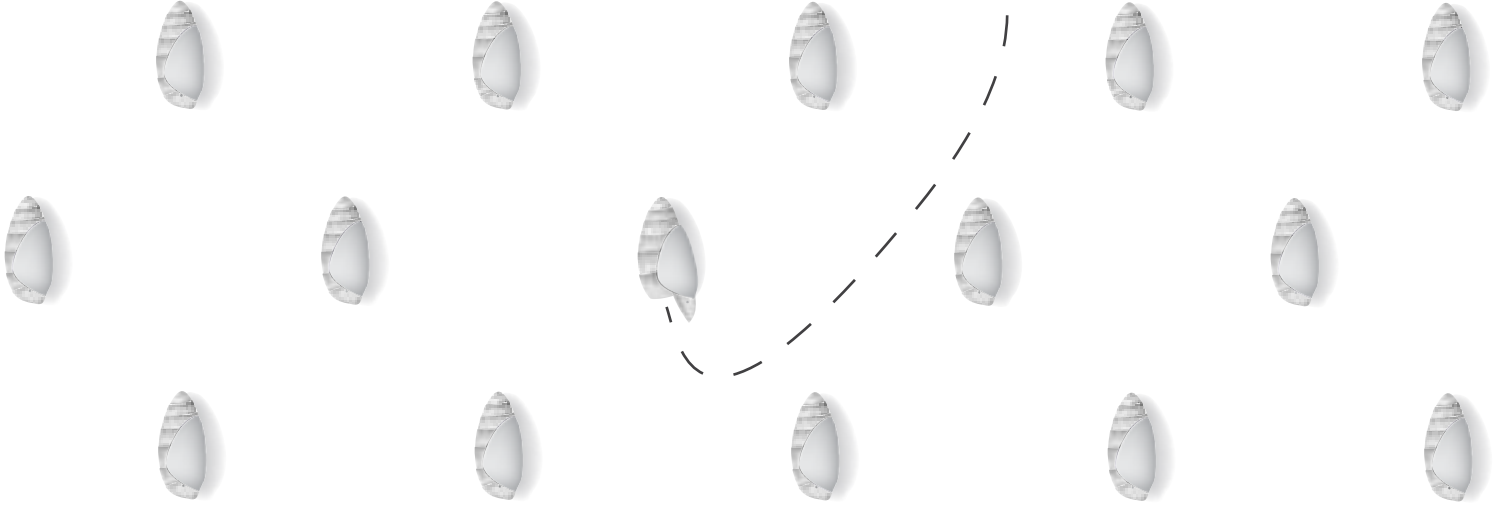
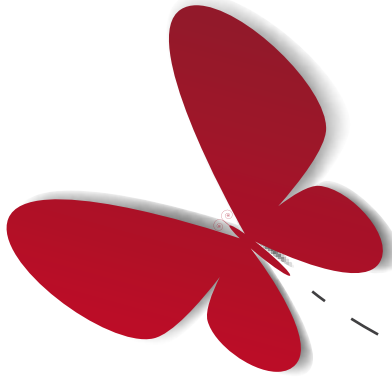




TAŞIT ARAÇLARI YAN SANAYİCİLERİ DERNEĞİ  
**tosad**  
ASSOCIATION OF AUTOMOTIVE PARTS & COMPONENTS MANUFACTURERS

YIL: 19 • SAYI: 96 • TEMMUZ-AĞUSTOS 2017

# GELECEĞİMİZİ YÖNETMEYE NE KADAR HAZIRIZ?



Stratejik ve Kurumsal Yönetim  
Danışmanı

**MURAT SELEK**

“İnsan kaynağı ve yönetimi  
başarıda ayrıştırıcı bir faktör”

TOSB Yönetim Kurulu Başkanı

**ÖMER BURHANOĞLU**

“TOSB’da farklı bir hizmet  
anlayışını geliştireceğiz”

İletişim Uzmanı ve Yazar

**A. ŞERİF İZGÖREN**

“Bu ülkede bilgiye yatırım  
yapılmıyor”

Demirci Eğitim ve Danışmanlık  
Kurucusu

**KORHAN DEMİRCİ**

Endüstri 4.0’la yeniden  
şekillenen tedarik zincirleri

*Kaliteye atılan imza...*



*Otomotiv ve Jant sektörüne yönelik kalitelerimizle hizmetinizdeyiz!*

- Çift Fazlı Çelikler (Dp600)
- Mikro Alaşımlı Orta ve Yüksek Mukavemetli Çelikler (S315MC-S700MC)
- Soğuk Haddelemeye ve Şekillendirmeye Uygun Çelikler

*\*Diğer kaliteler için lütfen arayınız...*

Genel Müdürlük

Rüzgarlıbahçe Mahallesi Kavak Sokak No:16 Kat:5, 34805 Kavacık-Beykoz / İstanbul

T: 444 26 27 (CMAS) - (0216) 681 24 21 • F: (0216) 537 14 01

[www.colakoglu.com.tr](http://www.colakoglu.com.tr)

**Sahibi**

TAYSAD adına Yönetim Kurulu Başkanı  
**Alper Kanca**

**Yazı İşleri Müdürü**

**Sevgi Özçelik**

**Yayın Kurulu**

**Alper Kanca** **Albert Saydam**  
**Ertan Demirdüzen** **Yakup Birinci**  
**Özge Özen Kural** **Süheyl Baybalı**

**Editör**

**Burçin Yeşiltepe**  
editor@mavitanitim.com.tr

**Yayın Yönetmeni**

**Sevgi Özçelik**  
sevgi@taysad.org.tr

**Görsel Yönetmen**

**İlter Çıtak**  
grafik@mavitanitim.com.tr

**Fotoğraf**

**Emre Topdemir**  
www.emretopdemir.com

**Reklam**

**Fırtına Arısoy**  
firtina@mavitanitim.com.tr

**Yönetim Yeri**

TOSB - TAYSAD Organize Sanayi Bölgesi  
41420, Şekerpınar, Çayırova  
Kocaeli- TÜRKİYE  
Tel: + 90 262 658 98 18  
Faks: + 90 262 658 98 39  
www.taysad.org.tr • info@taysad.org.tr

**Yapım**

Mavi Tanıtım ve İletişim  
Ayrılık Çeşme Sok. No: 122  
Yeldeğirmeni 34500 Kadıköy - İstanbul  
Tel: +90 216 418 59 31  
Faks: +90 216 348 95 22  
www.mavitanitim.com.tr

**Baskı**

Özgün Ofset Tic. Ltd. Şti.  
Yeşilce Mah. Aytekin Sok. No: 21  
Otosanayi 4. Levent-İstanbul  
Tel: +90 212 280 00 09

**Yerel - Türkçe - İlimi**

İki Ayda Bir Yayınlanır

Tüm yayın hakkı TAYSAD'a ait olup kaynak gösterilmek suretiyle alıntı yapılabilir. Tüm reklamların sorumluluğu reklam veren firmalara, yazılardaki görüşler yazarlarına aittir. TAYSAD Dergi parayla satılmaz.

## Yarın aslında bugündür

2017'nin Ocak ayında Davos'ta gerçekleştirilen Dünya Ekonomik Forumu'nda gelecek konusu ele alındı. Forum süresince "gelecek" kavramı ile Dördüncü Sanayi Devrimi çoğu zaman birbirinin yerine kullanıldı. Biz de bu sayımızda tedarikçilerimize iş dünyasının geleceğini sorduk. Tedarikçilerimiz, geleceği yönetmenin ve ayakta kalabilmenin yolları konusunda görüşlerini aktardılar.

Tedarikçilerimiz, Dünya Ekonomik Forum'unda gelecek konusunda öne çıkan Dördüncü Sanayi Devrimi'nin önemine vurgu yaparken yetkin insan kaynağının önemine ve kurumsallaşmanın gereğine dikkat çektiler.

Tedarikçilerimiz, yeni neslin odak noktasının ve iş anlayışının artık çok farklı olduğunu ve gelecekte yeni nesil çalışanların beklentilerinin, onların hızına ayak uydurarak, hayal kırıklığı yaratmadan gerçekleştirilmesi gerektiğine de değinmiş oldular.

28 Temmuz günü Platform Y Toplantısı'nın ikincisini Çeşme'de gerçekleştirdik. İzmir bölgesinden üyelerimizin katıldığı buluşmada İletişim Uzmanı ve Yazar Ahmet Şerif İzgören konuğumuz oldu. Bu sayımızda Ahmet Şerif İzgören'i sayfalarımıza konuk ettik. Şirketlerin ve kişisel başarının önemine dikkat çeken İzgören, "İnsan vardır, dokunduğu şeye değer katar; insan vardır, dokunduğu şeye değer kaybettirir. Hayatınıza değer katıp katmamak sizin elinizdedir. Bunun için yaptığınız her işe kalite katmalısınız. Ancak ülkemizde işine kalite katanlar çok az. Bu nedenle işinizi kaliteli yaparsanız mutlaka fark edilir ve emeğinizin karşılığını alırsınız. Yaptığınız işte hedefe değil, işinize odaklanacaksınız, işte o zaman başarı sizin olur" dedi.

8 Haziran tarihinde TOSB'da organize sanayi bölgemizin 1. Olağan Genel Kurul toplantısı gerçekleştirildi. İlk defa seçimli öz yönetime geçilen bu genel kurulda Ömer Burhanoglu TOSB Yönetim Kurulu Başkanlığı görevine geldi. Bu vesile ile Sayın Burhanoglu'nu sayfalarımıza konuk ederek, TOSB'un yeni dönem hedef ve projelerini konuştuk.

Geçtiğimiz günlerde Karsan CEO'luğu görevinden ayrılan Murat Selek bu sayımızın konuklarından oldu. Murat Selek, 34 yıllık iş hayatının temel taşlarını bizlerle paylaştı. Sayın Selek ayrıca iş dünyasının geleceğine ilişkin değerlendirmelerde bulundu.

Gelecek sayımızda buluşmak üzere. Keyifli okumalar dileriz.



SEVGİ  
ÖZÇELİK

**TAYSAD KURUMSAL  
İLETİŞİM UZMANI**

6

## TAYSAD'DAN MESAJ

TAYSAD Yönetim Kurulu Başkanı Alper Kanca:  
**Geleceği öngörebilmek**

30

## GELECEĞİMİZİ YÖNETMEYE NE KADAR HAZIRIZ?

Valeo Genel Müdürü Tuna Arıncı:  
**Şirketler ve dijitalleşme**

32

Maxion İnci ve Maxion Jantaş Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Zaim:

**"2020'ye kadar tüm işletmelerimizi dijital hale getirmeyi hedefliyoruz"**

34

Tiryakiler Yönetim Kurulu Üyesi Zeynep Tiryaki Gürkan:

**"Gelecek nesillere rehber niteliğinde yol haritası hazırladık"**

36

Emaş Plastik İK, İdari İşler ve IT Müdürü Burak Türkyılmaz:

**"Kurumsal sürdürülebilirlik sadece şirketimiz için değil, dünyamız için de önem taşıyor"**

44

HEMA Otomotiv ve HEMA TRW Genel Müdür Yardımcısı İskender Ulusay

**"Zaman en değerli sermaye"**

46

TT Çelikyay Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Aslı Kısacık:

**"Bahsettiğimiz gelecek zaten burada"**

48

İnci Holding Yönetim Kurulu Başkanı Neşe Gök:

**"Farklı uzmanlıkları olan profesyonellerle daha fazla bir arada çalışacağız"**



MURAT SELEK

20

## İNSAN KAYNAĞI VE YÖNETİMİ BAŞARIDA AYRIŞTIRICI BİR FAKTÖR



TOSB YÖNETİM KURULU BAŞKANI

ÖMER BURHANOĞLU

68

## "TOSB'DA FARKLI BİR HİZMET ANLAYIŞINI GELİŞTİRECEĞİZ"



İLETİŞİM UZMANI VE YAZAR

AHMET ŞERİF İZGÖREN

76

## BU ÜLKEDE BİLGİYE YATIRIM YAPILMIYOR

50

Yeşilova Holding Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Yalçın Yeşilova:

**"Değişimi öğrenen değil, hazır olan ve uygulayan iş gücü en önemli ihtiyaç"**

54

Standart Profil Kaliteden Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Volkan Deveci:

**"Müşterinin olduğu her yerde var olmak gerekiyor"**

58

Bosch Rexroth Genel Müdürü Servet Akkaynak:

**"İş dünyasının zorluklarıyla başa çıkmak için alışlagelmiş kalıpların dışında düşünmeliyiz"**

66

Başkurt Otomotiv Genel Müdürü Mehmet Kılavuz:

**"Eski ve yeni kuşakların birlikteliği yeniliklere uyum sürecini hızlandırıyor"**

78

## TAYSAD'DAN HABERLER

Türk otomotiv sanayi Hindistan'a yöneldi

84

## BENİM YOLUM, BENİM KİTABIM

## Başansızlık Hikayeleri

A. Naci Faydasıcok  
Faydasıcok Holding Yönetim Kurulu Başkanı

102

## ABD'DEN HABERLER

Nükleer otomobil düş mü, gerçek mi?

Varol Karslıoğlu

104

## PAZARLAMA YÖNETİMİ

İçerik Pazarlama mı? yoksa geleneksel pazarlama mı?

Ecem Seçkin  
Creathinks İçerik Pazarlama Yöneticisi





# PENTA

ELEKTRONİK ÜRETİM HİZMETLERİ



## “Elektronik” bizim işimiz...

Tasarım ve güçlü tedarik desteğimiz ile  
ister yarı mamül, ister bitmiş ürün olarak;  
**sizin için de üretiriz.**



[www.pentaelektronik.com](http://www.pentaelektronik.com)

ISO 9001

ISO 14001

OHSAS 180001

ISO/TS 16949

# Geleceği öngörebilmek



ALPER KANCA

**TAYSAD YÖNETİM KURULU BAŞKANI**

**T**est edilmesi güç olan gelecek hakkında konuşmak kolaydır ve bazen hayal gücümüz bize, pişman olacağımız şeyler söyletebilir.

İnsan belirli bir tecrübe seviyesinden sonra gelecek hakkında konuşurken ihtiyatlı kelimeler kullanmayı öğreniyor. Yoksa, 1900'lerin başında "Artık başka keşfedilecek bir şey kalmadı" diyen ABD Patent Başkanı'nın durumuna veya 80'lerde çevrilen filmlerdeki "2020'de Ay'da Yaşam Kolonileri" gibi tuzaklara düşmek de mümkün.

Bahsettiğim bu zihinsel endişe ile devam edersek, öncelikle hangi vadede gelecekte bahsettiğimizi belirlemekte fayda var.

Yakın gelecekte neler değişecek dediğimizde, cevabı kolay. Çevremizde gördüğümüz her şey zaten değişiyor. Her gün sosyal medyada robotların nasıl daha becerikli olduğuna dair uygulama videoları görüyoruz. Ya da sayısal dünyada gelişen bir uygulamanın hayatımıza nasıl kolaylıklar getirdiğine şahit oluyoruz. Birçoğumuz yakın geleceğin nasıl görüldüğünü kestirebiliyor.

Yakın gelecekte neler değişecek dediğimizde, cevabı kolay. Çevremizde gördüğümüz her şey zaten değişiyor. Her gün sosyal medyada robotların nasıl daha becerikli olduğuna dair uygulama videoları görüyoruz. Ya da sayısal dünyada gelişen bir uygulamanın hayatımıza nasıl kolaylıklar getirdiğine şahit oluyoruz. Birçoğumuz yakın geleceğin nasıl görüldüğünü kestirebiliyor.

İçinde bulunduğumuz 1-2 yıllık yakın gelecekte devrimsel anlamda değişim olma ihtimali az. Ama küçük değişimlerin sayısı, hızı, şiddeti artıyor ve bunlar da orta vadeli geleceğimizi ciddi şekilde dönüştürmeye aday.

İşin zor tarafı 5-10 veya 20 yıl sonrası için kehanetlerde bulunmak. Beş yıl önce elektrikli araçların piyasaya hakim olacağı yıl için öngörülen tarih, şimdiden 10 yıl ötelenmiş durumda. Ama dizel araçlar için 2 yıl evvel varsaydığımız önlemez yükseliş bir anda kesildi ve hiç beklemediğimiz bir dizelden kaçış gerçekleşiyor.

Bu belirsizlikler bizi geleceğe hazırlıklı olmak gayretinden geri çevirmemeli. Kesin tarihler belli olmamakla beraber bazı eğilimler net ve açık. Bunları dikkate alarak kendimizi hazırlamalıyız.

Sayısal teknolojik imkanları daha fazla kullanarak ciddi anlamda verimlilikler sağlayacağız ama bu teknolojileri elde etmek, uygulamak da pek ucuz olmayacak.

Otomasyon sayesinde üretimde daha az insan istihdamı mutlaka gerçekleşecek. Emeğe dayalı işler azalacak ama eş zamanlı olarak daha nitelikli insan ihtiyacı çıkacak.

Her alanda hızına yetişmeye zorlanacağımız değişimleri yaşamaya devam edeceğiz. Bu değişimlere karşı hazırlıklı olmak, geleceğimizi belirleyecek.

Sevgi ve Saygılarımla. ■





Küçük ve orta ölçekli şirketlerin üretim ve lojistik proseslerinde yalın üretim metodlarının etkilerini simüle etmek için geliştirilmiştir.

Plan oyunları, farklı görevler üstlenen katılımcıların iş akışı ve departmanlar arasındaki ilişkiyi anlamalarını sağlar, öğrenilen tecrübeyi işletme pratiğinde kullanmayı teşvik eder. Bu sayede katılımcılar verimliliği ve karlılığı artırıcı yalın üretim becerileri kazanırlar.

ISPEED oyunu 12-15 kişilik gruplar halinde firmalarda veya eğitim salonumuzda gerçekleştirilir.

Web sitemizi ziyaret ederek eğitim videomuzu izlemenizi öneririz. "Farba, TirsanKardan, Vestel, Hema Endüstri, Ditaş, Çelik Halat, Eltesan ve daha birçok firmanın katılımcıları çok memnun kaldılar. Sizlere de öneririz."

# Yalın Üretim

Plan oyunu **iSPEED**

# Shop floor

Dijitalleşme Konsepti



Üretim hatlarında verimliliği, dolayısıyla karlılığı artıracak pratik kullanımı ve yazılımı sayesinde Shopfloor yönetimi için gerekli güncel raporlar oluşturulur.

Dijital Shopfloor uygulaması ile performans ve kalite ölçümleri yapılır. Farklı lokasyonlardaki üretim hatlarınızın güncel verimlilik ve kalite raporlarına bulunduğunuz her noktadan ulaşabilirsiniz. Her operatör için bir adet tablet gerektiren Dijital Shopfloor üç gün içerisinde uygulamaya alınır.

Web sitemizi ziyaret ederek videomuzu izlemenizi öneririz.

**CONCEPT AŞ**   
ÇÖZÜM • DANIŞMANLIK

[www.concept.ag](http://www.concept.ag)

75. Yıl Bulvarı No: 144 /16 45030 Yunusemre MANİSA / TÜRKİYE

Tel: +90 236 211 10 22

Fax: +90 236 211 10 23

e-mail: [info-tr@concept.ag](mailto:info-tr@concept.ag)

Zettachring 6 · 70567 Stuttgart / ALMANYA

Tel: +49 711 132 74 0

# OTOMOTİV DÜNYASININ ÇELİĞİ ERSEM'DEN

---

Ersem, 2001 yılından beri otomotiv sektörüne ihtiyaca özel, çelikten çözümleriyle hizmet veriyor. İstenildiğinde çeliği güvenle stokluyor ve zamanında teslim ediyor.

Her anı çelik olan Ersem, otomotiv sektörünün her zaman yanında.



Erdemir Çelik Servis Merkezi





## OTOMOTİV SANAYİ FİRMALARININ 2017 YILI ALTI AYLIK ÜRETİMLERİ

| FİRMALAR      | Otomobil       | %          | K. Kamyon    | %          | B. Kamyon    | %          | Kamyonet       | %          | Otobüs       | %          | Minibüs       | %          | Midibüs      | %          | Traktör       | %          | Toplam         |
|---------------|----------------|------------|--------------|------------|--------------|------------|----------------|------------|--------------|------------|---------------|------------|--------------|------------|---------------|------------|----------------|
| A.I.O.S.      |                |            | 1.121        | 68         | 38           | 0          | 1.034          | 0          | 119          | 3          |               |            | 427          | 29         |               |            | 2.736          |
| FORD OTOSAN   | 13.171         | 2          |              |            | 2.133        | 25         | 142.876        | 64         |              |            | 26.679        | 98         |              |            |               |            | 184.859        |
| HATTAT TARIM  |                |            |              |            |              |            |                |            |              |            |               |            |              |            | 2.327         | 9          | 2.327          |
| HONDA TÜRKİYE | 14.591         | 2          |              |            |              |            |                |            |              |            |               |            |              |            |               |            | 14.591         |
| HYUNDAI ASSAN | 118.015        | 20         |              |            |              |            |                |            |              |            |               |            |              |            |               |            | 118.015        |
| KARSAN        |                |            |              |            |              |            | 1.656          | 1          | 21           | 0          | 530           | 2          | 138          | 9          |               |            | 2.345          |
| M. BENZ TÜRK  |                |            |              |            | 6.349        | 75         |                |            | 2.218        | 48         |               |            |              |            |               |            | 8.567          |
| MAN TÜRKİYE   |                |            |              |            |              |            |                |            | 1.206        | 26         |               |            |              |            |               |            | 1.206          |
| OTOKAR        |                |            | 119          | 7          |              |            | 306            | 0          | 235          | 5          |               |            | 429          | 29         |               |            | 1.089          |
| OYAK RENAULT  | 191.316        | 32         |              |            |              |            |                |            |              |            |               |            |              |            |               |            | 191.316        |
| TEMSA GLOBAL  |                |            |              |            |              |            |                |            | 792          | 17         |               |            | 461          | 32         |               |            | 1.661          |
| TOFAŞ         | 120.403        | 20         |              |            |              |            | 78.280         | 35         |              |            |               |            |              |            |               |            | 198.683        |
| TOYOTA        | 144.090        | 24         |              |            |              |            |                |            |              |            |               |            |              |            |               |            | 144.090        |
| TÜRK TRAKTÖR  |                |            |              |            |              |            |                |            |              |            |               |            |              |            | 22.768        | 91         | 22.768         |
| <b>TOPLAM</b> | <b>601.586</b> | <b>100</b> | <b>1.648</b> | <b>100</b> | <b>8.517</b> | <b>100</b> | <b>224.152</b> | <b>100</b> | <b>4.591</b> | <b>100</b> | <b>27.209</b> | <b>100</b> | <b>1.455</b> | <b>100</b> | <b>25.095</b> | <b>100</b> | <b>894.253</b> |

Kaynak: OSD K. Kamyon: AYA 3,5-12 Ton, L. Truck: GVW: 3,5-12 Ton, B. Kamyon: AYA 12 Ton'dan Büyük, M. Truck: GVW 12 Ton And Up

## Otomotiv üretimi ilk 6 ayda rekor kırdı

Otomotiv Sanayii Derneği sonuçlarına göre toplam üretim, 2017 yılı Ocak-Haziran döneminde bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 20, otomobil üretimi ise yüzde 36 oranında arttı.

**O** OSD 2017 yılı Haziran ayı üretim, ihracat, satış değerlendirme raporu açıkladı. Buna göre; 2017 yılı Ocak-Haziran döneminde bir önceki yılın aynı dönemine göre, toplam üretim yüzde 20, otomobil üretimi ise yüzde 36 oranında arttı. Bu dönemde, toplam üretim 869 bin adet, otomobil üretimi ise 602 bin adet düzeyinde gerçekleşti.

2017 yılı Ocak-Haziran döneminde toplam pazar yüzde 9 oranında daralarak 411 bin adet düzeyinde gerçekleşti. Bu

dönemde otomobil pazarı ise yüzde 10 oranında daraldı ve 306 bin adet olarak gerçekleşti.

Ticari araç grubunda, 2017 yılı Ocak-Haziran döneminde üretim yüzde 6 ve hafif ticari araç grubunda yüzde 7 oranında azalırken, ağır ticari araç grubunda ise yüzde 8 seviyesinde arttı. Ağır ticarideki bu değişim baz etkisi kaynaklı olup 2015 yılı Ocak-Haziran dönemine göre üretimde yüzde 37 azalma gerçekleşti. Aynı dönemde ticari araç pazarı ise geçen yıl

ın aynı dönemine göre yüzde 7 daraldı. Pazar, hafif ticari araç grubunda yüzde 5, ağır ticari araç grubunda ise yüzde 22 geriledi. 2017 yılı Ocak-Haziran döneminde bir önceki yılın aynı dönemine göre, toplam otomotiv ihracatı adet bazında yüzde 29 oranında artarken, otomobil ihracatı ise yüzde 48 oranında artış gösterdi. Bu dönemde, toplam ihracat 714 bin adet, otomobil ihracatı ise 504 bin adet düzeyinde gerçekleşti.

2017 yılı Ocak-Haziran döneminde, önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 20 artış ile toplam 869 bin 158 adet taşıt aracı üretildi, otomobil üretimi ise yüzde 36 artarak 601 bin 586 adet oldu. Toplam üretim, Ocak-Haziran dönemi üretimleri tarihsel gelişimi içinde sanayinin en yüksek seviyesine ulaşmış oldu. ■

%20

### TOPLAM ÜRETİM

Ocak-Haziran döneminde bir önceki yılın aynı dönemine göre, toplam üretim yüzde 20 arttı.

869  
BİN

### ADET BAZINDA ÜRETİM

Toplam üretim 869 bin adet, otomobil üretimi ise 602 bin adet düzeyinde gerçekleşti.

601  
BİN 586 ADET

### OTOMOBİL ÜRETİMİ

Otomobil üretimi yüzde 36 artarak 601 bin 586 adet düzeyinde gerçekleşti. T

%-7

### TİCARİ ARAÇ ÜRETİMİ

2017 yılı Ocak-Haziran aylarında ticari araç grubunda, üretim yüzde 7 oranında azaldı.

# 5 KITA 95 ÜLKE



**automechanika**  
MOSKVA / RUSYA  
21 - 24 Ağustos 2017

**AUTO PARTS  
WEST AFRICA**  
AKRA / GANA / BATI AFRİKA  
13 - 16 Eylül 2017

**NORTH  
AMERICAN  
COMMERCIAL  
VEHICLE SHOW**  
ATLANTA - ABD  
25 - 28 Eylül 2017

**ÇENMAK**  
MOTOR PARÇALARI

**4449665**

1965 DEN BERİ **GLK**



# Otomotiv ihracatı Temmuz'da yüzde 41 arttı

Temmuz ayı ihracatı yüzde 41,1 artışla 2 milyar 434 milyon doları bulan sektörün Türkiye'nin genel ihracatındaki payı yüzde 21,2'ye çıktı.



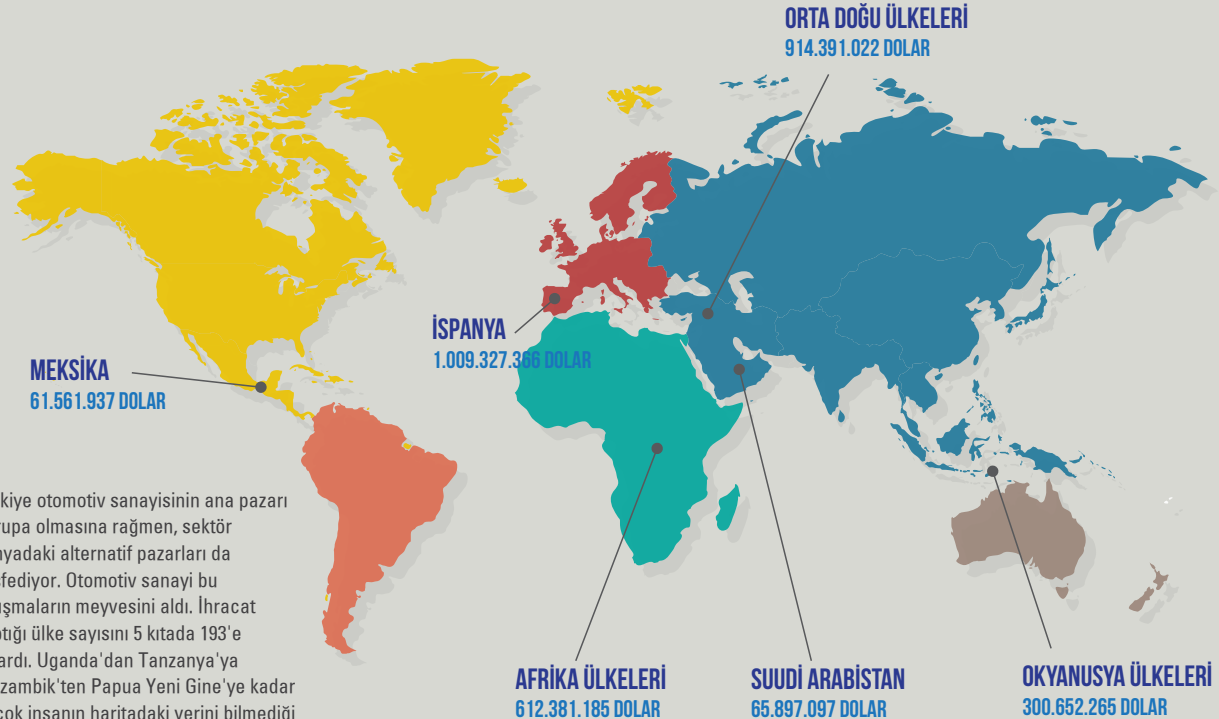
## AB'YE İHRACAT YÜZDE 41 ARTTI

Türkiye otomotiv endüstrisinin ülke grubu bazında yüzde 78'lik payı ile en büyük pazarı olan Avrupa Birliği Ülkelerine ihracatı yüzde 41 arttı. AB Ülkelerine otomotiv ihracatı 1 milyar 900 milyon dolar olarak gerçekleşti. Yılın yedinci ayında alternatif pazarlar arasındaki Amerika Ülkelerine yüzde 102 ihracat artışı dikkat çekerken, Eski Doğu Bloku Ülkelerine yüzde 64, Asya Okyanusya Ülkelerine yüzde 50 ihracat artışı yaşandı.

AB ÜLKELERİNE  
1 MİLYAR 900 BİN  
DOLAR İHRACAT  
YAPILDI

## TÜRKİYE'NİN OTOMOTİV ÜRÜNÜ İHRAÇ ETMEDİĞİ ÜLKE KALMADI

Türk otomotiv sanayisinin ihracat yaptığı ülke sayısı 193'e çıktı. Böylece Türkiye'nin dünyada ihracat yapmadığı ülke kalmadı.



Türkiye otomotiv sanayisinin ana pazarı Avrupa olmasına rağmen, sektör dünyadaki alternatif pazarları da keşfediyor. Otomotiv sanayi bu çalışmaların meyvesini aldı. İhracat yaptığı ülke sayısını 5 kıtada 193'e çıkardı. Uganda'dan Tanzanya'ya Mozambik'ten Papua Yeni Gine'ye kadar birçok insanın haritadaki yerini bilmediği ülkelere ihracat yapıyor



# GELECEK İÇİN MOBİLİTEYE YÖN VERİYORUZ

Gelecekte insanlar nasıl seyahat edecek? Peki ürünler nasıl sevk edilecek? Hangi kaynakları kullanacağız, ne kadarına ihtiyaç duyacağız? Yolcu ve yük taşımacılığı sektörü hızla gelişirken, Schaeffler olarak, yenilik ve hareket için itici gücü sağlıyoruz. Her zamankinden daha çevreci ve verimli çalışan içten yanmalı motorlar için komponentler ve sistemler geliştiriyoruz. Ayrıca, hibrit ve alternatif yakıtlı araçları özel, kurumsal ve kamusal kullanım için yepyeni bir boyuta taşıyan teknolojilerin sınırlarını zorluyoruz. Zorluklar ne kadar büyük olursa olsun, biz çözüm üretiriz.

[www.schaeffler-mobility.com](http://www.schaeffler-mobility.com)

**SCHAEFFLER**

# Ford Otosan, 52 milyon dolar yatırım yapacak

Ford Otosan, Avrupa başta olmak üzere küresel pazarlarda artan talebi karşılamak amacıyla 52 milyon dolarlık yeni yatırımla üretim kapasitesini artıracak.



**F**ord Otosan'dan yapılan açıklamaya göre, şirket, 3 fabrikada yıllık toplam 415 bin araç olan mevcut üretim kapasitesini, 2018 Eylül sonuna kadar yıllık 455 bin araca çıkarma kararı aldı.

Özellikle Transit ve Custom modellerinde artan müşteri talebini karşılamak için bu kararı alan şirket, 52 milyon dolarlık yatırımla Gölcük Fabrikası'ndaki üretim kapasitesini 40 bin adet artıracak.

Ford'un Avrupa'da sattığı tüm ticari araçların yüzde 71'ini ve Transit Ailesi modellerinin yüzde 82'sini Türkiye'de üreten Ford Otosan, kapasite yükseltmesiyle artan talebi ve müşteri ihtiyaçlarını gelecekte de karşılayabilecek.

Mevcut haliyle 290 bin adet Transit ve Custom modellerinin üretilbildiği Gölcük Fabrikası, kapasite artırımı sonrasında 330 bin adet üretim kapasitesine sahip olacak.

Transit Custom ve Tourneo Custom'ın üretimine 2012 yılında başlayan Ford Otosan Gölcük Fabrikası, şu an Custom modellerinin dünyadaki tek entegre üretim merkezi konumunda

bulunuyor. Fabrika, Türk işçisinin üretim kalitesi ve sahip olduğu yüksek üretim teknolojisi sayesinde Ford'un Transit modelinin dünyadaki öncü üretim merkezi haline gelmeyi başardı.

## "Üretim ve ihracatta yeni rekorlar kıracağız"

Ford Otosan Genel Müdürü Haydar Yenigün, konuya ilişkin değerlendirmesinde, Türkiye'nin, büyüyen ekonomisi, hükümetin yatırım ortamını destekleyen teşvikleri ve stratejik coğrafi konumuyla yatırım ve ihracat için avantajını

koruduğunu vurguladı. Ford Otosan olarak, bugün Ford'un Avrupa'da sattığı tüm ticari araçların yüzde 71'ini ve Transit Ailesi modellerinin yüzde 82'sini Türkiye'de ürettikleri bilgisini veren Yenigün, "Diğer bir deyişle, Ford'un ticari araç pazarındaki en önemli üretim merkezi ve dolayısıyla önemli bir kar merkezi konumundayız. Türk mühendislerinin ve işçilerinin emeği ile



## 83 ÜLKEYE ARAÇ VE PARÇA İHRAÇ EDİYORUZ

Ford Otosan olarak, bugün Ford'un Avrupa'da sattığı tüm ticari araçların yüzde 71'ini ve Transit Ailesi modellerinin yüzde 82'sini Türkiye'de ürettikleri bilgisini veren Haydar Yenigün, "Diğer bir deyişle, Ford'un ticari araç pazarındaki en önemli üretim merkezi ve dolayısıyla önemli bir kar merkezi konumundayız. Türk mühendislerinin ve işçilerinin emeği ile ürettiğimiz araç ve parçaları 83 ülkeye ihraç ediyoruz."



**Gölcük Fabrikası'nda üretim 40 BİN ADET ARTIYOR**



**Üretim Kapasitesi yıllık 330 BİN ADETE ULAŞACAK**

ürettiğimiz araç ve parçaları 83 ülkeye ihraç ediyoruz." ifadelerini kullandı. Yenigün, geçen yıl 3,8 milyar dolar ihracat gerçekleştirerek "Türkiye ihracat şampiyonu" unvanını koruduklarını belirterek, Türkiye'deki ticari araç ihracatının yüzde 65'ini tek başlarına gerçekleştirdiklerine işaret etti.■



# NİTELİKLİ ÜRETİM SÜREKLİ GELİŞİM

1970'den bu yana, nitelikli üretim ve sürekli gelişim ilkesiyle büyümesini sürdüren ÇEMTAS; yatırım gücü ve geniş vizyonuyl, çeliğin geleceğini şekillendirmeye devam ediyor.

Geniş ürün yelpazesi • Sürekli ve nitelikli üretim • 47 yıllık sektörel deneyim • Yılda 180.000 ton çeliğhane kapasitesi • Yılda 220.000 ton haddehane kapasitesi • Vassıflı çelik sektöründe ilk AR-GE merkezi • Sürekli yatırım yapan, halka açık şirket yapısı • Son teknoloji ısıt işlemler tesisi



Denge Çubuğu



Yaylık Lama

Profil C (EN 10092-1)



Yaylık Lama

Profil B (EN 10092-1)



Yaylık Lama

Profil A (EN 10092-1)



Kabuk Soyulmuş Yuvarlak

Ø13-50 mm (EN 10278)



Yuvarlak

Ø15-100 mm  
(EN 10090)

Yapı Çelikleri • Karbon Çelikleri • Sementasyon Çelikleri • İslah Çelikleri • Mikro Alaşımlı Çelikler • Yay Çelikleri  
• Soğuk İş Takım Çelikleri • Rulman Çelikleri • Borlu Çelikler • Otomat Çelikleri • Paslanmaz Çelikler



# Tofaş'ta yeni kıta Afrika olacak

Temmuz ayında 2.5 milyonuncu aracını ihraç eden Tofaş, Avrupa ve Amerika'dan sonra Afrika pazarına odaklandı. İlk ihracat da yapıldı. Rusya ile bazı Güney Amerika ülkeleri de şirket gündeminde.

**i**hracat ve üretimde rekorlar kırmayı sürdüren Tofaş, Egea projesiyle tüm dünyaya yayılmayı hedefliyor. Avrupa pazarından sonra geçtiğimiz yıl Amerika Kıtası'na da ihracata başlayan Tofaş, Temmuz ayında 2.5 milyonuncu aracını ihraç etti. Şirketin yeni hedef pazarı ise Afrika. Tofaş CEO'su Cengiz Erolu, "Hâlihazırda Egea Sedan'ı sembolik adetlerle Güney Afrika'dan Gana'ya hatta Fas ve Angola'ya ihraç etmeye başladık" dedi. Afrika'da özellikle zor pazarlar olan Cezayir ve Mısır şirketin gündeminde. Afrika dışında, Rusya ile Brezilya ve Arjantin'in dışındaki Güney Amerika ülkeleri de yeni hedef pazarlar arasında.

Fiat Egea projesiyle üretim ve ihracat rakamlarını ikiye

katladıklarına ve geçmişte 1 yılda ulaştıkları rakamlara bu yıl 6 ayda ulaştıklarına dikkat çeken Tofaş CEO'su Cengiz Erolu, "Tofaş 2014'de yıl toplamında 222 bin adet üretim gerçekleştirmişti; bu yıl ise ilk 6 ayda 198 bin adet araç ürettik. 2014'teki ihracatımız 142 bin adetken 2017 yılının ilk 6 ayında 153 bin adet ihracat gerçekleştirdik. Toplam ihracat geliri ise 1.7 milyar dolara ulaştı. İlk 6

ayda gerçekleştirilen ihracat geliri Tofaş'ın geçmiş dönemlerde 1 yıldaki toplam ihracatına eşit. Toplam ciromuz 2014'te 7.4 milyar TL'ydi, şimdi ilk 6 ayda 8.6 milyar TL'lik ciro elde ettik. Dolayısıyla Egea öncesi ve sonrasına baktığımızda Tofaş'ın performansını ikiye katladığını görüyoruz. Tofaş'ın hisse değeri ise Egea öncesinde dolar cinsinden 3.1 milyar dolarken şu an 4.1 milyar dolar seviyesinde. Yaptığımız projeler ile birlikte şirketin toplam piyasa değeri 1 milyar dolarlık bir artış gösterdi. Egea hem Tofaş hem de Türkiye açısından çok doğru bir proje oldu" diye konuştu.

bir ihracat performansı gösterecek. Son yıllarda gerçekleştirdiğimiz büyük yatırımların ve yoğun çalışmalarımızın olumlu sonuçlarını görüyoruz. Tofaş artık hasat dönemine girdi" dedi.

Tüm dünyaya Egea ihracat etmeyi hedeflediklerini hatırlatan Erolu, "Egea / Tipo model ailesiyle hala girmediklerimiz ve girmek istediğimiz pazarlar var. Örneğin, Afrika, Rusya, Brezilya ve Arjantin'in dışındaki Güney Amerika ülkeleri. Dolayısıyla Egea'nın her pazarın talebine cevap verecek, global bir ürün olduğunu söyleyebiliriz. Gidecek çok yolumuz var" dedi.

## Hasat dönemine geçtik

Bu 2.5 milyon adetlik ihracatın 1.4 milyon adedinin Fiat Doblo olduğunu hatırlatan Erolu, "Egea, umuyoruz ki Doblo'nun da üzerinde

2017'nin  
ilk altı ayında  
**198 BİN ADET**  
ARAÇ ÜRETİLDİ

2017'nin  
ilk altı ayında  
**153 BİN ADET**  
İHRACAT  
YAPILDI

2017'nin  
ilk altı ayında  
TOPLAM İHRACAT GELİRİ  
**1,7 MİLYAR**  
DOLARA ULAŞTI



# Teknik Kimya

adding value to all  
we touch



- Poliüretan hammaddeler için sıvı renklendiriciler
- Poliüretan sistemler için su ve solvent bazlı kalıp içi boyalar
- Poliüretan yüzeyler için boyalar ve vernikler
- Poliüretan sistemler için su ve solvent bazlı kalıp ayırıcılar
- Kalıp temizleyiciler ve kalıp alıştırıcılar

- Pigment pastes for the coloration of polyurethane systems
- Water and solvent based in mold coatings for polyurethane systems
- Paints and varnishes for polyurethane materials
- Water and solvent based release agents for polyurethane systems
- Mold cleaners and mold pre preparing products

**TECH**

09-11 Kasım / November 2017  
İstanbul Expo Center  
**HALL 10 / 421**

**354. Ar-Ge Merkezi**

[www.teknikkim.com.tr](http://www.teknikkim.com.tr) | [www.teknikkim.net](http://www.teknikkim.net)  
[info@teknikkim.com.tr](mailto:info@teknikkim.com.tr)

**TeknikKimya**  
Performance Chemicals



# Mercedes-Benz 50. yılını kutladı

1967 yılında Otomarsan ismiyle İstanbul'da kurulan Mercedes-Benz Türk, 50. kuruluş yıldönümünü hikâyesinin başladığı Davutpaşa Fabrikası'nda Daimler AG Yönetim Kurulu Üyelerinin katılımıyla kutladı.

MERCEDES-BENZ  
AKSARAY  
FABRİKASI'NDA GÜNDE  
**58**  
KAMYON  
ÜRETİLİYOR

MERCEDES-BENZ  
TÜRK HOŞDERE  
FABRİKASI'NDA GÜNDE  
**16**  
OTOBÜS  
ÜRETİLİYOR

**M**ercedes-Benz Türk Direktörler Kurulu Başkanı Süer Sülün'ün ev sahipliğinde düzenlenen törene, Daimler AG Yönetim Kurulu Üyesi, Kamyon ve Otobüs Grubu Başkanı Martin Daum, geçen yıl Daimler AG Yönetim Kurulu Üyesi Mercedes-Benz Otomobil Pazarlama ve Satış Grubu Başkanlığı görevine atanan Mercedes-Benz Türk'ün bir önceki ve ilk kadın Direktörler Kurulu Başkanı Britta Seeger, Daimler Otobüs Grubu ve EvoBus Başkanı Hartmut Schick'in de aralarında bulunduğu çok sayıda şirket yetkilisi ile Mercedes bayileri sahipleri ve davetliler katıldı.

Törende konuşan Süer Sülün, Mercedes-Benz Türk'ün 50 yıldır gösterdiği üstün performansı, tarihi ve geleneği ile gurur

duyduklarını söyledi. Şirketin 1967'de ilk kurulduğu Davutpaşa'daki fabrikasında üretime başlatıldığını belirten Sülün, "Bugün içerisinde bulunduğumuz bu tesis, 17 bin 500 metrekare alan üzerine kurulu, 8 bin 600 metrekaresi kapalı alandan oluşan, tek vardiyada yılda 300 adet

otobüs üretim kapasitesine sahip, 1967 yılındaki ismiyle Otomarsan'ın ilk üretim tesisidir. O tarihte Otomarsan bu tesiste 293 kişi ile günde yarım otobüs ürettiyordu. Bugün Mercedes-Benz Türk Hoşdere Otobüs Fabrikası'nda 3 bin 500 çalışanımız günde 16

otobüs ve Aksaray Kamyon Fabrikası'nda bin 800 çalışanımız ile günde 58 kamyon ürettiyoruz" diye konuştu.

**"Her üç kamyonundan ikisini ve her iki otobüsten birini biz üretiyoruz"**

50 yılda, pek çok ilke, yeniliğe ve rekora imza attıklarını belirten Süer Sülün, "Ülke ekonomisine üretim ve istihdam alanlarında katkı yapan İç Anadolu'daki Aksaray Kamyon Fabrikamız ve İstanbul'daki Hoşdere Otobüs Fabrikamızda ürettiğimiz otobüs ve kamyonlar, bugün dünyanın dört bir yanında 70'den fazla ülkeye ihraç ediliyor.

Bugün Türkiye'de her üç kamyonundan ikisini ve her iki otobüsten birini Mercedes-Benz Türk olarak biz üretiyoruz. Mercedes-Benz Türk ailesi olarak, 6 bin 300 çalışanımızla ülke ekonomisine ve geleceğine katkı yapmaktan onur duyuyoruz. Bundan sonraki nice 50 yıllarda bu büyük ailenin yetiştireceği gelecek nesillerin, yine aynı şevk ve kararlılıkla üretmeye, ülkemizin potansiyeline yatırım yapmaya devam edeceğini ve bu değerli mirası gururla ileriye taşıyacağını biliyorum" şeklinde konuştu. ■



Daimler AG Yönetim Kurulu Üyesi Kamyon ve Otobüs Grubu Başkanı Martin Daum, Daimler AG Yönetim Kurulu Üyesi Mercedes-Benz Otomobil Pazarlama ve Satış Grubu Başkanı Britta Seeger, Mercedes-Benz Türk Direktörler Kurulu Başkanı Süer Sülün.





# Aracınızdaki yaşam kalitesi...



MOTOR SU SOĞUTMA MODÜLLERİ  
HVAC SİSTEMLERİ  
RADYATÖRLER  
KONDENSERLER  
INTERCOOLER  
YAĞ RADYATÖRLERİ  
KALORİFER PETEKLERİ  
FAN & DAVLUMBAZ GRUPLARI  
BLOWER-KALORİFER MOTORLARI  
GENLEŞME TANKLARI  
İŞ MAKİNASI PETEKLERİ



[www.kaleoto.com.tr](http://www.kaleoto.com.tr)

[kale@kaleoto.com.tr](mailto:kale@kaleoto.com.tr)



Çalışma hayatının büyük bir bölümünü otomotiv sektöründe yöneticilik yaparak geçiren Murat Selek, 34 yıllık birikimini kurumsal ve stratejik yönetim konularında değerlendiriyor. Özellikle aile şirketlerinde yaşanan sürdürülebilirlik konusundaki zorluklara değinen Murat Selek, stratejik ve kurumsal yönetim sistemlerine ihtiyaç duyan şirketlere katkı sunmayı hedefliyor.

# İNSAN KAYNAĞI VE YÖNETİMİ BAŞARIDA AYRIŞTIRICI BİR FAKTÖR

## MURAT SELEK

### Otomotiv değer zincirinin her aşamasında görev yaptı

**O**tuz dört yıllık iş hayatımın uzun bir bölümünü otomotiv sektöründe görev yaparak geçirdim. Bu otuz dört yılın son sekiz yılında Karsan Otomotiv'de CEO olarak görev yaptım. Karsan'dan önce de yirmi yıl süreyle Koç Grubu'nun otomotiv şirketlerinde yer aldım. TOFAŞ'da Genel Müdür Yardımcılığı, Otoyol-lveco şirketinde ise Genel Müdür olarak görev yaptım. Böylece otomotiv değer zincirinin farklı boyutlarında görev ve yöneticilik yapmış oldum.



Sektörün sadece ticari tarafında değil endüstriyel tarafında da yer alarak süreçleri bütünüyle kavrama ve yönetme imkanını buldum. Sektöre ilk adımımı attığımda Otoyol şirketinin Adapazarı fabrikası yatırım projesinde görev yaptım. Bu yatırımın planlama ve satınalma tarafını yönettim. Benim için önemli ve keyifli bir süreçti. Bu görevi başarılı bir şekilde yürütmek için Koç Grubu'nun otomotiv tarafındaki Tofaş, beyaz eşya tarafındaki Arçelik fabrikalarının kapasite artırımı ve tesis yatırımı projelerini inceleme fırsatım oldu. Oradan edindiğim bilgilerle tesis yatırımı konusunda kendime göre planlama ve yönetim modeli oluşturmuş oldum. Daha sonra fabrika kuruldu, işletme devreye girdi. Tüm zorluklara rağmen iyi bir iş ortaya çıkmış oldu. Burada vurgulamak istediğim, merhum Vehbi Koç'un da her zaman tavsiye ettiği gibi, başarıya giden yolda konuyla ilgili bilgi ve tecrübesi olanların görüş ve tavsiyelerinden yararlanmak çok verimli bir yöntem. Ben de bu projede ve başka bir çok projede bu yöntemi kullandım.

#### **Tofaş'da genel müdür yardımcılığını 11 yıl boyunca üstlendi**

Otoyol'daki ilk dönemimden sonra Tofaş'a tayin oldum, ve böylece sektörün ticari tarafında pazarlama ve satış bölümünün başında genel müdür yardımcısı olarak görev yapmaya başladım. O dönem İtalyan Fiat şirketi ile Koç Grubu arasında yapılan yeni anlaşma ile daha önce ikiye ayrılmış olan şirket tek çatı altında birleştirildi. O dönem Tofaş'da değişim rüzgarları esiyordu. Yine o dönem Palio gibi yeni modeller devreye alındı, şirket içinde bir değişim ve dönüşüm dönemi yaşanıyor.

Tofaş'da çalıştığım 11 yıl içinde hep birlikte hem zor hem de keyifli günler yaşadık. Gümrük Birliği süreci yeni başlamıştı. O dönem genel kanı, Gümrük Birliği anlaşmasından en olumsuz etkilenecek ve en rekabet edemez sektörün otomotiv olduğu yönündeydi.

#### **Koç 2000 Projesi**

Tofaş'a tayin olduğum dönemde Grupta "Koç 2000" isimli bir proje başlatıldı. Bu projenin içinde Tofaş'ın proje lideri olarak görev aldım. Grubun diğer şirketlerinin proje liderleri ile birlikte yoğun çalışmalar yürüttük. En tepeden aşağıya kadar tüm yöneticilere eğitimler verildi, birlikte bir çok proje yürütüldü. Tofaş bünyesinde

### **GELECEĞE HAZIRLIKLILIK VE BİR ADIM ÖNDE BAŞLAMAK...**

**Teknolojinin tetiklemesiyle tüketici alışkanlıkları değişiyor. Yeni neslin davranış ve yaşam biçimlerinden tutun, her türlü yönden çok hızlı bir değişim var. Ve buna ayak uydurmak mecburiyeti var. Ayak uydurmak yetmiyor, bu değişimi önceden öngörüp buna yönelik hazırlık yapmak gerekiyor.**

hem ürünlerimizle ilgili hem de pazarlama ve satış yöntemlerimizle ilgili ve şirket içerisindeki bütün süreçlerimizle ilgili projeler kapsamında yoğun çalışmalar yaptık. Aynı dönemde insan kaynakları konusunda başlatılan yalın organizasyon, iş değerlendirme ve performans yönetimi projesinde de yine Tofaş'ı temsilen yer aldım.

### **Hep bir şeyleri yoktan var etmek ve daha iyi yapabilmek için çalıştım**

*Otuz dört yıllık iş hayatım boyunca çok şey öğrendim ve çok keyif aldım. Yaptığım işi her zaman çok sevdim. Hiç bir işi mecburen yapıyor durumunda olmadım. Kariyerimde hiç bir zaman da kurulu bir düzeni sürdürmek gibi bir rolüm olmadı. Görev yaptığım her aşamada, ekibim ile birlikte yeni düzen ve çalışma sistemleri kurmaya uğraştık. Bulunduğun ortamlar hep bir şeyleri yoktan var etmek, bir şeyleri çok daha iyi yapabilmek ihtiyacı ve gayreti ile geçti.*

*Bunun olumlu taraflarını gördüm, çalışma hayatımda bu tempo ve yaşadığım tecrübeler beni hep geliştirdi ve motive etti. Öte yandan olumsuz sayılabilecek tarafı da insanın kendine ayırabileceği vakti çok sınırlıyor. Yani ben bu dönemde çok gayretli bir çalışma temposu içerisinde olduğum için iş hayatının içerisindeki bazı olumsuzlukları gereken farklı faaliyetlere yeterince*

Tofaş'da verimlilik konusuna ağırlık verdiğimiz o dönemde bir çok şirket Yalın Yönetim felsefesi ile yeni tanışmaktaydı. Bu konuda hem endüstriyel alanda hem de ticari alanda iş süreçlerimizi geliştirerek, her iki alanda verimliliğimizi ve etkinliğimizi artıran önemli adımlar atmış olduk. O dönemi de değişim rüzgarını arkamıza alarak büyük bir heyecanla yaşadık. Aynı zamanda da otomotiv sektörünün Gümrük Birliği'ne ne kadar hazır olduğunu da görmüş olduk.

#### **Karsan'da yeniden kuruluş dönemi**

Tofaş sonrası Otoyol'a Genel Müdür olarak döndüm. Kuruluşunda görev yaptığım yeni fabrikada Iveco markasıyla yük ve yolcu taşımasına yönelik yeni ürünleri ard arda pazara sunduk. Tofaş'dakine benzer şekilde, genel müdürlüğünü yaptığım sanayi şirketi pazarlama şirketiyle tek çatı altında birleşti ve bu suretle üretimden satışa değer zincirinin tamamını kapsayacak şekilde üst düzey yöneticilik yapma imkanım oldu. Otoyol'un ardından kariyerimde Karsan dönemi başladı. Yine o dönem Karsan'da bir değişim ihtiyacı yaşanıyor. Sektörün imalat tarafında çoğu şirkette yabancı bir ana ortak vardır. Dolayısıyla global bir ana şirket

*vakit ayıramadım. Mesela dernek ve sektör meclislerinin faaliyetlerine pek zaman ayıramadım. Spora yeterince vakit ayıramadım. Aileme elimden geldiği kadar vakit ayırdım ama yeterli olup olmadığı tartışılır. Tatil dediğiniz zaman, otomotiv sektöründe Ağustos ayında duraklamadan yararlanıp bir kaç hafta tatil yapabilir durumda olurduk. Şimdi icra yolu oynamadığım için kendi zamanımı kendim planlayabilmeye ve faaliyetlerimi kendime göre dengeli yürütmeye imkanı bulabilmeye başladım. Spor yapmaya, bol bol kitap ve makale okumaya başladım. Bu sene güzel bir tatil yaptım. Bütün bunlar insana iyi geliyor ama öte yandan da bu kadar tempolu bir dönemin ardından aynı tempoda olmasa da yukarıda belirtmiş olduğum roller kapsamında kendimi daha uzun yıllar değer yaratmaya devam edebilir durumda görüyorum.*

## Bugünün başarısı, yarının başarısının garantisi değildir

Otomotiv sektörünü tedarikçi ve ana sanayi diyerek ayırmayı çok doğru bulmuyorum. Geçmişte böyle bir ayırım vardı. Şimdi, tedarikçilerin ve ana imalatçıların gündemi, şartları, stratejileri ve projeleri o kadar birbirine benzer hale geldi ki bunların ayrı ayrı ele alınması artık çok gerekli değil. Otomotiv ekosisteminin daha da ileriye gitmesi için birlikte entegre bir çalışma ve hareket tarzı belirlemek gerekiyor. Sektör son yirmi yılda çok ciddi bir evrim geçirdi. Kendini çok ciddi geliştirdi ve yeniledi. Yeni koşullara kendini çok hızlı adapte etti ve aynı zamanda gelişme yolunda performansını sürekli artırdı. Bu durum çok memnuniyet vericidir. Otomotiv sektörü global olarak üretim, satış, katma değer, istihdam, vb. pek çok yönüyle ekonomik açıdan son derece önemli ve güçlü bir sektör olma özelliği taşıyor. Son yıllarda sürekli üretim ve ihracat rekorları kırıyor olması da bunun en somut kanıtı.

Şimdi asıl önemli olan sektörün bu gücünü, önümüzdeki dönemde ve gelecekte de aynı şekilde hatta daha güçlü bir şekilde sürdürülebilir hale getirmek. Böylesine önemli ve güçlü bir sektörün gelecekte de aynı başarıları sürdürebilmesi, bununla da yetinmeyip ürün ve hizmet geliştirme gibi bazı yenilikçi ve katma değeri yüksek faaliyet alanlarına yönelerek yeni başarılar elde etmesi gerekiyor. Burada kritik olan olgu "Bugünün başarısı, yarının başarısının garantisi değildir". Neden? Çünkü yarın bugünden çok farklı. Genel olarak şunu görüyoruz ve hepimiz yaşıyoruz. İş dünyasında da belirgin bir şekilde de ortaya çıkan bir gerçek, çok hızlı bir değişim var. Teknolojinin de tetiklemesiyle tüketici alışkanlıkları değişiyor. Yeni neslin davranış ve yaşam biçimlerinden tutun, her türlü yönden çok hızlı bir değişim var. Ve buna ayak uydurmak mecburiyeti var. Ayak uydurmak yetmiyor, bu değişimi önceden öngörüp buna yönelik hazırlık yapmak gerekiyor. Çünkü ayak uydurmak deyince arada bir faz farkı oluşuyor. Bir şey oluyor ve siz ona ayak uydurmaya bakıyorsunuz. Halbuki o şey olmadan önce bunu öngörebilseniz ona göre

hazırlıklı ve hatta bir adım önünde olabilirsiniz.

Bence iş dünyasının en çok üzerine odaklanması gereken bir konu da global düşünmek ve dünya ile entegre olmak.. Özellikle şunun altını çizmek istiyorum, artık Türkiye ve diğer ülkeler bir bütünün parçası haline geldi. Artık hiç bir ülkeyi soyutlamak mümkün değil. Dolayısıyla o ortamın bir parçası olarak güçlü kalabilmek için bir kere kendi ekonomik ve politik istikrarını mutlaka kalıcı bir şekilde tesis etmek önemli. Bu iş alemi için de bence en önemli şart. Bu otomotiv ana ve yan sanayiinin geleceğe yönelik gelişmesine etki eden önemli bir faktör. Hem Türkiye'nin ekonomik ve politik istikrarı, hem de global otomotiv endüstrisi için

deki konumu ve diğer ülkelerle olan ticari ve ekonomik ilişkileri son derece önemli. Zira pek çok sektörde olduğu gibi otomotiv sektörü de dünya ile entegre olabildiği ölçüde, yani hem ülkeye yabancı yatırımcı çekebildiği, hem de dış pazarlara açılabilirdiği ölçüde güçlü olabilecektir kanısındayım. Bu bağlamda, ülkemizdeki otomotiv ana ve yan sanayiinin, şimdiye kadar olduğu gibi, bir yandan iç ve de dış pazarlarda gerek kalite gerekse maliyet yönünden rekabetçiliğini sürdürürken, diğer yandan da, üretim ve tedarik sürecinin esnek, verimli ve güvenilir olmaya devam etmesi gerekir. Tüm bunlara ilaveten de, teknolojik yenilikleri, global trendleri, tüketici



### FARKLI KÜLTÜRLERE UYUMLU İNSAN KAYNAĞININ ÖNEMİ

**Şirketlerin sürekli araştırma, sorgulama ve kritik düşünce yaklaşımıyla, iş modelini, stratejilerini, hedeflerini, iş süreçlerini, organizasyon yapısını ve ekibini güncel tutması, en üstten en alta kadar her pozisyonda yetkin, yenilikçi, çalışan, araştırmacı ve sorgulayıcı, ekip çalışmasına ve farklı kültürlerle uyumlu insanları bünyelerinde tutmasına ihtiyacı var.**

ihtiyaçlarını, vb. gelişmeleri yakından takip edip, bunlara göre kendi stratejilerine ve faaliyetlerine yön vermeleri gerekir.

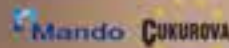
Tüm bu faktörlerin etkisi altında başarılı olabilmesi için, bence şirketlerin sürekli araştırma, sorgulama ve kritik düşünce yaklaşımıyla, iş modelini, stratejilerini, hedeflerini, iş süreçlerini, organizasyon yapısını ve ekibini güncel tutması, en üstten en alta kadar her pozisyonda yetkin, yenilikçi, çalışan, araştırmacı ve sorgulayıcı, ekip çalışmasına ve farklı kültürlerle uyumlu insanları bünyelerinde tutmasına ihtiyacı var.



# Yola sımsıkı tutunun.

Yolların ukuru, tümseği ve virajı varsa  
sizi sevdiklerinize sımsıkı bağlayan Maysan Mando var.

Gelin siz de güvenli ve konforlu yolculuklar için, işin uzmanını seçin.



ve bu şirketin etrafında yerel bir ortaklık ilişkisi kurulmuştur. Ülkemizdeki pek çok otomotiv şirketi de JV (Joint Venture) denilen ortaklıklardan oluşur. Yabancı ortaklığı olmayan nadir şirketlerden biriydi ve uzun bir dönem J9 serisi araçlar üretilmişti. Bu seri artık ömrünü yavaş yavaş doldurmaktaydı. Üretim sayıları ve kapasite kullanım oranı düşüktü. Şirkette bir atılım yaşanması gerekiyordu. Tam o dönemde Karsan'a CEO oldum. Uzun bir süre uzun vadeli stratejik planlama çalışması yaptık. Şirketin vizyonunu, stratejilerini, ve hedeflerini belirlemenin yanı sıra kuvvetli ve zayıf yönlerini ortaya çıkardık. Karsan fason üretim modeli üzerine kurulmuştu. 2007-2008 küresel krizinin yaşandığı dönemdi. Kapasite yetersizliği yaşayan markalar için yaptığımız fason üretim anlaşmaları, yaşanan kriz ile birlikte tekrar tartışılır hale geldi. Böylece öngörülen adetlerin çok altında sipariş alıp üretim yapmaya başladık, ve bu da bizim öngördüğümüz büyümeyi ve kârlılığı gerçekleştirmemize engel oldu.

Stratejik planlama dönemimizde dünya-daki genel eğilimleri ve bunun ülkemize nasıl yansıtacağı konusunu tüm boyutlarıyla ele aldık. Türkiye'deki mevcut durumu, regülasyonları ve ulaştırma ihtiyaçlarını dikkate alarak ne gibi ürünleri pazara sunacağımızı belirledik. Karsan Jest üretimine kadar, midibüs üretimi genellikle kamyon şasisi üzerine bir gövde yerleştirmek suretiyle yani yük taşı-

## İNSAN KAYNAKLARI, BAŞARIYI DA BAŞARISIZLIĞI DA BELİRLİYOR

**Gelecekte iş dünyasının başarısına veya başarısızlığına etki edecek en önemli faktörün insan olduğuna değinen Murat Selek, farkın insan kaynakları yönetiminde olduğuna işaret ediyor. Teknolojiye ve sermayeye kolayca ulaşılabilirliğini söyleyen Murat Selek, insan faktörünün önemli ve şirketlerin başarısında ayrıştırmacı bir faktör olduğunu söylüyor.**

## Önümüzdeki dönemde iş dünyasında, başarıyı veya başarısızlığı etkileyecek en önemli faktör insan olacak

*Benim iki tane çocuğum var. Biri 31 yaşında, diğeri 28 yaşında. Çocuklarım da bana ilham kaynağı oluyorlar. Kızım liseden sonra üniversiteye Amerika'ya gitti. Hem ekonomi hem de endüstri mühendisliği okudu. O sırada ben de burada kendisine stajlar ayarladım. Her stajdan dönüşte "baba bu iş bana göre değil" dedi. Üniversiteyi bitirdikten sonra yurda döndü ve yine bir iki tane kurumsal iş denemesi oldu ama yine mutsuz oldu. Daha sonra karar verdi ve kendi işimi yapacağım dedi. Milenyum jenerasyonunda bu çok yaygın. Kurumsal ortam başlangıçta bir çok genç için cazip görünmüyor. Kızım takı tasarımı üzerine çalışmaya karar verdi. Kızım olduğu için değil ama bir yatırımcı olarak ve bu işin geleceği olduğunu görerek bu girişimini destekliyorum. Gayet güzel ve keyifli işler yapıyor. İş dünyasına geldiğimizde hep şu soru gündeme geliyor. Gençler mezun olduğu zaman köklü kurumlarda mı yoksa start-uplarda veya kendi işlerinde mi çalışmalı? Yeni jenerasyonun çoğu kendi işini yapmayı veya start-uplara doğru yönelmeyi tercih ediyor.*

*Büyük ölçekli kurumsal yapılara kendilerini çok uygun görmüyorlar. Bence kurumsal yapıların da gençleri çebedecek ortamı ve şartları sağlaması lazım. Şirket yöneticilerine ve insan kaynakları birimlerine bu yönde çok önemli bir görev düşüyor. Çalışanla-*

*ra daha çok yetki verilmeli ve sürekli kişisel gelişimleri sağlanmalı. Sadece onlardan ücret karşılığı iş almak değil onlara motive edici ortam vermek şeklinde bir ilişki içerisinde olunmalı diye düşünüyorum. İnsan faktörü bence şirketlerin ön plana alması gereken çok önemli bir konu.. Çünkü önümüzdeki dönemde iş dünyasını, başarıyı veya başarısızlığı etkileyecek olan en önemli faktör insan, fark orada. Teknoloji herkese açık, para her zaman bulunabiliyor. Dolayısıyla bunlar çok fark yaratacak faktörler olmayabiliyor, ama bence insan faktörü en önemli ve başarıda ayrıştırmacı bir faktör.*

*Son olarak iş dünyasına adım atan gençlere de bazı tavsiyelerim olacak. Hangi sektörde çalışırlarsa çalışsınlar, çalıştıkları işi ve işyerini sevmelerini ve önemsemelerini, daima daha iyisini yapabilmenin arayışı ve gayreti içinde olmalarını, bunun için de sürekli kendilerini geliştirmelerini, eğitmelerini, global literatürü takip etmelerini, araştırmalarını, ve bu sayede de hep güncel kalmalarını öneririm. Az önce iş dünyasının geleceği hakkında işaret ettiğim noktalar, iş hayatının giderek zorlaşacağı ve bu zorluklarla baş etmek ve değişime ayak uydurabilmek için gençlerin çok daha fazla gayret göstermeleri ve kendilerini geliştirmeleri gerektiği anlamına geliyor.*

maya göre tasarlanan bir platforma yolcu taşımak üzere bir gövdeyi adapte etme yolu izleniyordu.

Hazırladığımız stratejik planda kendi markamızla kendi ürünlerimizi üretmeyi hedefledik. Fason üretimde herhangi bir sorun yaşadığımızda kendi ürünlerimizin bizi ayakta tutmasının doğru bir strateji olduğunu belirledik. Böylelikle yeni ürünler ve projeler devreye alınmaya, Karsan'da köklü bir değişim ve büyüme yaşanmaya başlandı.

Modern taşımacılığın gereklerini ve özellikle engelli taşımacılığının kaçınılmaz hale geldiğini görerek ilk kez otobüs yapısına uygun bir minibüs yapısı fikri ve

uygulamasını ortaya çıkardık. Bu otomotiv endüstrisi ve çağdaş ulaşım için yeni bir atılımdı.

Öte yandan, New York taksi süreci Karsan'a çok şey öğretti. Sonuç itibarıyla belki sürekli bir iş imkanı olmadı, belki önemli bir kazanç elde edilemedi, ama o birikim daha sonra bütün ürün geliştirme faaliyetlerinde Karsan'a yararlı oldu. O süreç sadece Karsan'a değil Türk otomotiv endüstrisine de çok önemli katkıda bulundu.

Kendi markamızla, bütün sorumluluğu üzerimize alarak üretim yapmak çok önemli ve cesur bir adımdı. Sektörümüzde bir ürünü hem ekonomik hem de



# FESTO



Level C



Level D



Level E

**Emniyetli  
çözüm...**

**Makine ve tesis emniyetini önemsiyorsunuz.  
Riskli alanlarda güvenli çözümler bekliyorsunuz.  
MS6-SV serisi valfler sizin için üretildi.**

**→ WE ARE THE ENGINEERS  
OF PRODUCTIVITY.**

Festo'nun MS serisi basınçlama ve boşaltma valfleri en yüksek emniyet düzeylerinde bile kendini kanıtlamışlardır. C, D ve E performans seviyesinde üretilen MS serisi basınçlama ve boşaltma valfleri, emniyet bakımından kritik olan alanlarda güvenilir, hızlı boşaltma (örn. acil durdurma söz konusu olduğunda) ve güvenilir prosesler sayesinde mümkün olabilecek en yüksek kullanılabilirlik düzeyini sağlar.

**3. ROBOT YATIRIMLARI  
ZİRVESİ ve SERGİSİ**  
4-5-6 Ekim 2017  
WOW Convention Center

444 1 378  
[www.festo.com.tr](http://www.festo.com.tr)



## BAŞARIYI SÜRDÜRÜLEBİLİR KILMAK

**Şimdi asıl önemli olan sektörün bu gücünü, önümüzdeki dönemde ve gelecekte de aynı şekilde hatta daha güçlü bir şekilde sürdürülebilir hale getirmek. Böylesine önemli ve güçlü bir sektörün gelecekte de aynı başarıları sürdürebilmesi, bununla da yetinmeyip ürün ve hizmet geliştirme gibi bazı yenilikçi ve katma değeri yüksek faaliyet alanlarına yönelerek yeni başarılar elde etmesi gerekiyor**

teknik olarak hayata geçirmek kolay bir iş değildir. Otomotiv sofistike bir sektör, aynı şekilde ürünler de sofistikedir. Bir çok kriterin yerine getirildiği ürünler ve süreçler gerektirir.

Karsan ve Otoyol şirketlerinde üst düzey yöneticilik yapmanın bana çok katkısı oldu. Mevcut bir ürün pazarlamak ve satmanın ötesinde pazarın ve sektörün genel eğilimlerinin doğrultusunda ürünler tasarlayıp, geliştirmek ve üreterek pazara sunmak yani değer zincirinin bütün halkalarından oluşan bir faaliyeti yönetmek en büyük kazanımım oldu.

Yöneticilik kariyerimdeki diğer önemli bir kazanımım da, bir şirketin başarılı olması için, vizyondan başlayıp, stratejiler, hedefler, ve eylemlere kadar uzanan stratejik planlamaya dayalı kurumsal yönetimin ne kadar zorunlu olduğunu fiilen yaşayarak görmem oldu.

**Kurumların kalıcı olabilmeleri için kişiden bağımsız yapıya ve kültüre erişmesi gerekiyor**

İcranın başında görev yapmak çok zevkli ve tatmin edici, fakat insan kariyerinde belli bir yere ve olgunluğa gelince farklı bir boyuta geçme ihtiyacı duyuyor. İcra görevini yeni yöneticilere bırakıp, edinilen tecrübeleri daha farklı şekilde ve daha geniş kapsamda değerlendirmek cazip hale geliyor.

Bu düşüncelerden hareketle, otuz dört yıllık icracı yöneticilik kariyerime bu yi-



lin ilk yarısında nokta koyarak hayatımın yeni bir evresine geçtim.

Koç Grubu'nda ve Karsan'da edindiğim tecrübelerimi, üst yönetici olarak kurumsal ve stratejik yönetim gibi alanlardaki deneyimlerimi paylaşma konusunda kendime bir yol haritası belirledim. Bu doğrultuda kendime bazı roller tarif ettim. Bunlardan birisi stratejik ve kurumsal yönetim kültürünü benimsemiş veya böyle bir kültüre ihtiyaç duyan şirketlerde yönetim kurulu, danışma kurulu üyeliği. Tecrübelerimi bu gibi şirketlere görüş ve tavsiye vermek, ileriye ve gelişime yönelik karar ve projelerine destek olmak üzere değerlendirmek istiyorum.

**Yeni nesil daha iyi eğitilmiş olmasına rağmen deneyim açısından yetersiz kalabiliyor**

Aile şirketleri özellikle ilgimi çekiyor. Aile şirketlerinde sürdürülebilirlik ve kurum-

sallaşma sıkıntısı yaşanıyor. Şirket bir nesilden diğerine geçiyor, tecrübeler ve birikim bir sonraki nesile geçerken erozyona uğruyor. Elbette bunların nedeni var. Şirketleri kurucular kuruyor, onlar yaptıkları işi iyi biliyor, fakat bir sonraki nesile bunu devretme ihtiyacı doğduğunda bazı sorunlar ortaya çıkıyor.

Yeni nesil çoğu zaman daha iyi eğitilmiş olmasına rağmen deneyim açısından yetersiz kalabiliyor. Tam bu noktada bu tür şirketlere deneyim anlamında destek konusunda faydalı olacağımı düşünüyorum. Kurumların kalıcı olabilmeleri için kişiden bağımsız bir yapıya ve kültüre erişmesi lazım. Bunun için kurumsallaşma konusunda bir takım görüş ve tavsiyeler önem kazanabilir. Bu konuda bunca yıllık tecrübe ile benim de bir katkı olabilir diye düşünüyorum.

**Tecrübelerimi işin teorisiyle bir araya getiriyorum**

Kendime biçtiğim ikinci rol, üst düzey yönetici mentörlüğü ve koçluğu. Üst düzey yönetici veya yönetim kurulu kademesinde bir mentorluk/koçluk rolü bence anlamlı ve değerli olur diye düşündüm. Ama bunları sadece tecrübelerim doğrultusunda değil, aynı zamanda uzmanca yapmak için yönetici koçluğu konusunda eğitim ve sertifika aldım. Tecrübelerimle işin teorisini harmanladığım bu süreç benim için çok keyifli ve eğitici oldu.

Bunların yanısıra üçüncü bir rolüm daha var. Yeni başlayan girişimlere nasıl destek olmalı düşüncesinden hareketle "Melek Yatırımcı" rolünü üstlenmek istedim. Bu konuya eğilerek lisans aldım. İlk yatırım projemi kızımın bir girişimi ile gerçekleştiriyor, kızıma melek yatırımcı ve mentor olarak destek oluyorum. ■

## GENÇLERE TAVSİYELER

**Gençler, hangi sektörde çalışırlarsa çalışsınlar, çalıştıkları işi ve işyerini sevmelerini ve önemsemelerini, daima daha iyisini yapabilmenin arayışı ve gayreti içinde olmalarını, bunun için de sürekli kendilerini geliştirmelerini, eğitmelerini, global literatürü takip etmelerini, araştırmalarını, ve bu sayede de hep güncel kalmalarını öneririm.**

Otomotiv Boruları



## Hayatın her alanı için üretiyoruz!

Otomotiv sektöründe; koltuklardan kapı takviyelerine, amortisörlerden otobüs profillerine kadar, sağlığınız ve güvenliğiniz için borularımızla hayatınızın her alanında.



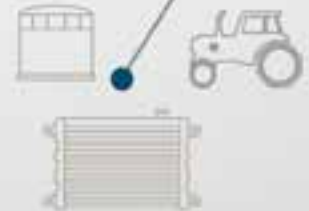


Bugün ve yakın gelecekte çalışanların dijital dünyaya hızlıca adapte olan Y jenerasyonunun üyelerinden olması aslında değişimi beraberinde getiriyor. ■



## • Otomotiv Sektörünün Güvenilir Bağlantı Elemanı

Dünyada 7 kıtada 193 ülkede birçok sektörün tercihi **NORM** bağlantı elemanları oluyor.



[www.normcivata.com.tr](http://www.normcivata.com.tr)

Valeo Genel Müdürü

**Tuna Arıncı:**

## Şirketler ve dijitalleşme

Müşteri artık alışverişini internetten yapıyor. Artık nasıl uçak bileti, otel rezervasyonu hatta şahsi alışverişler bu şekilde yapılıyorsa, satış konusunda da ürünün pazarlanması konusunda da dijital teknoloji son derece önemli bir rol alıyor.



**D**ijitalleşme şirketlerin iş yapış şekillerini sil baştan değiştirmelerini gerektiriyor. Üretim metotları, müşteri beklentileri ve dağıtım kanallarına kadar tüm süreç yeniden yapılandırılıyor. Dijitalleşme aynı zamanda bilginin üretilmesinden işlenmesine, karar alma süreçlerinden, yeni pazarlama erişimine kadar birçok konuda büyük kazanımlar sağlıyor. Bu avantajlar sayesinde performansın iyileştirilmesi, hedeflere ulaşılması ve sonuç olarak rekabet gücünün artırılmasında kritik rol oynuyor. Dolayısı ile tüm bu gelişmeler sanayiye yeni bir evreye taşıyor. Hatta bazıları bu süreçte "ezber bozan değişim" demekteler.

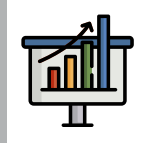
Üretimin tüm süreçleri artık dijital yönetiliyor. Müşteriden tedarikçiye tüm veriler otomatik geliyor. Üretimde artık bizlere robotlar ve kolaboratif robotlar destek veriyor. İş başı eğitimleri, iş akışları tab-

letler ile yönetiliyor. Artık operasyonlar video ya da tabletler ile tanıtılıyor. Tabi ki üretim süreçleri, sevkiyatlar otomatik veriler ile değerlendiriliyor. Öyle ki kamyon plakasından başlayıp, kasaların içeriye girişi direk stoka alınması her şey dijital olmuş durumda.

İnsan kaynakları çok önemli. İşe aldığınız nesil artık dijital teknolojiye çok iyi anlıyor. Dolayısı ile onlar için dijital ortam çok önemli. Gereksiz işlerle uğraşmak

### Gelecekte ayakta kalmak için öneriler

#### BÜYÜMEK



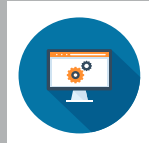
Öncelik olarak büyümeyi yakalamak gerekiyor. Yeni pazarlar olacak ki daha sonra fabrika ile ilgili çalışmalar ve verimlilikler yapabilelim. Bu büyümeyi yakalarken yeni ürün devreye almak ve yeni hizmetler yaratmak çok önemli. Yeni iş modelleri, müşteriler ile derinlemesine olan ilişkilerde çok önemli yer tutuyor. Jeografik büyüme yine en önemli stratejiler arasında olmalı.

#### RİSK ALMAK



Büyümeyi yakalamak için risk almak gerekiyor. Bazı araştırmalar 3 CEO'dan 1'nin az risk aldıklarını ve başarılı olamadıklarını gösteriyor. Bazı durumlarda yeni ürün, yeni hizmet ve yeni bölgelerde gelişme konusunda çok daha hızlı olanların başarılı olduğunu görüyoruz.

#### TEKNOLOJİYİ YÖNETMEK



Önümüzdeki dönemde mobile, sosyal ve bulut teknolojileri şirketlerin gelişme ve büyümesinde önemli yer tutacak. Karar almada bu mekanizmalar çok etkili olacak. Teknoloji oyununda kazananlar, fonksiyonel, sürdürülebilir ve maliyet avantajı sağlayan teknolojik ve inovatif ürünler sunanlar olacak.



Dijital dünyaya ayak uyduramayanların ayakta kalmasına imkan olmadığı bir süreç işliyor.

istemiyorlar. Artık eğitimler dijital ortamda alınıyor. Tüm bunlar şirketlerde trendlerin büyük ölçüde değiştiğini gösteriyor. Şirketteki tüm süreçlerimizi tablet ve mobil telefondan takip eder hale getirdik ve devam ediyoruz.

Müşteri artık alışverişini internetten yapıyor. Artık nasıl uçak bileti, otel rezervasyonu hatta şahsi alışverişler bu şekilde yapılıyorsa, satış konusunda da ürünün pazarlanması konusunda da dijital teknoloji son derece önemli bir rol alıyor.



### DÜZENLİ OLARAK DEĞİŞİKLİKLERİ YÖNETMEK



Bir başka önemli nokta değişen vergiler, çevre kuralları, finans raporları gibi konularda sıkı takipte olup uyum yasalarının devamlı takibinin sağlanması gerekiyor.

### YENİLİK PEŞİNDE KOŞMAK



Bu yeni dünya da olmazsa olmaz. Özellikle yeni girilen marketlerde yenilik değişimine çok hızlı adapte olunması gerekiyor. Yenilik uzun vadeli bir strateji olarak karşımıza çıkmakta ve şirketlerin gelişimde en büyük unsur olmakta.

### İNSAN VE KÜLTÜR



İşe alım ve yetenek yine öncelikler arasında olmalı. İşe alımlar zorlaşacak. En büyük problem yetenekli ve uygun personel alımında olacak. Sadakat azalacak.

Kültür de çok önemli diğer bir kriter. Kültür aynı zamanda şirketin karlılığını da etkileyen bir unsur olarak karşımıza gelecek. Geniş Sosyal medyada imalatçı ve müşteriler, firmaların nasıl davrandıklarına bakıp bu şekilde yeni iş yapış şekillerine karar verecek.

Şirketlerimizde daha da ileriye giderek sıfır kağıt kampanyası ile 2018'de bu konuda ciddi bir çalışma yapıyoruz. Tüm yapılanların şirketlerimize, ekonomiye, tasarrufa, çevreye büyük katkılar sağlayacağını düşünüyoruz. Kısacası dijital dünyaya ayak uyduramayanların ayakta kalmasına imkan olmadığı bir süreç işliyor. Hiç başlanmadı ise her geçen güne büyük kayıp diyoruz.

Tüm bunları yapan ve bu değişimi iyi yöneten, teknoloji ve dijitalleşme ile yapıya önem veren firmalar ileride hep önde olacaklar. Değişim başladı. Hızlı olmalıyız. Eskiden hatırlarsınız Türk milli takım sahaya çıktığında 3-4 tane gol yendiğinde, iyi oynadık ama yenildik denirdi. Dijitalleşme, Endüstri 4.0 2011 yılında Almanya'da başladı. Geç kalıyoruz. Böyle devam edersek Endüstri 4- Türkiye 0 skoru ile karşılaşırız. Önümüzdeki süre azalıyor. ■

Maxion İnci ve Maxion Jantaş Yönetim Kurulu Başkanı

## Mustafa Zaim:

### “2020'ye kadar tüm işletmelerimizi dijital hale getirmeyi hedefliyoruz”

Önümüzdeki dönemde veriye erişim ve analiz yetkinliği-miz çok gelişecek. Fabrika içerisinde otomasyon ve diji-talleşme ana yatırım kalemleri olacak. Uzaktan erişim ile süreçlere müdahale edebilen daha yetkin yöneticiler iş yaşamında yer alacak.

**M**axion Wheels, küresel otomotiv sanayinde kullanılan her çeşit jantı üretebilen ve dünyada otomotiv sanayi-nin olduğu her bölgede üretim tesisleri olan tek global jant üreticisidir. Aynı za-manda yüzyılı aşkın deneyimi ile dizayn, co-dizayn yetenekleri sayesinde küresel otomotiv sanayinin tercih ettiği, daha da önemlisi güven duyduğu bir küresel tedarikçidir. Ar-Ge ve Ür-Ge yeteneği ve deneyimi ile farklılaşmayı başarmış ve sürekli geliştirme, sürekli yeni ürün sunma konularında, jant mühendisliğinde liderdir. Bugün sektördeki lider konumu-muzun, gelecekteki sürdürülebilirliğimiz için başlattığımız inovasyon hamlesin-den kaynaklandığına inanıyoruz.

Maxion Wheels Global'de son 3 yıldır sürdürülen inovasyon çalışmaları kapa-samında oluşturulan web tabanlı platfor-ma, Maxion İnci ve Maxion Jantaş olarak grup içinde en çok katkı sağlayan fabri-kalar olduk. Globalde inovasyonda dört lens metodu kullanılarak seçilmiş 12 pro-jeyi farklı sektördeki dev şirketlerle işbir-liği yaparak yürütüyoruz. Bunun yanı sıra şirketlerimiz süreç ve ürün geliştirmeyle ilgili TEYDEB ve SANTEZ projeleriyle Ar-Ge faaliyetlerini sürdürüyor.

Üretim şirketlerinin en temel gelişmeye açık yanlarından biri, proseslerde olu-şan verilerin birbirinden bağımsız olarak değerlendirilmesi ve bu nedenle bütün-sel iyileştirmenin hedeflenen şekilde gerçekleştirilememesidir. Şirketlerdeki dijital altyapının artırılması ve tüm data-ların büyük silolarda depolanması ve özel



yazılımlarla birbiriyle konuşabilir hale getirilmesi, şirketlerin ürün ile eşlene-bilir proses değerlendirme altyapısına kavuşmasını sağlayacaktır. Bu da süreç-teki kademeli iyileştirmeler için yaratıcı çözümleri ve deney tasarımlarının adap-tasyonunu kolaylaştıracaktır.

Bu nedenle dijital gelişme sürecinin biz-zat içinde olma gayretindeyiz ve ciddi yol aldığımız, sürmekte olan projelerimiz var. Hedefimiz 2025 yılına kadar tüm iş-letmelerimizi Dijital İşletmelere dönüştü-rebilmek.

Önümüzdeki dönemde veriye erişim ve analiz yetkinliğimiz çok ge-lişecek. Fabrika içerisinde otomasyon ve dijital-leşme ana yatırım kalemleri olacak. Uzaktan erişim ile süreçlere mü-dahale edebilen daha yetkin yö-

neticiler iş yaşamında yer alacak. Görev tanımları yeniden oluşturulacak. Data analizi, kod yazma, istatistiksel verileri yorumlama gibi ek yetkinlik alanları zo-runlu hale gelecek. Kısacası tedarik zin-cirinin tüm katmanlarında dijitalleşmenin etkisini ve dönüşümünü yaşayacağız.

Şirketimizin gelecek ve yeni nesiller ile ilgili olarak yaptığı en uzun vadeli yatırım insan kaynağı yatırımımızdır. Sürdürüle-bilir büyüme ve rekabet gücünü korumak için, şirketin misyon, vizyon ve stratejisi-ni her bir çalışanımıza indirgenmiş hedef-ler ile bütünsel odaklanmayı gerçekleşt-iriyoruz. Çalışanların katkısını artırmak için, 14 yıldır kullandığımız yalın üretim, 6 Sigma, TPM (Toplam Verimli Bakım) gibi ana problem çözüm tekniklerinin kullanımına yönelik eğitim programlarıyla iş yönetim sistemimizi güçlendiriyoruz. Açık iletişimi tercih ediyoruz ve sosyal faaliyetlerimiz ile de aramızdaki bağları güçlendiriyoruz. Dijitalleşme akımlarının mevcut insan kaynakları profilimizi de değiştirme ve geliştirme gerektireceği-nin bilincindeyiz, bu konuda da planlar yapıyoruz.

Son 6 yıldır şirketlerimizde değişik ka-demelerde düzenlediğimiz uzmanlık, liderlik ve mühendislik gibi akademi programları ile hem teknik alanda hem de yetkinlik alanında genişletilmiş eğitim programları düzenliyoruz. Birçok farklı parametreye ek olarak bu süreçleri de başarıyla tamamlayan çalışanlarımızın

kariyer planlarını destekliyo-ruz. Özellikle dijital dün-yanın getirdiği yeni pozisyon ihtiyaçlarını göz önünde bulun-durup, bu konuda proaktif davranarak farklı çalışma-lar yapıyoruz. ■

#### GELECEK ÖNCELİKLERİMİZ

Esneklik becerilerimizi artırma, inovasyon için insana daha fazla yatırım, teknoloji ve dijitalleşmeye yatırım, süreç optimizasyonu, süreçlerin gelişiminde çalışanların aktif katılımını artırma ve sektörel örnek olmak.



# Yatırım projelerinizde büyümenin tamamlayıcı gücü

Yatırım ekipmanları leasing'inde uzman  
personelimiz ve avantajlı çözümlerimizle  
size zaman ve para kazandırmak için  
1988'den beri yanınızdayız.

Gücümüze, hızımıza, öncü ruhumuza  
ve tecrübemize güvenin.



Tiryakiler Yönetim Kurulu Üyesi

## Zeynep Tiryaki Gürkan:

### “Gelecek nesillere rehber niteliğinde yol haritası hazırladık”

Gelecek nesillere bir yol haritası olması için aile anayasası hazırladık. Bu belge, onlar için şirket yönetiminde bir rehber gibidir. Ayrıca şirket olarak tamamen kurumsallığı hedeflemekteyiz. Profesyonellerin yönetiminde orta ve uzun vadeli stratejilerimizle şirketlerimizin yönlerini belirliyoruz.

**G**ünümüz global iş dünyasında daha verimli ve rekabetçi olabilmek için yeni nesil dijital teknolojilerden farklı farklı alanlarda istifade ediyoruz ve bu alanlara yatırımlar yapıyoruz. Şirketimizde bir çok data analiz ediliyor. Bir üretici olarak bizde günlük bazda üretimimizde bir çok data topluyoruz, bunlar hem lokal hem de global üretimimizden gelen datalardır. Makineler birçok data topluyor, mesela; verimlilik, operatör verimliliği, duruş zamanları. Gelen yüklü datanın analizi ve depolanması için yeni yazılımlardan yararlanacağız. Aynı zamanda departmanlar arasında daha hızlı iletişim, süreçlerin dijitalleşmesi gibi konularda da bu sistemlerden yardım alıyor olacağız. Bunlar arasında Dochuman, Projesis



gibi yazılımlar var. Dijital teknolojiler üretimimize tamamen sirayet etmiş durumda değil fakat küçük adımlar ile geleceğe hazırlanıyoruz. Bunun içerisinde parça bazında izlenebilirlik, tezgaha bağlı dijital haberleşme mekanizması, “call system model” gibi projeler mevcut.

Gelecek liderlerimize alışık olmadıkları projelerle zorlayıcı hedefler veriyoruz. Şirket içinde rotasyonlar yapıyoruz. Çeşitli alanlarda eğitimlere gönderiyoruz. Bunun dışında önümüzdeki senenin planları içerisinde kariyer planlama projesine yönelik çalışanlara; mentor atama, periyodik görüşmeler ile performans değerlendirme gibi bazı aksiyonlar mevcut.

Inovasyon ve ürün geliştirme en başlıca hedefimiz. Araştırma ve geliştirme kadromuzla müşterilerimize özel çözümler sunuyoruz. Bir üst seviyeyi hedeflediğimiz her ürünümüzü en uygun fiyatlar ile müşterilerimize sunuyoruz.

Bilgisayarlar ve otomasyon tamamen bir araya gelecek. Bu değişim er ya da geç iş hayatımızı kolaylaştıracak ama geçiş sürecinde biraz zorlanabiliriz. Artık bilgisayarlar birbirleriyle konuşabilecekleri için onların da karar vermelerini isteyebilirdim. Dataları analiz edip insanlar yerine karar verebilmeleri iş yükümüzü azaltabilir. Biz şirket olarak yapacağımız her yatırımın otomasyon ağırlıklı ve son teknolojik gelişmeleri içermesine özen gösteriyoruz.

Gelecek nesillere bir yol haritası olması için aile anayasası hazırladık. Bu belge, onlar için şirket yönetiminde bir rehber gibidir. Ayrıca şirket olarak tamamen kurumsallığı hedeflemekteyiz. Profesyonellerin yönetiminde orta ve uzun vadeli stratejilerimizle şirketlerimizin yönlerini belirliyoruz.



**Her zaman en büyük önceliklerimiz, araştırma-geliştirme ve kalitedir. Ürünlerimizi bir üst seviyeye taşımak, kendi alanımızda yeni teknolojilere imza atmak başlıca hedeflerimizdir.**

Her zaman en büyük önceliklerimiz, araştırma-geliştirme ve kalitedir. Ürünlerimizi bir üst seviyeye taşımak, kendi alanımızda yeni teknolojilere imza atmak başlıca hedeflerimizdir. Ayrıca, şirket olarak kurumsallığa çok önem vermekteyiz. Çok uluslu şirketlerin yıllarca faaliyet göstermesini sağlayan başlıca unsur; kurdukları kişilere bağlı olmayan sistemler ve oluşturdıkları kurumsal yapıdır. ■

#### TEKNOLOJİK DEĞİŞİM İŞ HAYATIMIZI KOLAYLAŞTIRIYOR

**Bilgisayarların birbirleriyle konuşarak, verileri analiz edip insanlar yerine karar verebilmeleri iş yükümüzü azaltabilir. Biz şirket olarak yapacağımız her yatırımın otomasyon ağırlıklı ve son teknolojik gelişmeleri içermesine özen gösteriyoruz.**

# TÜM GENİŞLİKLERDE VERİMLİ

JUNKER  
GROUP



18 - 23 Eylül | 2017  
Hannover | Almanya

Hall  
11  
Stand  
B78

## PUNTASIZ SİLİNDİRİK TAŞLAMA

JUPITER serisi, puntasız taşlama makineleri ciddi üretim avantajları sağlar. Destek kazağının, patentli CNC yükseklik ayarı yüklenme süresini azaltır, taşlama aralığı geometrisi otomatik ayar, taşlama prosesini optimize eder ve eğimli tabla ile şekil ve konum toleranslarında yüksek doğruluk sağlar.



ERWIN JUNKER  
MAKİNA SANAYİ TİCARET LTD. ŞTİ.

Esentepe Mah.  
Mıngaz Cad. No:75  
Monumenta  
İstanbul, Türkiye

+90 216 504 28 11  
info@junker-turkey.com.tr

### JUNKER PREMIUM SERVİSİ:

- Garantili servis
- Hızlı ve yetkin
- 24 saat, haftanın 7 günü
- Dünya çapında Servis ağı

[www.junker-turkey.com.tr](http://www.junker-turkey.com.tr)



**JUNKER**  
partner for precision

Emaş Plastik İK, İdari İşler ve IT Müdürü

## Burak Türkyılmaz:

**“Kurumsal sürdürülebilirlik sadece şirketimiz için değil, dünyamız için de önem taşıyor”**

Şirketler, 2000 yılından itibaren kurumsal stratejilerini oluştururken artık bununla aynı düzlemde dijital stratejilerini de çalışıyor. Şirketlerin dijital stratejinin kurumsal stratejiye giderek daha da yaklaştığını görüyoruz. Şirketlerin yönetiminde geleceğin dinamiklerine karşı esnek olmalı ve ihtiyaçlarımıza göre bu dinamiklerin gerektirdiği dönüşümü gerçekleştirmeliyiz.

**D**eğişimin aşırı hızlandığı bir çağda yaşıyoruz. Asıl önemli olan değişimin hangi istikamette ve nereden geleceği değil, ne kadar etkili olduğudur. İş dünyasındaki eğilimlerde de radikal değişim var. İş yapma biçimleri hızla değişiyor. e-dönüşüm, dijitalleşme diyoruz, aslında bir sanallaşma var. İnsanların eskiden fiziksel üretim sahaları vardı; fiziksel işyerleri, depoları, dükkanları, vitrinleri, lojistik ağları vardı. Şimdi ise her fiziksel nesnenin bir de sanal ortamda eşdeğeri var. Kurumsal web siteleri, e-ticaret, sanal sevkiyat sistemleri, sanal abonelik üyelik sistemleri, bulut, kısacası herkes her işlemini sanallaştırıyor. Çünkü hem



hacim olarak bir artış getiriyor hem daha ekonomik işlemler yapmalarını sağlıyor. Doğru zamanda doğru adımlar atmayı önemsiyoruz ve “Endüstri 4.0” diyoruz, başka kavramlar konuşuyoruz. Yazılım, altyapı ve donanımda iyi duruma gelen bir ülkenin önünde açılan yeni fırsat penceresidir. Bu altyapı ve donanımın verimlilik üreten beyni yazılımlardır. Yazılım olmadan yapılan yatırımların hiçbir anlamı yok. Bu sebeple grup şirketlerimizin tamamında sistem ve otomasyonun bütün enstrümanlarını kullanıyoruz.

Emaş Plastik A.Ş. olarak rakiplerimizden farkımız; 40. yılın verdiği tecrübe ve güven ile sektörde kalıcı olan, bir gün değil her gün müşterisinin yanında olan, müşteri memnuniyetini ilke, müşteri mutluluğunu gaye edinmiş bir firma olmamızdır. Hiçbir şey bizi kalitemizden ödün vermeye zorlayamaz. Firmamız ISO TS 16949/ISO 9001 Kalite Yönetim Sistemi

ile Avrupa normlarında üretim yapmaktadır. Ürünlerimiz hem TSE, hem de CE belgelidir.

Sanayinin her dalına yayılmış olan mühendislik plastiklerinin kullanıcılarına ihtiyaçları olan malzemenin; istenilen kalitede, istenilen miktarda, istenilen maliyet seviyesinde teminini sağlamak temel amacımızdır. Bu amacı gerçekleştirmek için iş ortaklarımızla (tedarikçilerimiz, çalışanlarımız, müşterilerimiz ve paydaşlarımız) beraber çalışıp, dünya standartlarında üretim ve hizmet sağlayarak, “Değişmeyen tek şey değişimin kendisidir” sloganı ile tüm şirket çalışanlarımızla birlikte ülkemizin bu konuda akla gelen ilk şirketi olmak için çalışıyoruz.

Emaş Plastik kuruluşundan bu yana çevre, insan, teknoloji, gelişim, devamlılık ve üretkenlik temalarını ön planda tutmuştur. Çevresel, ekonomik ve sosyal faktörlerin dünyadaki ekolojik ve sosyokültürel yapıları etkilemeye başlaması, Emaş Plastik ve Grup Şirketlerinin sağlam temeller yaratarak gelecek nesillere teslim edilmesi “Stratejik Planlama”nın bir parçası olmasına sebep olmuştur. Emaş Plastik, şirketin sağlıklı bir şekilde sürdürülebilirliğini sağlamak için mükemmelleştirme faaliyetleri gösterirken sadece “çevre, iş sağlığı, sosyal sorumluluk” konularında değil, imalata yönelik kurumsal “Sürdürülebilirlik” çalışmaları da yapmaktadır. Rekabetin yoğun olduğu dünyamızda; pazarın taleplerini karşılamak, marka imajını mükemmelleştirmek, riskleri azaltmak, çalışan memnuniyetini sağlamak, şirketimizin vizyonunu güçlendirmek için ana kriterler olmuştur. Bu sebeple, “Kurumsal Sürdürülebilirlik” yaklaşımımız sadece şirketimiz için değil, dünyamız için de önem teşkil etmektedir.

Şirketler, 2000 yılından itibaren kurumsal stratejilerini oluştururken artık bununla

### İNSAN, TEKNOLOJİ, GELİŞİM, DEVAMLILIK ve ÜRETKENLİK

**Emaş Plastik, şirketin sağlıklı bir şekilde sürdürülebilirliğini sağlamak için mükemmelleştirme faaliyetleri gösterirken sadece “çevre, iş sağlığı, sosyal sorumluluk” konularında değil, imalata yönelik kurumsal “Sürdürülebilirlik” çalışmaları da yapmaktadır.**



# asırı SICAKLARA BİREBİR



[#cucihotels](https://www.cucihotels.com)

262 653 30 30



aynı düzlemde dijital stratejilerini de çalışıyor. Şirketlerin dijital stratejinin kurumsal stratejiye giderek daha da yaklaştığını görüyoruz. Şirketlerin yönetiminde geleceğin dinamiklerine karşı esnek olmalı ve ihtiyaçlarımıza göre bu dinamiklerin gerektirdiği dönüşümü gerçekleştirmeliyiz. Yeni kuşaklar, özellikle de günümüz-

de iş hayatında aktif olarak rol almaya başlayan Y ve Z kuşaklarıyla ihtiyacımız olan doğru iletişimi kurabilmek için onların hayatının merkezinde olan teknolojik ve dijital uygulamaları, çalışacakları ortamda da bulunmalarını sağlamalıyız.

Şirketlerimizde liderlik becerilerinin gün yüzüne çıkarılması ve şirketimizin geliş-

minde kullanılması için yetkinlik analizleri, performans değerlendirme, problem çözme ve probleme yaklaşım gibi konuların yanında şirketlerimize ait problem olarak tanımladığımız konu başlıklarından seçilmiş olduğu projeler ile çözüm üretmelerini sağlayarak gelişimlerini sağlıyoruz. ■

Bami İşletme Müdürü

## Sinan Küçük:

### “Kullanılan yeni teknolojilerin ilave bir katma değer yaratabilmesi gerekir”

Bilgi çağından sanayi 4 devrimine doğru ilerliyoruz. Artık odaklanma, ölçek ekonomisi, yalın üretim gibi stratejiler yerini daha çok bir adım önde olma, yenilikçi fikirler geliştirme stratejilerine bırakıyor.

#### İş hayatı ve özel hayat arasındaki ince çizgiye dikkat etmeli

İş hayatında şirketin misyonu, vizyonu, stratejileri ve değerleri ile senkronize olmak zorundasınız. Vereceğiniz kararların duygusallıktan ziyade mantığa dayanıyor olması ve iyi analiz edilmiş olması gerekli. Bu anlamda özel hayattan farklılıklar olsa da açık iletişimin olduğu, geribildirimlerin rahat verilebildiği özel hayattakine benzer bir kurum kültürü oluşabilirse daha fazla iyileştirme önerileri, daha huzurlu bir ortam, anlaşmazlıkların yalnızca fikir çatışması şeklinde geçtiği bir organizasyon yaratılmış olur. Aidiyet duygusunun gelişmesi açısından ise özel hayat ile iş hayatının birbirine yaklaşması önemli. Bunların hepsi kişisel tatmin unsurları/kişisel hedefler ile organizasyon değerleri/he-deflerinin birbirine yakınlığı ile ilgili. Ancak arada bir çizginin mutlaka olması gerektiğine inanıyorum. İlişkilerin laçkalaşması ve profesyonelliğin korunması

adına iş hayatında genellikle bir miktar daha mesafeli yaklaşımlar normal karşılanabilir.

#### Sosyalleşmenin iş yaşamı üzerine etkileri

Sosyalleşme çalışanların en iyi performansını sergilemesi için karşılanması gereken temel insani ihtiyaçlardan. Diğer çalışanlarla paylaşımda bulunmak ve kendini açıkça ifade edebilmek çalışanların kendini değerli ve mutlu hissetmesini sağlıyor. Katkıda bulunma isteğinin artması ile iş sonuçlarına pozitif bir etkisi var.

#### Gelecek, yeniliklere çabuk ayak uyduranların olacak

Bilgi çağından sanayi 4 devrimine doğru ilerliyoruz. Artık odaklanma, ölçek ekonomisi, yalın üretim gibi stratejiler yerini daha çok bir adım önde olma, yenilikçi fikirler geliştirme stratejilerine bırakıyor. Bu nedenle patentlerin artırılması, kullan-

dığınız teknolojinin ya da üretim konseptinin en güncel teknoloji olması ve ilave bir katma değer yaratılması çok önemli. Rekabetin vahşi doğasında harcı alem bir ürün üretiyorsanız artık yaşama şansınız çok azalıyor. Bu nedenle dünyada olup biteni çok daha yakından takip eden ve global pazarlara daha fazla açılmak isteyen bir Türk otomotiv sektörü oluşacaktır. Geleceğin iş dünyası olacak neslinin meslekleri henüz keşfedilme aşamasında. Bu nedenle öğrenmeye açık ve hızlı öğrenen, yeniliklere çabuk adapte olabilen insanların ilerleyen yıllarda şansının daha fazla olacağına inanıyorum.

#### En iyi çalışanlar, en iyi şirketlerde mi çalışır?

Genellikle en iyi şirketler üniversitelerden mezuniyet aşamasındaki potansiyeli yüksek gençleri avlamaya çalıştığından bu önerme çoğunlukla doğru sayılabilir. Bununla birlikte iş hayatının ilerleyen yıllarında tecrübe kazanmış bu çalışanlar henüz kurumsallaşmamış ya da büyüme aşamasında olan bir şirkete daha fazla katkı sunabilir. Bu elbette çalışanlara sunulabilecek imkanlar ile ve bu çalışanların konfor alanından çıkmaya hazır olup olmadığı ile alakalı. Genellikle büyük ve en iyi şirketler olarak tanımlanan şirketlerde roller iyi tanımlanmış durumda ancak diğer firmalarda birçok şapka aynı anda takılabilir ve daha fazla öğrenme fırsatı oluşabilir. ■

#### BAŞARI GETİREN FAKTÖRLER

Farkındalık  
Öğrenmeye açıklık  
Hata yapmak ancak hatalarından ders çıkarmak  
Çabuk pes etmemek



obel<sup>®</sup>  
CIVATA



10002 Sokak No:30 A.O.S.B. Çiğli-İZMİR  
Telefon: +90 (232) 376 84 15  
Faks: +90 (232) 376 84 19  
E-posta: info@obel.com.tr



Farplas Genel Müdürü

**Ali Rıza Aktay:****“Bilgiye erişen, işleyebilen kişiler, organizasyonlarda daha çok aranır olacak”**

Ulaşım araçlarının, önümüzdeki 10 yılda gerek kullanımdaki alışkanlıklar -paylaşım ekonomisi gibi- gerekse teknolojiler nedeni ile büyük değişime uğrayacak; “electrification, IoT, connectivity, autonomous drive” yeni araçları şekillendiren en önemli trendler olacak.

**D**ijital teknolojiler; birçok yönden iş dünyasını etkilemekte. Öncelikle bilgiye erişimi kolaylaştırıyor. Tasarım, üretim, tedarik zinciri, müşteri ilişkilerine kadar birçok süreç; artık yeni teknolojilerle daha hızlı ve farklı şekilde yönetilmekte.

Biz üretim süreçlerinde sıfır hata ve sıfır duruş hedefine uygun olarak dijital teknolojileri kullanmayı hedefliyoruz. Üretimde, özellikle kalite kontrol adımlarımızda bu teknoloji uygulamalarını test ediyor ve devreye alıyoruz. Öte yandan, farklı müşterilere çok çeşitli ve çok adetli üretim ortamında ortaya çıkan, üretim planlamadan lojistik aksiyonlarına kadar olan tüm adımlarımızda simülasyon programlarından faydalanarak, en optimum akışı sağlamayı hedefliyoruz.



Ana sanayi ile birlikte hareket edebilmek için; gerek ürün geliştirme sürecimizin, gerekse tedarik zinciri süreçlerimizin dijitalleşmesi konusunda önemli adımlar atıyoruz. Ürün yaşam çevriminin tamamını ve bu süreçteki bilgi ile verileri yönetmek üzere yeni bir sistem yatırımına başladık. Ana sanayilerimizin başlattığı yeni nesil tedarik zinciri projelerinde yer alıyoruz.

Sıfır duruş hedefi ile üretim ekipmanlarımızda önleyici bakım çalışması için veri toplama ve veri analizi üzerinde duruyoruz.

İçinde bulunduğumuz sektör olarak geleceğin otomobillerinde verinin, “connectivity”nin (bağlanabilirlik) etkin olacağını görerek; bir iç girişim programı ile bu alandaki bir projemiz de ilerlemiş ve ana sanayi tarafından uygulama projesine dönüşmüştür.

Özetle; dijital teknolojiler personel yönetiminden, üretime tüm süreçlerimizi ve tabii ki gelecekteki ürünlerimizi doğrudan etkilemektedir. Bu bilinçle, dijital teknolojilerden hem üretimde mükemmellik amaçlı, hem de yeni ürün ve hizmet oluşturmak için faydalaniyoruz.

Ulaşım araçlarının, önümüzdeki 10 yılda gerek kullanımdaki alışkanlıklar -paylaşım ekonomisi gibi- gerekse teknolojiler nedeni ile büyük değişime uğrayacak; “electrification, IoT, connectivity, autonomous drive” yeni araçları şekillendiren en önemli trendler olacak. Öte yandan, “additive manufacturing”, “yeni malzemeler”, haberleşme ve veri aktarım teknolojileri, büyük veri analizleri de araçlarda bu özellikleri sağlamaya dönük çözümler olarak daha fazla yer alacak.

Nihai kullanıcı açısından baktığımızda araç sahipliğinin azalması ancak, araçların bugünün akıllı telefonları gibi bir platform haline gelmesini bekliyoruz. Bu da araç içine parça üreten bizim gibi firmaların ürün çeşitlerinin baştan sona değişmesi anlamına gelir. Çevreci nedenler ile fosil yakıt kullanan araçlarda, menzil nedeni ile elektrikli araçlarda hafifleme önemini artırmaya devam edecek. Öte yandan, araçların elektronikleşmesi ile daha fazla ekrana sahip, dijital teknolojiler ile donatılmış araçlar yerini alacak. Platforma dönüşen araçlar, ödemenizi yapabildiğiniz, içinde iş toplantıları dahi organize edebildiğiniz bir hale gelebilir. Araç üzerindeki verilerin işlenmesi ile oluşturulacak yeni hizmetler de söz konusu olacaktır.

Son yıllarda giderek artan bir şekilde dijital teknolojiler, iş ve sosyal yaşamda değişime sebep olmuştur. Yeni iş modelleri ve alanlarının doğduğunu görüyoruz. Bu değişimin ivmesini artırarak sürdüreceğini de görebiliyoruz. Bilgiye her yerden ve hızlı erişim ile bilgi sahibi kişiler değil; bilgiye erişen, işleyebilen ki-

### TEKNOLOJİK GELİŞİM OTOMOTİV ÜRÜN ÇEŞİTLİLİĞİNİ DEĞİŞTİRECEK

**Araç sahipliğinin azalması ancak, araçların bugünün akıllı telefonları gibi bir platform haline gelmesini bekliyoruz. Bu da araç içine parça üreten bizim gibi firmaların ürün çeşitlerinin baştan sona değişmesi anlamına gelir.**



[www.temelconta.com.tr](http://www.temelconta.com.tr)  
[www.temelgaskets.com](http://www.temelgaskets.com)

follow us



**TEMEL CONTA**  
**SANAYİ ve TİCARET A.Ş.**

Kemalpaşa Caddesi No: 254  
İşıkent/İZMİR/TÜRKİYE

**TEMEL GASKETS USA**  
Atlanta, GA 30307 Phone: +1 (404) 590-2865  
[export@temelconta.com.tr](mailto:export@temelconta.com.tr)  
[pazarlama@temelconta.com.tr](mailto:pazarlama@temelconta.com.tr)



ISO 9001:2008



ISO 14001:2004



TSE - TS - EN 14001



Q1



Certified Partner

# Gaskets

**Passenger & Light Duty**  
**Tractor & Agricultural**  
**Heavy Duty & Truck**  
**Construction & Off Road**



## YENİ İŞ MODELLERİ VE ALANLARI DOĞUYOR

**Bilgiye her yerden ve hızlı erişim ile bilgi sahibi kişiler değil; bilgiye erişen, işleyebilen kişiler, organizasyonlarda daha çok aranır olacaktır. Daha fazla iş konusunun proje temelli olması, özelleşmiş bilgi ihtiyacı, yeni neslin hareketliliği nedenleri ile iş gücü piyasasının daha çok uluslararası bir karaktere bürünmesi de kaçınılmaz olacaktır.**

şiler, organizasyonlarda daha çok aranır olacaktır. Daha fazla iş konusunun proje temelli olması, özelleşmiş bilgi ihtiyacı, yeni neslin hareketliliği nedenleri ile iş gücü piyasasının daha çok uluslararası bir karaktere bürünmesi de kaçınılmaz olacaktır. Aynı nedenlerle, şirket organizasyonlarının da daha esnek, bilgi ve süreç temelli olmasını bekliyoruz. Şirketlerin başarıları, rekabette fark yaratmaları da farklı yetkinlikleri bir arada uyumlu bir şekilde çalıştırabilme becerisine sahip olmaları ile gerçekleşecektir.

Üretim sektöründe, hepimizin yakından takip ettiği dijital ve fiziksel dünyanın birbirine yaklaşması ile farklı yetkinliklere sahip, dijital anlamda bilgi sahibi kişilere ihtiyaç duyacağız. Öte yandan, "mass customization" akımı ile kişiselleştirilmiş ürünlerin artacağı; bu taleplere cevap verebilecek üretim sistemleri de fark yaratacak konu olacaktır.

Bu değişimlere hazır olabilmek, değişime liderlik etmeyi ve kendi geleceğimizi inşa etmeyi tercih ediyoruz. İlk etapta; organizasyonel yapımızı yeniliyoruz ve çalışanlarımızın sahip olması gereken yetkinlikleri geliştirmeye odaklanıyoruz. Tabii ki, teknoloji yatırımlarımız da insana yaptığımız yatırımlar ile el ele gidiyor. Geçen yıldan bu yana; gerek ürün, gerekse süreç inovasyon projelerimiz ile rekabetçiliğimizi farklı bir lige taşıyoruz. Bu yıllık inovasyon projelerimizi "dijital dönüşüm" üzerine kurguladığımız program üzerine kurduk. Program çerçevesimiz, ürün geliştirme süreçlerinin dijital

platforma taşınmasından, üretimde büyük verinin kullanımı hedefine ve yeni teknolojilerin uygulandığı şirket içi lojistik projelerine uzanıyor.

Belirsizliklerin ve değişkenliklerin çok olduğu bu dönemde iş yapmak, özellikle de sürdürülebilir büyüme ve karlılık yakalamak eskisine kıyasla oldukça zor. Farp-las olarak bu dönemin farkındayız, bu döneme uygun stratejiler geliştiriyor ve bize uygun liderlik/yönetim modellerini kullanmaya gayret ediyoruz. Diğer taraftan, bu konuda yabancı araç ve modellerle-



rin beklenen faydaları sağlamadığını biliyor, bunun için makro ülke kültürümüze ve mikro kültüre (organizasyon seviyesi) uygun, terzi usulü araçları işbirlikçileri-mizle tasarlıyor ve kullanıyoruz.

Çalışanlarımızın ve yöneticilerimizin liderlik becerilerini geliştirmek için kullandığımız araçlar; Liderlik yetkinliklerini geliştirmek üzere tasarladığımız eğitim programları ile; Yetenek havuzu eğitim programı, Lider gelişim programı, Takım lideri gelişim programı, Sosyal sorumluluk ve girişimcilik projeleri uygulamaları, Mentörlük programı, Yöneticinin koçluğunda performans yönetim sistemi uygulamalarının yönetilmesi ve bireysel gelişim planlarının oluşturulması şeklindedir.

Şirketimizde insan kaynağına yaptığımız yatırımlar, her zaman uzun soluklu olarak düşünülmektedir. Teknik liselerdeki arkadaşlarımıza Ar-Ge anlamında mentörlük ve işbirliği imkanı ile okul çağındakilere de dokunmayı hedefliyoruz.

Şirket mavi yaka çalışanlarımızın, değişen teknoloji olanaklarını kullanarak üretime katkı sağlamaları için eğitim ve gelişim süreçlerini de planlamaktayız. ■

## GELECEK ÖNCELİKLERİMİZ

**İnsana yatırım:** Yarınlar, sadece sermaye birikimi ile ayakta kalabileceğiniz günler olmayacak. Bilgi temelli üretim ve hizmet, firmalara fark kazandıracak. Bu da birlikte çalıştığınız kişilerin yaratabileceği fark demektir. Her seviyedeki çalışanımızın gelişimi ve şirket süreçlerine katılımı, bizim yarınlarımıza güvenle bakmamızı sağlamaktadır.

**Yenilikçilik ve sürekli gelişim:** Özellikle teknolojik değişim, iş dünyasının da sürekli olarak yeniden yapılanmasına sebep oluyor. Bu nedenle, "iyi bir düzen oturttuk ve rahat ettik" diyebileceğimiz noktadan çok uzaktayız. Rekabet ve işbirliği sınırlarının global ölçüğe de taşınması ile, ayakta kalabilmek için taramamız gereken çerçeve daha da genişlemiş durumda. Bu genişleme aynı zamanda fırsat anlamına da gelmekte tabii ki.

Bu durumda, geldiğiniz noktadan hiçbir zaman memnun olmamak, hep bir sonraki adımı düşünmek ve yarının şartlarına hazırlanmak gerekiyor. "Reaktif" değil, "proaktif" olarak şirketimizi yönetmemiz gerekiyor.

Değişimi yönlendirebilirseniz, oyunun kurallarını koyan şirket olabilirsiniz, gelecekte de faaliyetlerini sürdüren bir kurum olabileceğinize inanıyorum. Bu değişimi sürükleyebilmenin anahtarı olarak da işimizin her alanına yenilikleri getirmek, yenilikçi fikirleri değerlendirerek devreye almak, ortak akıldan yararlanmayı görüyorum. Şirket sınırlarının daha açık olmaya başladığı günümüzde; şirket dışındaki stratejik işbirlikleri ile de büyüyebileceğimizi görüyorum.

Ve son olarak da çevreye saygı ve sürdürülebilirliğin önceliklerimiz arasında olduğunu ekleyebilirim.



GÜVENİLİR İŞ ORTAĞINIZ

HER  
ZAMAN

GÜÇLÜ  
HAZIR  
YANINIZDA



marketing@ditas.com.tr | www.ditas.com.tr



HEMA Otomotiv ve HEMA TRW Genel Müdür Yardımcısı

# İskender Ulusay:

## “Zaman en değerli sermaye”

Yıllardır insana, makineye ve Ar-Ge'ye büyük yatırım yapan bir şirket olarak gelecek nesiller için yaptığımız en büyük yatırım; insan gücü ve teknolojidir. Ar-Ge Merkezimiz, önümüzdeki beş yıl için yeni ürün geliştirme ve inovasyon alanlarında başarısını artırmak hedefiyle sekiz ana başlıktan oluşan Ar-Ge stratejisi belirlemiştir.

İçinde bulunduğumuz yüzyılın önde gelen özelliklerinden biri iş hayatı ve parçası olduğumuz imalat sanayi – otomotiv endüstrisinin dinamizmi. Bu temel faktör artık çalışma şartlarını, kurumsal iletişimi, iş yapış kurallarını eski geleneksel uygulamaların ötesine taşımamıza neden oluyor. Grubumuzda artık “zaman en değerli sermaye” mottosunu temel söylev olarak kullanıyoruz ve bu maksatla iş akışlarından kaynakların yönetimine, kurumsal tanıtımdan insan kaynakları yönetimine kadar farklı dijitalleşme araçlarına yöneliyoruz. Bu kapsamda danışmanlık olarak yaptırdığımız Olgunluk Değerlendirmesi sonucu tespit edilen projeleri hayata geçiriyoruz.

### Müşteri sadakati ve yeni müşteri kazanma

Öncelikle değer bazlı müşteri yönetiminin uygulanmasını devreye alarak müşteri segmentasyonu yapıyoruz, bu sayede şirketimizin kaynaklarının optimum düzeyde kullanılmasını ve karlılığının artırılması hedefliyoruz.

Pazarlama süreçlerinin iyileştirilmesi ve etkin CRM sistemiyle yönetilmesi bir diğer geliştirmeye odaklandığımız noktalardan bunun için gerekli altyapı projeleri yürütülüyor. CRM sisteminin kurulması, müşteri sad-

kati ve yeni müşteri kazanma için ne kadar kritik olduğunu bildiğimiz için altyapı gelişim yatırımlarının geri kazanımlarının çok süratle olacağı bilincindeyiz. Global müşteri portföyümüzün memnuniyetini artırmak ve kapsama alanımızı geliştirmek için yurtdışı ofis, temsilcilik ve lojistik merkezlerimizin sayısını artırmayı planlıyoruz. Üzerinde güneş batmayan dağıtım kanallarımızı çeşitlendirmek maksadıyla ülkelere özel aksiyonlar üzerinde çalışıyoruz.

### En büyük gücümüz insan ve teknolojiye yaptığımız yatırım

Yıllardır insana, makineye ve Ar-Ge'ye büyük yatırım yapan bir şirket olarak gelecek nesiller için yaptığımız en büyük yatırım; insan gücü ve teknolojidir. Ar-Ge Merkezimiz, önümüzdeki beş yıl için yeni ürün geliştirme ve inovasyon alanlarında başarısını artırmak hedefiyle sekiz ana başlıktan oluşan Ar-Ge stratejisi belirlemiştir. Ar-Ge alanında yapılacak yatırımlar ile belirlemiş olduğumuz şirketimizin stratejik hedeflerine ulaşmayı planlamaktayız.

Rekabet gücünü yenilikçi yaklaşımlar ve patentlerle arttırmayı hedefleyen şirketimiz, inovasyona yaptığımız yatırımlar sayesinde patent tescil sayısını yükseltmeyi hedeflemektedir.

### Çalışanlarınızın ve yöneticilerinizin liderlik becerileri bizim için çok önemli

Şirketimizin üst yönetimi katılımı ile belirlenmiş bir İK stratejisi bulunmaktadır. İnsan Kaynakları stratejisi, şirket stratejik planı ile uyumlu hazırlanmıştır dolayısıyla büyüyen hedeflerimizle doğru orantılı bir gelişim beklenmektedir. İnsan Kaynakları Birimimiz tarafından şirketimiz bünyesinde uygun İnsan Kaynakları yazılımları ile süreçlerini takip etmekte, kullanılan yazılımlar şirketimizin ERP sistemi ile tam entegre şekilde çalışmaktadır.

İK süreçlerinin verimliliğinin izlenebilmesi ve raporlanabilmesi, süreçlerin daha iyi yönetilebilmesi için kritik bir önem arz etmektedir. Şirketimiz; 5 yıllık süreç boyunca İK süreçlerinin etkinliğinin artması adına tespit edilen alanlarda belirlediğimiz anahtar performans göstergelerini her yıl hedefleri güncelleyerek periyodik olarak izlemeyi hedeflemektedir. Performans Yönetim Metodolojisi ve Yetenek Yönetimi Metodolojisi tespiti aşamasında dışarıdan alınan danışmanlık hizmetleri desteği ile başarı faktörleri şirket ana hedefleri ile paralel hale getirilmiştir.

### Gelecek önceliklerimiz

Önceliğimiz marka değerimizin ve bilinirliğinin artırılması, bu amaçla oluşturulan kapsamlı ve çok bacaklı bir marka aktivite planımız bulunmaktadır. Bu planın Hema marka ve kalite algısını en üst düzeye çıkarma konusunda önemli rol oynayacağından şüphemiz bulunmamaktadır.

Sürdürülebilir büyümenin bu sayede kalıcı kılınması sağlanacaktır. Ar-Ge Merkezimizin varlığı ve verimliliği sayesinde pazar sürekli yeni ürün sürebilmemiz, müşterilerimize sadece ürün değil teknik çözüm üretebilmemizin bizi rakiplerimizden ayırtıracığına inanıyoruz. ■

### YÜZYILIN EN BÜYÜK ÖZELLİĞİ: DİNAMİZM

Sektörün dinamizmi artık çalışma şartlarını, kurumsal iletişimi, iş yapış kurallarını eski geleneksel uygulamaların ötesine taşımamıza neden oluyor. Grubumuzda artık “zaman en değerli sermaye” mottosunu temel söylev olarak kullanıyoruz.



## Ekstrüzyon Bilimi



## Kauçuk Ekstrüder Hatları

**NK** serisi Kauçuk Ekstrüder Hatları; ekstrüzyon biliminin Türkiye'deki öncü üreticisi Novoma tarafından EPDM, NBR, NEOPREN, SBR, BR, VAMAC, IIR, FKM, VQM ve benzeri tüm kauçuk çeşitlerini, hortum, fitil, profil, körük, otomobil trimleri, conta, şerit, kablo, kayış, sünger gibi ekstrüzyon uygulamalarını mükemmel hassasiyetle üretebilmeniz için tasarlanıyor.

Detaylı bilgi için; 212 879 09 30, [novoma.com.tr](http://novoma.com.tr)

**Tetraco**

A member of  
Tetra Group

**Turkey**

Discover  
the potential

**NOVOMA**



TT Çelikyay Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı

## Aslı Kısacık:

### “Bahsettiğimiz gelecek zaten burada”

Sözünü ettiğimiz gelecekte; yetişmiş, onun içerisine doğmuş insan gücü ile çalışıyoruz. Onlara ürün ve hizmet sağlıyoruz. Ve size söyleyeyim, bu yeni kuşak, ister çalışanınız olsun, ister müşteriniz, düşündüğünü söylemekten korkmuyor; ürünün en iyi haline ulaşmakta ve en önemli bilgilere sahip olmanın yanı sıra sizden çok daha ileride.

**T**T Çelikyay olarak aslında kuruluşumuzun üzerinden 50'den fazla yıl geçmiş olsa da, 2000 senesinden beri kuruluşumuzu daha vizyoner bir bakış açısı ile yönetmeye çalışıyoruz. Belki biraz da bu vizyoner bakış açısının kazandırdığı bir anlayışla, 21. yüzyılda, şu an içerisinde yaşadığımız inanılmaz gelişme hızına sahip teknoloji ve bilgi bombardımanı altında, üretim teknolojilerimizde yaptığımız değişimlerin yanı sıra yönetim şeklimizi de buna uyum sağlayacak şekilde farklılaştırmanın daha fazla önem taşıdığını düşünüyorum. Ülkemizin önemli değerleri olan her şirket de, uzun vadede, rekabetçi bir şekilde ayakta kalmak için benzer bakış açısına sahip olmalı.

Bahsettiğimiz gelecek, geldi aslına bakarsanız. Günümüzde herhangi bir teknolojinin haberi ile kendisine ulaşmamız arasında çok fazla bir zaman geçmesi gerekmiyor -ki materyal anlamında içinde bulunduğumuz bu değişime de uyum sağlamak çok zor değil-. Ne var ki, bakış

açıları değişiyor, asıl güç bu bakış açısına uyum sağlamakta. O konuştuğumuz gelecekte yetişmiş, onun içerisine doğmuş insan gücü ile çalışıyoruz artık, onlara ürün, hizmet sağlıyoruz. Ve size söyleyeyim, bu yeni kuşak, ister çalışanınız olsun, ister müşteriniz, düşündüğünü söylemekten korkmuyor; ürünün en iyi haline ulaşmakta ve en önemli bilgilere sahip olmakta çok daha ileride. İşte o yüzden, sürdürülebilirliği sağlamak isteyen kuruluşlarda kilit noktanın liderlik ve yönetim şekillerinde bir “günümüze – geleceğe uyum” yansıtması gerektiği görüşündeyim.

Bunun için de gerekli olan, eskilerin alıştığı “her şey benden geçmeli” tarzında bir yönetim anlayışından çok, içerisinde kendi liderlerini oluşturan takımlar, daha fazla inisiyatif alan alt seviyede çalışanlar ve liderlik özelliklerini geliştirmeye çalışan yöneticiler ortaya çıkarmak. Şirketimizde de, her seviyede bu anlayışı geliştirmeye uğraşıyoruz. O kadar çok bilgi var ki ortada ve her gün yenilerine ulaşabiliyoruz ve bu dataların hepsini bilip, hepsini işleyebilenize imkan zaten yok, delegasyon ve yeni liderler yetiştirilmesi bu anlamda çok büyük önem taşıyor.

Hiçbir şey elli yıl önceki gibi değil, biz de elli yıl önceki gibi olamayız. 21. yüzyılın şirketinde yüksek egoların, aşırı dikey yönetimlerin yeri yok. Bu sebeple, bizim gibi uzun süredir var olan şirketlerin de deneyimlerinden aldıkları derslerle, şirket kültürlerini geliştirecek, performansı ve liderlik yeteneklerini değerlendirerek destekleyecek dönüşümler yapmaları gerekiyor. Bunun için birkaç şirket içi ve dışı değerlendirme, çalışan anketleri bile bir adım olacaktır. Ancak liderlik gelişimi için, senede bir kez bir otelde yapılan liderlik eğitiminin değil, şirketin yönetim anlayışının derinden değiştirmenin asıl faydayı sağlayacağına inanıyorum. ■

“

Kendi liderlerini oluşturan takımlar, daha fazla inisiyatif alan alt seviyede çalışanlar ve liderlik özelliklerini geliştirmeye çalışan yöneticiler ortaya çıkarmayı hedefleyerek bu anlayışı geliştirmeye uğraşıyoruz.



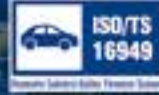
ISO / TS 16949 Sertifikalı

Avrupa'nın En Modern Sıcak Hadd Tesislerinden Biri

250.000 ton/yıl Üretim Kapasitesi

%100 Ultrasonik İç Hata ve Yüzey Hata Kontrolü

%100 İzlenebilirlik



Vasıflı Çelik Üretir...

hasçelik



hasprime

%100 yüzey ve ultrasonik iç hata kontrollü sıcak haddelenmiş vasıflı çelik çubuklar



hasmil

Sıcak haddelenmiş vasıflı çelik çubuklar

[www.hascelik.com](http://www.hascelik.com)

HASÇELİK SANAYİ VE TİCARET A.Ş.  
TOSB Otomotiv Yatırı Sanayi İnşaatı O.S.B. 1.Cadde No:17 Çayırözü - Kocaeli / Türkiye

T: +90 262 676 6000 F: +90 262 676 6009

Bir  
Faydaselek  
Holding  
kuruluşudur



İnci Holding Yönetim Kurulu Başkanı

## Neşe Gök:

### “Farklı uzmanlıkları olan profesyonellerle daha fazla bir arada çalışacağız”

#### İnsan işinde de özel hayatında da aynı kişidir

**A**ile şirketinde yöneticilik yapan bir aile üyesi olarak, iş hayatını, özel hayattan tamamen ayırmanın hem imkânsız, hem de gereksiz olduğunu düşünüyorum. İşimin doğası gereği, en önemli paydaşımdan biri ailem.

Ama farklı bir durum söz konusu ol- saydı bile, insanın iş yaşamı ile özel yaşamı arasına keskin bıçak koyması çok da gerekli değil bence. Bunun birinci sebebi, gittikçe daha fazla in- san, bilinçli olarak istediği ve mutlu olacağına inandığı mesleği seçiyor, ya da hobisini işi haline getiriyor. Bu durum iş yaşamının, özel yaşamdan ayrılması gereğini ortadan kaldırmış oluyor. İşinde mutlu insanların bunu sosyal hayatına da taşıması bence doğal bir durum

İkincisi ise, bir insan işinde de özel hayatında da aynı kişidir aslında. Ve işten sonra başka bir kişiliğe bürün- nüp, evine gitmez. Kafasında, iç dün- yasında o gün yaşadıklarını düşünür ve değerlendirir. Bu motivasyon ile işini yürekten severek yapan insan, işi işte bırakamaz.

#### Sosyalleşmenin iş yaşamı üzerindeki etkileri

Hem yapılan araştırmalar, hem de tecrübem bana gösterdi ki, işyerin- de iyi dostları olan kişiler, daha mutlu ve verimli çalışıyor- lar. Özel hayatında, iş arkadaşları ile sosyalleşen ki- şiler çok daha zor şirketten ayrılma kararı veriyor.

Bu sebeple, iş görüşmelerinde benim kendi kendime sorduğum ve işe alım ko- nusunda bir kriter olarak benimsediğim bir soru var; eğer bir gün uçak rötör yap- sa ve aday ile havaalanında uzun saatler geçirmek zorunda kalsam, yaptığımız sohbetten keyif alır mıyım? Eğer cevabım “evet” ise, iş teklifi yaparım.

#### Sıkıcı ve ağır birçok işi, robotlara devrettik

Geleceğin iş dünyasında daha farklı di- siplinlerden gelen ve farklı uzmanlıkları olan profesyonellerle daha fazla bir arada çalışacağız.

Bundan 50 yıl önce, iş dünyası içinde olan ve tanışıp, sosyal ağ kurabileceği- niz kişi sayısı çok kısıtlıydı. Hemen hemen tüm işler ya devlet ku- rumları ya da büyük holding- ler tarafından yapılırdı.

Yeni mezunlar için alter- natifler kısıtlıydı. Bu- gün şartlar çok de- ğiştirdi. Dev kuruluşlar

her sene binlerce kişiye ihtiyaç duy- muyor artık. Endüstri 4.0 ile üretim süresi, harcanan enerji ve dolayısıyla maliyetlerin düşeceği öngörülmekte. Sıkıcı ve ağır birçok işi, robotlara dev- rettik, devretmeye devam edeceğiz

Birçok genç, dev kuruluşlarda bir işe girmek, çalışmak, zamanla yüksel- mek yerine, kendi adına çalışmak, bir iş kurmak gibi alternatiflere de yöne- liyor. Bu durum eskinin, “En iyiler, en iyi şirketlerde çalışır” gerçeğini de değiştirdi. Artık parlak kişiler hiç iş başvurusu yapmayabiliyor. Birçok genç daha üniversite döneminde iş kurabiliyor ve şirketlerin kendilerine çizdiği yoldan değil, kendi çizdikleri yoldan gitmeyi tercih ediyorlar. ■

#### İNSAN İŞİNİ YÜREKTEN SEVMELİ

Bir insan işinde de özel hayatında da aynı kişidir aslında. Ve işten sonra başka bir kişiliğe bürünüp, evine gitmez. Kafasında, iç dünyasında o gün yaşadıklarını düşünür ve değerlendirir.





# 50+ yıllık uzmanlık

Yarım yüzyılı aşkın bir süredir,  
**MEGA oto kömürü ve kömür yuvaları**,  
sahip olduğu geniş ürün gamı, üstün kalite  
ve tam zamanında teslimat performansı  
ile, uzman üreticilerin, bayilerin ve  
toptancıların bir numaralı tercihi  
olmuştur.



## KARDEŞ

Elektrik Sanayi ve Ticaret A.Ş.

Tel: +90 212 624 92 04 Fax: +90 212 541 35 59  
[www.kardeselektrik.com.tr](http://www.kardeselektrik.com.tr) - [info@kardeselektrik.com.tr](mailto:info@kardeselektrik.com.tr)



Yeşilova Holding Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı

**Yalçın Yeşilova:****“Değişimi öğrenen değil, hazır olan ve uygulayan iş gücü en önemli ihtiyaç”**

Müşteri odaklı çalışmak günümüzde işletmelerin en önemli konularından biridir. Dolayısıyla hizmet odaklı olmak ana prensibimizdir. Satış öncesi, sırası ve sonrasındaki iletişimin sağlıklı yürümesi için iletişim kanallarımızı etkin kullanarak destekleyici çalışmalar sürdürüyoruz.

**Yatırımlarımızı planlarken otomasyon ve dijital dönüşüme uygun olmasına özen gösteriyoruz**

**D**ijital dünya artık hayatımızın bir parçası olmaktan çıkarak vazgeçilmezi haline geldi. Kişisel veri hacminin bulut iletişimi içinde gün geçtikçe artması bir yana, bağlı bulunduğumuz dijital donanımların dahi hızına yetişmek oldukça zor. Dolayısıyla

geleneksel modellerin, dijitalleşen dünya içine entegre olması bugün kaçınılmaz bir gerçektir. İş dünyası özellikle 2000'li yıllarla birlikte otomasyon sistemlerinin hayatımıza girmesiyle dijital iş modellerini öğrenmeye başladı diyebiliriz.

Yeşilova Holding olarak biz de yatırımlarımızı planlarken öncelikle otomasyon ve dijital dönüşüme uygun olmasına özen gösteriyoruz. Otomotiv kültürünü yaşayan bir grup olarak kalite ve zamanında üretim gibi kıstaslarımız kendimizi dijital dönüşüme daha hızlı adapte etmemizi sağladı.

Bugün geldiğimiz noktada kendi içinde yazılım ekibiyle hareket eden, tüm sistemlerini ERP altyapısıyla yöneten ve sonuçlarını değerlendiren bir yapıya sahibiz. Tabi ki dijitalleşme sadece iş süreçlerini kapsayan bir mekanizma değil, biz grup olarak iç iletişim ve İnsan Kaynakları süreçlerimizi de yine dijital dünyanın bize sunduğu yeniliklerle yönetiyoruz. Daha hızlı ve ölçümlenebilir çalışmalarımızı çalışanlarımızla buluşturup etkin sonuçlar elde ediyoruz. Dijitalleşmenin bizim en önemli misyonlarımızdan biri olan “Çevrecilik” ilkemize de bir araç olması ayrıca dikkat ettiğimiz bir konudur. Özellikle iç iletişim duyurularımız, tebrik kartlarımız, çalışan ve müşteri anketlerimiz, iş başvurularımız, faturalarımız ve bir çok alanda ciddi kağıt sarfiyatı yapılan konularda tümüyle dijitali kullanarak kurumsal vatandaşlık görevimizi de yerine getiriyoruz. Dijital çağ bize birçok kolaylık sunuyor ve yaşıyoruz. Biz de dijital dünyanın araçlarını en iyi şekilde kullanmaya devam edeceğiz.

**Fonksiyonel ve verimli ürünlerle oluşturulan katma değer bizi farklılaştırıyor**

Ana sanayinin Bursa'da yer almasının bizler için çok değerli olduğunu düşünüyorum. Özellikle otomotiv kültürünün oluşturduğu atmosfer hizmet konusunda otomotiv yan sanayicilerine çok önemli katkılar yaptı. Müşteri odaklı çalışmak günümüzde işletmelerin en önemli konularından biridir. Dolayısıyla hizmet odaklı olmak ana prensibimizdir. Satış öncesi, sırası ve sonrasındaki iletişimin sağlıklı yürümesi için iletişim kanallarımızı etkin kullanarak destekleyici çalışmalar sürdürüyoruz.

Burada en önemli nokta bizim ürünlerimiz son kullanıcıya ulaşmayan ve üzerinde markamızın/logomuzun olmadığı ürünler. Dolayısıyla son kullanıcıya hi-

Yarının göstergelerini bugünden kolları sıvayarak yorumlamalıyız.

Gelecek kurgularken, hız, esneklik ve verimlilik gibi kavramlara öncelik verilmeli.

İnisiyatif alan, katılımcı, katkı sağlayan, rehberlik eden, etkili çalışanlar yetiştirmeliyiz.

# **SİZİ HAYATA BAĞLAYAN** **PARÇALARDA İMZAMIZ VAR**



Adnan Kahveci Mahallesi İnönü Caddesi No:87  
Posta Kodu: 34528 Beylikdüzü - İstanbul TÜRKİYE  
Tel: +90 212 482 6 482 - Fax: +90 212 483 0 713



**TEKNOFORM**  
Bağlantı Elemanları San.veTic.A.Ş.

[www.teknoform.com](http://www.teknoform.com)



tap etmeyen ürünler olduğu için algısal olarak farklılaşmak çok kolay değil. Bu sebeple hizmet farkındalığı ile farklılaşmak en fazla önem verdiğimiz konuların başında geliyor. Otomotiv grubu ürünlerimizde en önemli farkımız Ar-Ge destekli çalışmaları hayata geçiriyor olmamız. Ana sanayide araçların seri üretime geçmeden önce görsel ve güvenlik parçalarının dizaynları bize gelir ve biz de co-design desteğimizle fonksiyonel ürün tasarlayarak ana sanayinin taleplerine yönelik özel çözümler üretiriz. Otomotiv kültürünü iyi bilen bir yapıda oluşumuz fonksiyonel ve verimli ürünlerle oluşturduğumuz katma değer bizi farklılaştıran en önemli özelliklerimizdendir.

#### **İnovasyon kültürünü şirketlerimizde yaygınlaştırıyoruz**

Aslında bakarsanız gelecek dediğiniz şey çok uzakta değil, dünya trendlerini inceledikçe konuşulan yapay zekalar, sanal gerçeklik gibi kavramlar geleceğe şimdiden ışık tutan önemli göstergelerdir. Yarının göstergelerini bugünden kolları sıvayarak yorumlayabiliriz. 4. sanayi devrimi olarak adlandırılan yaşadığımız dönemde en önemli konular; "hız, esneklik ve verimlilik". Dolayısıyla özellikle üretim işletmelerinin gelecek planlarını kurgularken bu uygulamaları programlarına almaları çok önemli bir başlık. Uzmanlaşmış insan kaynağının buradaki fonksiyonelliği çok önemli. Yetişmiş ara eleman ve nitelikli iş gücü için meslek liseleri ve teknik okulların daha çok önemsenmesi gerektiğini düşünüyorum.

#### **DİJİTAL ÇAĞ BİZE BİRÇOK KOLAYLIK SUNUYOR**

**Dijitalleşmenin "Çevrecilik" ilkemize de bir araç olması ayrıca dikkat ettiğimiz bir konudur. Özellikle iç iletişim duyurularımız, tebrik kartlarımız, çalışan ve müşteri anketlerimiz, iş başvurularımız, faturalarımız ve bir çok alanda ciddi kağıt sarfiyatı yapılan konularda tümüyle dijitali kullanarak kurumsal vatandaşlık görevimizi de yerine getiriyoruz.**

Değişimi öğrenen değil, değişime hazır olan ve değişimi uygulayan iş gücü en önemli ihtiyacımız olacaktır. Biz tüm üretim şirketlerimizde yaptığımız inovasyon toplantılarıyla sektörümüze yönelik trendleri, dünyadaki gelişmeleri değerlendiriyoruz. Her toplantıda aldığımız kararlara istinaden araştırma grupları oluşturup bir sonraki toplantıda değerlendirmelerimizi yapıyoruz. Biliyoruz ki inovatif düşünme zamanla kazanılacak bir alışkanlık, biz de inovasyon kültürünün şirketlerimizde yaygınlaştırarak değişimleri yakından izliyoruz.

#### **Eğitim ve gelişim programlarıyla çalışanlarımızın yetkinliklerini geliştiriyoruz**

"Liderlik" tanımsal olarak üzerinde çok dikkat edilmesi gereken bir kavramdır. Biz İnsan Kaynakları perspektifinde "Lider kim?" Sorusu yerine "Lider ne iş yapar?" sorusunu soruyoruz. Dolayısıyla üretimdeki bir operatör aldığı inisiyatif ile önemli bir iş geliştirme yaparken idari binada bulunan bir uzmanımız da aldığı kararla fark yaratabilir.

İK politikası olarak bakış açımız tam da bu noktada etkili olmak. İnisiyatif alan, katılımcı, katkı sağlayan, rehberlik eden, etkili olan ve herkesi oyuna dahil eden çalışanlar yetiştirerek liderlerden oluşan bir atmosfer oluşturmak en önemli başlıklarımız arasındadır. Tabi ki burada en önemli konu eğitim ve gelişim programlarıyla çalışanlarımızın bu yönlerine katkı yapmak. Yıllık planlarımız dahilinde gerçekleştirdiğimiz eğitimlerimizle yönetsel becerilerin geliştirilmesine katkı yapmaya devam ediyoruz.

#### **Karbon salınımının azaltılması çevrecilik çalışmalarımızın başında geliyor**

"Gelecek nesilleri ve doğayı önemsiyoruz" mottomuz aslında bu sorunun tam karşılığı oluyor. Çalışanlarımız ve çevremiz odaklandığımız en önemli gündemlerimizden. Çalışanlarımızın mutluluğu ve sağlığı ile çevremize duyarlı bir şirket olmak için bir çok projeyi aynı anda yürütüyoruz. Örneğin bu yıl şirketlerimizde "Sağlıklı Yaşam Hareketi" başlattık.

Günlük hayat koşuşturması içinde çok kez unuttuğumuz ve yeterli özeni göstermediğimiz bedenimizin en önemli sermayemiz olduğu bilincinde olarak "Sağlıklı Yaşama İmzama Atıyorum" slo-

#### **ÇEVRECİLİK YENİ YATIRIMLARIMIZDA ÖNEMSEDİĞİMİZ BİR KONU**

**Araçların hafifletilmesinde çok önemli bir konumda bulunan alüminyum üretim parçalarımızla çevrecilik bilincinde üretimler gerçekleştiriyoruz. Ayrıca sonsuz kere geri dönüştürülebilen alüminyum ile çevreye zarar vermemenin büyük mutluluğunu yaşıyoruz. Tabiki çevrecilik yeni yatırımlarımızda da önemseddiğimiz bir konu olmaya devam ediyor.**

ganiyle projelerimize devam ediyoruz. Sağlıklı beslenme, spor, uyku, stresle başa çıkma, su tüketimi, sigara bırakma gibi ana başlıklarda hazırladığımız aktivitelerle uygulamalı farkındalık çalışmalarımızı yürütüyoruz. Aynı zamanda alüminyum gibi çağdaş ve çevreci bir metalle ilgilenen bir grup olarak çevrecilik konusunda önemli çalışmalar yürütmeye devam ediyoruz.

Özellikle otomotiv sektöründe giderek önem kazanan karbondioksit salınımının azaltılmasına yönelik olarak çok önemli bir misyon sahibiyiz. Araçların hafifletilmesinde çok önemli bir konumda bulunan alüminyum üretim parçalarımızla çevrecilik bilincinde üretimler gerçekleştiriyoruz.

Ayrıca sonsuz kere geri dönüştürülebilen alüminyum ile çevreye zarar vermemenin büyük mutluluğunu yaşıyoruz. Tabiki çevrecilik yeni yatırımlarımızda da önemseddiğimiz bir konu olmaya devam ediyor. Geçtiğimiz Mart ayında faaliyete başlayan Holiday Inn Bursa City Centre otelimiz Bursa'nın ilk ve tek Leed sertifikasına sahip çevreci oteldir.

Bunların yanı sıra her yıl ağaç dikimleri gerçekleştirdiğimiz Yeşilova Ormanı projesi de yaşayarak devam ediyor. Biz geleceğe dair en önemli yatırımlarımızı İnsan ve Doğa olarak belirledik ve buna uygun çalışmalarımıza devam edeceğiz. ■

# MAXION WHEELS MATTER

MAXION JANT ÖNEMLİDİR



## DÜNYANIN GÜVENDİĞİ JANT

Küresel otomotiv sanayinin, küresel tedarikçisi.

Maxion Jantas, en son teknoloji ile üretim yapan fabrikasında, yılda 2,4 milyon çelik jant üretim kapasitesi ile çalışıyor. Dünyanın en büyük markalarının; hafif ticari, ticari ve ağır ticari araç jantları Maxion Jantas imzasını taşıyor. Bu yüzden, bu dev şirketin adı küresel otomotiv sanayinin küresel tedarikçisi unvanı ile anılıyor. Kısacası, ticari araç çelik janti söz konusu olduğunda, dünya bu şirkete çok güveniyor.

**Yolların zoru da var... Maxion Jantas'ı olan rahatlar.**





Standart Profil Kaliteden Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı

**Volkan Deveci:****“Müşterinin olduğu her yerde var olmak gerekiyor”**

Standard Profil Grubu olarak sürekli gelişim en temel ilke-miz. Hep birlikte öğrendikçe, geliştikçe ve özel yetenekle-rimizi parlattıkça daha da ileriye gideceğimize inanıyoruz. Bu anlamda çalışanlarımızın ve yönetici kadromuzun geli-şimleri için birçok projeyi hayata geçirdik.

**Teknolojik süreçleri takip etmek bizim için bir yaşam biçimi**

**T**eknoloji her geçen gün farklı ça-lışma modellerini de beraberinde getiriyor. Tüm teknolojik süreçleri takip ederek, sektörel gelişmeleri uygulamak artık Standard Profil'in olmazsa olmazı.

1977 yılından bu yana otomotiv sek-törü için sızdırmazlık profili üretiyoruz. Türkiye'de Düzce ve Manisa'nın yanı sıra; Bulgaristan, İspanya, Fas, Güney Afrika, Meksika ve Çin'de konumlanan 12 fabrika, ABD ve Avrupa'da 11 satış ve mühendislik ofisini, İstanbul'daki Genel Merkezimizden yönetiyoruz. Dünyanın dört yanına dağılmış 8 bin personelimizin koordineli çalışabilmesi, müşterilerimize sektörün trendleri yönünde hizmet verebilmek adına birçok dijital teknolojiyi, çoğu zamanda ilk kullanıcıları olarak bün-yemize katıyoruz.

Tüm fabrikaları-mız 2017 itibarıyla SAP'ye geçişini ta-mamladı. Bu sayede

üretim ve tedarik anlamında ortak bir dile geçtik. Grup olarak özellikle satın alma operasyonlarında yaşanan son gelişme-lerin takipçisiyiz. Bu anlamda E-lhale ve E-Tedarik sistemlerini kullanıyoruz.

Anlık iletişim, telekonferans ve video görüşmeleri için mevcut santral ve tele-konferans sistemleri ile entegre çalışan Skype for Business sistemini kullanıyo-ruz. Servis Masası, Kalite ve Döküman Yönetim Sistemi gibi ortak uygulamala-rımıza tüm fabrika ve ofislerimizin kesin-tisiz, hızlı, güvenli ve ekonomik biçimde erişebilmesi için bulut sistemine geçiş-i-mizi de tamamladık.

**“Lead the Way” Liderlik Programı**

Standard Profil Grubu olarak sürekli geli-şim en temel ilkimiz. Hep birlik-te öğrendikçe, geliştikçe ve özel yeteneklerimizi par-lattıkça daha da ileriye gideceğimize inan-ıyoruz. Bu anlamda çalışanlarımızın ve yönetici kadromu-zun gelişimleri için

birçok projeyi hayata geçirdik. Son olarak Lead the Way adını verdiğimiz liderlik ge-lişim programımızı Türkiye'de başlattık. Düzce, Manisa ve İstanbul lokasyonla-rımızdaki tüm yöneticilerimizin katıldığı, 9 ay süren ilk programımız ilk mezunla-rını verdi. Mavi yaka çalışanlarımız için ise hem mesleki hem de bireysel geli-şimlerine katkıda bulunacak program-lar sunmaya çalışıyoruz. Bu anlamdaki Mavi Yaka Liderlik Programımızın pilot çalışmasını ise İspanya Fabrikamızda başlattık. Buradaki tecrübelerimizle di-ğer fabrikalarımızda da 2017 yılı içinde yaygınlaştıracamız.

**Ürün ve hizmetlerde farklılaşmak**

Tasarımdan üretime, depolamadan tes-limata kadar müşterilerimize tam hizmet tedarikçisi (FSS) olarak komple bir hiz-met veriyoruz. Bünyemizdeki tecrübeli

**AR-GE: BÜTÜN SÜREÇLERİN KALBİNDE**

“Şu anda tüm Grup bazında beyaz yaka çalışanlarımızın %14'ü Ar-Ge Merkezlerimizde çalışıyor.”

**STANDART PROFİL: TAM HİZMET TEDARİKÇİSİ**

Tasarımdan üretime, depolamadan teslimata kadar müşterilerimize tam hizmet tedarikçisi (FSS) olarak komple bir hizmet veriyoruz. Bün-yemizdeki tecrübeli mühendislik ekibi ve kalıphanemiz sayesinde, müşterilerin ihtiyaçlarına çok hızlı yanıt verebiliyoruz. Bu kapsam-lı hizmeti, global yapılanmamız ile müşterilerimizin olduğu her yerde verebilmemiz de yine bizi farklılaştıran özelliklerden.



**Stock Systems**

- a. Standard Steel Pallet
- b. Special Steel Pallet



DIN 18800-7  
ISO 3834-2

**ERTANLAR MAKİNA SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.**

Organize Sanayi Bölgesi 8. Cadde No:17 Eskişehir / TÜRKİYE Tel: +90 222 236 05 53 Fax: +90 222 236 05 55

e-mail: [info@ertanlar.com](mailto:info@ertanlar.com) web: [www.ertanlar.com](http://www.ertanlar.com)



**YENİ NESİLLERE BIRAKILACAK ANLAMLI BİR DÜNYA**

MOSB ile ortak yürüttüğümüz “Zihinsel Engelliler için Korumalı İşyeri” projesi kapsamında Manisa 3-ZEKİ fabrikamızı açtık. Burada çalışan 8 zihinsel engelli arkadaşımız, Audi ve VW kapı fitillerimizin klipslerini takarak üretimimize ve süreçlerimize değer katıyor.

mühendislik ekibi ve kalıphanemiz sayesinde, müşterilerin ihtiyaçlarına çok hızlı yanıt verebiliyoruz. Bu kapsamlı hizmeti, global yapılanmamız ile müşterilerimizin olduğu her yerde verebilmemiz de yine bizi farklılaştıran özelliklerden.

Bunun yanı sıra, tüm süreçlerimizin kalbinde Ar-Ge çalışmalarımız yatıyor. Şu anda tüm Grup bazında beyaz yaka çalışanlarımızın yüzde 14’ü Ar-Ge Merkezlerimizde çalışıyor. Düzce, Manisa ve İspanya’daki Ar-Ge Merkezlerimiz

üniversiteler, müşterilerimiz ve tedarikçilerimizle birçok projeler geliştiriyorlar. Otomotiv sektörünü yakından takip edip, müşterilerimizin beklentilerinin ötesinde gelecek ihtiyaçlarına yönelik müşteriye özel çözümler üretiyoruz.

**Yeni nesiller yapılan yatırımlar**

Standard Profil Grubu olarak sürdürülebilirliğin önemine inanıyoruz. Bunun için de yeni teknolojiler, inovasyon ve Ar-Ge yatırımlarımızın yanı sıra, iş ortamında

çeşitlilikleri kucaklayacak çözümler üretmeye çalışıyoruz.

Bu bağlamda her fabrikamızda farklı çalışmalarla yeni nesiller için daha anlamlı bir dünya bırakmaya çalışıyoruz. MOSB ile ortak yürüttüğümüz “Zihinsel Engelliler için Korumalı İşyeri” projesi kapsamında Manisa 3-ZEKİ fabrikamızı açtık. Burada çalışan 8 zihinsel engelli arkadaşımız, Audi ve VW kapı fitillerimizin klipslerini takarak üretimimize ve süreçlerimize değer katıyor.

Yine aynı şekilde, işitme engelli vatandaşlarımızın meslek edinebilmeleri ve aktif olarak üretimde çalışabilmeleri için Düzce fabrikamızda “Konuşan Eller” projesini başlattık. İşitme engelli çalışan sayımız hızla artarken, onlarla daha rahat iletişim kurmak isteyen diğer çalışanlarımız için de işaret dili eğitimlerimizi başlattık. ■

Coşkunöz Metal Form Genel Müdürü

**Aptullah Saner:**

**“Endüstri 4.0 yol haritamızı tamamlamayı hedeflemekteyiz”**



Holding Bilgi sistemleri bölümünü CITS ismiyle ayrı bir şirket ve onaylı Ar-Ge Merkezi haline getirdik.

Şirketimiz 1996’dan bu yana SAP bilgi sistemleri ile yönetildiğinden Coşkunöz çalışanları olarak göreceli şanslı sayılırız. Ancak artık gelişim o kadar hızlı ki sürekli kendimizi yenileyerek gelişmek zorundayız. Dijitalleşme yolunda iş geliştirme faaliyetlerinden tahsilata kadar tüm süreçlerimizi içeren döngünün otomasyonu ile dijitalleşerek Endüstri 4.0 yol haritamızı tamamlamayı hedeflemekteyiz. Bu sayede rekabette farklılaşacağımıza ve genç kuşaklar için de tercih edilen bir şirket olacağımıza inanıyoruz. Bu gelişimin tüm çalışanların ve paydaşların da senkron gelişimi ile anlam kazana- cağını da unutmadan gerekli kaynak planlamasını bu doğrultuda yapmak zorundayız. Bu arada günümüzde ciddi tehditlerden biri haline gelen “Bilgi Güvenliği”ni de ihmal etmemek gerekiyor.

Holding Bilgi sistemleri bölümünü CITS ismiyle ayrı bir şirket ve onaylı Ar-Ge Merkezi haline getirdik. Bu sayede software yetkinliğimizi artırarak tüm Holding’de Endüstri 4.0’a hazır olmak ve SAP işbirliği ile kazandığımız bu yetkinliğimizi gereksinim duyan sanayicilerimizle paylaşmak arzusundayız. ■



# NESAN®



**Q1**



Address : Ibrahim Turan Caddesi No: 170 35470 Menderes / IZMIR - TURKEY  
Phone : +90 (0) 232 782 56 00 (pbx)  
Fax : +90 (0) 232 782 45 91  
E-mail : [info@nesan.com.tr](mailto:info@nesan.com.tr)

 [twitter.com/nesanotomotiv](https://twitter.com/nesanotomotiv)

[www.nesan.com.tr](http://www.nesan.com.tr)





Bosch Rexroth Genel Müdürü

**Servet Akkaynak:****“İş dünyasının zorluklarıyla başa çıkmak için alışlagelmiş kalıpların dışında düşünmeliyiz”**

Dijital teknolojiler üzerinden verilen hizmetlerin oranının çok hızlı büyüyeceğini öngörüp tüm hazırlığımızı bu çerçevede gerçekleştiriyoruz. Şirketimiz Endüstri 4.0 uygulamaları ve dijitalleşme sürecinde öncü konumuyla da, önemli bir rol oynamaya devam edecektir.



**Y**eni nesil dijital teknolojilerin günümüz iş hayatında artan bir öneme sahip olduğu aşikârdır. Bu trend ile hem müşteri taleplerinin ele alınması hem de son teknolojik uygulamaların proaktif bir biçimde iş akış süreçlerimize ve sunduğumuz hizmetlerde daha fazla katma değer sağlaması için tüm imkanları kullanıyoruz. Online sipariş ve takip kanalları, veri erişimi ve ürün seçimini son derece kolaylaştıran mobil uygulamalar ve ihtiyaç duyulabilecek her türlü ürün/uygulama bilgisini tek elden sunabilen çatı web uygulamaları sayılabilecek örneklerimizden bazılarıdır. Dijital teknolojiler üzerinden verilen hizmetlerin oranının çok hızlı büyüyeceğini öngörüp tüm hazırlığımızı bu çerçevede gerçekleştiriyoruz. Şirketimiz Endüstri 4.0 uygulamaları ve dijitalleşme sürecinde öncü konumuyla da, önemli bir rol oynamaya devam edecektir.

Değişmeyen tek şeyin değişim olduğu gerçeğinden yola çıkarak, gelecekte iş hayatının hızlı, yerinde ve kapsamlı çözüm üretme konusunda daha fazla unsur içereceğini öngörüyoruz. Dünya-daki trendleri takip eden, değişimi ön-

gören ve değişime ayak uyduran Bosch Rexroth'un gelecekte ortaya çıkacak dinamiklere tam uyum sağlayacağını rahatlıkla belirtmek isterim.

Bosch Rexroth olarak bütünsel satış ve pazarlama ilkelerini uyguluyoruz. Bu anlamda müşterilerimiz için yalnızca bir ürün tedarikçisi olmanın dışında

topyekûn hizmet sağlayıcısı olma gibi bir misyonumuz var. Geçmişten bugüne Türk sanayisinin vazgeçilmez çözüm ortağı olarak, uzman mühendislik kadromuzla, sistem entegratörlerimizle, yaygın bayi/servis ağımla hizmet sunuyoruz.

Kurumsal değerlerimiz, misyon ve vizyonumuzun yeni nesillerle paylaşılması, bu çerçevede eğitim kurumları ile işbirliği projelerinin tasarlanması başta gelen aktivitelerimizdir. Bosch Grubu'nun Türkiye'de disiplinler arası bir şekilde üniversite öğrencileri arasında yapılan bir anket çalışmasına göre en çok tercih edilen 10. firma olarak seçilmesi bunun en büyük göstergelerinden biridir.

Kurum içi ve dışı planlı eğitim/seminerler tüm Bosch Rexroth çalışanları için azami derecede önem taşımaktadır. Ayrıca, grubumuz bünyesindeki yetenek havuzu sistematiğimiz bu doğrultuda ihtiyacımız olan araçları tüm çalışanlarımıza sunmaktadır. Küreselleşen iş dünyasının zorluklarıyla ancak alışlagelmiş kalıpların dışında düşünerek başa çıkmak mümkün olabilecektir. ■

**GELECEĞİN DİNAMİKLERİNE HAZIR OLMAK**

**Değişmeyen tek şeyin değişim olduğu gerçeğinden yola çıkarak, gelecekte iş hayatının hızlı, yerinde ve kapsamlı çözüm üretme konusunda daha fazla unsur içereceğini öngörüyoruz. Dünyadaki trendleri takip eden, değişimi öngören ve değişime ayak uyduran Bosch Rexroth'un gelecekte ortaya çıkacak dinamiklere tam uyum sağlayacak.**

# OTOMOTİV SEKTÖRÜNÜN DE YÜZÜNÜ GÜLDÜRÜYORUZ!

Söz konusu kaplama ise yılların deneyimi  
ve en ileri teknolojiye sahip  
**Elektrostatik Yaş Boya Sprey Kaplama  
Prosesi** ile hizmetinizdeyiz.



Adres: 10038 Sokak No.5 AOSB Mah. Çiğli - İzmir  
Tel: +90 232 328 19 13 • +90 232 376 76 10  
Faks: +90 232 376 76 13  
fatma.fidan@norm-fasteners.com.tr  
www.normgroup.com.tr  
www.uysalkaplama.com

Uysal Makina  kuruluşudur.

Lisanslarımız

 ATOTECH

 NTLOK

 DORCEN

omniMask®

GEOMET®

precote®

 MAGNI

 3M



Suptex Yağ Keçeleri Teknik Koordinatörü

# Eatih Al:

## “Çalışanlarımızın yetkinliğini rekabet stratejimizin merkezine yerleştiriyoruz”

Bugün her türlü üretim süreci için “çalışan yetkinliğinin” yani “eğitimin” çok önemli olduğunu, gelecekte ise bu önemin çok daha fazla artacağını düşünüyorum. Basit bir örnekle robotik teknolojilerin ve dijital istasyonların yer aldığı üretim hatlarını sadece kontrol edecek personeli yetiştirmek ve istihdam etmek bile üretici firmalar için başlı başına bir zorluk olacaktır.

Üretim sektöründe yeni araçlardan beklenenler genelde benzer oluyor; daha hızlı, daha doğru ve daha ucuz üretim. Son yıllarda özellikle Endüstri 4.0’a ithaf edilen yeni teknolojiler bizim işletmemizde de karşılığını “gerçek zamanlı izleme” ve “süreç kontrolü” şeklinde buldu. Misal geçen yıl bu konuda bir proje yaptık. Bu sayede bazı kritik üretim süreç parametrelerimizi iş merkezlerinden canlı olarak çekip izlemeye ve değerlendirmeye başladık. Şimdi bunun yaygınlaştırılması için çalışıyoruz.

Suptex olarak, “ürün çeşitliliği” ve “teknik destek”, avantaj haline getirdiğimiz iki güçlü yanımız. Bu yapının sağlanması

gereken kritik üçüncü ayağı da “operasyonel mükemmeliyet”. Verimlilik artırıcı ve maliyetleri kontrol edici her türlü teknoloji ve teknığe yatırım bu noktada devreye giriyor bizim için. Bu elbette aynı zamanda gerçekleştirmesi en zor ve en maliyetli ayak.

Bugün her türlü üretim süreci için “çalışan yetkinliğinin” yani “eğitimin” çok önemli olduğunu, gelecekte ise bu önemin çok daha fazla artacağını düşünüyorum. Basit bir örnekle robotik teknolojilerin ve dijital istasyonların yer aldığı üretim hatlarını sadece kontrol edecek personeli yetiştirmek ve istihdam etmek bile üretici firmalar için başlı başına bir zorluk olacaktır.

Çalışanlarımızın ve yöneticilerimizin liderlik becerilerini geliştirme noktasında etkin olduğunu düşündüğümüz yöntem “kurum kültürü” şemsiyesi altında “sorumluluk paylaşımı” ve “delegasyonu” teşvik etmek. Geleneksel “tek adam” ya da “birkaç adam” tipi yapılardan lider karakterli çalışanların çıkması ve yetişmesi çok olası değil. Orta ve alt yönetim kadrosu için de bu geçerli. Kararları ta-

kımla ortak alma ve işi o işte yetkin en geniş kadroya dağıtma eğilimi arttıkça lider adayları da kendilerini gösterme fırsatı buluyorlar.

Suptex olarak şirket yönetimindeki aile üyeleri için bir aile anayasası hazırlıyoruz. Bu özellikle şirkette çalışmaya başlayan yeni nesiller için kurumun kendine özgü değerleri ile devam edebilmesi ve ticari faaliyetlerin sürdürülebilirliği adına çok önemli. Çalışanlarımız için ise profesyonel yetkinliklerini arttırmaya yönelik ve “eğitim”i rekabet stratejimizin merkezine yerleştiren kapsamlı bir program üzerinde çalışıyoruz.

### Gelecek Önceliklerimiz

Kurumsal değerler beyanımız içinde kendimize atfettiğimiz “uyum sağlayan” şeklinde bir sıfatımız var. Bunu özetle değişen koşullara hızlı tepki verebilmek diye tanımlayabiliriz. Bizce bu özellik kurumların ayakta kalması adına her daim anahtar bir vasıf. İster teknoloji odaklı olsun, ister hizmet odaklı, isterse marka oluşturmayı hedeflemiş olsun değişen pazar koşullarını değerlendirmekte ve buna doğru tepki vermekte geç kalan işletmeler konumlarını kaybetme riski ile her zaman karşı karşıya olacaklar. Kurum olarak geride bıraktığımız 50 yılda bunun faydasını gördüğümüzü düşünüyorum. Bunun da en kritik bileşeni “hızlı ve doğru karar verme”. Dolayısıyla karar verme süreçlerini destekleyen veri toplama, analiz ve anlamlandırmaya yönelik dijital teknolojiler bizim için gelecekte de öncelikli olacak. ■



### DEĞİŞEN PAZAR KOŞULLARINA AYAK UYDURMAK

İster teknoloji odaklı olsun, ister hizmet odaklı, isterse marka oluşturmayı hedeflemiş olsun değişen pazar koşullarını değerlendirmekte ve buna doğru tepki vermekte geç kalan işletmeler konumlarını kaybetme riski ile her zaman karşı karşıya olacaklar.

Avrupa'nın En Modern Parlak Çelik Tesislerinden

ISO / TS 16949 ve OEM Sertifikalı

170.000 ton/yıl Üretim Kapasiteli

Türkiye'nin En Büyük Parlak Çelik Üreticisi

%100 Yüzey Hata Kontrollü Üretim



Parlak Çelik Üretir...

hascelik

hasparlak

Soğuk işlem görmüş ve yüzey hata kontrollü karbon ve alaşımlı çelikler



hasotomat

Soğuk işlem görmüş ve yüzey hata kontrollü otomat çelikleri



www.hasparlak.com

HASPARLAK ÇELİK SAN. TİC. A.Ş.  
TOSB Otomotiv Yarı Sanayi Yatırım OSB 2.Cadde No: 3 41420 Çayırözü - Kocaeli / TR

T: +90 262 676 61 00 F: +90 262 676 61 09

Bir  
Faydaselek  
Holding  
Kuruluşudur



Oskim Otomotiv Ticari Koordinatörü

**Nihan Sekirden Baraş:****“Müşteriye özel çözümler rekabette büyük avantaj”**

**E**ndüstri 4.0 ile üretime bakış açısı ve iş yapış şeklimiz yeni bir boyut kazandı. Hacimsel üretimden; az miktarlarda, çeşidin fazla olduğu esnek üretim yapısına doğru bir kayma var. Adaptasyon için yeni nesil dijital teknolojileri yakından takip ediyoruz ve üretim alt yapımızı bu teknolojiler ile kuvvetlendiriyoruz.

Değişimi doğru yönetebilmek adına 10 yıllık stratejik planımızı tamamladık Endüstri 4.0 çatısı altında hedeflerimizi ve gerekli adımları belirleyip bütçeledik. Düzenli aralıklarla belirlediğimiz stratejileri ve ilgili aksiyonları gözden geçiriyoruz, inanıyoruz ki gelecekte Endüstri 4.0 içselleştirebilen, dünyada konuşulan modern yönetsel kavramlara aynı hızla adapte olabilen işletmeler katma değeri

yüksek işler yapabilecektir. OSKİM’ de en büyük yatırımın insan kaynağına yapılacak olan yatırım olduğuna inanıyoruz. Her ne kadar dijital dönüşüm, Endüstri 4.0 gibi kavramlar üretimde insansızlaşmayı getiriyor gibi görünse de insanın üretime ve müşteriye ulaşan katma değerini artırıyor, nitelikli iş gücü ihtiyacı artıyor. Böyle bir ortamda mevcut ekibimizin yönetsel becerilerinin gelişimi için öğrenen-öğreten organizasyon atmosferini destekliyoruz. OSKİM akademi çalışmalarıyla kurumsal hafızaya yerleşmiş iş

yapış şekillerimizi inovatif ve yalın bakış açılarıyla periyodik aralıklarla yeniden şekillendiriyoruz. Hangi işi, neden yaptığımızı sorguluyoruz. Değişim atmosferini işimizin doğal bir parçası haline getirmeyi hedefliyoruz, çünkü inanıyoruz ki dijital dönüşüm iş yapış şekillerimizi öyle hızlı değiştirecek ki nitelikli iş gücünde aranan önemli özelliklerin başında değişim yönetimi ve inovatif bakış açısı gelecek.

Bugün bilginin yayılma hızını 10 yıl öncesiyle karşılaştırsak, ister B2B çalışın ister B2C gelecekte müşteri ihtiyaç ve beklentilerini doğru anlayıp, müşteriye özel ‘tailor made’ çözümler sunabilmek rekabette en büyük avantaj olacaktır. OSKİM ailesi olarak dijital teknolojileri müşteri ihtiyaç ve beklentileri doğrultusunda butik çözümler üretmek amacıyla kullanıyor ve geleceğimizi bu yönde şekillendiriyoruz.■



**O**tomotiv yedek parça sektöründe 60 yılı aşan tecrübemiz ve tescilli ürün kalitesi ile sektördeki en iyi profesyoneller tarafından işletilen iki ayrı fabrikada üretim yapmaktayız. İlk kurulduğumuz 1950 senesinden bu yana; kararlılıkla aynı büyüme çizgisini ve kurumsal yapısını her zaman korumuş bir üretici olarak kurumsallaşmaya öncelikli önemiyet vererek yürüdük. Bu nedenle de sağlam temeller üzerinde kurulmuş bir yapımız var. Bu yapının sağlamlığı ve kurumsallığımız ürettiğimiz ürünlere yansıdığı gibi, müşterilerimize de yansıdığını görüyoruz.

Temel Contayı tercih eden satış noktalarımız ve ustalarımızın zihninde oluşmuş kurumsal bir marka imajımız ve marka sadakatimiz var. Bunu daha sağ-



Temel Conta İş Geliştirme Direktörü

**Tunç Kip:****“Kurumsal yapımızı koruyoruz”**

lamlastırmak, ileriye taşımak ve memnuniyeti arttırmak adına teknolojinin ve mühendisliğin tüm yeniliklerinden ve imkânlarından yararlanıyoruz. Bu yüzden ürettiğimiz ürünler, yıllardır motor üreticileri tarafından yüksek kalite güvencesi ile onaylanmakta ve tercih edilmektedir.

Tüm ekibimizin ortak çabaları sonucu ile markamızın tüm dünyada tanınıyor ve ürünlerimizin güvenle

kullanılıyor olmasının haklı gururunu yaşıyoruz. Temel Conta olarak, tüm yeni nesil iletişim araçlarından ve kanallarından faydalanıyoruz.

Dünyadaki teknolojik gelişmelerin yanı sıra, ülkemizin ekonomik ve teknolojik konjonktürü de yerli bir üretici olarak dikkate alıp her zaman bir adım önde olmaya devam edeceğiz. Büyüyen müşteri portföyümüz ve artan taleplere daha iyi yanıt verebilmek için, yeni fabrika yatırımlarımızı da hızla devam ettirmekteyiz.■

# EKU

1962'DEN BERİ



## DÜNYAYI SARAN KALİTE

### EKU

EKU FREN ve DÖKÜM SAN.A.Ş.

TOSB Otomotiv Yan Sanayi İhtisas Organize Sanayi Bölgesi, 1. Cadde, No:13, 41420, Çayırova, Kocaeli  
Tel : +90 262 658 10 10, Faks : +90 262 658 10 00, Web : [www.eku.com.tr](http://www.eku.com.tr), E-Posta : [eku@eku.com.tr](mailto:eku@eku.com.tr)





Dönmez Debriyaj Genel Müdürü

## Ahmet Coşkun:

### “Şirketimizin geleceğinin genç çalışan ve yöneticilerde olacağının bilincindeyiz”

Şirketimiz kapasite arttırma ve yenileme kapsamında teknolojiye yapmakta olduğu yatırımları kadar insan kaynağına da aynı önemi vermektedir. Şirketimizin geleceğinin genç çalışan ve yöneticilerde olacağının bilinciyle, eğitim çalışmalarına büyük önem vermektedir.

**3**0 yılı aşkın süredir ticari araç yedek parça sektörüne yönelik üretim yapmakta olan şirketimiz, son yıllarda baş döndüren bir hızla gelişen ve değişen iş dünyası dinamiklerinden en hızlısı gelişeni olan dijital teknoloji kullanımının giderek yaygınlaşmasına kendi imkanları ölçüsünde uyum sağlamaya çalışmaktadır. Özellikle web sitemizin yenilenmesi ile başlattığımız atağımızı, arama motorlarında ön plana çıkma, kurumsal sosyal medya kullanımı, akıllı telefon uygulaması üstünden son kullanıcı ile iletişim, bayilerimizin B2B uygulamalarına destek, web katalog çalışmalarımız ile devam ettirmektediriz.

Özellikle ülkemizin her bir noktasındaki yedek parça servis ve satıcılarına kadar



ulaşan satış sonrası uzman ekiplerimizin tecrübeleri ve sahadan aldıkları geri bildirimlere göre, pazarın ve son kullanıcıların ihtiyaçlarının yanı sıra beklentilerini de öğrenmekte ve teknik ekibimizin hızlı aksiyonları ile de bu beklentileri karşılamaya dönük çalışmaları anında uygulamaya koymaktayız. Büyük uluslararası rakiplerimiz tarafından örnek alınmaları, bu çalışmalardaki başarılarımızın kanıtı olmaktadır. Öte yandan yurtiçindeki tecrübe, birikim ve iş modellerimizi, yurt dışı pazarlardaki ülkeye özel durumları da dikkate almak suretiyle birçok ülkede farklı uygulamalarla değerlendirmektediriz.

Gelecek yıl, iki kat büyüklüğündeki yeni fabrika inşaatımızı tamamlayıp oraya taşınmayı planlamaktayız. Bu geçiş bizim için yalnızca yer değişikliği ve alan büyümesi olmayacak, aynı zamanda, yıllardır BMC ile devam etmekte olup Ford Otosan ile çok daha ileri aşamaya

getirdiğimiz ana sanayi firmaları ile çalışmalarımızda da yeni bir ivme kazanacaktır. Öte yandan, Endüstri 4.0'ın konuşulmakta olduğu günümüz sanayi şartlarında, şirketimizin mevcut ürün gamına ve gelecek stratejilerine uygun olarak, gerekli teknolojik yatırımları devreye alacağız. Bu arada, genç nesil çalışanlarla tamamen değişmekte olan çalışan profilimiz çağın gerçeği dijitalleşmeye uyum sağlamakta zorlanmamaktadır. Biz de bu değişime çalışanlarımızla birlikte uyum sağlamak için sistematik bir şekilde çaba göstermekteyiz.

Şirketimiz 2015 yılı sonunda Ege Bölgesindeki 20. Ar-Ge Merkezi olmaya hak kazandı. 2 yıla yaklaşan Ar-Ge Merkezi tecrübemizde, hırslı ve donanımlı genç mühendisleri bünyemize katarak, onlara yüksek lisans ve doktora programları yapmakta teşvik ediyor; bu şekilde kazandıkları akademik bilgi birikimlerini şirketimizdeki pratik tecrübeyle kaynaştırmalarını sağlıyoruz. Bu kapsamda yaptığımız çalışmaların meyvelerini de özgün tasarım faaliyetlerimizle ve patent alma aşamasına gelerek topluyoruz.

Başta yöneticilerimiz olmak üzere tüm çalışanlarımızın liderlik becerilerini geliştirmek için uygulamalı eğitim programları düzenliyoruz. Bu programlarda interaktif uygulamalar dışında dijital eğitim platformlarından da yararlanıyoruz.

#### Gelecek Önceliklerimiz

Şirketimiz kapasite arttırma ve yenileme kapsamında teknolojiye yapmakta olduğu yatırımları kadar insan kaynağına da aynı önemi vermektedir. Şirketimizin geleceğinin genç çalışan ve yöneticilerde olacağının bilinciyle, eğitim çalışmalarına büyük önem vermektedir. Ayrıca, Ar-Ge çalışmaları ile de şirketimizin gelecekteki ürün ihtiyaçlarına cevap vermesi için çalışılmaktadır. ■

#### TEKNOLOJİK YATIRIMLARI DEVREYE ALIYORUZ

**Genç nesil çalışanlarla tamamen değişmekte olan çalışan profilimiz çağın gerçeği dijitalleşmeye uyum sağlamakta zorlanmamaktadır. Biz de bu değişime çalışanlarımızla birlikte uyum sağlamak için sistematik bir şekilde çaba göstermekteyiz.**

# Türkiye'deki ISIL İŞLEM Ortağınız...

"Yenilenmiş son teknoloji ısıtma fırınlarımız ve artan kapasitelerimizle hizmetinizdeyiz."

"Our enhanced high-tech heat treatment furnaces and increased capacities are at your service."



## HİZMETLERİMİZ | Our Heat Treatment Service in Turkey

- **VAKUM ALTINDA SERT LEHİMLEME(Brazing)**  
Vacuum Brazing
- **VAKUM ALTINDA SERTLEŞTİRME**  
Vacuum Hardening
- **VAKUM ALTINDA YAŞLANDIRMA**  
Vacuum Aging
- **CORR - I - DUR ®**  
CORR-I-DUR ®
- **ARCOR ®**  
ARCOR ®
- **NİTRASYON / NİTROKARBÜRİZASYON**  
Nitriding / Nitrocarburizing
- **KARBONİTRASYON**  
Carbonitriding
- **SEMENTASYON**  
Carburizing
- **ISLAH**  
Hardening & Tempering
- **NORMALİZASYON**  
Normalizing
- **İZOTERMAL TAVLAMA**  
Isothermal Annealing
- **GERİLİM GİDERME**  
Stress Relieving
- **SIFIRALTI İŞLEMİ**  
Sub-zero Treatment
- **İNDÜKSİYON**  
Induction Hardening



AMS 2759, MIL - H - 6875, TPS 382

STA 100 - 81 - 40 Standartlarında Isıl İşlem Yapıyoruz.

**Türkiye'nin AS / EN 9100 C Havacılık  
Kalite Belgesine Sahip Tek Isıl İşlemcisiyiz**

**Bodycote İstaş Isıl İşlem Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Merkez:** Kemalpaşa OSB, İzmir Kemalpaşa Asfaltı No:17/1 Kemalpaşa / İZMİR

Tel: +90 232 877 03 00 Faks: +90 232 877 03 01

www.bodycote.com e-mail: info-tr@bodycote.com

## FABRİKALARIMIZ

■ **GEBZE**  
AS/EN9100C

■ **İZMİR**  
ISO/TS16949

■ **BURSA**  
ISO/TS16949

**Bodycote**  
**İSTAŞ**



Başkurt Otomotiv Genel Müdürü

**Mehmet Kılavuz:****“Eski ve yeni kuşakların birlikteliği yeniliklere uyum sürecini hızlandırıyor”****Dijital teknolojiler verimliliği artırmaya katkı sağlıyor**

**D**ijital teknolojilerin yaygın kullanımı ile tüm süreçlerin etkin olarak denetlenmesi ve her şeyden önce hatasız olarak yürütülmesini sağlamaktayız. Siparişin alınmasında satış sonrası hizmetlerin yürütülmesine kadar tüm süreçler için dijital teknolojiler verimliliği artıran ve hatasızlaştıran araçlar olarak değerlendirilmekte ve kullanılmaktadır.

**Çalışanların ve yöneticilerin liderlik becerilerini geliştirmek**

Önceliğimiz şirket içi eğitimler ve workshoplardır. Dış eğitimler ile de açığımızı kapatıyoruz.

Ancak liderlik vasfının gelişimi için en etkili aracın şirket içinde yapılan görevlendirmeler ve yetki delegasyonu olduğunu gördük ve bu yönde daha fazla adım atıyoruz.

**Rakiplerden farklılaşmak**

Müşterinin taleplerini tam olarak al-



gılamaya çalışıyor ve buna göre çözüm üretiyoruz. Bazen müşteri ile ortak tasarım ekipleri de oluşturulmaktadır. Ortak tasarım ekipleri çok iyi sonuçlar verdi. Tercih edilme oranımız artmaya başladı.

**İş süreçleri yeniden tanımlanıyor**

İş süreçlerinde dijital teknolojilerin daha fazla yer alacağını hepimiz biliyoruz. İnsan makina ve makina makine arasında kurulacak iletişim ve etkileşim bağları sanırım iş süreçlerinin yeniden tanım-

lanmasını gerektirecek. Şirketimizin tüm çalışanları ve hatta tüm toplum bu sürece ayak uydurmak zorunda. Bizde kendi payımıza düşeni şirket olarak zaten yapıyoruz.

İş hayatına yeni katılan kuşaklar farklı yetişiyorlar ve farklı düşünüyorlar. Eski ve yeni kuşakların birlikte çalışması yeniliklere adaptasyon sürecini hızlandırıyor, bunu görüyoruz.

**Gelecek nesillere yatırım yapmak**

Kendini yenileyen, dışarıdan etkileşime gerek kalmadan iyileştirme ve geliştirme çalışmalarını başlatan bir şirket yapısı oluşturma hedefimiz var. Bu kültüre sahip insan kaynakları yetiştirmek ve geliştirmek istiyoruz.

**Yaratıcı ürünler geliştirmek**

Yeni üretim teknolojilerine yatırım yapmak her zaman gerekliydi, şimdi buna birde yaratıcı ürünler geliştirmek eklendi. Bundan sonra Ar-Ge çalışmalarına daha fazla bütçe ayırmak zorunda olduğumuzu düşünüyoruz. ■

Kendini yenileyen, dışarıdan etkileşime gerek kalmadan iyileştirme ve geliştirme çalışmalarını başlatan bir şirket yapısı oluşturma hedefimiz var. Bu kültüre sahip insan kaynakları yetiştirmek ve geliştirmek istiyoruz.

## KALİTE KONTROL HİZMETLERİNDE LİDER GLOBAL İŞ ORTAĞINIZ

### KALİTE KONTROL HİZMETLERİMİZ

-  Ayıklama ve Tamir
-  Final Ürün Kalite Duvarı
-  Üretim Destek
-  CSL II Kalite Duvarı
-  Resident Engineering
-  Süreç İyileştirme



Müşterilerimizin %94'ü  
Exact Systems'in sunduğu  
hizmetlerden memnun

### 2 YENİ OFİSİMİZLE HİZMETİNİZDEYİZ

#### OYAK RENAULT

Organize Sanayi Bölgesi PK. 255  
16372 Osmangazi Bursa Turkey  
Tel : +90 224 242 22 86

#### FORD OTOSAN GÖLCÜK

Denizevler Mahallesi Ali Uçar Caddesi  
No: 53 Gölcük Kocaeli Turkey  
Tel : +90 262 435 81 25



## BAŞARMAK İÇİN DAHA FAZLASI

#### İZMİR / Merkez

Akdeniz Mah. Vali Kazım Dirik Cad.  
35210 No:32/32 Konak - İZMİR  
Tel : +90 232 425 10 77 • Faks: +90 232 425 10 97  
[office.turkey@exactsystems.com.tr](mailto:office.turkey@exactsystems.com.tr)

#### BURSA / Ofis

Emek Zekaigümsüç Mah. Sanayi Cad.  
No:610 K:3 D:12 Emek Osmangazi Bursa Turkey  
Tel : +90 224 242 22 81 • Faks: +90 224 242 22 82  
[bursa.ofis@exactsystems.com.tr](mailto:bursa.ofis@exactsystems.com.tr)

#### KOCAELİ / Ofis

Hacı Halil Mah. Ali Rıza Efendi Cad.  
Gökçe Plaza 1 No:25 K:4 D:402 Gebze Kocaeli Turkey  
Tel : +90 262 641 71 39 • Faks: +90 262 641 71 38  
[gebze.ofis@exactsystems.com.tr](mailto:gebze.ofis@exactsystems.com.tr)





TOSB Yönetim Kurulu Başkanı

## Ömer Burhanoğlu: “TOSB'da farklı bir hizmet anlayışını geliştireceğiz”

TOSB'da yapılan seçimli Olağan Genel Kurul toplantısında yeni Başkan, Farplas CEO'su Ömer Burhanoğlu oldu. Burhanoğlu; yeni dönemde ekibiyle birlikte, şeffaf, hesap veren, çoklu katılım sağlayan, üye problemlerine çözüm arayan, inisiyatif alan, endüstri 4.0 çağına yatırım yapan, gençler ile değişime, profesyonel kadroya ve kurumsallaşmaya önem veren bir yönetim anlayışı içinde olacaklarını ifade etti.

**TOSB Otomotiv Yan Sanayi İhtisas Organize Sanayi Bölgesi, Türk otomotiv sanayi için ne ifade ediyor?**

**T**OSB; Türkiye'nin otomotiv yan sanayi sektörünü kümelenme modeli ile bir araya getirmiş ihtisas organize sanayi bölgesi olarak ülkemizin en önemli ve değerli örnek organize bölgelerinden biri.

TOSB'un diğer organize sanayi bölgelerinden farkı; kamu yararı gerekçesi ile adına kamulaştırma yapabilen veya

yaptırabilen bir özel hukuk tüzel kişiliğine sahip, otomotiv parça sanayicilerinin faaliyet gösterdiği tek “global” ihtisas organize sanayi bölgesi olmasıdır.

TOSB'un faaliyetleri; hem yan sanayi sektörüne doğru yatırımları yapan, hem de sektör içerisindeki rekabeti birliktelik zekasıyla harmanlayıp işbirliğinden maksimum fayda sağlamayı hedefleyen faaliyetlerdir.

TOSB'da inşaatı süren firmalarla birlikte 100'ün üzerinde fabrika, faal olarak çalışıyor ve 15 bin 500 kişiyi istihdam ediyor.

Tam dolulukta istihdamın yüzde 10'luk bir artışla 17 bine ulaşacağını düşünecek olursak, otomotiv yan sanayi, yıllar geçtikçe yükselmeye ve sektöre adını başarılarla yazdırmaya devam edecek.

**TOSB'un yeni dönem hedef ve projelerinden söz edebilir misiniz?**

Sizlerin de bildiği gibi 8 Haziran tarihinde TOSB'da organize sanayi bölgemizin 1. Olağan Genel Kurul toplantısını gerçekleştirdik. İlk defa seçimli öz yönetime ge-

## HEPİMİZİN İHTİYACI OLAN KONULARDA PROJE ÜRETECEĞİZ

**Freelance tasarım ofisinin, CAD/CAM eğitim merkezinin, Atıl kalıp/malzeme deposunun projelendirilmesi, Etrafımızdaki Meslek okullarından ve Gebze Teknik Üniversitesi'nden daha fazla yararlanılması, Mevcut kreşin talep edilir hale getirilmesi, Ortak hizmet ve satın alma çalışmalarının artırılması, Banka ve benzeri işbirliklerinin güçlendirilmesi, Ür-Ge projeleri ile üyeler arasında rekabet öncesi işbirliğinin artırılması, Çalışma Gruplarını etkinleştirerek endüstriyel ilişkiler gibi alanlarda ortak stratejiler ve geliştirilmesi için çalışacağız.**

## TOSB YÖNETİM KURULU ÜYELERİ

### ASİL ÜYELER

- Ömer Burhanoğlu, Farplas
- Mehmet Dudaroğlu - Eku Fren
- Alper Kanca - Kanca A.Ş.
- Naci Faydasıçok - Hasçelik
- İgal Zakuto - Cavo

### YEDEK ÜYELER

- Emre İncekara - Pimsa
- Tolga Doğancıoğlu - Hexagon
- Oğuzhan Deniz - Çelikel
- İbrahim Hatipoğlu - Egebant
- Yakup Birinci - Birinci Otomotiv

çilen bu genel kurula katılan ve oy veren üyelerimize çok teşekkür ederim.

TOSB'un Başkanı olmayı istememdeki en büyük neden; farklı bir hizmet anlayışı getirmeme dayanıyor. Sadece bilgi verilen değil, katılım sağlayan, projelerin içinde olan, yönetimin strateji ve hedeflerden öncelikli haberdar olup, yorum ve katılım yapan bir üye iletişimi oluşturmayı istiyorum.

Yeni dönemde şeffaf, hesap veren, çoklu katılım sağlayan, inisiyatif alan ve gençler ile değişime inanan bir ortam oluşturulacaktır. Kurumsallaşma ile birlikte üye problemlerine çözüm bulup profesyonel kadrolarımızdan azami şekilde yararlanacağız. İşlevsel çalışma grupları oluşturulup, değişen ve dijitalleşen dünyamızda ayağı yere basan projeler yaratıp, hızla uygulamaya geçmelerini sağlayacağız.

Son dönemde gözlemlediğimiz kadarıyla, TOSB'un hizmet sağlayıcı özelliğine

## DEĞİŞEN DÜNYANIN DİNAMİKLERİNE AYAK UYDURACAĞIZ

**Start-up girişim evinin kurulması, böylelikle yeni nesil otomotiv anlayışının yarattığı yeni ekonomiden genç girişimcilerin desteklenerek üyelerimizin yatırımcılığına yeni boyut kazandırılması. Fraunhofer gibi bir enstitünün OTAM ile işbirliğinin sağlanıp, bir otomotiv araştırma enstitüsünün bölgemize kazandırılması.**

uygun olarak yeni ihtiyaçlar ortaya çıkmakta ve bu ihtiyaçları karşılamak için yeni personeller istihdam edilmesi gerekmektedir. Özellikle Endüstri 4.0 mantığıyla dijital altyapı hizmetleri IOT (nesnelerin interneti) uygulamalarına ağırlık vereceğiz.

Çalışmalarda TOSB üyesi şirketlerin profesyonel kadrosundan daha fazla destek

alınacak, çalışma gruplarında görev alan TOSB yöneticileri de konularında yetkin, aktif proje yöneticileri görevini üstleneceklerdir.

TOSB'un 2017 ve sonrasında yapacağı büyük projeler var. TOSB gibi bir yapıda kesinlikle bir start-up girişim evinin kurulması ve yeni nesil otomotiv anlayışının yarattığı yeni ekonomiden genç girişimcilerin desteklenmesi gerekiyor. Bu projeyle birlikte üyelerimizin yatırımcılığına da yeni bir boyut kazandırabiliriz. Buna ek olarak, Fraunhofer gibi bir enstitüsünün OTAM ile işbirliğinin sağlanmasıyla bir otomotiv araştırma enstitüsünün bölgemize kazandırılması çok inandığımız projelerimizden biri. Dijital alt yapıya yatırım yapıp, veri saklanması ve güvenliği için bulut alt yapısının oluşturulması ve Yalın Üretim / Endüstri 4.0 danışma ofisinin oluşturulması gibi pek çok projeyi hayata geçireceğiz. ■

## ÜYELERİMİZİN ÇIKARLARINI KORUMAK İSTİYORUZ

**Kanun ve yönetmeliklerin çizdiği sınırlar içerisinde üye çıkarlarını maksimum düzeyde koruyan ve çözüm ortağı anlayışı ile üyelerine yaklaşan bir anlayış getirmek istiyoruz.**





“ Mobilite kavramı değişiyor!  
Artık araçlarımızı nasıl bir kaynakla  
çalıştırdığımız, nasıl sürdürdüğümüz,  
nasıl sahip olduğumuz ve hatta  
nasıl uçtuğumuz tartışılıyor. ”

Cüneyt ÖGE  
SAE Başkanı - 2016

“ Türkiye otomotiv alanında önemli  
mesafeler kat etti. Sektördeki  
kuruluşların Ar-Ge ve inovasyon  
alanlarındaki başarıları, otomotiv  
mühendisliği alanında artan iş olanakları  
ve yine otomotiv mühendisliği alanında  
Türk üniversitelerinin çalışmaları,  
ülkemizin küresel otomotiv arenasında  
dikkate alınan bir ülke olmasını sağladı. ”

Prof. Dr. Ali G. GÖKTAN  
IAEC 2016 Konferans Başkanı

# Hareketliliğin geleceği hakkında herşey, bu konferansta!

**KAYDINIZI  
YAPTIRIN!**  
2-3 Kasım 2017

Swissotel  
The Bosphorus Istanbul

# IAEC

International Automotive Engineering Conference '17  
Uluslararası Otomotiv Mühendisliği Konferansı

[www.iaec.ist](http://www.iaec.ist)



This conference is brought to you by:



In cooperation with



## PROGRAM

### KONFERANS ANA KONSEPTİ: GELECEKTE HAREKETLİLİKİ

#### 2 Kasım 2017 (Perşembe)

- 09:00 Açılış Konuşması  
Prof. Dr. Mustafa İ. Gökler - Konferans Başkanı
- 09-10 Konuşmacı 1 - "Gelecekte Hareketlilik"  
Joerg Krings, Strategy &, Otomotiv Partner
- 09-40 Konuşmacı 2 - "Hareketlilik"  
Dr. David Schutt - SAE
- 10:10 ARA
- 10:40 **PANEL 1 - TAŞIMACILIK VE BAĞLANTILI ARAÇLAR**  
**GELECEKTE BAĞLANTILI ARAÇLAR**  
**BAĞLANTILI OTOMOBİLLER / GELİŞMİŞ GÖRÜŞ SİSTEMLERİ**  
Dr. Dave Smith / Ricardo  
Assoc. Prof. Dr. Ece Schmidt / ODTÜ  
Seval Öz / "Continental Intelligent Transportation Systems CEO - Gelişmiş Görüş Sistemleri Girişimcisi"  
Soru & Cevap
- 11:50 Otomotiv Alanındaki Lisansüstü Çalışmalara Yönelik Ödül Programı Tanıtımı
- 12:00 ÖĞLE YEMEĞİ
- 13:15 Konuşmacı 3 - "Gelecekte Taşımacılık"  
Stephan Neugebauer - ERTRAC CEO & BMW Ar-Ge
- 13:45 **PANEL 2 - "GELECEKTE TAŞIMACILIK"**  
Muhammed Alyürük - ISBAK CEO  
Mustafa Üstertuna, Mercedes Benz Türk Kamyon Geliştirme Genel Müdürü  
Dr. Thomas Hülhorst - FEV Global Vice President Electronics & Electrification  
Soru & Cevap
- 15:15 ARA
- 15:45 Konuşmacı 4 - "Gelecekte Hareketlilik, Çin - Trendler ve Gelişmeler"  
Mr. Douglas Brandt - Delphi
- 16:15 Konuşmacı 5 - "Gelecekte Hareketlilik ve Otomotiv Ekosistemi Üzerine Etkileri"  
Özkan Yıldırım - Deloitte Türkiye
- 16:45 GÜN KAPANIŞI

#### 3 Kasım 2017 (Cuma)

- 09:00 Açılış Konuşması  
Prof. Dr. Mustafa İ. Gökler - Konferans Başkanı
- 09:05 Konuşmacı 1 - "Hareketlilik ve Akıllı Şehirler"  
Carlo Bailo - AVP Mobility Research and Business Development OSU
- 09:25 **PANEL 1 - "OTONOM ARAÇLAR"**  
Amitai Bin-Nun / Otonom Araçlar Girişimi Direktörü, Secure Energy  
Dr. Cem Saraydar / GM, Elektrik ve Kontrol Sist. Araştırma Laboratuvarı Direktörü, Warren MI  
Prof. Taşkın Padır / Northeastern Üniversitesi
- 10:30 ARA
- 11:00 **PANEL 2 - GELECEKTE ELEKTRİKLİ ARAÇLAR**  
Dr. Klaus Kuepper / AVL Teknik Alan Lideri  
Prof. Dr. Murat Pekşen / Julich MES Tekn. Mrkz.  
Bertan Birtürk / Oyak Renault I Gami Elektrik Sist. & Elektroteknik Parçalar Tasarım & Geliştirme Bölüm Şefi  
Soru & Cevap
- 12:30 ÖĞLE YEMEĞİ
- 13:15 Konuşmacı 2 - "Hareketlilik Çağında Araç Tasarımı"  
Dale Harrow - RCA Head of Automotive Design
- 13:55 **PANEL 3 - "ARAÇ TASARIMINDA ÜNİVERSİTE - SANAYİ İŞBİRLİĞİ"**  
Burak Gökçelik / Ford Otosan Ürün Geliştirme Genel Müdür Yardımcısı  
TAYSAD Representative / TAYSAD  
Prof. Dr. Murat Ereke / İTÜ  
Rama Gheerawo / RCA Otomotiv Tasarım Başkan Yardımcısı  
Prof. Dr. Orhan Alankuş (Panel Başkanı) Okan Üniversitesi
- 15:30 ARA
- 16:00 **PANEL 4 - "OTOMOTİV SANAYİNİN MÜHENDİSLİK EĞİTİMİNDEN BEKLENTİLERİ"**  
OSD Representative / OSD  
Tolga Doğancıoğlu / TAYSAD  
Prof Dr. Metin Ergeneman (Panel Başkanı) / OTEP  
Soru & Cevap
- 16:45 Araştırma Sonucu - "Otomotiv Dünyasında Kadın"  
Deloitte - OSD
- 16:55 GÜN KAPANIŞI



**Uluslararası Otomotiv Mühendisliği Konferansı, 2-3 Kasım'da düzenlenecek**

## Dünya otomotiv endüstrisine yön veren isimler İstanbul'da buluşuyor

Dünya otomotiv sektörü, Uluslararası Otomotiv Mühendisliği Konferansı (IAEC) için İstanbul'da buluşmaya hazırlanıyor. Bu yıl ikincisi düzenlenecek olan IAEC, OİB desteği, OSD, OTEP, TAYSAD ortaklığı ve SAE iş birliği ile 2-3 Kasım tarihlerinde Swissotel'de gerçekleştirilecek.



**T**eknoloji, enerji verimliliği, tasarım ve kullanım tercihlerinde büyük değişimlere sahne olan ve rekabet kriterlerinin hızla değiştiği dünya otomotiv sektörü, Uluslararası Otomotiv Mühendisliği Konferansı (IAEC) için İstanbul'da buluşmaya hazırlanıyor. Küresel arenada otomotiv sanayine yön veren pek çok başarılı isme ev sahipliği yapacak olan IAEC'nin ikincisi, Uludağ Otomotiv Endüstrisi İhracatçıları Birliği'nin (OİB) desteği, Otomotiv Sanayii Derneği (OSD), Otomotiv Teknoloji Platformu (OTEP), Taşıt Araçları Yan Sanayi Derneği (TAYSAD) ortaklığı ve Amerikan Otomotiv Mühendisleri Birliği (SAE International) iş birliği ile 2-3 Kasım tarihlerinde Swissotel'de gerçekleştirilecek.

Gelecekte Hareketlilik teması çerçevesinde bu yıl ikincisi düzenlenecek olan konferans

ile Türkiye ihracatının lideri otomotiv endüstrisinde mühendislik faaliyetlerinin yanında üniversite ve sanayi birliğinin geliştirilmesi hedefleniyor. Otomotiv endüstrisinin geleceğine yönelik değerlendirmelerin yapılacağı konferansın, şirketlerden üniversite öğrencilerine sektörün tüm paydaşlarını buluşturması

bekleniyor. Danışma Kurulu, Yürütme Kurulu, Düzenleme Kurulu ve Sekreteryanın bir yıldır çalışmalarını sürdürdüğü konferansı, SAE de uzman konuşmacılar ile destekleyecek.

### Otonom Araçlardan Akıllı Şehirlere pek çok konu tartışılacak

Konferansın ilk gününde Gelecekte Bağlantılı Araçlar ve Taşımacılık, ikinci gününde de Otonom Araçlar, Elektrikli Araçlar, Üniversite-Sanayi iş birliği, Mühendislik Eğitiminden Beklentiler gibi başlıklarda düzenlenecek panellerde, birbirinden önemli konuklar görüşleri ile geleceğe ışık tutacak.

Konferans, otomotiv mühendisliği alanının önde gelen diğer isimlerine de ev sahipliği yapacak. Bu kapsamda ilk gün Dr. David Schutt Hareketlilik; Joerg Krings Gelecekte Hareketlilik; Stephan Neugebauer Gelecekte Taşımacılık; Douglas Brandt Gelecekte Hareketlilik; Çin, Trendler ve Gelişmeler ve Özkan Yıldırım da Gelecekte Hareketlilik ve Otomotiv Ekosistemi Üzerine Etkileri başlıklı birer konferans verecek. İkinci gün ise Carlo Bailo Hareketlilik ve Akıllı Şehirler ve Dale Harrow da Hareketlilik Çağında Araç Tasarımı konularında katılımcılara görüşlerini aktaracak.■

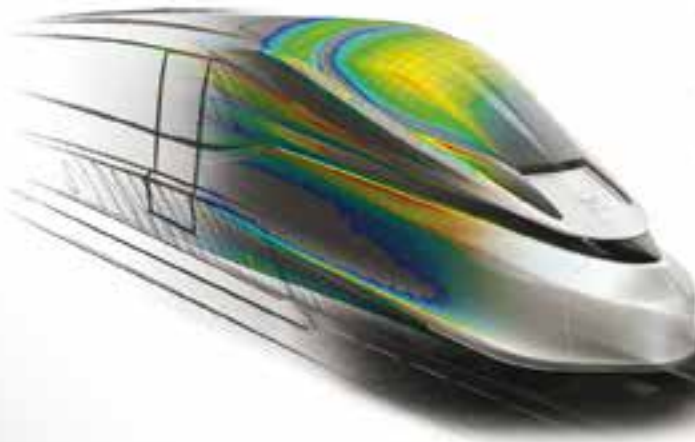
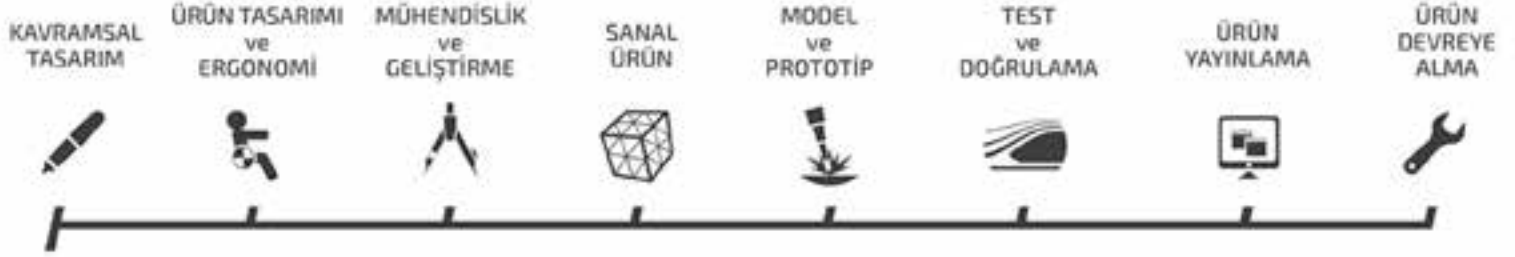
### ÜNİVERSİTE SANAYİ İŞBİRLİĞİ

Gelecekte bağlantılı otonom ve elektrikli araçlardan akıllı şehirlere kadar pek çok başlıkta sektöre yön veren isimlerin geleceğe ışık tutacağı konferansta, otomotiv endüstrisinde mühendislik faaliyetlerinin yanında üniversite-sanayi iş birliğinin geliştirilmesi hedefleniyor.





## ÖZGÜN FİKİRLER



## EŞSİZ ÜRÜNLER

hexagonstudio.com.tr



linkedin.com/company/hexagon-studio



facebook.com/hexagonstudio



instagram.com/hexagonstudiotr



twitter.com/hexagonstudiotr





## Ruhu genç olan herkesi TAYSAD'a bekliyoruz...

TAYSAD tarafından hayata geçirilen Platform Y, otomotiv tedarik sanayinin genç kuşak temsilcilerinin "sosyal ağ bilincini artırma" misyonu ile etkinlikler düzenlemeye devam ediyor. İlki Mayıs ayında Kocaeli'nde düzenlenen Platform Y Buluşması'nın ikincisi İzmir'de gerçekleşti.

**P**latform Y Çeşme toplantısını yorumlayan TAYSAD Başkanı Alper Kanca, "TAYSAD gibi üyelerine katma değer yaratmasının yanı sıra ihracat odaklı strateji ve söylemlerle ülke ekonomisinde de etkin role sahip böylesine önemli bir yapının korunması, güçlenmesi ve sürdürülebilirliği bizlerin yegâne amacı. TAYSAD olarak bu amaca hizmet edeceğine inandığımız için söz konusu değişime ayak uydurmak ve mevcut ağıımızı geliştirmek hedefiyle üye firmalarımızın genç temsilcileri ile bir araya gelerek Platform Y isimli bir yapı kurduk. Türk otomotiv tedarik sanayini dünya lideri sektör konumuna yükseltmek ve genç nesil temsil-

cileri de sektöre katkı sunma noktasında aktif hale getirmeyi amaçladığımız bu yapı sayesinde, sektörde yeniliklere öncülük edeceğiz" dedi.

Girişimcilik algısının Türk otomotiv sanayi içerisinde gelişmeye başladığına ve yeni jenerasyonun girişimcilik konusunda olgunluk kaydetmesi gerektiğinin altını çizen Platform Y Komitesi; "TAYSAD bünyesinde oluşan Platform Y ile yeni nesil temsilcilerin ister kendi şirketlerinde isterse dernek çatısı altında projeler üretmek, Türkiye'nin sosyal, kültürel ve ekonomik refah düzeyinin artırılmasına fayda sağlayacaklarına inanıyoruz.

Yeni jenerasyon Türk otomotiv sanayi içerisinde gelişmeye başlayan girişim-

cilik algısı konusunda olgunluk kaydetmeli ve sonrasında onu çeşitli platformlarda nasıl yaygınlaştırabileceğini öğrenmeli" dedi.

### "Ruhu genç olan herkesi TAYSAD'a bekliyoruz"

Gerçekleşen toplantı kapsamında Platform Y'nin rekabet öncesi işbirliği konusunda öncülük etmesi ve TAYSAD faaliyetlerine katılımın ilk adımı olması açısından önemine değinen Platform Y Komitesi; "Platform Y denilince akla ilk olarak Y kuşağı geliyor.

Ancak biz böyle bir algının oluşmasını istemiyoruz. Çünkü hedefimiz sadece Y kuşağına hitap etmek değil. Bu platformda yer almak için belli bir yaş aralığı bulunmuyor. Kendini genç hissedenden herkesi TAYSAD şemsiyesi altında bu platformda görmek bizim için büyük bir mutluluk olacak" dedi.

Etkinlikte konuk konuşmacı olarak yer alan İletişim Uzmanı ve Yazar Ahmet Şerif İzgören, "Değerlerle Yönetmek" başlığıyla yaptığı konuşma ile şirket içi uygulamalarda başarı ve liderlik konularına odaklandı.

Platform Y, Aralık ayında Bursa-Uludağ'da düzenlenecek etkinlikte yeniden bir araya gelecek. ■

Çeşme'de yapılan etkinlikte, yeni nesil sektör temsilcileriyle bir araya gelen Platform Y Komitesi, güç kazanan tedarik sanayinde yeni jenerasyonun önemine vurgu yaparak, ruhu genç olan herkesi TAYSAD'a beklediklerini belirttiler.



**Kiralama**

# TÜM TÜRKİYE'YE KİRALIYORUZ



**Kazaklar Makine**  
**Cihangir Kazak - Genel Müdürü**

Hesaplarımızı doğru yaptık ve "kiralayalım" dedik. "Elimizdeki parayı kaliteye yatıralım" ve "teknolojiyi satın almak yerine kiralayalım" diyerek endüstriyel yazılıma yatırım yaptık.



**Akalın Torna**  
**Hande Akalın - İş Geliştirme Müdürü**

Belli bir sürede ve belli bir sayıda gerçekleşecek üretim için büyük maliyetlerdeki bir tezgahı satın alıp sermayemizi zorlamak yerine ev kirası öder gibi teknolojiyi kiraladık.



**Akşahin Silah Sanayi**  
**Adem Akşahin - Genel Müdür**

TEZMAKSAN'ın teknoloji kiralama uygulaması ile sadece yapacağımız işe odaklandık. Uygulamadan çok memnunuz. Hedefimiz 6 adet daha kiralamak...



**Özgayd**  
**Mustafa Yavuz - Genel Müdür Yardımcısı**

Maliyet gideri ve zaman kaybı olmadan basit bir hesaplama ile işi içinden çıkıyorsunuz. Kiralama mantığı, sizi bürokrasi ve gümrük gibi pek çok sevimsiz işten muaf tutuyor.



**Ekinoks Üretim Teknolojileri A.Ş.**  
**Anıl Ünal - Satış Yöneticisi**

TEZMAKSAN'ın Teknoloji Kiralama uygulamasından faydalandık. Gümrükten gelecek tezgahı beklemedik, sıkıntılı bürokratik işlemlere girmedik. Bakım konusuna hiç kafa yormadık çünkü planlı bakım, tezgahın kira bedelinin içinde yer aldı.



**DİTAŞ**  
**Goncagül Bilen - Genel Müdür Yardımcısı**

Proje bazlı iş yapma konusunda Teknoloji Kiralama uygulamasının somut ve reel avantajlarını, dolayısıyla etkili olduğunu gördük. Sigorta kapsamında yapılan bir kiralama olduğundan güvenilir bir yatırım.





# AHMET ŞERİF İZGÖREN



## Bu ülkede bilgiye yatırım yapılmıyor

**Y**urtdışından kopyalanmış, sadece teoriden bahseden, pratik uygulamaları kapsamayan, kurumların ve bireylerin ihtiyaçlarını karşılamayan, sıkıcı eğitimleri bir kenara bırakın... İzgören Akademi ülke şartlarını göz önünde bulundurmamış içerikler yerine; özgün, sadece teorik değil aynı zamanda pratik uygulamalara da yönelik, ihtiyaçlara cevap verebilen, eğlenceli, interaktif ve ihtiyaca yönelik seminer uygulamalarıyla beklediğinizden çok daha fazlasını sunmayı hedefliyor.

### İzgören Akademi

İzgören Akademi bir Türk şirketi, toplam 6 şirket barındırıyor bünyesinde. Kurumlara, şirketlere seminer ve eğitimlere giden güçlü bir ekibimiz var. Onlara ilk kurulduğumuzda dışarıdan hoca bulup, eğitim aldırıyorduk; sonra bir eğitmen akademisi kurduk, şu an ise, iş adamı, doktor, avukat gibi birçok meslekten kişiler bu akademiye giriyor, akdemiye katılan bu kişiler eğitimlerden geçiyor ve eğitim vermeyi öğreniyorlar. Tamamen içeriden yetişiyorlar artık. Bu 3 aşamalı bir eğitim.

### Bu ülkede bilgiye yatırım yapılmıyor.

İzgören Akademi bütün ekibiyle, çaycısından sekreterine bilgiyle işin içindedir. Bunun değerli olan bölümü şu, bir site-

**“** Kişisel Gelişim ve Girişimcilik üzerine birçok kitabı bulunan, yurt içi ve yurt dışında pek çok seminer veren Ahmet Şerif İzgören, “Bu dünyada ayakta kalabilenler yataktan kalktığı andan itibaren istedikleri koşulları arayan ve bulamadıkları takdirde onları yaratanlardır” dedi.

### SİZİN HAKKINIZI YİYECEK SİZDEN BAŞKA BİRİ YOK

Bir insan nereye gideceğini bilmiyorsa, nereye gittiğinin de önemi olmadığına göre, öncelikli seçenek, gidilecek hedefin tespit edilmesidir. Zaten gideceği yeri bilmeyen tekneye, hiçbir rüzgâr yardım edemez. Şunu aklınızdan asla çıkarmayın: Şu hayatta sizin hakkınızı yiyecek sizden başka birisi yoktur.

**Hayallerinizin büyüklüğü, geleceğe bakışınıza ve ufkunuzun genişliğine bağlıdır. Aynı pencereden dışarı bakan iki adamdan biri, sokaktaki çamuru, diğeri ise gökteki yıldızları görür.**

miz var. İsviçre'den Amerika'ya insanlar bu siteye girip çok uygun fiyatlara eğitim alıyorlar. Biz o eğitimleri çay ocağımızdaki Taner arkadaşımızın fikriyle bulduk. Bir gün, "videoya çekelim hocaları, bunları dünyaya satalım." dedi. Önce kasetli eğitim, sonra projenin adı videolu eğitim, DVD'li eğitim ve son olarak da 3 boyutlu çözümler olarak değişti. Dünyanın her yanından girip eğitimler alıyorlar.

#### **Bana en çok sorulan soru "bize bir yol göster" oldu**

Bugüne kadar bana en çok "bize bir yol göster" sorusu sorulmuştur. Danışmanlık işlerinde herkese adeta bir hamburger menüsü gibi çözümler hazırlanmış. Çözüm yolları diye bu menüler sunulmuş. Oysa kesinlikle böyle bir şey olamaz, her insanın o kadar farklı nitelikleri var. Bu yüzden yönetim ve işletme konusunda standart çözümler ihtimali yoktur.

Ne yazık ki ülkemiz insanını, "biri yol gösterebilir de peşinden gidelim" anlayı-

#### **YAŞANILAN HER ZORLUK SİZİ HAYATA YAKLAŞTIRIR**

**Güçlükler hayatınızın önemli ve değerli bir parçasıdır. Sonuç çıkarmayı başarısızlık zorlukları bilgi bir öğretmenin gibidir. Sonuç çıkarmayı bilmiyorsanız her gün dayak yediğiniz ama hiçbir şey öğrenemediğiniz öğretmene benzer zorluklar. İşin kötü tarafı derse de girmek istemezsiniz, yani hayatı sevmezsiniz. Yaşadığınız her zorluk sizi hayata yaklaştırır.**



Ben teorisyen değilim, bir yıl yurtdışında hocalık yaptım, bir şeyler öğreneyim diye. Bunun dışında, iş hayatım pratikle geçti. 12 yıl orduda üniforma giydim, 14 yaşımdan 26 yaşıma kadar. Sonra, dört yıl daha kamuda çalıştım, üniversitede yöneticilik yaptım. Ardından patron şirketlerinde genel müdürlük yaptım. 1996'dan bu yana da kendi şirketlerimi yönetiyorum. Bu ülkede görebileceğiniz hemen her yapıda çalıştım, tadabileceğiniz her başarısızlığı ve çuvallamayı da yaşadım. Kırmadığım pot, devirmediğim çam kalmadı. "Çok başarılıyım, tecrübe gani" falan demem gerektiğinin ben de bilincindeyim ama değil. Sıradan bir yöneticiyim. Liderliğim var mı bilmiyorum. Bir tek, oynadığım futbol takımlarında, hep kaptan oldum. Orada da küçükken topu olanı, büyüünce de sesi biraz gür çıkıp kaçan her pozisyonda millete vır vır söyleneni kaptan yaparlar, ondandır.

Bir hedef belirlerken o hedefe doğru ortak hareket ettiğiniz insanların fikirlerini almıyor, onları da hedefe ortak etmiyorsanız başarısızlık kaçınılmazdır.

şına çok alıştırmışlar. Önce bundan kurtularak, çok okuyup, araştırmamız ve en önemlisi kendimizi bilmemiz gerekiyor.

#### **İşe odaklanmak**

Siz işinizi iyi yapın, gerisi zaten gelir. Anadolu'da bir laf vardır. Boynuzu çamura bulanmayan boğa, boğa değildir derler. Taşın altına elini sokacaksınız, ama, altında ne var ne yok bileceksin. Bilmezsen olmaz. Önce hayal kurmakla başlar her şey. Sonra bizim dilimizde olan yeteneği fark etmek gelir. Yani kendinizi fark etmeniz gerekir. İşe başlarken niyet edeceksiniz, sonra hedefi koyacaksınız. İlerisi için bir hedef yoksa zul olmaya başlar her şey. Sonra o hedefe odaklanacaksınız. Odaklanmak önemli. İki tavşanı kovalıyorsanız hiçbirini yakalayamazsınız. Eylem planınız olacak. Kendinizi işinize adayacaksınız. Bunları yaptığınızda bilginiz de olur, saygı da görürsünüz.

#### **Herşeyin odağından insan var**

Bizim sadece şirketler olarak değil, ülke

**Dinlemek zeka belirtisidir, konuşmak değil. İnsanlar ağızlarıyla söylediklerini kulaklarıyla duysalardı çok daha az konuşurlardı.**

olarak da insana olan yatırımı artırmamız gerekiyor. Türkiye'nin bütün kurumlarının teknolojiye, bilgiye ve insana yatırım yapması lazım.

#### **Hayal etmekten vazgeçmeyin**

Hayallerimizin büyüklüğü kadar hayata bağlanırsınız. Hayalleriniz, geleceğe bakış tarzınıza göre yönünü belirler ve ufkunuzun büyüklüğü kadar o yönde ilerler. Bazen gün içinde birşey hayal ederiz ve bir anda oluverir ve pişman bir şekilde "Başka bir şey istesem olacaktı." diye yakınırsınız. Bu ufak olayda bile istediğimiz bir şey gerçekleştiği halde mutsuz olabiliyoruz. Bir de düşünsenize bütün hayallerinizin gerçek olduğunu... İnsan en çok sevdiği bir şeyi bile devamlı yapınca bir süre sonra nefret ederken, hiçbir hayali olmadan mutlu bir şekilde yaşayabilir mi? Bu yüzden ya çok fazla hayaliniz olsun ya da kimsenin yapamayacağı hayalleri kurun.

Birçok hayali gerçekleştirmeye ömrümüz yetmez ve sizi hayata bağlayan bir şeyler hep olur. Diğer seçenekte ise kimsenin başaramayacağı hayali başarmanız. O zaman da isminiz insan oğlu var oldukça nasıl büyük bir şey başardığınızın konuşulması. İki seçenekte insanı mutlu eder diye düşünüyorum. Hayal etmekten vazgeçmeyin. ■



# Türk otomotiv sanayi Hindistan'a yöneldi

TAYSAD küresel ana sanayiler ile işbirliğinde gerçekleştirdiği "Tedarikçi Günü" organizasyonlarına, 2017 yılında hedef pazar olan Hindistan ile bir yenisini daha ekledi.

**E**tkinlik 26 farklı TAYSAD üye firmasından 36 temsilci ile tamamlandı. 4 Haziran 2017 tarihinde heyetin Pune'ye varışı ile başlayan etkinliğe, firma temsilcilerinin yanı sıra TAYSAD temsilcileri ve T.C. Ekonomi Bakanlığı temsilcileri iştirak etti. T.C. Ekonomi Bakanlığı Mumbai Başkonsolosu ve Ticaret Ataşesinin de katılım gösterdiği etkinliğe TATA ve MAHINDRA firmalarından satın alma bölüm direktörleri ve beraberindeki satın alma ürün direktörleri de katılım gösterdi.

Binek ve ticari araç üretiminde önemli grup şirketleri olan Hindistan menşeli MAHINDRA ve TATA firmaları heyet için başvuru yapmış firma bilgilerini inceleyerek, kendi ihtiyaçları doğrultusunda belirlediği firmalar ile birebir

## 288 İŞ GÖRÜŞMESİ

3 günlük programda süresince, MAHINDRA Satınalma Yöneticileri ile 42; TATA MOTORS Satınalma Yöneticileri ile 35; Hintli ve Türk firmalar arasında işbirliği potansiyeli ve fırsatlarına ilişkin 288 iş görüşmesi gerçekleştirildi.



görüşmelerde bulundu. MAHINDRA – TATA - CRESCENDO ve TAYSAD koordinasyonunda hazırlanan 3 günlük program süresince, TAYSAD üyesi Türk tedarik sanayi firmaları MAHINDRA ve TATA firmaları hakkında detaylı bilgi edinme fırsatı buldu.

Hintli ana sanayiler ise seçerek davet ettiği firmaları daha yakından tanıma ve satın almaya ilişkin detay konuları görüşme ve aynı zamanda Türk tedarik sanayiini tanıma fırsatı yakaladı.

Heyetin Hindistan'daki ilk günü, açılış töreni ile başladı. Törende sırasıyla T.C. Hindistan Mumbai Başkonsolosu Erdal Sabri Ergen, T.C. Ekonomi Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü Uzmanı Melda Akoğlu Şişman açılış konuşmalarını gerçekleştirdi. İlgili konuşmalarda Türk otomotiv sanayinin yetkinlikleri anlatıldı, heyetin her iki taraf için de verimli sonuçlar getirmesi temennisinde bulunuldu.

TAYSAD sunumunu yapan Genel Koordinatör Süheyl Baybalı, TAYSAD ve üyeleri hakkında bilgi aktarımında bulundu, sektör ile ilgili istatistiksel verileri dinleyiciler ile paylaştı.

Etkinlikte gerçekleştirilen detaylı Hindistan pazarı sunumunda, Hindistan'ın Pazar büyüklüğü, sektörel verileri ve satın alma stratejisi hakkında bilgi aktarımında bulunuldu. İlk gün programı içerisinde Hintli firmalar ile birebir toplantılar yapıldı.

İkinci gün programı MAHINDRA Genel Merkez ziyareti ile başladı. Karşılıklı sunumlar ile başlayan programın sabah kısmında ayrıca fabrika ve hatlar gezildi. Fabrika turu esnasında katılımcı Türk firmalara kendi ürün guruplarının hangi proseslerde yer aldığı ilgili proseslerde anlatılarak gösterildi. Gerçekleşen sunumlarla TAYSAD üyeleri MAHINDRA'nın küresel pazardaki konumu ve satın alma stratejileri hakkında





İLERLEMENİN YOLU



 **dönmez**

[www.donmezdebriyaj.com.tr](http://www.donmezdebriyaj.com.tr)





42 milyar dolarlık ciroya sahip bir organizasyon olan Tata Motors Limited, otomobil, spor araçlar, otobüs, kamyon ve savunma araçları kapsayan bir ürün portföyü ile önde gelen bir küresel otomobil üreticisidir. Hindistan'daki en büyük otomobil üreticisi olan firma, marka olarak dünyadaki 175'den fazla ülkede bulunmaktadır. 1945'ye kurulan firma bugün 60 bin çalışana, 6 bin 600'den

fazla satış ve servis ağına sahiptir.

**Üretim:** Bangladeş, Brezilya, Çin, Hindistan, Senegal, Güney Afrika, Güney Kore, Tayland, Ukrayna, Bileşik Krallık,

**Ar-Ge ve Tasarım Yerleşkeleri:** Almanya, Hindistan, İtalya, İspanya, İsveç, Birleşik Arap Emirlikleri, Birleşik Krallık, ABD,

**İştirakler ve Ortaklıklar (JV):** Avusturya, Avustralya, Bahamalar, Bangladeş, Belçika, Brezilya, Kanada, Çin, Fransa, Almanya, Hindistan, Endonezya, İrlanda, İtalya, Japonya, Meksika

<http://www.tatamotors.com/>



bilgilendirildi. Programın ikinci kısmı MAHINDRA satın alma yöneticileri ile yapılan birebir iş görüşmeleri ile devam etti. Görüşmeler sonrasında MAHINDRA yöneticileri ve Türk yöneticiler yemekte bir araya geldiler.

İkinci gün öğleden sonra, TATA ve MAHINDRA'nın tedarikçileri ile Türk tedarikçiler arasında potansiyel işbirliklerine yönelik zamanlı ve birebir toplantılar gerçekleşti.

Heyetin üçüncü günü TATA MOTORS Genel Merkez ziyareti ile başladı. Karşılıklı sunumlar ile başlayan programın sabah kısmında ayrıca araçlar ile fabrika turu yapıldı. Öğle yemeği sonrasında programın ikinci kısmı TATA MOTORS Satınalma Yöneticileri ile yapılan ikili iş görüşmeleri ile sonuçlandı.

3 günlük programda süresince, MAHINDRA Satınalma Yöneticileri ile 42; TATA MOTORS Satınalma Yöneticileri

ile 35; Hintli ve Türk firmalar arasında işbirliği potansiyeli ve fırsatlarına ilişkin 288 iş görüşmesi gerçekleştirildi.

4-8 Haziran 2017 tarihleri arasında 26 TAYSAD üyesi firma ile gerçekleşen program ile Hindistan'ın otomotiv sektöründe potansiyeli yüksek bir ülke olduğu

anlaşıldı, bu potansiyel gerek yerleşik lokal ana sanayilerin (TATA ve MAHINDRA) ziyaret edilmesi ve yapılan görüşmeler, hem de Hindistan'da yerleşik global TIER 1 ve Ana Sanayiler ile katılımcıların yapmış olduğu görüşmeler ile yerinde deneyimleme fırsatı edinildi. Birçok katılımcı Türk firma lokal rakipleri de olmak üzere sektörde iş yapma potansiyeli olabilecek firmalar ile de görüşme imkanı buldu. Yapılan görüşmeler esnasında Hintli firmaların iş yapma kültürüne ilişkin ipuçları da edinildi.

Bu ziyaret; heyete katılım göstermiş firmaların Hindistan'daki firmaların satın alma giriş sürecini anlamaları ve takip etmelerinde önemli bir adım oldu. Katılımcılar, Hindistan pazarında ve tedarik sürecinin içinde nasıl var olacaklarını ve bu adımların nasıl olabileceğini yerinde gördü, özellikle pazar stratejileri ile ilgili bilgi sahibi oldu. ■

## POTANSİYEL PAZAR: HİNDİSTAN

**Türk Otomotiv Tedarik Sanayi için potansiyel barındıran ülkeleri yakın markaja aldıklarını söyleyen TAYSAD Başkanı Alper Kanca, "Otomotiv tedarik sanayinin temsilcileri olarak atacağımız adımlarda temel belirleyicimiz 'istikrar' ve 'satın alma gücü' oluyor. Bugünkü tabloya baktığımızda, Hindistan gücümüzü göstereceğimiz potansiyel pazar olarak öne çıkıyor" dedi.**



**Mahindra**

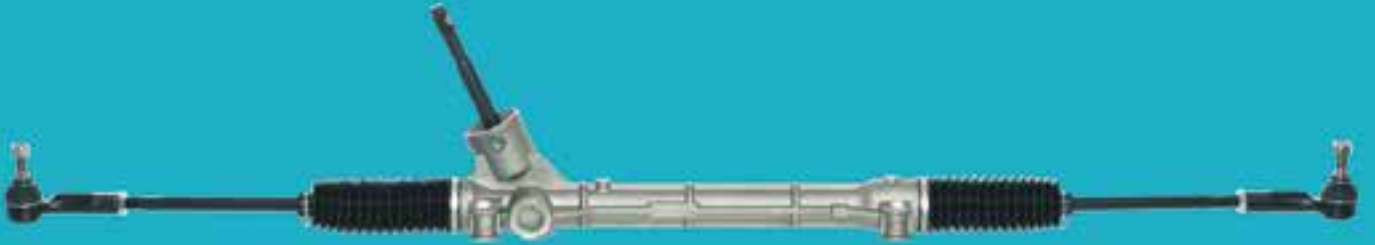
Hindistan'da yerleşik çok uluslu bir otomobil üretim şirkettir. Hindistan'ın en büyük araç üreticisi dünyada en büyük traktör üreticisidir. Mahindra bir grup şirkettir.

Mahindra ürün portföyünde SUV, pikap, ticari araç, iki tekerlekli motosikletler ve traktörler bulunmaktadır. Hindistan, Çin (PRC), Birleşik Krallık ve Birleşik Devletlerde üç adet montaj tesisi bulunan Mahindra, Renault SA gibi yabancı şirketler ile ticari ilişkileri sürdürmektedir.

Mahindra global bir mevcudiyete sahiptir ve ürünleri çeşitli ülkelere ihraç edilmektedir. Global iştirakleri Mahindra Europe S.r.l., Mahindra USA Inc., Mahindra Güney Afrika ve Mahindra (China) Traktör A.Ş 'dir.

<http://www.mahindra.com/>

# HERMARKA HERMODEL HERARACA



Her zaman önce müşteri memnuniyeti anlayışıyla,  
dünyanın 18 lider markasının yeni nesil araçları için  
%100 uyumlu direksiyon kutusu alternatifleri Sismak'ta!  
Tam 37 yıldır...



# Hindistan'daki fırsatlar

Hindistan 2015-16 mali yılının ilk yarısında yüzde 7'den fazla büyüyen GSYİH'siyle dünyanın en hızlı büyüyen ekonomisi haline geldi. IMF, Hindistan'ın bu konumu 2020'ye kadar koruyacağını öngörüyor.



## MADE IN INDIA

Üretim, yatırımlar, inovasyon ve öncü bir üretim altyapısı inşa edilerek güçlendiriliyor



## DİJİTAL ALTYAPI

17,5 milyar dolarlık harcama ile dijital olarak güçlendirilmiş bir toplum ve bilgi ekonomisi yaratılıyor.



## REKABET FIRSATI

İş koşullarını geliştirmek amacıyla eyaletleri 98 maddeli eylem planına göre sıralayacak bir sistem oluşturuldu.



## AKILLI ŞEHİRLER

100 Akıllı Şehir kurmak ve 500 şehri gençleştirmek için toplamda 22,5 milyar dolarlık harcama yapılıyor.



## OTOMOTİV

Hindistan GSYİH'sinin %7'sini oluşturan sektöre, otomatik onay yoluyla %100 doğrudan yabancı yatırım yapılmasına izin verildi.

## Para Birimi

Rupi (INR); Aylık ortalama (Nisan 2017)



GDP/INR = 81,3



EUR/INR = 68,9



USD/INR = 64,6



## DOĞRUDAN YABANCI YATIRIM

**457,35**

MİLYAR DOLAR

(Nisan 2000-Kasım 2016)



## YÖNETİM ŞEKLİ

**29** eyaleti ve **7** birlik bölgesiyle  
FEDERAL CUMHURİYET



**1,27** MİLYAR

Dünyanın en kalabalık ikinci ülkesi  
ABD'den sonra İngilizce konuşulan en büyük ikinci ülke



## GSYH PAYLARI

HİZMET

**%53,66**

ENDÜSTRİ

**%17,32**

## İŞSİZLİK ORANI

OCAK 2017

**%3,4**

## EKONOMİK BÜYÜKLÜK

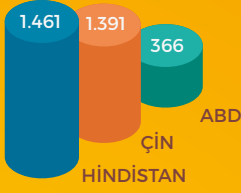
**2,25**

TRİLYON DOLAR

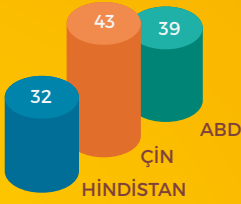
Satın alma gücü paritesi açısından dünyanın en büyük üçüncü ülkesi



## ÖNGÖRÜLEN 2030 NÜFUSU (milyon)



## 2030'DA ÖNGÖRÜLEN YAŞ



## HİNDİSTAN GENÇ VE GİRİŞİMCİ



YENİ  
NESİL GİRİŞİMCİLER

İNOVASYONU TEŞVİK  
EDEN OLUMLU EKOSİSTEM

YÜKSELER KIRSAL  
VE ORTA SINIF

İSTİHDAMDA ARTAN  
KADIN KATILIMI

START-UP'LAR İÇİN  
DÖRDÜNCÜ ÜS

HER YIL MEZUN OLAN  
1,5 MİLYON MÜHENDİS

YABANCI YATIRIM  
SERMAYE AKIŞI

**40**  
MİLYAR DOLAR

2020  
YILINA KADAR

**100**  
MİLYON İSTİHDAM

ÜRETİM SEKTÖRÜ  
2011-2015 ARASINDA

**%5,7**  
BÜYÜDÜ

OTOMOTİV  
GSYİH'NİN

**%7'SİNİ**  
OLUŞTURUYOR



### AKILLI ŞEHİRLER

Şehirlerin verimliliğini artırması ve yerel bölge gelişimini sağlayarak ekonomik büyümeye katkı yapması ve yaşam kalitesini iyileştirmesi bekleniyor.

Farklı sektörleri ilgilendiren reformlar ve girişimler, genel büyüme hedefi doğrultusunda çok yönlü bir nitelik taşıyor.



### 3. OTOMOTİVDE ÜRETİCİ

2016-26 Otomotiv Misyon Planı (AMP), ülkeyi dünyada en büyük 3 otomotiv üretici arasına taşımak amacıyla Hindistan Otomotiv Üreticileri Birliği (SIAM) ve Hindistan hükümeti tarafından Eylül 2015'te duyuruldu. Plan ayrıca Hindistan otomotiv endüstrisinin hacminin 2026'ya kadar 260 ila 300 milyar dolara çıkmasını öngörüyor.

OTOMOTİVDE  
**300**  
MİLYAR DOLAR  
HEDEFLİYOR

### MAKE IN INDIA

Hindistan otomotiv endüstrisini, Make in India girişiminin lokomotifine haline getirmeyi amaçlıyor.



### SKILL INDIA

Skill India 2022'ye kadar en az 400 milyon çalışanı eğitmek üzere kurumsal kapasite yaratmayı amaçlıyor.



Otomotiv sektörünün, 2017'de yıllık 145 milyar dolarlık ciroyla dünyada üçüncü en büyük pazar olması bekleniyor.

### İŞ YAPMA KOLAYLIĞI

Hindistan, Dünya Bankası'nın en son iş yapma kolaylığı raporunda gelişme gösterdi 2015'te 134. sıradayken 2016'da 130. sıraya yükseldi.



Hindistan'ın 2030'a kadar dünyadaki en büyük iş gücüne sahip olması bekleniyor.

### İŞ GÜCÜ

Ucuz işçilik maliyetiyle yetenekli iş gücüne daha iyi erişim, çok sayıda şirketi Hindistan'da faaliyet göstermeye teşvik edebilir.





**ADNAN NACİ FAYDASIÇOK:** “Bazen Olmaz kitabı ‘başarısızlıktan’ söz ediyor, içimizdeki yetersizlik duygusundan, hata yapma korkusundan, çok isteyip de becerememekten, yanlış kararlarımızın ödettiği bedellerden ve kendimizle yüzleşmenin nasıl zor olduğunu gösteriyor.”

## BAŞARISIZLIK HİKAYELERİ BAZEN OLMAZ

YAZAR: ÖZLEM GÜRSES

**B**aşarı öykülerinin anlatıldığı kitapları veya biyografileri hepimiz bir çok kez okumuşuzdur. Bu kitap tam tersi başarısızlıklardan bahsediyor. Günümüzün başarılı insanların başarısızlık hikâyelerini kendi dillerinden okuyorsunuz. Hata yapmaktan korkmadan başarılı olunamadığını görüyorsunuz. Karın zararın ortağı olduğu gibi, zararın da karın ortağı olduğunu anlıyorsunuz.

Bence tüm kahramanların ortak özelliği başarı için ısrarlı ve azimli bir şekilde denemekten vazgeçmemeleri. Örneğin Mustafa Denizli daha 15 yaşında iken ilk yılında seçildiği Altay Genç takımından güçsüz olduğu için atılıyor ve tüm yazı sabah 6’da kalkıp gün boyu kumsalda çalışıp güç kazanarak geçiriyor ve o kişi İzmir’de aranan futbolcu oluyor. Bazen sıçrayabilmek için dibe vurmanız gerekiyor demek ki. Bir de hiç risk almayan, hiçbir başarı elde edemediğini söylüyor Mustafa Denizli.

Örneğin Aydın Doğan’ın hiçbir kızına yurtdışında üniversiteye gönderme izni vermemesi ve tüm ablaları Türkiye’de okuyan Hanzade Doğan’ın üniversite sınavında hiçbir soruyu yanıtlamayıp babasına direnişini görüyorsunuz. Sonrasında Londra’da ve Newyork’da okuyarak orada elde ettiği IT ekosistemini Holding’e getirdiğini ve hepsiburada, nesine gibi dijital dünyanın ülkemizin dev şirketlerini yaratmasını görüyorsunuz.

Bir başka kurucu birinci kuşak olan İbrahim Bodur’un şirkette kızına dizginleri bırakamayışını ve Zeynep Hanımın sabırla bunu bekleyişini, Rusya’daki yatırımlarının başarısızlıklarını ve bundan çıkardığı dersleri okuyorsunuz. Ayrıca hepimize küpe olması gereken bir söylem; hiçbir

zaman hırsınız aklınızın önüne geçmemeli diyor Zeynep Bodur.

Sekiz kardeş olan Konukoğlu ailesinin tek okumayanı en büyük abisi Abdülkadir Konukoğlu’nun para kazandığı ve kaybettiği yatırımlarını okuyorsunuz.

Dünyanın en büyük şirketlerinden birinin başında bulunan Muhtar Kent’in aslında üniversitede ilk seçtiği bölümde başarısız olması, hayatını değiştiren dönüm noktası olmuş. Kent’in nasıl başardığını ve başaramadığı girişimcilik özelliğini çocuklarında görünce mutluluğunu da görüyorsunuz. Coca Cola’yı göreve geldikten sonra iki katı değerine erdirmesine rağmen girdiği başarısızlıkla sonuçlanan kahve işi de bir başka başarısızlık örneği olmasına rağmen zarardan dönüşünü görüyorsunuz.

Cem Boyner’in çok iyi niyetli ve zamanının önünde düşünerek başlattığı Yeni Demokrasi Hareketi’nin seçimde yüzde yarım oy alarak hezimetle sonuçlanan hikayesini dinliyorsunuz.

### BAZEN OLMAZ

Sayfa Sayısı : 200  
İlk Baskı Yılı :2017  
Dili: Türkçe  
Yayınevi: Kronik Kitaplar  
ISBN: 9789752430075  
Yazar:  
Özlem Gürses

A. NACİ  
FAYDASIÇOK  
FAYDASIÇOK HOLDİNG  
YÖNETİM KURULU BAŞKANI

Bence Türkiye’de zamanımızın en büyük girişimcisi ve benim de idolüm olan Hüs-nü Özyeğin’in başarısızlıkla sonuçlanan yatırımları ve çıkardığı ders alınası sonuçları bir çırpıda okuyorsunuz.

Bütün başarılı insanların birleştiği yegane sonuç; beşeri ilişkilere, sosyalleşmeye verdikleri önem diyebiliriz. İnsanlarla kurdukları ilişkiler lider yapıyor bireyi. İyi bir fikriniz olabilir iş yaparken ama iyi fikri doğru oluşturacağınız bir ekibe teslim edemezseniz iyi fikirlerin de çarçur olduğunu anlıyorsunuz.

Herhalde çıkardığım en önemli sonuçlardan biri de Özyeğin’in dediği gibi hayatta ne kadar para kazandığınızdan çok, kaç insana dokunduğunuzun son derece önemli olduğudur. Kaç insanın yaşamında olumlu yönde değişiklik yaptığınızdır. Yani topluma faydanızın çok olup olmadığını anlıyorsunuz.

Ben bir çırpıda okudum bu kitabı, şiddetle tavsiye ederim. Bundan böyle bu tür başarısızlık örneklerinin anlatıldığı kitapları raflarda daha fazla arayacağım kesindir.■



# Ege Endüstri



---

Kemalpaşa Cad. No:280

35060, Pınarbaşı – İZMİR, TURKEY

P: +90 232 491 14 00

[www.egeendustri.com.tr](http://www.egeendustri.com.tr)



 [facebook.com/egeendustri](https://facebook.com/egeendustri)

 [twitter.com/egeendustri](https://twitter.com/egeendustri)

 [linkedin.com/egeendustri](https://linkedin.com/egeendustri)

 [info@egeendustri.com.tr](mailto:info@egeendustri.com.tr)





# AL DEĞERLENDİR MESLEK OKULLARINI GÜÇLENDİR



## ADMOG Proje Eş Lideri Özge Özen Kural

### ADMOG insana dokunuyor....

**G**ençlerin üretim hayatına katılmalarında kritik olan uygulamalı eğitim öğretime, yeni - kullanılmış alet, edevat ve makinalarla katkı sağlayan projemiz gelişmeye, geliştikçe daha çok üretmeye devam ediyor.

İyi alınmış ve verilmiş bir eğitim, insani gelişimin en önemli parçası.

Şimdi pilot okullarımızda başlatacağımız, profesyonellerden eğitim ve eğitiminin eğitimi projesi sayesinde, halen çalışma

hayatında aktif rol alan isimler ile hem eğitimcilerimizi hem de gençlerimizi bir araya getiriyoruz.

Öğrenmenin ve öğretmenin mutluluğunu paylaşmaya, ne kadar çok şey öğrenirsek o kadar çok yaşamış olacağımız gerçeğini hayata atılacak gençlerimize anlatmaya kararlıyız.

Çünkü bizler üreticiyiz; üretim toplumları ayakta tutar, eğitim ise sonsuz kılar....

Tüm üyelerimizi ve paydaşlarımızı projemize destek vermeye davet ediyorum.



## ADMOG Proje Eş Lideri Çağatay Dünder

**A**DMOG; meslek okullarının ihtiyacı olan mekanik ekipmanları, siz değerli sanayicilerimizin bağışları neticesinde toplayarak, gerekli bakımları yapıldıktan sonra ihtiyacı olan Endüstri Meslek Okullarına ulaştırmayı hedefleyen bir TAYSAD Sosyal Sorumluluk projesidir. Sizlerin desteği ile yönettiğimiz ADMOG projemiz, son 2 ayına girmiş durumda.

Bu dönem içinde sizler veya temsilcilerinizle farklı platformlarda toplantılar yapılmış, projenin amacına uygun talepler paylaşılmış, daha iyisini, daha fazlasını yapabilmek adına fikir alışverişinde bulunulmuştur. Sonuç olarak, tüm birimler içinde manevi bir haz barındıran bu kutsal göreve

katkı sağlamak, bir parça daha ilave etmek için gönüllü olarak projemize katılmış ve katkı sunulmuştur. Bu noktada; tüm destekçilerimize sonsuz teşekkür ederiz. Ancak, yukarıda belirttiğim üzere sürecimiz sonlanmamıştır.

Projemize değer katmak için yapmamız gereken daha pek çok faydanın olduğunu bilmekteyiz. Bunun için de katkılarınızın artarak devamını beklemekteyiz.

Diğer taraftan, yaşayacağımız veya yaşadığımız manevi duyguların dışında, destek olduğumuz okullardan mezun olmuş, teknik bilgi ve becerisi yetkin ara elemanları firmalarımızda çalıştırıyor olmak bizler için ayrı bir gurur vesilesi olacaktır.

Bu projenin temel hedefi, sanayiye daha kalifiye eleman yetiştirmeye aracı olmaktır.

**PROJEYE KATILIM HER YIL ARTIYOR**  
2013 yılından bu yana, 81 ilde 215 okula 5224 aletin gönderimi gerçekleştirildi.

**BECERİ EĞİTİMİNE KATKI**  
İşletmeler ve okullar arasında, beceri eğitimine yönelik katkıda bulunuyor.

BUGÜNE KADAR

**5.224** ALET BAĞIŞLANDI

**124.850** ÖĞRENCİYE ULAŞILDI

BAĞIŞLANAN MALZEMELERİN DEĞERİ

**1.902.500 TL**

**81** İLDE **215** OKUL

2016 YILI SONUNA KADAR

**285** FİRMA

KATILIM SAĞLADI

PROJE 2013 YILINDA BAŞLADI

OKUL SANAYİ İŞBİRLİĞİ

PRATİK EĞİTİME KATKI

EĞİTİMDE FARK YARATMAK

SON BAŞVURU 1 EKİM 2017

**NİTELİKLİ İŞ GÜCÜ**  
Öğrencilerin kişisel gelişimine katkı sağlamak hedefleniyor.

**KATKI BEDELİ**

Bugüne kadar 1.902.500 TL tutarında malzeme bağışı yapıldı.

**PROJEYE KATILIM**

En geç 1 Ekim 2017 tarihine kadar TAYSAD adresine ulaşabilirsiniz.





### Aksantaş Otomotiv Metal Ltd. Şti.

Aksantaş, 1999'da otomotiv sektörüne hizmet vermek amacıyla NOSAB' ta kurulmuş olan bir firma olup, ana üretim konusu sac şekillendirme üzerinedir. Yüksek adetli otomotiv parçaları için 800 ila 200 ton arası H tipi pres kapasitesiyle parça üretimi ve bu parçalar için kalıp üretimi yapmaktadır.

Düşük adetli üretimler için de mevcudunda bulunan CNC lazer, abkant makina parkı ile kaynaklı komple parça üretimi yapmaktadır. Otomotivin gerekliliği olan yetişmiş, deneyimli çalışan yapısıyla 16949 Kalite Sistemi çatısı altında faaliyetlerini sürdürmektedir.

[www.aksantas.net](http://www.aksantas.net)

### MÜŞTERİLER

Karsan  
İsuzu  
Otokar  
Coşkunöz  
Aka  
Durmazlar  
Durmaray  
Madosan



### ÜRÜNLER

Pedal Gurubu  
Hava tüpü taşıyıcıları  
Şase detay parçaları  
Gövde parçaları  
Amortisör Kuleleri  
Kaynaklı Komple  
Parçalar



### Borusan Mannesmann Boru San. ve Tic. A.Ş.

Borusan Mannesmann; çelik boru üretiminde 60 yılı aşkın tecrübesi ve 3 kıtada 5 fabrikası ile Avrupa'nın en büyük çelik boru üreticilerinden biridir. Yenilikçi, ulaşılabilir çözümlerle iç piyasa müşterilerine, Türkiye geneline yayılmış geniş bayi ağı ve donanımlı satış ekibiyle hizmet vermektedir. 1,4 milyon ton üretim kapasitesiyle Borusan Mannesmann, otomotivde de kullanılan özel boru üretimini Türkiye'de Halkalı fabrikasında, İtalya'da ise Vobarno fabrikasında sürdürmektedir.

[www.borusanmannesmann.com](http://www.borusanmannesmann.com)

### KALİTE BELGELERİ

ISO / TS 16949  
ISO 9001  
ISO 14001  
ISO 10002  
OHSAS 18001



### İHRACAT

36 ÜLKEYE İHRACAT  
YAPIYOR

### BAŞLICA ÜRÜNLER

Otobüs Profili  
Amortisör Borusu  
Koltuk Borusu  
Şaft Borusu

# Let there B **comformity**



We are committed to secure long term partnerships, by focusing on fully conformance to each of our customer's requirements.

The main philosophy is to improve the performance with aspect to comply with ISO 16949, OH5AS 18001 and ISO 14001.

All modern quality tools are implemented to Birinci's production system such as online SPC, visual control charts and poka-yoke to reach beyond customer expectation.

Inspection and monitoring production quality is part of our daily life, but being able to test functional performance ( fatigue, life cycle, durability, etc. ) of our products, secures our future.





Ürün ve hizmet fikri geliştirmeden, seri üretim ve müşteri deneyimine kadar tüm süreçleri kapsayan; tasarım, detay mühendislik, ürün doğrulama, üretim süreç planlama, eğitim, danışmanlık ve anahtar teslimi ürün geliştirme hizmetlerini entegre sunabilen Cadem; 30 yıla yaklaşan birikimi ile deneyimli bir teknoloji şirkettir. Cadem, Endüstri 4.0 yaklaşımı çerçevesinde; Dassault Systemes (PLM bileşenleri: ENOVIA, CATIA, DELMIA, 3DVia, SIMULIA vb.), GOM (3D Optik tarama), 3DSYSTEMS (3D Printing), OPTIS (3D Optik Simülasyon), FTI (Sac Parça Üretim Simülasyonu) gibi tasarım ve mühendislik çözüm ortaklıkları ile hizmetlerini sunmaktadır. Bu kapsamda 2009 yılında Üveyk L7 sınıfı araç geliştirme projesi tamamlanmıştır. Ayrıca ArGe Merkezine doğrudan bağlı bütünleşik yapılarıyla, artırılmış gerçeklik (AR) ve sanal gerçeklik (VR) projeleri de gerçekleştirmektedir.

[www.cadem.com.tr](http://www.cadem.com.tr)



Uveyk L7 Sınıfı Araç Projesi, 2009



### MSK ÇELİK DÖVME YEDEK PARÇA SAN. TİC. LTD. ŞTİ.

1995 yılında Bursa Karacabey'de kurulan MSK ÇELİK DÖVME; günümüzde modernize edilen makine parkı sayesinde otomotiv sanayiine güvenilir ürünler sağlamaktadır. Her biri kendi alanında dünya lideri olan müşterilerine motor, süspansiyon, şasi parçalarının üretimi yapabilmek için ana yeteneği olan çelik dövme yardımı olacak kalıp ve ürün tasarımı, işleme, ısıtım işlemi gibi prosesleri de bünyesinde uzmanlıkla sürdürmektedir.

[www.mskforge.com](http://www.mskforge.com)

### KALİTE BELGELERİ

ISO 9001  
TS 16949  
ISO 14001



### İHRACAT

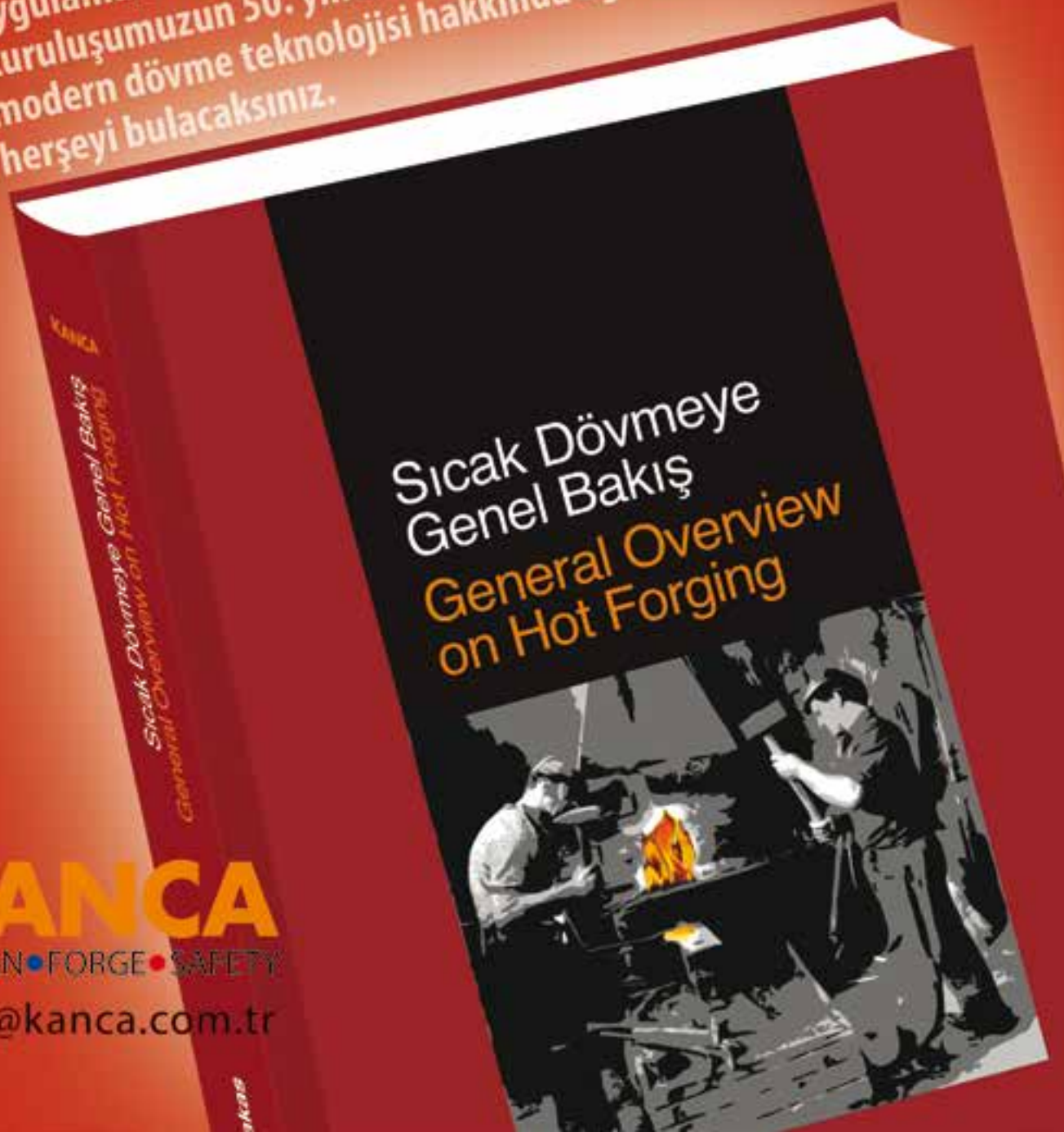
Toplam Kalite' anlayışı ile yaptığı üretimin yarısından fazlasını ihraç etmektedir.

İhraç ülkeleri;  
Almanya, İspanya,  
İtalya, Brezilya

# Dövmecilik\* kitabını yazdık!

\*Ing. forging Alm. Schmieden Tr. Yüksek sıcaklıkta  
tavllanmış metalin biçimlendirilme işlemi.

Atalarımızın binlerce yıllık geçmişe dayanan demircilik ve  
dövmecilik alanındaki ustalığını, günümüzün modern  
uygulamalarında yaşatmanın gururunu taşıyoruz.  
Kuruluşumuzun 50. yılı anısına hazırladığımız bu kitapta,  
modern dövme teknolojisi hakkında öğrenmek istediğiniz  
herşeyi bulacaksınız.



**KANCA**

DESIGN • FORGE • SAFETY

info@kanca.com.tr





### SIO AUTOMOTİVE YEDEK PARÇA SAN. VE TİC. A.Ş.

SIO Automotive 1991 yılında bir Türk şirketi olarak kurulduktan sonra 2007 yılında sermayesinin tamamı Meyle AG/Hamburg Grubuna devredilmiştir. Ağırlıklı olarak Satış Sonrası Hizmetler Pazarındaki müşterileri için yönlendirme ve süspansiyon parçaları üretmektedir. 30.000 m<sup>2</sup> kapalı alanda 430 kişiyle üretim yapmakta olup, satışlarının yüzde 95'ni Avrupa ülkelerine ve ABD'ye ihraç etmektedir. Bugüne kadar üretmiş olduğumuz ürünlerle ve üretim teknolojileriyle ilgili olarak alınmış 4 adet patentimiz mevcuttur.

[www.sio-automotive.com](http://www.sio-automotive.com)

#### KALİTE BELGELERİ

ISO 9001, 10002, 14001, OHSAS 18001 ve IATF 16949 kalite belgelerine sahip olan SIO Automotive 2017 Ağustos ayında bünyesinde Ar-Ge Merkezi kurma çalışmalarına başlamıştır.



Küresel ölçekteki OEM ve Aftermarket firmalarına yönelik ürünlerimizi, Almanya, Belçika, İtalya, ABD, İngiltere, Çin gibi ülkelere ihraç ediyoruz. Müşterilerimizin dağıtım ağı sayesinde dünyanın 140 ülkesinde ürünlerimiz kullanılıyor

## TAYSAD ÜYELİK KOŞULLARI

#### Kimler TAYSAD'a üye olabilir?

Yurtiçi ve yurtdışı motorlu taşıt araçları imalat ve yedek parça sektörüne doğrudan veya dolaylı hammadde, yarı mamul, mamul parçalar ile bunlardan meydana gelen modül ve sistemleri imal eden veya yazılım, hizmet veren tüzel kişi kuruluşlar ile bu kuruluşlara mensup gerçek kişiler TAYSAD Taşıt Araçları Yan Sanayicileri Derneği'ne üye olabilirler.

#### Üye olmak için neler yapılmalı?

Dernek merkezinden temin edilecek olan Başvuru Formu doldurulur ve istenilen diğer belgeler (2 adet fotoğraf, Bir önceki yılın Gelir-Gider Tablosu ve Bilançosu, Kalite Belgelerinin Fotokopileri ve Organizasyon Şeması) hazırlanarak, imzalı ve kaşeli dosya olarak TAYSAD'a gönderilir.

#### Dijital başvurular için yapılması gerekenler

Üyelik sekmesine girilerek, Dernek Üyelik Başvuru bağlantısı açılıp ilgili bilgiler tamamlanacaktır. Firma tarafından belirlenen mail adresine ulaşacak şifre ile giriş yapılarak elektronik form doldurulur. Elektronik form TAYSAD'a ulaştıktan sonra ön onaydan geçirilerek ve TAYSAD tarafından gönderilecek e-posta da belirtilen işlemler tamamlanacaktır.

#### Üyeliği onaylanan firmalar ne yapmalı?

Üyeliğe prensip olarak kabul edildikleri kendilerine yazılı olarak bildirilen firmalar, yazıda belirtilen tarihe kadar, kendilerine bildirilecek mali mükellefiyetleri yerine getirmelidirler. Mali mükellefiyetlerini hatırlatmalara rağmen gerçekleştirilmeyen firmaların üyelik kayıtları yapılmaz.

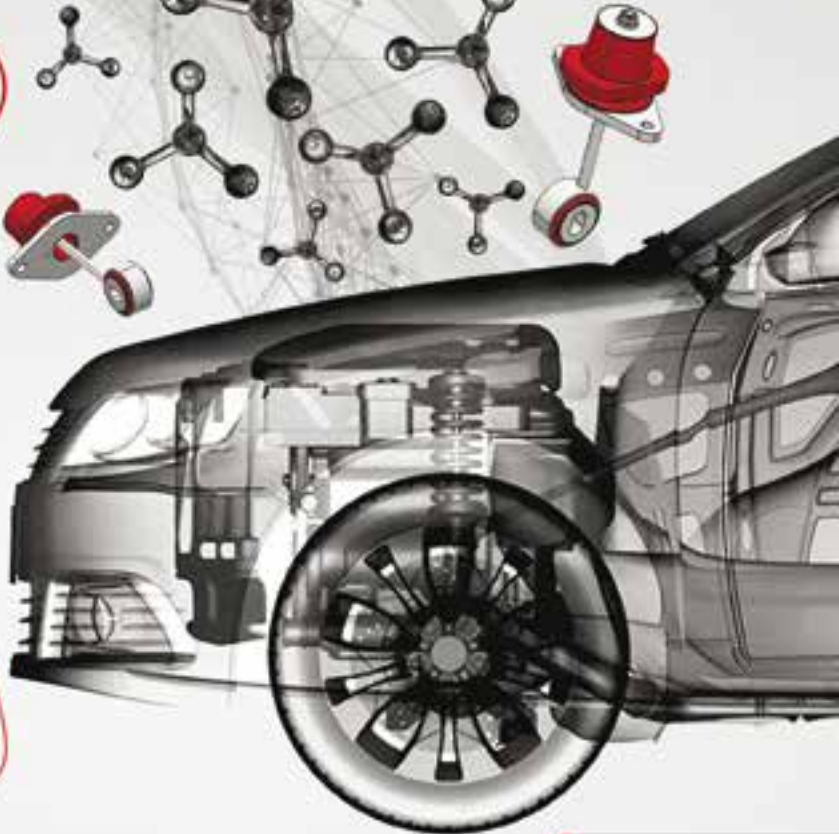
Daha detaylı bilgi almak için derneğimize aşağıda verilen irtibat bilgilerinden ulaşabilirsiniz.

Tel: +90 262 658 98 18 • [www.taysad.org.tr](http://www.taysad.org.tr)

# LİDER TEKNO-LOJİ TEDARİKÇİSİ



**Tekno Kauçuk**, dünya çapındaki müşterilerinin beklenti ve memnuniyetini ön planda tutarak **otomotiv** sektörüne tamamı kendi tasarımı olan teknik kauçuk parçalar üretir.





**AJANDANIZA  
KAYDEDİNİZ!**



# YETENEK YÖNETİMİ KONFERANSI

13 EKİM 2017

## IAEC

International Automotive Engineering Conference '17  
Uluslararası Otomotiv Mühendisliği Konferansı '17

2-3 KASIM 2017

**IV. BAKIM**

**KONFERANSI**

8 ARALIK 2017



taysad

**TASARIM  
TEKNOLOJİ  
TEDARİK**  
Dünyada İlk 10



# EGEMET

*Story of steel and fire*

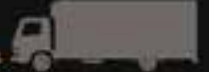
**FLEXIBLE PRODUCTION**

**FAST TOOLING**

**PROFESSIONAL COMPETENCE**

|                              |                                                                                                |
|------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Forging capacity</b>      | 6000 Ton/year                                                                                  |
| <b>Forging Range</b>         | 0,2kg - 45kg                                                                                   |
| <b>Maximum diameter</b>      | 350 mm                                                                                         |
| <b>Certificates</b>          | ISO/TS 16949:2009<br>ISO 9001:2008<br>PED 97/23-EC AD 2000 (W0-W13)                            |
| <b>Forging Lines</b>         | 2 hammer (11m Ton - 6.3m Ton)<br>2 maxi press (1600 Ton - 1000 Ton)<br>1 screw press (630 Ton) |
| <b>Outsourced activities</b> | Machining Coating Heat treatment                                                               |

Commercial vehicles



Agricultural machinery

Industrial vehicles



Railway industry



Egemet Ege Metal Dövme San. ve Tic.Ltd.Şti.  
Ankara Asfaltı Taşkahve Mevkii Kemalpaşa / İZMİR Tel: 0 232- 877 10 49 Faks :0 232- 877 10 50  
info@egemetforge.com www.egemetforge.com



# Endüstri 4.0'la yeniden şekillenen tedarik zincirleri

**Biz tedarik zinciri çalışanlarının iki patronu vardır. Birincisi büyük patron, ötekisi de müşteriler. Bunlar tedarik zincirinden ne beklerler? Müşteriler değer bekler; birçok şey olsun ve en iyi fiyat olsun. Öte yandan büyük patronlar verimlilik ister.**

**T**edarik zincirleri müşteri bulmaz, ürün geliştirmez; bunları pazarlama, satış ve Ar-Ge departmanları yapar. Dolayısıyla bizler organizasyonlarımızın beyni değiliz. Ama bizler şirketlerimizin kasları ve kemikleri. Dünya klasındaki tedarik zincirleri, extreme fit atletler gibidir. Olimpiyat atletleri gibi, güçlü, hızlı, esnek ve çevik. Vücutlarıyla neredeyse her şeyi yapabilirler. Elbette o atletler o noktaya kolay gelmemişlerdir. Yıllarca her gün sabır ve emekle sürekli antrenmanlarla gelişmişlerdir.

Biz tedarik zinciri çalışanlarının iki patronu vardır. Birincisi büyük patron, ötekisi de müşteriler. Bunlar tedarik zincirinden ne beklerler? Müşteriler değer bekler; birçok şey olsun ve en iyi fiyat olsun. Öte yandan büyük patronlar verimlilik ister. Birçok şey olsun ve en düşük maliyetli olsun. İşte bizlerin en ana KPI da böyle ortaya çıkar: Bir çok değeri en düşük maliyetle yarat.

Tartışmasız kollaborasyon tedarik zinciri içerisindeki en önemli faktördür ve olmaya da devam edecektir. Gelişen teknoloji ilişkileri uçtan uca birbirine entegre tedarik zincirlerini artık bir ütopya olmaktan çıkıyor. 2009 yılında Alman hükümetinin endüstriyle dijitalleşme stratejisinin bir parçası olarak doğan ve kısa sürede gelişmiş ülkelere yayılan Endüstri 4.0, tedarik



**KORHAN DEMİRCİ**

**DEMİRCİ EĞİTİM & DANIŞMANLIK KURUCUSU**

rik zincirlerini bugüne kadar hiç olmadığı kadar etkin ve verimli bir hale getiriyor.

Endüstri 4.0'ın temelinde yatan; otomasyon ve data paylaşımının birbirine entegre olduğu üretim teknolojilerine sahip akıllı fabrikalar sayesinde silolar ortadan kalkıyor ve departmanlar, sistemler ve insanlar arasında tam bir bütünleşme mümkün kınıyor.

Artık sadece satınalma, lojistik ve operasyonları birbirine bağlayan, stokları az, üretimi yalın tutmak için dizayn edilmiş geleneksel bir tedarik zinciri yönetimi

yeterli değil. Çünkü; yeni regülasyonlar, artan müşteri beklentileri, kısalan ürün ömürleri, talepteki dalgalanmalar, yeni oyuncular, global tedarik zincirindeki miyopluk, etik değerler ve çevresel faktörlerdeki hassasiyet oyunun kurallarını kökten değiştirdi. O zaman tedarik zinciriniz de değişmeli..

## Peki nasıl?

### Çeviklik ve Adaptasyon

Çeviklik; stokları istenildiği gibi hareket ettirebilme, sevkiyatları konsolide ederek, verimliliğini artırma, yedek parça taleplerine zamanında reaksiyon, hızlı yeni ürün devreye alma, üretimin ortasında bile siparişleri konfigüre ederek değiştirebilme gibi aksiyonları alabilmek demektir.

Çeviklik için ilk adım geniş bir görüşe sahip olmaktır. Göremediğiniz bir şeyi değiştiremezsiniz. Bütünü görebilmek; riskleri yönetmeyi, maliyetleri düşürmeyi ve karlılığı sürdürmeyi sağlar.

Endüstri 4.0'da herkes genişletilmiş tedarik zincirinin bir parçasıdır. Firmalar, tedarikçiler, iş ortakları, rakip ya da müşteri olarak birbirleriyle sürekli etkileşim halindedirler. Bu etkileşim ile ortaya çıkan "big data"yı kendi organizasyonunun yararına kullanabilmek için modern tedarik zincirleri global olmalı ve tüm paydaşlar kendilerini genişletilmiş tedarik zincirinin bir parçası olarak görmelidir. Firmalar, ortak bir vizyon geliştirerek paydaşları ile ve hatta rakipleriyle, kendi başlarına elde edebileceklerinden fazlası için tedarik zinciri müttefiklikleri oluşturmalarıdır.

Günümüzde organizasyonların ihtiyaç duyduğu bu esnekliği, entegrasyonu ve geniş görebilmeyi bulut tabanlı sistemler ile elde etmek mümkün. Gelişmiş

Endüstri 4.0 ile birlikte tedarik zincirlerinin, tedarik networklerine dönüştüğü dijital bir platformun merkezine müşteriyi yerleştirerek rekabetçilik, inovasyon, esneklik, bireysellik ve çalışma kondisyonlarında kökten bir değişim yaratmak hedefleniyor. Amaç; sadece talep ile arzı eşleştirmek değil, bu eşleşmeyi karlılığı da maksimize ederek yapabilmektir.



# Ege Fren

Value Your Safety

[www.egefren.com.tr](http://www.egefren.com.tr)



Frenlemede  
küresel çözüm ortağınız

GET IT ON  
Google play



Ege Fren

Available on the  
App Store





tedarikçi entegrasyonuna ve tüm birimler arası gerçek zamanlı bilgi akışına olanak tanıyan bu platformlar sayesinde tüm paydaşlar aynı güncel arz ve talep dinamiklerini görebilirler, bunlarla ilgili aldıkları aksiyonları bu platform üzerinden diğer paydaşlarla yine gerçek zamanlı paylaşabilirler.

#### Peki kazanımlar nelerdir?

Endüstri 4.0 ile birlikte tedarik zincirlerinin, tedarik networklerine dönüştüğü dijital bir platformun merkezine müşteriye yerleştirilerek rekabetçilik, inovasyon, esneklik, bireysellik ve çalışma koşullarında kökten bir değişim yaratmak hedefleniyor. Amaç; sadece talep ile arzı eşleştirmek değil, bu eşleşmeyi karlılığı da maksimize ederek yapabilmektir.

Holistik tedarik zincirlerinde yalnızca tedarikçiler değil, müşteriler de kategorize edilir. Karlılık esaslı bu gruplama platformu entegre finansman, üretim, satınalma ve ilgili diğer birimler tarafından da görülür A kategorisinden bir satış gerçekleştiği zaman tüm birimlerin öncelik listeleri anlık güncellenir.

Holistik tedarik zincirlerinde tahmin etme değil, talep oluşturma esastır. Üretim planını, hazır ürünleri ve ürünlerle eşleşmiş şekilde malzeme stoklarını gerçek zamanlı görebilen pazarlama ve satış birimlerinin elinde müşteri taleplerini şekillendirebilmek için büyük bir güç oluşur. Bu güç, fiyatlama, promosyon ve farklı müşteri teşvikleriyle talebi şekillendirmek için kullanılır.

Müşteri ile yüz yüze kontak kuran tüm birimlerin saha bilgilerini ve siparişleri aktardıkları bir platform ile mevcut ve olası yeni taleplerin tüm ilgili birimleri gerçek zamanlı tetiklediği bir ortam sağlanır. Böylelikle bayiden, ürün geliştirmeye kadar birimlere müşteri bakış açısı eş zamanlı aktarılır.

Holistik tedarik zincirlerinde ortak müşteri algısı hedeflenir. Müşterinin ürününüzden haberdar olmasından, ürünün



#### ENDÜSTRİ 4.0

Endüstri 4.0'ın temelinde yatan; otomasyon ve data paylaşımının birbirine entegre olduğu üretim teknolojilerine sahip akıllı fabrikalar sayesinde silolar ortadan kalkıyor ve departmanlar, sistemler ve insanlar arasında tam bir bütünleşme mümkün kınıyor.

kullanım süresinin sonuna kadar sizinle ve ürününüzle her bir etkileşimi müşteri tecrübesini oluşturur. Geleneksel tedarik zincirlerinde her birim müşteri tecrübesini kendi parametreleriyle algılar. Üretim gözünde müşteri tecrübesi güven ve maliyettir. Bayiye göre uygun stoktur. Lojistiğe göre zamandır. Dolayısı ile her birinin önceliği farklıdır. Holistik platformda bu öncelikler törpülenir. Herkes filin bütünü görerek hareket eder.

Holistik tedarik zincirleri, çok kanallı sipariş yönetimini gerçek zamanlı satınalma dataları ile destekliyor. POS cihazından ya da Internet üzerinden yapılan tüm işlemler, ilgili tüm birimlerin ve müşterinin görebildiği güncel stoklarla entegreli bir şekilde çalışarak, müşterinin hangi kanalı seçerse seçsin istediği ürüne zamanında sahip olmasını sağlıyor. Ayrıca sisteme entegre her bir perakendeci, eldeki fazla stoklarını ciddi fiyat indirimleri ile satmak yerine, ilgili ürünlerdeki stoğu daha az kanallara stoklarını yönlendirebiliyor.

Geleneksel tedarik zincirlerinde CFO'ların görev tanımında yer alan nakit

bulabilme, holistik yaklaşımda tedarik zinciri yöneticilerinin de KPI'ları arasında girdi.

Nakit Geri Dönüş Döngüsü = Stok Bekleme Süresi +

Satış Vadesi - Tedarikçiye Ödeme

Süresi olarak hesaplanır. Tedarikçiden satın aldığımız bir parçanın nihai ürün satışı sonrası müşteri üzerinden bize nakit geri dönüş süresini verir.

Bu formülden görebileceğiniz gibi nakit geri dönüş döngüsü aslen tedarik zincirinin yetkinliğine bağlıdır. Bu durum özellikle kırılgan ekonomilerde ve kredi darboğazı yaşanan pazarlarda işletme sermayesinin hayati önemi, uçtan uca tedarik zincirinin değerini artırmaktadır. Bu süre ne kadar kısalsın o kadar az işletme sermayesi gerekir. Holistik tedarik zinciri platformunda yoldaki ve eldeki stoklar gerçek zamanlı göz önünde olacağı için sürekli gerçek ihtiyaç kadar siparişleme yapılır.

Nakliye, organizasyonun en büyük indirek maliyetidir. Maliyetler içerisindeki yerine rağmen, nakliye maliyetlerini sınırlayabilmek oldukça güçtür. Çünkü geleneksel tedarik zincirlerinde silolar arasında nakliye harcamaları sağa sola serpişmiş halde dağınık vaziyettedir. Bütünü tüm açıklığıyla görmek zordur. Uçtan uca tedarik zincirlerinde, nakliye yönetim sistemleri, global farkındalığı yüksek networkler üzerine kuruludur. Holistik yaklaşım herkesin ortak bir platformda tüm operasyonları izleyebilmesi ve herhangi bir anlık değişim için bü-

Siparişleri doğru şekilde alabilmek ve yerine getirebilmek müşteri memnuniyeti için birincil şarttır. Bu denli önemine rağmen, maalesef geleneksel sipariş yönetim süreçlerinde kopukluk ve zaaflar kaçınılmazdır. Temel sorun bilgilerin silolar arasında kullaktan kulağa dolaşmasıdır.



**Preste Soğuk Şekillendirilmiş Çelik  
Alüminyum Isı Kalkanları  
Kaynaklı Montajlı Parçalar**



[tkg.com.tr](http://tkg.com.tr)



tün ilgililerin anında müdahale etmesine olanak sağlar. Nakliye yönetimi yalnızca hareket halindeki ürünlerin nakliyesini değil, ilgili tüm birimlerin yönetimini kapsar. Bu platform sayesinde örneğin; tedarikçi yüklemesindeki bir son dakika gecikmesi, alternatif rota çalışmalarını tetiklerken, aynı zamanda üretim planlamadaki akışı da değiştirir.

Uçtan uca tedarik zincirlerinde stratejik satınalmanın maliyete bakış açısı fiyat merkezli olmaktan çıkarak, toplam iye-lik maliyetine dönüşür. Holistik yapıda satınalmacılar tedarikçi fiyatlarını değil, parçanın toplam kullanım süresi içerisinde ortaya çıkan tüm maliyetlerini kıyaslayarak daha doğru seçimler yapabilirler. Finansman, lojistik, ithalat, stok, kalite, satış sonrası iadeleri ortak platformda anlık olarak satınalmacıların parmaklarının ucunda yer alır.

Holistik tedarik zincirinin geniş görüş ve şeffaflık ilkeleri sayesinde, tedarikçi karneleri dosyalarda unutulmak yerine, tedarikçilerin proaktif bir şekilde ve gerçek zamanlı takip edebileceği bir aynaya

## TEDARİK ZİNCİRİ MÜTEFİKLİKLERİ OLUŞTURMAK

**Endüstri 4.0'da herkes genişletilmiş tedarik zincirinin bir parçasıdır. Firmalar, tedarikçiler, iş ortakları, rakip ya da müşteri olarak birbirleriyle sürekli etkileşim halindedirler. Bu etkileşim ile ortaya çıkan "big data"yı kendi organizasyonunun yararına kullanabilmek için modern tedarik zincirleri global olmalı ve tüm paydaşlar kendilerini genişletilmiş tedarik zincirinin bir parçası olarak görmelidir.**

Müşterisini merkeze koyan uçtan uca tedarik zincirlerinde, üretim de esnek ama aynı zamanda maliyet odaklı olmak zorundadır. Üretim planları; müşteri siparişleri, malzeme tedarigi ve karlılık esaslarına göre dinamik bir yapıda takip edilir. Kapasite alakosyanları değişmez kurallara göre değil, mevcut şartlara göre ürün bazlı yapılır.



### GELENEKSEL TEDARİK ZİNCİRİNİN YETERSİZLİĞİ

Artık sadece satınalma, lojistik ve operasyonları birbirine bağlayan, stokları az, üretimi yalın tutmak için dizayn edilmiş geleneksel bir tedarik zinciri yönetimi yeterli değil.

dönüşür. Yalnızca kendilerine ait değil, rakip firmaların da durumları hakkında bilgi alıp, iyileştirme alanları hakkında benchmark yapabilen

tedarikçiler ile uzun dönemli güvene dayalı işbirlikleri mümkün kılınır. Ve en önemlisi buradaki puanlamalar, yalnızca satınalmanın değil anlık olarak malzeme siparişi, finansman gibi departmanların da kararlarına yön verir. Tedarikçi risk puanları; tedarikçi performans notlarından, tedarikçi finansal yapılarından, ülke riskinden ve ekonomik / çevresel faktörlerden gelen anlık datalarla objektif bir şekilde dinamik şekilde hesaplanır ve tedarikçi ilişkilerine yön veren önemli bir data olarak kullanılır.

Siparişleri doğru şekilde alabilmek ve yerine getirebilmek müşteri memnuniyeti için birincil şarttır. Bu denli önemine rağmen, maalesef geleneksel sipariş yönetim süreçlerinde kopukluk ve zaafılar kaçınılmazdır. Temel sorun bilgilerin silolar arasında kulaktan kulağa dolaşmasıdır.

Uçtan uca tedarik zincirlerinde; müşteri siparişinin durumunu doğru şekilde ve gerçek zamanlı olarak takip eder ve

birbirine entegre sistemlerle talep ve talep karşılamadaki anlık beklenmedik değişimler eş zamanlı kararlarla yönetilir.

Müşterisini merkeze koyan uçtan uca tedarik zincirlerinde, üretim de esnek ama aynı zamanda maliyet odaklı olmak zorundadır. Üretim planları; müşteri siparişleri, malzeme tedarigi ve karlılık esaslarına göre dinamik bir yapıda takip edilir. Kapasite alakosyanları değişmez kurallara göre değil, mevcut şartlara göre ürün bazlı yapılır.

Holistik tedarik zincirleri, üst yönetimlerinin 'out of box' bakabilmelerini bekler. Tedarikçiler ile ve hatta rakipler ile sinerji yaratabilecek her türlü iş imkanını destekler. Birleşmeler, satınalmalar, ortaklıklar, coğrafik yeni yapılanmalar ve bir çok gizli fırsatlar oyunun sürekli bir parçasıdır. Hammadde tedarigi, işveren konuları, regülasyonlar, insan hakları ve çevre koruma gibi konularda tüm paydaşlarının sınırları aşarak beraber hareket etmesi hedeflenir.

### Sonuç olarak;

Tek bir global networke bağlı olmayan tedarik zincirleri, engellenmiş ve silolar için de çalışmaya indirgenmiştir. Silolar içinde çalışan tedarik zincirlerinin ölçümleri o silolar içindeki dataya göredir ve silonun performansına odaklanır. Silonun içinde olanları da bütünsel müşteri tecrübesine çevirebilmenin hiç bir yolu yoktur..■





# KAYNAK OTOMASYON ÇÖZÜMLERİ

Tel : + 90 232 325 00 08 Fax : + 90 232 325 00 09

E-Posta : [info@nrm Muhendislik.com](mailto:info@nrm Muhendislik.com)

[www.nrm Muhendislik.com](http://www.nrm Muhendislik.com)



# NÜKLEER OTOMOBİL: Düş mü, gerçek mi?

**G**iderek otomobil dünyasını sarsarak asırlık devlere meydan okuyan ve tamamen elektrikli (EV) araçları neredeyse tüm üreticilerin yakın vadeli planlarına sokmayı başaran Kaliforniyalı Tesla, çok pahalı S ve X modellerinden sonra, 28 Temmuz'da ilk kitlesel modeli, uzun süredir beklenen Model 3'ü nihayet üretmeye başladı. Üst modelinde 310 mil (500 km) menzile ulaşan Model 3'ün, çoğunluğu şirket çalışanı olan ilk 30 alıcısı, örenle araçlarına kavuştular.

Yazımıza Tesla ile başlamış olsak da, bu müthiş firmayı daha sonraki yazılarımızda, daha kapsamlı olarak ele alacağız. Bu yazımızda ise, ilginç bulacağınızı umut ederek içten yanmalı motorlara alternatif arayışlarında biraz eskiye dönerek nükleer otomobil konusuna değineceğiz.

Altı yıl önceki büyük Japonya depremindeki kazadan sonra, nükleer enerjinin parlak bir geleceği ve ciddi bir alternatif olacağını söylemek oldukça zor artık.

Toronto Star köşe yazarlarından Peter Gorrie'nin bir makalesinden yararlanarak



**VAROL  
KARSLIOĞLU**

derlediğimiz bu yazı ile Tesla'dan çok önceki bir döneme dönmüş oluyoruz.

Ford'un 1957 yılındaki nükleer otomobil konseptinden bahsedeceğiz.

Nucleon adı verilen bu konseptte, iki kişilik yolcu bölümünün arkasında, bir uzay aracını çağrıştıran kanatların arasındaki metal bölümde aracın güç ünitesi olan bir uranyum füzyon reaktörü yer alıyordu.

Bundan bir kaç yıl önce Charles Stevens adlı Connecticut'lı bir mucit Ford'un rafa kaldırdığı nükleer otomobil projesini yeni bir yaklaşımla gündeme taşımaya çalışsa da, elektrikli otomobiller alanında kaydedilen önemli gelişmeler ve girişimini gündemden düşürdü. Stevens aslında Otomotiv sektörünün dışından bir isimdi. Firması Laser Power Systems'in geliştirdiği "yeni" nükleer teknoloji, nükleer bir reaksiyonla ısıtılan sudan yüksek buhar basıncı elde etmeye, bu buharın bir türbünü döndürmesiyle elektrik enerjisi üretmeye dayanıyordu.



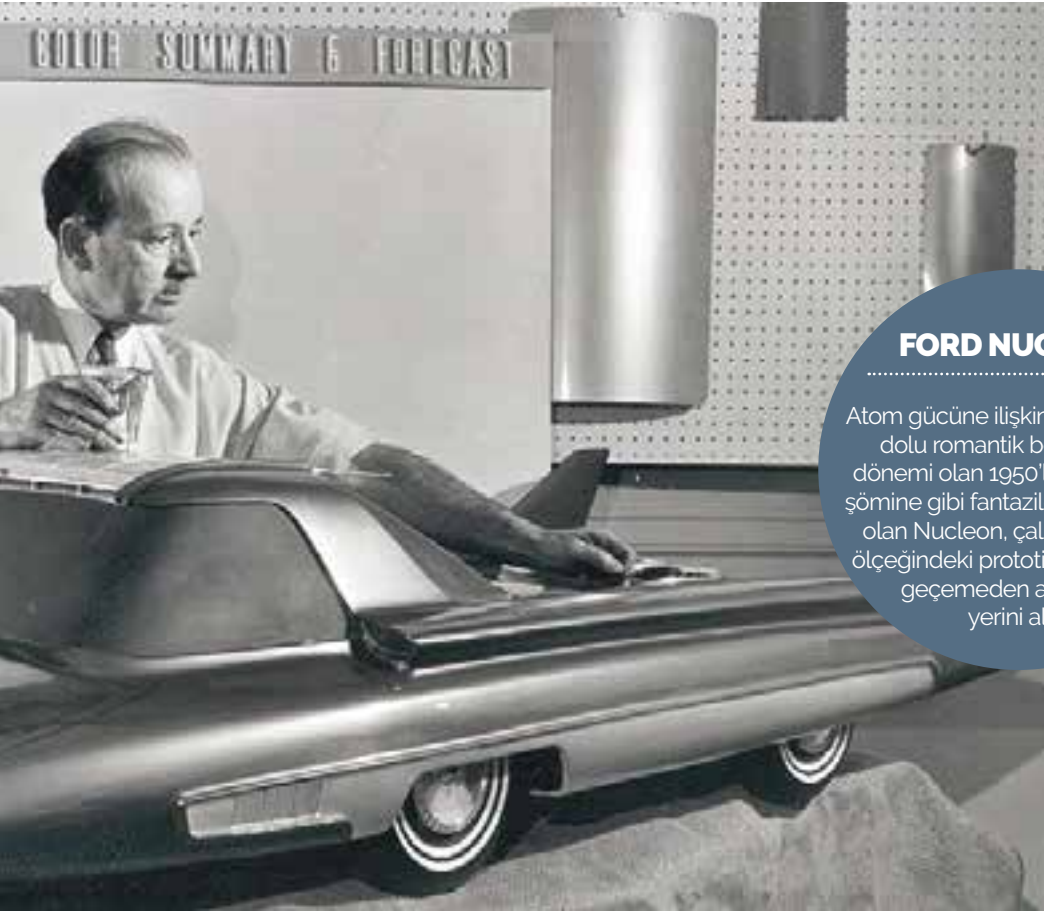
Bir parça metalle 8000 kilometreden fazla yol yapabilen, güçlü aynı zamanda gürültü ve zararlı gaz emisyonu olmayan bir otomobil, kuşkusuz bugün için bile çok yüksek bir vaat.

Atom gücüne ilişkin naif, heyecan dolu romantik beklentilerin dönemi olan 1950'lerde, nükleer şömine gibi fantazilerin bir parçası olan Nucleon, çalışmayan 3/8 ölçeğindeki prototiplerin ötesine geçemeden arşivlerde yerini aldı.

Bütün diğer teknik zorluklar bir yana, en temel husus olan radyasyon kalkanının gerektirdiği muazzam ağırlık bu projenin hayata geçmesinin önünde tek başına yeterli bir engeldi.

Ford'un bu konudaki yorumu ise ilginç: "Bu tür fütüristik konseptler, bir tasarımcının, "bir şey sırf daha önce yapılmadı diye yapılması mümkün demek değildir" olarak özetlenebilecek yaklaşımı kabul etmekteki isteksizliğinin bir yansımasıdır."

Bundan bir kaç yıl önce Charles Stevens adlı Connecticut'lı bir mucit Ford'un rafa kaldırdığı nükleer otomobil projesini yeni bir yaklaşımla gündeme taşımaya çalışsa da, elektrikli otomobiller alanında kaydedilen önemli gelişmeler ve girişimini



### FORD NUCLEON

Atom gücüne ilişkin naif, heyecan dolu romantik beklentilerin dönemi olan 1950'lerde, nükleer şömüne gibi fantazilerin bir parçası olan Nucleon, çalışmayan 3/8 ölçeğindeki prototiplerin ötesine geçemeden arşivlerde yerini aldı.

durmak veya sürdürmek mümkün. Ayrıca tehlikeli yan ürünler açığa çıkmıyor ve çekirdek erimesi gibi bir tehlike de mevcut değil.

Radyasyon kalkanı olarak bir alüminyum folyo kullanmak yeterli oluyor. Bu maddeyi eğer, taş gibi fırlatmayı düşünmüyorsanız bir silaha dönüştürmek mümkün değil ve ayrıca toryum bolca bulunan bir malzeme.

Bu tasarımda "motor" 250 kilovat ve 225 kilo ağırlığında, böylece bir binek otomobili için yeterince küçük ve hafif. Ve sıkı durum şimdi; sadece bir gram toryumun içerdığı enerji, 28bin litre benzinden daha fazla; sekiz gram ile muhtemelen bir daha hiç yakıtı ihtiyacınız olmayacak.

Buna karşılık, bir tür laser olan ısı kaynağını 5000 saat ya da 500bin kilometre sonunda yenilemek gerekiyor ve Stevens'in bu işlemin bir bujiyi değiştirmekten daha zor olmayacağını söylüyordu.

Alüminyum folyo yeterli bir koruma sağlasa da cihaz yedi santimetreden daha kalın paslanmaz çelikten bir koruyucu kılıf içinde idi ve darbe testlerini başarıyla geçmişti.

Stevens: "Toryum teknolojisi çok iyi çalışıyor. Ancak zincirin en zayıf halkası herbiri kendi başına iyi çalışan türbin ile jeneratörün senkronize şekilde çalışmasını sağlamak" diyordu. Bu teknolojinin maliyet açısından içten yanmalı motorla rekabet edebileceği ve pilli-elektrikli araçlardan daha avantajlı olacağını öne sürmüştü.

Stevens, daha beş yıl önce, bu teknolojinin, bir milyar dolarlık bir yatırımla hemen, gelecek yıldan itibaren kullanılabileceğini, ancak böyle bir kaynak hazır olmadığı için bu teknolojinin yaygın kullanımının on yılı bulabileceğini söylüyordu.

Bir kaç yıl önce bu fikre kuşkuyla bakanlar olduğu gibi çalışacağından umutlu olanlar da vardı.

Ancak Tesla gibi vizyoner yüksek teknoloji firmalarının sağladığı, klasik otomobil üreticilerini de harekete geçiren, elektrikli araçlar konusundaki gelişmeler son bir kaç yılda öylesine hızlandı ki, nükleer otomobil Romantik Atom Çağı'nın bir hayali olarak kaldı. ■



gündenden düşürdü. Stevens aslında Otomotiv sektörünün dışından bir isimdi. Firması Laser Power Systems'in geliştirdiği "yeni" nükleer teknoloji, nükleer bir reaksiyonla ısıtılan sudan yüksek buhar basıncı elde etmeye, bu buharın bir türbünü döndürmesiyle elektrik enerjisi üretmeye dayanıyordu.

Bu yöntem aslında, nükleer enerji santrallerinin çalışma prensibi ile aynı idi.

Stevens bu güç kaynağının kişisel ulaşım ihtiyaçlarının çok ötesinde yararlar sağlayacağını hayal ederek bu teknolojiye sahip bir otomobilin, tekerlekli bir uranyum bombası olmayacağını ileri sürmüştü.

Ağır toryum metalinin yavaşça ayrışması ile elde edilecek ısı uranyumdan daha az radyoaktif olduğu gibi bu madde tehlikeye eşğinin altında kalan bir reaksiyonla parçalanıyor. Bu çalışma prensibinde, reaksiyonu "açıp-kapama" yoluyla dur-



# İçerik pazarlama mı? Yoksa geleneksel pazarlama mı?

**İçerik pazarlamanın gerçek zamanlı olarak pazarlama kampanyaları yapma fırsatı sunarken, geleneksel pazarlamanın katı ve durağan yapısı buna olanak tanımaz.**

**İ**çerik pazarlama, sosyal medya reklamcılığından, blog yazarlığına, videolardan e-posta bültenlerine kadar çok farklı biçimlerde oluşturulabiliyor. Ürünlerinizi veya hizmetlerinizi tüketiciye ısrarla göstermek yerine, tüketiciyi ürün veya hizmetiniz hakkında bilinçlendiren içerikler sunuyorsunuz. İçerik oluşturma stratejisi, şirketler olarak tüketiciye sürekli değerli bilgi sunarsanız, sonunda onların sadakatiyle ödüllendirileceğinize inanmaktan geçiyor.

Geleneksel pazarlama ise maruz kaldığımız bir pazarlama çeşidi. Ürün/hizmetler için yapılan reklamların, şirketlerin tüketicilere kendi istedikleri zaman ve mekânda ulaşarak pazarlanmasına dayanıyor. Geleneksel pazarlamacılar, tüketicinin fikrini almadan, geniş bir kitleye hitap ederek, onlara ürün veya hizmetlerinin faydalarını empoze etmeye çalışıyorlar.

İçerik pazarlamanın geleneksel reklamlardan nasıl farklılaştığına bir göz atalım.

## **Tüketiciye Ulaşma Kanallarındaki Farklılık**

Geleneksel pazarlama tüketiciye ulaşmak için televizyon, radyo, gazete, dergi, reklam panosu, doğrudan posta ve broşürleri kullanırken, içerik pazarlama sosyal medya, bloglar, arama motorları, online makaleler, e-posta bültenleri, videolar, podcastler, elektronik kitaplar ve web seminerleri gibi dijital alanları kullanır.

## **Göstermelik mi, Bilgilendirici mi?**

Geleneksel pazarlama, bir işletmeyi veya bir ürünü tüketicilere doğrudan anlatma tutumunu benimser. Sattıkları ürünler hakkında doğrudan ve abartılı bilgiler verirler. İçerik pazarlama ise doğrudan üründen söz etmek yerine hedef tüketici için ilginç, kullanışlı ve değerli içerik sunar. Konu başlıkları beslenme, güvenlik gibi olup, ürünler bu değerli içeriklere iliştilmiş olarak sunulur.

## **Tüketiciye Konuşmak mı, Tüketiciyle Konuşmak mı?**

Geleneksel pazarlamada iletişim tek yönlüdür, diyalog yoktur, sadece sattığınız ürünler tüketicilere gösterilir ve faydaları övülür.



**ECEM SEÇKİN**

**CREATHINKS İÇERİK  
PAZARLAMA YÖNETİCİSİ**

İçerik pazarlamada ise tüketiciler blog yayınlarınıza yorum bırakabilir, web seminerinizde veya podcast'te sizinle etkileşimde bulunabilir, sosyal medya yayınlarınızı yorumlayıp beğenebilirler.

## **Genele mi Yönelik, Hedef Kitleye mi?**

Geleneksel pazarlama, mesajınızı en fazla insana ulaştırmanız içindir. Kadınlara yönelik bir ürünün erkeklere gösterilmesini engelleyerek reklam maliyetinizi düşüremezsiniz. İçerik pazarlama ise sadece cinsiyet değil, bölge, yaş, ilgi alanı gibi pek çok kriter üzerinden mesajınızı doğru kişilere ulaştırabilirsiniz.

## **Tüketiciyi Yönlendiren Şirket mi, Tanıdıkları mı?**

Geleneksel pazarlamada, şirket kendi reklamcılık 'gösterisini' yönetir. Reklamlarının nerede ve ne zaman paylaşılacağı konusunda kendileri karar verirler. Dolayısıyla geleneksel pazarlama yöntemleri ticari odaklı olduğunu müşteriye hissettirir, yapılan reklamın kabul görüp görmediğini bilmeden onlara göstermeye devam eder. İçerik pazarlamada ise içerik çoğunlukla potansiyel müşteriler tarafından kendi istekleri ile paylaşılır, bu da içerik pazarlamayı tüketici yönlendirmeli yapar. Tüketiciden

gelen anlık bilgiler ile reklamların bütçesi ve hedef kitlesi sürekli iyileştirilebilir.

## **İzin Verilen mi, Rahatsızlık Veren mi?**

Geleneksel pazarlama, reklamlarını göstermek için tüketicinin rızasını almaz, çoğu zaman tüketici istemediği halde, o an yaptıkları eylem kesilir ve şirketler satmak istedikleri ürünlerin reklamlarını zorla dayatırlar. İçerik pazarlama ise tüketiciyi zorlamaz, tüketici sponsorlu olarak gördüğü içeriği ancak kendisi isterse tıklarak açar. İçerik pazarlamacılar, tüketicinin gönüllülüğü ilkesi uyarınca, tüketicinin ilgisini çekecek içerik yaratmak zorunda olduğunu bilirler.

Geleneksel pazarlama, tüketici bir haber okurken bir anda ekranı kaplayan ve kapatma tuşu sürekli hareket eden reklamlar gibidir. İçerik pazarlama ise bilgisayarında tenis maçı izleyen kişiye ekranın izin verilen bölümünde, sponsorlu ibaresiyle birlikte tenis ile ilgili değerli bir içerik sunar. Eğer tüketici isterse, kendisi içeriğin üstüne tıklar.

## **Kazanılan Kitle mi, Kiralanan Kitle mi?**

İçerik pazarlama, kitlenizi değerli bir şey sunarak kazanır. İçeriğini keşfeden ve kullanan insanlar, bunu kendileri istedikleri için yapmayı seçerler. Bu gönüllülük, o müşteri kitlesine sahip olduğunuz anlamına gelir. Öte yandan, geleneksel pazarlama taktikleri çoğu zaman "kiralanan" bir kitle tarafından görülür. Geleneksel pazarlamacılar, aslında başka bir şey için orada bulunan belirli bir gruba kendi mesajlarını gösterirler.

## **Dinamik mi, Durağan mı?**

İçerik pazarlamanın gerçek zamanlı olarak pazarlama kampanyaları yapma fırsatı sunarken, geleneksel pazarlamanın yapısı buna olanak tanımaz. Dijital ortamlardaki analitik ölçüm araçları içerik pazarlamanın etkinliğini (tıklamalar, bağlantılar, satın alma vb.) anlık olarak değerlendirip, zaman, para veya enerjiyi gerektiği gibi yeniden tahsis etmeye izin verir. Geleneksel pazarlamadaysa kampanyalar dünyaya açılır ve sonuçlar ancak kampanya tamamlandığında analiz edilir. ■



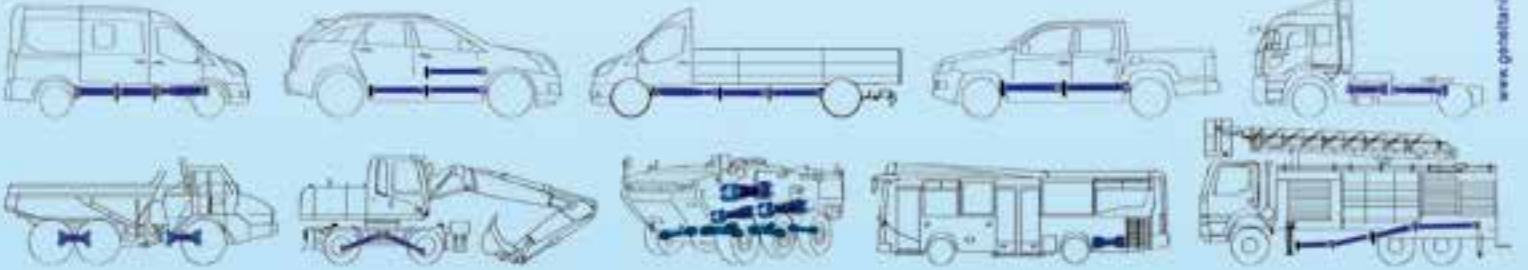
Light - Hafif



Strong - Güçlü



Flexible - Esnek



 TİRYAKİLER AFTERMARKET

 TİRYAKİLER OTO MAKİNA

[www.tiryakiler.com.tr](http://www.tiryakiler.com.tr)

 TİRSAN KARDAN

 TİRSAN RUSSIA



# İşsizliğin önüne geçmek için kilit nokta: 'Yaşam boyu öğrenme'

İnsan kaynakları seçme, yerleştirme ve danışmanlık şirketi Randstad'ın yılın 4 çeyreğinde paylaştığı "Workmonitor/İnsan Kaynakları İstihdam Araştırması Raporu" yayınlandı.

## TÜRKİYE 12. SIRADA

Araştırmaya Türkiye'den katılanlar da yaşam boyu öğrenmeye inanıyor; yüzde 90'lık oranla Türkiye, dünya sıralamasında 12'inci sırada yer alıyor.



Global olarak, katılımcıların yüzde 86'sı yeni istihdam alanları yaratmak ve işsizliğin önüne geçmek için kilit noktanın 'yaşam boyu öğrenme' olduğuna inanıyor.



Araştırmaya katılan çalışanlar sahip oldukları işi koruyabilmek için sürekli öğrenmeye ihtiyaç duyduklarını belirtiyor. Küresel çapta yüzde 86'lık kesimin düşüncesi bu yönde iken, yüzde 97'lik oranla Meksika birinci sırada geliyor.

%86

### KİLİT NOKTA YAŞAM BOYU ÖĞRENME

#### İŞSİZLİĞİN ÖNÜNE GEÇMEK İÇİN EĞİTİM ŞART

Randstad Workmonitor Araştırması'na göre uygun eleman bulunamaması nedeniyle boş kalan pozisyonların doldurulması için, iş arayışında olan kişilerin mümkün olduğunca yeniden eğitilmesi gerekiyor. Global olarak katılımcıların yüzde 88'i bu düşünceyi desteklerken, Türkiye'den katılımcıların yüzde 85'i de işsizlik problemi yaşayanların eğitimle desteklenerek işgücüne kazandırılmasını doğru buluyor.

Randstad Workmonitor / İnsan Kaynakları İstihdam Araştırması, 18-65 yaş aralığında, haftada en az 24 saat çalışan kişilerle gerçekleştiriliyor. 2017 yılının ikinci çeyreğine ilişkin sonuçları içeren rapor yayınlandı.



Kendi ülkesinde iş bulamayan, ancak yurtdışında çalışma imkanıyla karşılaşan kişiler geçici olarak yurtdışına gitmeye sıcak bakıyor. Bu yönde olumlu yanıtın en çok verildiği ülke yüzde 85'lik oranla Meksika olurken; Türkiye yüzde 65'lik oranla 8'inci sırada yer alıyor.

%97

### MEKSİKA BİRİNCİ



Araştırmaya göre global olarak yüzde 69'luk katılımcı, gelecekte kendi ülkelerinde uzmanlık gerektiren bazı pozisyonların doldurulamayacağını düşünüyor. Yerli çalışanlarla doldurulamayacak boşluklar için yurtdışından insanları cazetmenin mümkün olabileceğini belirtenlerin oranı ise yüzde 59.

#### Randstad Workmonitor Araştırması hakkında

Workmonitor raporu araştırması, 2003 yılında Hollanda'da başlamış, Almanya ile devam etmiştir ve şu anda 34 ülkeyi kapsamaktadır. Araştırma Avrupa, Asya Pasifik ve Amerika'da yürütülmektedir. Yılda 4 kere yayınlanan araştırma raporu, yerel ve global istihdam piyasalarına dair hareketlilik (mobility) trendlerini sunmaktadır. Araştırma, 18-65 yaş aralığındaki, haftada en az 24 saat çalışan kişilerle yapılmaktadır. Araştırmaya, her ülke için minimum 400 kişi katılmaktadır.



## Yıldız Kalıp Sanayi ve Ticaret A.Ş.

**Adres:** Hadımköy Yolu Ömerli Mahallesi İhsangazi Sokak No:28  
Arnavutköy - İSTANBUL **Tel:** +90 (212) 771 15 15 **Faks:** +90 (212) 771 28 98  
**E-Posta:** yildizkalip@yildizkalip.com **Web:** <http://www.yildizkalip.com>





# Dünyanın sosyal hali

AYDA  
**1,8**  
MİLYARDAN

fazla aktif kullanıcıya sahip olan Facebook, bugüne kadar dünyanın en popüler sosyal ağını oluşturuyor.

Sosyal medya stratejisi uzmanı Vincenzo Cosenza 2009'dan bu yana ülkelerin en popüler sosyal ağlarının haritasını çiziyor. Ocak 2017'de Alexa ve SimilarWeb'den alınan trafik verilerine dayanan Sosyal Ağlar Dünya Haritası'na göre analiz edilen 149 ülkenin 119'unda hala Facebook'un liderliği ağır basıyor.

2016 yılında sosyal medya kullanımının yüzde 20 oranında arttığı gözleniyor. Özellikle son 10 yılda dünyanın en popüler sosyal platformu olan Facebook etkileyici artışlar göstermiş durumda.

Eğer sosyal medya bir ülke olsaydı, Çin'den daha büyük olurdu. Ancak Çin de dahil olmak üzere birçok büyük pazarda Facebook sosyal ağ olarak tam bir hakimiyete sahip değil.

Dünyada neredeyse 2.8 milyar insan ayda en azından 1 kez sosyal medyayı kullanıyor.

**TÜRKİYE**  
**12.**  
**SIRADA**

En çok sosyal medya kullanan 5 ülkeden 4'ünü Asya ülkeleri oluşturuyor.

Reddit, Avustralya, Kanada, Danimarka, Yeni Zelanda ve Norveç'te 2'nci sırada yer alıyor.

Çoğu alanda Facebook, Twitter ve Instagram'ın engellendiği Çin'de QQZone 632 milyon aktif kullanıcısıyla en iyi sosyal ağ konumunda yer alıyor.

Japonya, Twitter'in en popüler platform olduğu tek ülke.

Ocak 2016'dan bu yana Instagram, Avustralya, Kanada, Danimarka, Yeni Zelanda ve Amerika Birleşik Devletleri'nde ikinci sırada yer alıyor.

**in**

LinkedIn, 2016 yılının başından beri birçok Afrika ülkesinde kutup pozisyonuna geçerken, Facebook'a ait Instagram artık Botswana, Mozambik, Namibya, İran ve Endonezya dahil olmak üzere ülkelerin en popüler sosyal ağlarından biri olmaya başladı.

OVER 70 OEMs

WORLDWIDE USE OUR

COMPONENTS and SYSTEMS



### Complete Driver Control

Steering, hand throttle and pedal assembly offering a complete ready-to-assemble solution.



### Access Control Solutions

A wide variety of access control solutions with robust functionality to meet both on and off-highway industry demands.



### Chassis & Welded Fabrication

A complete in-house design-engineering and manufacturing resources to offer Welded Structures and Chassis to the exact specifications of various industry customers.

info@ilerigroup.com | Ph: +90.262.648 66 66 | ilerigroup.com

f t i in / ilerimechanics

 **ileri**  
group





## Faraday Future, BMW elektrikli araçlar başkanını bünyesine kattı

➔ Nevada'daki elektrikli araç fabrikası projesini iptal etmesine neden olan finansal sıkıntılarla boğuşan Faraday Future, bünyesine önemli kişileri katmaya devam ediyor. Şirket şimdi de BMW elektrikli araçlar sorumlusu Ulrich Kranz'ı bünyesine kattı.

## Daimler AG, blockchain teknolojisine 100 milyon Euro yatırıyor



Daimler AG, ethereum tabanlı özel bir bono çeşidine 100 milyon Euro yatırdı. Daimler'in hazineden sorumlu üst düzey yöneticisi Eva-Marie Scholz, böylece şirketteki pek çok birimin blockchainin potansiyelini göreceğini ve blockchaini gerçek iş modelinde kullanmak için fırsat bulacaklarını açıkladı.

## Porsche ultra hızlı şarj cihazlarının ilk ikisini kurdu

....

Porsche, Mission E modelini 15 dakikada yüzde 80 doluluğu getirecek, 350 kW güçteki yeni şarj cihazlarından ilk iki tanesini Almanya'daki yeni açtığı ofisinde kurdu.

## Elektrikli araç satışlarında Toyota C-HR şampiyon

....

Ülkemizde elektrikli araçlara olan ilgi giderek büyüyor. Yılın ilk yarısında satışlarda yüzde 330 artış yaşanırken satışların şampiyonu da Toyota C-HR modeli oldu.



## Tesla ABD'de yeni batarya üretim tesisleri açacak

➔ Tesla'nın, batarya üretim tesisi Gigafactory'den birkaç tane daha açmak istediği uzun süredir biliniyordu. Musk'ın açıklamalarına göre yeni tesisler birkaç yıl içinde ABD'de de açılacak. Tesla'nın yüksek satışları karşılayabilmesi için ABD'de yeni batarya üretim tesisleri açması şart.

## Fransa'dan dev adım: 23 yıl içinde benzinli ve dizel araçlar yasaklanacak

➔ Fransa'nın yeni Çevre Bakanı Nicolas Hulot, Fransa'yı 2050 yılına kadar karbon salınımı konusunda örnek ülkelerden biri haline getirecek önemli bir kararı resmen duyurdu. Dünyanın önemli otomobil üreticilerinden olan Citroen, Peugeot ve Renault markalarını barındıran Fransa, benzinli ve dizel yakıtlı araçların 2040 yılına kadar ülke genelinde satışını sonlandırmayı hedefliyor.



## Continental'den hoparlörsüz araç içi ses sistemi



Continental geleceğin araçlarında hem ağırlıktan kazanmak hem de iç mekanda yer kazanmak amaçlı yeni hoparlörsüz bir ses sistemi geliştirdiğini duyurdu.

## Audi'den otonom sürüş için yapay zeka: Audi AI

➔ Geçtiğimiz gün teknoloji zirvesi düzenleyen Audi, geliştirdiği en son teknolojilerini sergiledi. Firma yeni tanıttığı 2018 model A8 ile 3. seviye otonom sürüş sunuyor. Otomobillerde otonom sürüş için gerekli olan en önemli özelliklerden biri ise yapay zeka olarak gösteriliyor. Geçtiğimiz gün düzenlenen Audi Teknoloji Zirvesinde, otomobil üreticisi Audi AI isimli yapay zeka teknolojisini tanıttı.



**İnsan Kaynakları, Bilişim, Finans,  
Kamu Mevzuatı ve Hukuk alanlarında  
uzmanlaşmış çalışanları bulunan firmamız;**

- Personel Teşvik Sistemleri(PTS)
- Stratejik Planlama Raporu Portalı (SPR)
- Bordrolama (Bordrotek)
- Kurumsal İş Hukuku Danışmanlığı (KİD)
- İşbaşı Eğitim Programları (İEP)
- Kurumsal SGK Danışmanlığı (KSD)
- MYK Belgelendirme
- Bilişim Teknolojileri (BT)
- İnsan Kaynakları ve Eğitim

alanlarında tüm hizmetlerini **bilişimle** destekleyerek faaliyettedir.

## NEDEN RASYOTEK

- Tüm sektör ve yapılarda uzun zaman başarılı iş tecrübesi,
- Bilişim ve Veri Güvenliği Alt Yapısı
- Çok hızlı ve 'sıfır hatayla' sonuç verme kabiliyeti,
- Hizmetlerinde maksimum fayda çözümleriyle, işverenlere 'gizli maliyet' oluşturmaması,
- Referans sorgusuna açık tüm müşterileri ile %100 müşteri memnuniyeti,



## TAYSAD Üyesi Bazı Referanslarımız



## Diğer Bazı Referanslarımız





**BOSCH**

Yaşam için teknoloji



Enerji verimliliği, güvenlik,  
konfor ve keyif için ilk tercih.

## Bosch mobilite çözümleri

Bosch, yenilikçi teknolojisi sayesinde imza attığı güç aktarma, sürücü destek ve bilgi - eğlence sistemlerinden oluşan geniş ürün yelpazesıyla eksiksiz mobilite çözümleri sunuyor. Mobilitenin geleceğe hazır hale gelmesini sağlayan yüksek kalitemiz ve küresel gücümüz, ürünlerimizi daha verimli, otonom ve ağıba bağlı hale getiriyor. Bosch; ticari araçları, iki tekerlekli araçları ve diğer mobilite hizmetlerini kapsayarak otomobilin ötesine geçiyor. Bosch'un kendine has gücünün altında entegre sistem teknolojileri yatıyor. Bosch; donanım, yazılım ve ilgili hizmetlerin tamamını kapsayan mobilite çözümleri sunuyor.

[www.bosch-mobility-solutions.com](http://www.bosch-mobility-solutions.com)