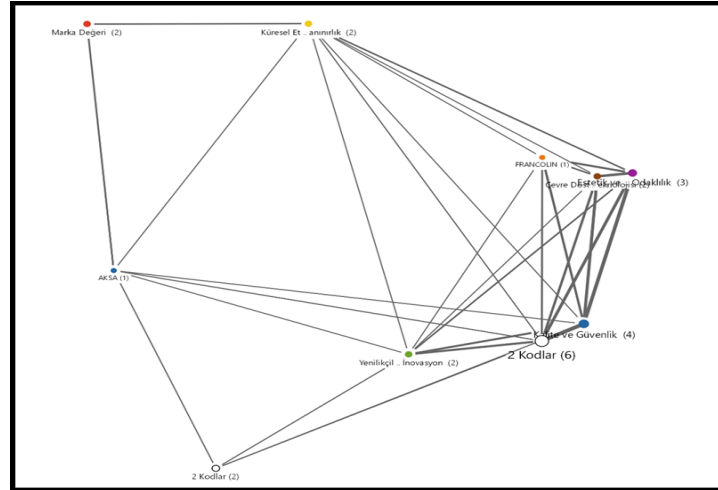
Şekil 1. Kod Yakınlık/İlişki Haritası

2.2. Kod Kesişim Haritası

Şekil 2'de yer alan Kod Kesişim Haritası, Aksa Arms ve Francolin Arms şirketlerinin stratejik yönelimlerini ve bu iki firmaya ait ürün ve hizmetler arasında bulunan kavramsal benzerlikler ile farklılıkları net bir biçimde ortaya koymaktadır. Harita, her iki şirketin savunma sanayisindeki faaliyet alanlarını ve stratejik hedeflerini yansıtırken, belirli alanlarda örtüşmeler ve diğer bazı noktalarda ise belirgin farklılıklar gözlemlenmektedir. Bu görsel analiz, Aksa Arms ve Francolin Arms arasındaki benzer stratejik yaklaşımları belirlemekle kalmayıp, aynı zamanda her iki şirketin kendilerine özgü rekabetçi avantajlar yaratma yöntemlerine dair önemli ipuçları sunmaktadır.

Kod kesişim haritasındaki etkileşim ağı tümüyle kod ilişki haritasını doğrular niteliktedir. Tüm alan içinde en fazla kesişimde bulunan kod kalite ve güvenlik olmuştur. Kalite ve güvenlik kodunun en fazla kesiştiği kodlar ise liderlik ve rekabetçi fiyatlandırma, müşteri odaklılık ile yenilikçilik ve inovasyon olmuştur. Bu durum sektöre yönelik önemli bir mesajdır ve kod ilişki haritasında olduğu gibi bu alanla en fazla kesişimde bulunan firma Francolin'dir. Francolin firmasının daha fazla kesiştiği diğer kodlar ise estetik ve tasarım odaklılık, çevre dostu teknoloji kodları olmuştur. Dolayısıyla Francolin firması insani değerlere daha fazla önem veren ve çevre dostu olan bir kurumsal firma imajı oluşturmaktadır.

Aksa firmasının kesişim ağı haritasına bakıldığında ise yine bir dengeden söz etmek mümkündür fakat marka değeri, küresel etkinlik ve tanınırlık, savunma teknolojileri ileri seviye ile mükemmellik ve ileri teknoloji kodlarıyla daha fazla kesişim göstermesi imajı öne çıkaran bir ticari anlayış ve kurumsal yapıya önem verdiği şeklinde yorumlanmalıdır. Dolayısıyla Aksa firmasının ticari faaliyetleri kapitalist sisteme yönelik daha radikal bir bağlılık içindedir.



Şekil 2. Kod Kesişim Haritası

MAXQDA programı kullanılarak yapılan kelime bulutu analizi, Şekil 3'te yer almakta olup, şirketin misyon ve vizyon ifadelerindeki anahtar kelimelerin frekans dağılımını detaylı bir şekilde ortaya koymaktadır. Bu analiz, kelimelerin en az iki kez geçtiği ve dolayısıyla stratejik açıdan önemli olan terimlerin öne çıktığı bir yöntemle gerçekleştirilmiştir. Bu sınırlama, yalnızca tekrar eden, yani belirgin bir stratejik anlam taşıyan ve şirketin hedeflerini, değerlerini veya yönelimlerini yansıtan anahtar

kelimelere odaklanmayı sağlamaktadır. Elde edilen bulgular, şirketin misyon ve vizyon ifadelerinde belirli kavramların sıklıkla yer aldığını ve bu kavramların şirketin stratejik yönelimlerini nasıl şekillendirdiğini göstermektedir.

Analiz sonuçlarına göre, "en" ve "olmak" gibi terimlerin yüksek sıklıkla kullanılması, şirketin sektöründe liderlik pozisyonunu elde etme ve bu konumunu pekiştirme amacını açıkça ortaya koymaktadır. Bu kelimeler, şirketin stratejik vizyonunun merkezinde yer alan, üstünlük sağlama ve rekabetçi bir üstünlük elde etme arzusunu yansıtmaktadır. Ayrıca, "Arms" kelimesinin belirgin bir şekilde öne çıkması, şirketin faaliyet gösterdiği sektörün doğasını açıkça belirtmektedir. Savunma sanayine ait bu terimin sürekli olarak vurgulanması, şirketin bu alanda güçlü bir oyuncu olduğunu ve pazarın dinamiklerini şekillendirmeye yönelik bir strateji izlediğini göstermektedir.

Bir diğer önemli bulgu ise "sektöründe" ve "tüm" terimlerinin yüksek sıklıkla geçmesidir. Bu kelimeler, şirketin sektördeki etkisini genişletmeyi ve tüm müşteri ihtiyaçlarını kapsayacak şekilde kapsamlı çözümler sunmayı hedeflediğini göstermektedir. "Sektöründe" kelimesi, şirketin faaliyet gösterdiği alanda lider olma hedefinin altını çizerken, "tüm" terimi şirketin hedef pazarını kapsayıcı ve geniş bir perspektifle ele aldığını yansıtmaktadır. Bu bağlamda, şirketin sadece belirli bir müşteri grubuna değil, tüm paydaşlara yönelik çözümler geliştirme stratejisi izlediği söylenebilir.

Kelime bulutu analizi, şirketin misyon ve vizyonundaki anahtar kelimelerin sıklığını değerlendirerek, organizasyonun stratejik yönelimlerini ve hedeflerini açıkça ortaya koymaktadır. "Misyonumuz" ve "vizyonumuz" ifadelerinin sıkça kullanımı, şirketin bu temel ilkeleri ve stratejik hedefleri her iki ifadesinde de vurgulayarak güçlü bir şekilde ilettiğini göstermektedir. Bu ifadelerin tekrarı, şirketin bu temel yönelimlere verdiği önemi ve misyon ile vizyonunun organizasyonel hedeflerle ne denli örtüştüğünü göstermektedir.

Sonuç olarak, kelime bulutu analizi, şirketin misyon ve vizyonunda yer alan anahtar kelimeler üzerinden organizasyonel stratejilerin ve sektördeki rolünün nasıl şekillendiğini gözler önüne sermektedir. Şirketin misyonunda "en" olmak, sektördeki liderliğini pekiştirme amacını net bir şekilde yansıtırken, "arms" terimi ise şirketin savunma sanayindeki güçlü konumunu işaret etmektedir. Aynı şekilde, "tüm" ve "sektöründe" gibi terimler de şirketin sektördeki kapsamlı etkisini ve geniş müşteri kitlesine hitap etme stratejisini vurgulamaktadır. Bu analiz, şirketin rekabetçi üstünlük sağlamayı ve küresel ölçekte daha büyük bir etki alanı oluşturmayı hedeflediğini net bir biçimde ortaya koymaktadır.



Şekil 3. Kelime Bulutu

SONUÇ

Bu çalışma, Beyşehir ilçesinde faaliyet gösteren Aksa Arms ve Francolin Arms firmalarının misyon ve vizyon metinlerini içerik analizi yöntemiyle incelemiş ve her iki firmanın stratejik yönelimlerini, sektörel konumlarını ve rekabet avantajlarını derinlemesine analiz etmiştir. Araştırma, MAXQDA yazılımı kullanılarak yapılan içerik analizi ile her iki firmanın misyon ve vizyon metinlerinde öne çıkan stratejik temalar belirlenmiş ve bu temalar arasında ortaklıklar ve farklılıklar ortaya konmuştur.

Araştırma bulguları, her iki firmanın kalite ve güvenlik, müşteri odaklılık, yenilikçilik ve inovasyon, küresel etki ve tanınırlık, liderlik ve rekabetçi fiyatlandırma gibi temel stratejik unsurlar açısından önemli benzerlikler taşıdığını ortaya koymuştur. Her iki firma da, yüksek kaliteli ve güvenli ürünler sunmayı, müşteri memnuniyetini ön planda tutmayı, yenilikçi çözümlerle sektörde rekabet avantajı elde etmeyi ve küresel pazarlarda tanınırlık sağlamayı stratejik hedefler olarak belirlemiştir. Bu unsurlar, her iki firmanın sektördeki liderliklerini güçlendirmeyi ve uzun vadede sürdürülebilir büyüme sağlamayı amaçladıklarını göstermektedir.

Bununla birlikte, Aksa Arms ve Francolin Arms firmalarının misyon ve vizyon metinlerinde bazı özgün stratejik unsurlar da belirginleşmiştir. Aksa Arms, savunma sanayi alanındaki ileri teknolojilere ve mühendislik mükemmeliyetine odaklanırken; Francolin Arms, estetik tasarımlar ve çevre dostu üretim süreçlerine özel bir vurgu yapmaktadır. Aksa Arms'ın savunma teknolojilerindeki mükemmeliyet ve yenilikçi mühendislik stratejileri ile Francolin Arms'ın estetik ve ergonomik tasarım odaklılık ve çevre dostu üretim anlayışı, her iki firmanın sektördeki farklılaşma stratejilerini yansıtmaktadır. Bu özgün unsurlar, firmaların sektördeki benzersiz konumlarını pekiştirmekte ve rekabet avantajlarını artırmaktadır.

Araştırmanın katkıları, Beyşehir ilçesindeki silah sanayi firmalarının stratejik yönelimlerine dair önemli bilgiler sunmuş ve bu tür firmaların uluslararası pazarlarda nasıl rekabet edebileceği konusunda derinlemesine bir anlayış sağlamıştır. Çalışma, Türkiye savunma sanayisinin genel dinamikleri hakkında da önemli bir perspektif sunmaktadır. Ayrıca, araştırma, bu iki firmanın stratejik kararlarını şekillendiren temel unsurlar hakkında literatüre katkı sağlamaktadır.

Bu araştırmanın sınırlılığı, yalnızca Beyşehir ilçesinde faaliyet gösteren iki firma ile sınırlı olması ve sadece misyon ve vizyon metinlerine odaklanmasıdır. Gelecekteki araştırmalarda, farklı firmaların misyon, vizyon, pazarlama ve finansal stratejileri gibi diğer stratejik belgelerinin analiz edilmesi, sektörel eğilimlerin daha kapsamlı bir şekilde incelenmesine olanak sağlayabilir. Ayrıca, bu çalışmanın bulgularının doğruluğunun teyit edilebilmesi için firmaların stratejik kararlarıyla karşılaştırılması gerektiği düşünülmektedir.

Gelecek araştırmalar için önerilen alanlar, daha fazla firma ve sektörel verinin incelenmesi ile stratejik yönelimlerin ve sektörel farklılıkların daha geniş bir perspektiften analiz edilmesidir. Ayrıca, stratejik karar süreçlerinin etkinliği üzerine yapılan çalışmalar, firmaların misyon ve vizyonlarının sektördeki başarısını nasıl etkilediğine dair daha fazla bilgi sağlayacaktır. Gelecekte, bu tür araştırmalar, sektörel gelişmelere ve firmaların uzun vadeli stratejik planlamalarına ışık tutabilir.

Sonuç olarak, bu çalışma, Aksa Arms ve Francolin Arms firmalarının stratejik yönelimlerini, sektördeki pozisyonlarını ve uluslararası pazarlarda nasıl konumlandıklarını anlamamıza yardımcı olmuştur. Hem akademik literatüre hem de sektördeki uygulamalara katkı sağlamaktadır. Araştırma, savunma sanayi firmalarının stratejik kararlarını şekillendirecek önemli veriler sunmakta ve bu firmaların gelecekteki stratejik yönelimlerine yönelik yol gösterici bilgiler sağlamaktadır.

KAYNAKÇA

- Aksa Arms (2024). <https://aksaarms.com/tr/hakkimizda/> (Erişim Tarihi: 11.11.2024).
- Altıntop, M. & Altıntop, M. (2024). İletişim fakültelerinin misyon ve vizyon metinlerinin içerik analizi. *Sinerji Uluslararası Alan Eğitimi Araştırmaları Dergisi*, 5 (1), 20-53.
- Baran, T. (2018). Türkiye’de savunma sanayi sektörünün incelenmesi ve savunma harcamalarının ekonomi üzerindeki etkilerinin değerlendirilmesi. *Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 4 (2), 58-81.
- Beyşehir Ticaret ve Sanayi Odası (2024). <https://beysehirtso.org.tr/ihracat-yapan-uyeler/> (Erişim Tarihi:10.11.2024).
- Demir, Z. (2022). Türk savunma sanayi şirketleri ile Defense 100 şirketlerinin trend analizi ile karşılaştırılması: Örnek uygulama. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 20 (1), 168-195.
- Francolin Arms (2024). <https://francolinarms.com/catalogs/> (Erişim Tarihi: 12.11.2024).
- İnce, A. (2015). Türkiye’nin ikinci 500 büyük şirketinin misyon ve vizyon ifadelerine göre girişimcilik özellikleri. *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8 (2), 143-155.
- Küçükoğlu, M. (2023). Türkiye savunma sanayiindeki gelişmelerin ekonomiye etkileri (2000-2023). *Sakarya İktisat Dergisi*, 12 (1), 15-41.
- Sezgin, Ş. & Sezgin, S. (2018). Dünya’da ve Türkiye’de savunma sanayi: Genel bir bakış. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 5 (12), 1-19.
- Şişman, D. (2017). Küreselleşme, kriz ve savunma sanayi. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 39 (1), 223-237.
- Yücel, F. H. & Çalık, T. (2023). Misyon farklılaşması ve ihtisaslaşmasına tabi olan pilot üniversitelerin misyon ile vizyon ifadelerinin incelenmesi. *Kapadokya Eğitim Dergisi*, Türkiye Cumhuriyeti’nin 100. Yılı Özel Sayısı, 119-132.