



ISSN 2149-1232
FİYAT 10 TL

www.satinalmadergisi.com

www.BuyerNetwork.net

Satınalma

Satınalma ve Tedarik Zinciri Yöneticilerinin Dergisi

Yıl: 6 Sayı: 69 | EYLÜL 2018

Tedarik Zinciri Yönetiminde Öncelikler

Arş. Gör. Adil ÜNAL



Türkiye'nin Lider El Aletleri Üreticisi Ceta Form, Satınalma Cep B2B Ticaret Ekosisteminde Yerini Aldı

**BİR HİKÂYE:
BİLİMİN SULTANLARI...!**

Prof. Dr. Mahmut TEKİN

**SAĞLIK İŞLETMELERİNDE
SATINALMA**

Mehmet ATASEVER

**OTOMOTİV SEKTÖRÜNDE
KORUMACILIK**

Hakan UÇAK

TEDARİK ZİNCİRİ YÖNETİMİ MESLEKİ EĞİTİMLER



Detaylı Bilgi:

www.tinova.com.tr

Teklif taleplerinizi Satınalma Cep uygulaması üzerinden iletebilirsiniz.

Satınalma Cep

Akıllı Satınalma Asistanı

ÜCRETSİZ İNDİRİN



Akıllı Satınalma Asistanı

Satınalma Cep



Tedarik Hizmetleri

Direkt ve endirekt alım kategorilerinize destek oluyoruz. Satınalma Asistanı Satınalma Cep Mobili ücretsiz cihazlarınıza indirebilirsiniz.



Tedarikçi İlişkileri

Ürün ve hizmet alımlarınızda doğru tedarikçilerle buluşturuyoruz. Türkiye'nin her yerinden tedarikçilerimizle entegre çalışıyoruz.



Teklif Toplama Kolaylığı

Ürün, hizmet ve tedarikçi araştırmalarında zamandan tasarruf. 7 gün 24 saat çözüm üretiyoruz.

TİNOVA BİLİŞİM TEKNOLOJİLERİ A.Ş.
Kurumsal Tedarik Hizmetleri

✉ info@tinova.com.tr
🌐 www.tinova.com.tr



Çağrı Merkezi: 0 (850) 811 12 41

BU SAYIDA

EYLÜL 2018 YIL:6 SAYI:69

Türkiye'nin Lider El Aletleri Üreticisi Ceta Form
Satınalma Cep B2B Ticaret Ekosisteminde **36**

Tedarik Zinciri Yönetiminde
Öncelikler ve Karşılaşılan Zorluklar Araştırması
Arş. Gör. Adil ÜNAL **31-37**

Bir Hikâye: Bilimin Sultanları...!
Prof. Dr. Mahmut TEKİN **38-39**

Sağlık İşletmelerinde Satınalma ve
Tıbbi Tedarik Zinciri Yönetimine Giriş
Mehmet ATASEVER **40-42**

Otomotiv Sektörünün Korumacılık ile Olan İmtihani
Hakan UÇAK **43**

Eğitim Testleri ile Mesleki Gelişim
Prof. Dr. Murat ERDAL **44-46**

TÜBİTAK'ta yeni dönem
TEYDEB 2.0:Yenilik Destek Programı Hakkında
Sezgin ERZAN **48**

Lojistik Hayattır
Hasan ÖZGEN **54-55**

Küresel Isınma da Küresel Ekonomiye Dahildir
Ahmet CORA **56**

İMTİYAZ SAHİBİ
TİNOVA BİLİŞİM TEKNOLOJİLERİ A.Ş.
ADINA
MURAT ERDAL

EDİTÖR
PROF. DR. MURAT ERDAL
murat.erdal@buyernetwork.net

SORUMLU YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ
ARŞ. GÖR. ADİL ÜNAL
adil.unal@buyernetwork.net

DİZGİ VE TASARIM
FİLİZ ÜNAL
filiz.unal@satinalmadergisi.com

EDİTÖR YARDIMCISI
DR. MEHMET SAYGILI
mehmet.saygili@satinalmadergisi.com

DAĞITIM
MNG Kargo

REKLAM VE SPONSORLUK
reklam@satinalmadergisi.com
0 (212) 509 56 56

ABONELİK
abone@satinalmadergisi.com
www.satinalmadergisi.com/abonelik

YÖNETİM YERİ
Tinoa Bilişim Teknolojileri A.Ş.
İstanbul Teknokent No:37/1 B Blok
No: 105 34320 Avcılar / İstanbul

Tel (0212) 509 56 56
Tel (0546) 740 10 10
Web www.satinalmadergisi.com

YAYIN TÜRÜ: Yaygın, Süreli, Aylık

MATBAA
Anka Matbaacılık
San. Tic. Ltd. Şti.

Adres: 2. Matbaacılar Sitesi, F Blok ZF
9-10 Topkapı Zeytinburnu - İstanbul
Tel: 0(212) 565 90 33
Fax: 0(212) 565 90 34
www.ankamatbaa.com.tr

Satınalma Dergisi, BuyerNetwork.net projesi
kapsamında yayınlanmaktadır.

Satınalma Dergisi T.C. yasalarına uygun
olarak yayınlanmaktadır. Yayınlanan ilanların
ve makalelerin sorumluluğu ilan ve makale
sahiplerine aittir. Satınalma Dergisi basın
meslek ilkelerine uymayı taahhüt eder.

Değerli Yöneticiler,

2018 Yaz dönemi döviz dalgalanmaları ve onun yol açtığı belirsizliklerin yorumlandığı bir dönem oldu. Geline nokta ekonominin işletmelerimizi yeni kararlara sevk edeceği kuşkusuz. Mevcudu koruma ve sürdürülebilir nakit akışlarının sağlanmasında zorluklarla mücadelede yetkin yöneticilere ihtiyacımız var. Özellikle ithalata bağlı gelişen sektörlerde risklerin daha dikkatle değerlendirilmesi gerekmektedir. Önümüzdeki yıllarda satınalma ve tedarik zinciri yöneticilerinin önemi daha artacak. Tedarik zinciri yapılanmasını kurgulayan firmalar bir adım önde olacak. Maliyetlerin kontrolünde ise satınalma operasyonları iyiden iyiye mercek altına giriyor. Doğru tedarikçilerle güvene dayalı doğru sözleşmelerin yapılması hayati hale geliyor.

Üretimde dışa bağımlılığın azaltılmasına yönelik yeni yatırım ve teşvikler daha fazla konuşuluyor adımlar atılıyor. KOBİ'lere yönelik teşvik paketlerinin kapsamı genişletiliyor.

Yerli üretim ve yurt içi tedarikçilerle çalışma mecburiyetimizin olduğu yıllardayız. Fabrikalarımızın çalışması ve istihdamın artması için gayretimiz artıyor. Yurtiçi tedarikçilerimizin dünya ile rekabet avantajını yükseltmesini amaçlayan "yerli ve milli satınalma" anlayışı daha da kuvvet kazanıyor.



Kurumsal Satış Kampanyalarınızı Satınalma Cep'te Düzenleyin

Firmalarımızın ürün (standart ya da atıl stok) ve hizmetlerini hedef kitleye doğrudan iletilmesinde satış fırsatları sunuyoruz. Güncel kurumsal satış fırsat ve kampanya listesini www.satinalmadergisi.com/kampanyalar sayfamızdan da inceleyebilirsiniz.

Satınalma Cep kurumsal pazarda (B2B) firmalar için tüm Türkiye'yi kapsayacak yeni büyüme noktaları ve fırsatlar üzerine çalışmaktadır. **Satınalma Cep** Uygulamasını telefonunuza indirip incelediğinizde teklif alma (toplama), teklif verme, satış kampanyaları, fırsat özellikleri ve Tedarikçi Arama Motoru özelliklerini göreceksiniz.

Tedarikçi üyeliği ve iş ortaklığı kapsamında çözümler:

Başlangıç aşamasında ücretsiz Tedarikçi Sayfası ile sisteme firma girişinizi yapabilirsiniz.

Satınalma Cep Firma Kayıt Linki:
<http://www.satinalmadergisi.com/ucretsiz-kayit/>

• Tedarikçi Üyeliği (Günde sadece 1 TL) ;

Satınalma Cep Ekosisteminde firma sayfası ve 20 adet ürün listeleme sayfanız hayata geçirilir. Satınalma Dergisi'nde haber ve bültenlerinizle yer verilir. Tedarikçi olarak girdiğinizde faaliyet alanınıza uygun müşteri ve talepler tarafınıza yönlendirilir. Aynı zamanda güncel satınalma taleplerine teklif verebilirsiniz.

• İş Ortaklığı Programı ;

İş Ortaklığı Programı ile **firma sayfası, 50 adet ürün listeleme sayfanızla birlikte tüm şirketlere fırsatlar (indirimli kampanya)** sunabilirsiniz. Kampanya ve indirimlerle, kurumsal müşterilere doğrudan ulaşabilirsiniz. Satınalma Dergisi'nde haber, röportaj ve bülten çalışmalarına yer verilmesi, telefon bildirimi (notification) yapılmaktadır.

- 21 Kasım 2018 Satınalma ve Tedarik Zinciri Yönetimi Konferansı - Firma ve Yönetici Ödülleri İçin Başvurunuzu Yapınız

"Büyüyen Ekonomilerde Satınalma ve Tedarik Zinciri Yönetimi" konferansımızın hazırlıklarını sürdürüyoruz. Firma ve kamu kurumlarımızla bilgilendirme toplantıları yapıyoruz. Alanlarında başarı gösteren firma ve yöneticilerimize ödülleri de vereceğiz. Konferans programı ve ödül kategorileri için Tedarik Zinciri sayfalarımızı http://www.tedarikzinciri.org/egitimler/konferans_2018/ inceleyebilirsiniz.

Bu sayımızda yazıları ile katkı veren değerli yönetici ve akademisyenlerimize teşekkür ediyorum. İşlerinizde bolluk ve bereket diliyorum.





Tedarik Zinciri Yönetimi Yüksek Lisans Programları

Yüksek Lisans, Yüksek Hedefler !

www.tedarikzinciri.org



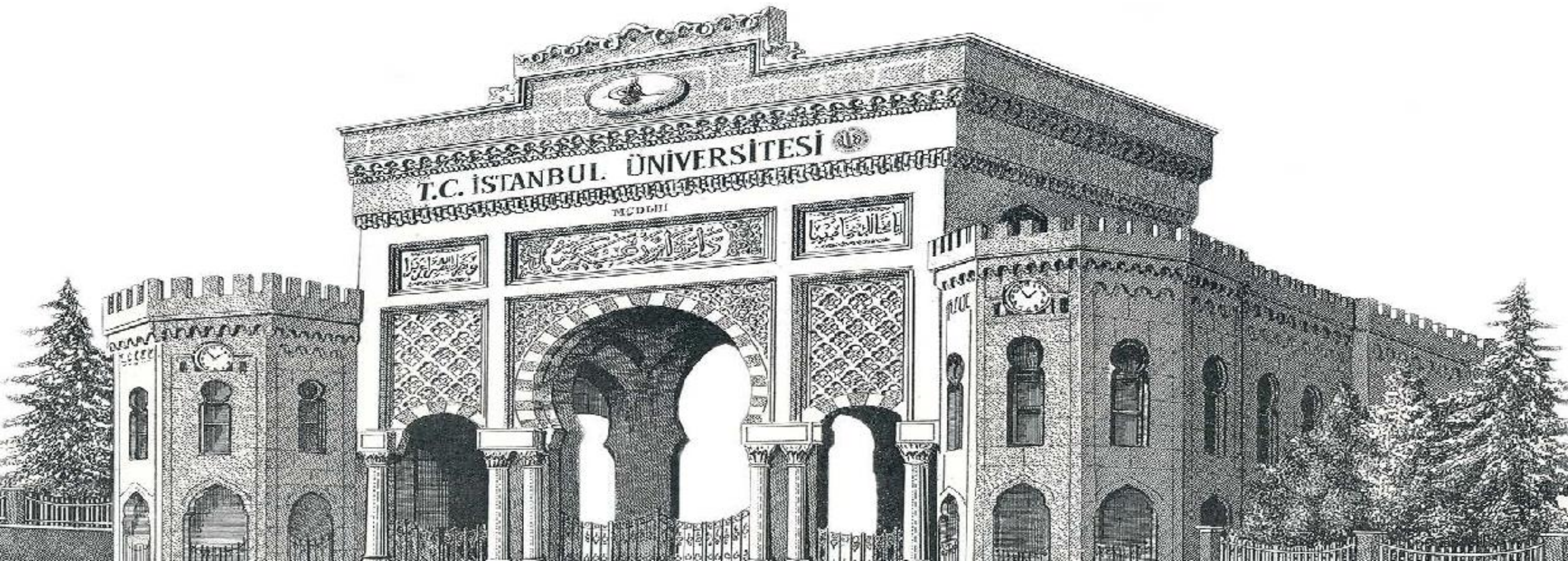
**Satınalma ve Tedarik Zinciri Yöneticileri
Tedarik Zinciri Yönetimi Yüksek Lisans Programında Yetiştiriyor**

Program Başkanı: Prof. Dr. Murat ERDAL (merdal@istanbul.edu.tr)

Program Hakkında: <http://siyasal.istanbul.edu.tr>

Başvuru: <http://sosyalbilimler.istanbul.edu.tr>

Özel Öğrenci Başvuruları Devam Ediyor



SEKTÖREL HABERLER

Türkiye İmalat PMI® Endeksi Ağustos Ayında 46,4 Olarak Gerçekleşti

İstanbul Sanayi Odası ve IHS Markit'ten elde edilen PMI® anket verileri Türk imalat sektörünün faaliyet koşullarının zorlaştığına işaret etti. Döviz kurundaki zayıflığın yansıması olarak üretim ve yeni siparişler ivme kaybederken girdi maliyetleri ve ürün fiyatlarında rekor düzeyde artışlar yaşandı.

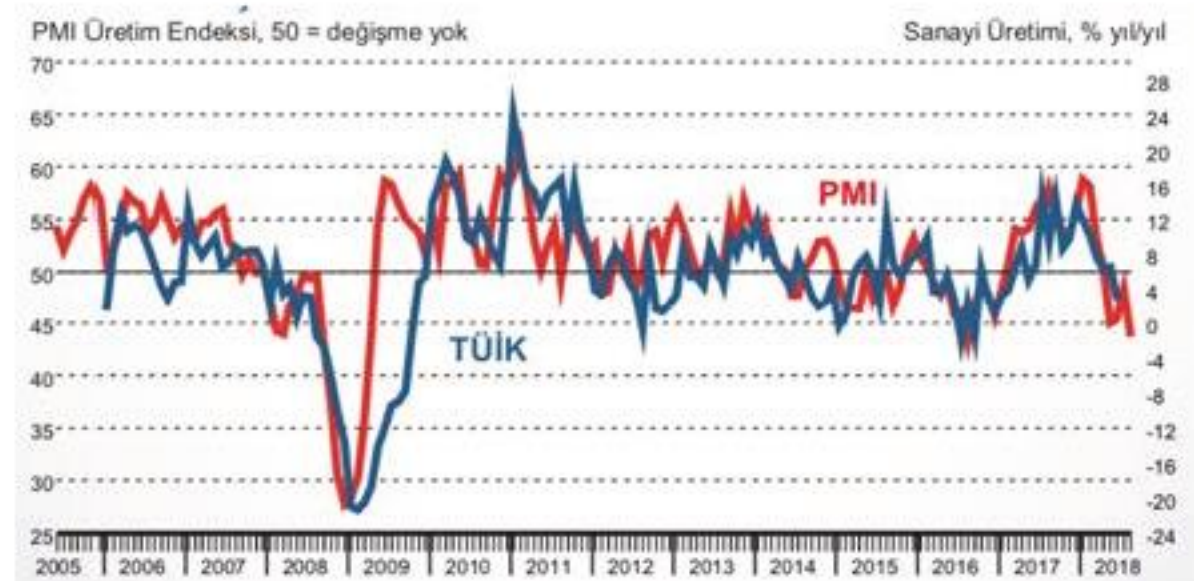
İstanbul Sanayi Odası Türkiye İmalat Satın Alma Yöneticileri Endeksi (PMI), imalat sanayinin kaydettiği performansı sergilemek amacıyla tasarlanmış tek rakamlı, bileşik performans göstergesidir. Manşet gösterge; yeni siparişler, fabrika çıkışları, istihdam, tedarikçilerin teslim süresi ve satın alma stokları gibi göstergelerden elde edilmektedir. 50,0 değerinin üzerinde ölçülen tüm rakamlar sektörde genel anlamda iyileşmeye işaret etmektedir.

Temmuz ayında 49,0 olarak ölçülen PMI endeksi Ağustos'ta 46,4 düzeyinde gerçekleşti ve imalat sektöründe yavaşlamanın üst üste beşinci ay olacak şekilde devam ettiğine işaret etti.

Ağustos sonuçlarında üretim ve yeni siparişlerdeki yavaşlamanın etkili olduğu görüldü. Zorlu talep koşullarının yansıması olarak hem üretim hem de yeni siparişlerdeki ivme kaybı önceki aya göre belirginleşti. Diğer yandan yeni ihracat siparişleri Temmuz'da olduğu gibi Ağustos'ta da artış gösterdi.

Yavaşlayan aktivitenin yansıması olarak istihdam düzeyi Ağustos'ta gerilerken bu durum istihdamda bir önceki ay kaydedilen genişlemeyi dengeledi.

Anekdot temelli bilgiler, zorlu faaliyet koşullarının ve enflasyonist baskılardaki artışın büyük ölçüde Türk lirasındaki zayıflamadan kaynaklandığını gösterdi. Hem girdi maliyetlerinde hem de ürün fiyatlarında anketin başladığı Haziran 2005'den beri gözlenen en güçlü artışlar kaydedildi.



İstanbul Sanayi Odası Türkiye PİM® İmalat Sanayi Raporu

Son veriler, yine sektördeki koşulların yansıması olarak tedarikçilerin teslimat sürelerinde rekor düzeyde artış yaşandığını gösterdi.

Yorum:

İstanbul Sanayi Odası Türkiye İmalat PMI anket

verileri hakkında değerlendirmede bulunan IHS Markit Direktör Yardımcısı Andrew Harker, şunları söyledi:

"Döviz piyasasındaki gelişmeler Ağustos ayında imalat sektörünü belirgin bir şekilde etkilerken enflasyonist baskılarının artmasına ve talep koşullarının zorlaşmasına yol açtı. Diğer taraftan ihracat siparişlerinin üst üste ikinci ay artış göstermesi anketin başlıca pozitif gelişmesi olarak kayda geçti."

İstanbul Sanayi Odası Türkiye PMI® İmalat Sanayi Raporu Üretim Endeksi

S: Üretiminiz bir ay öncesine göre nasıl değişti ?

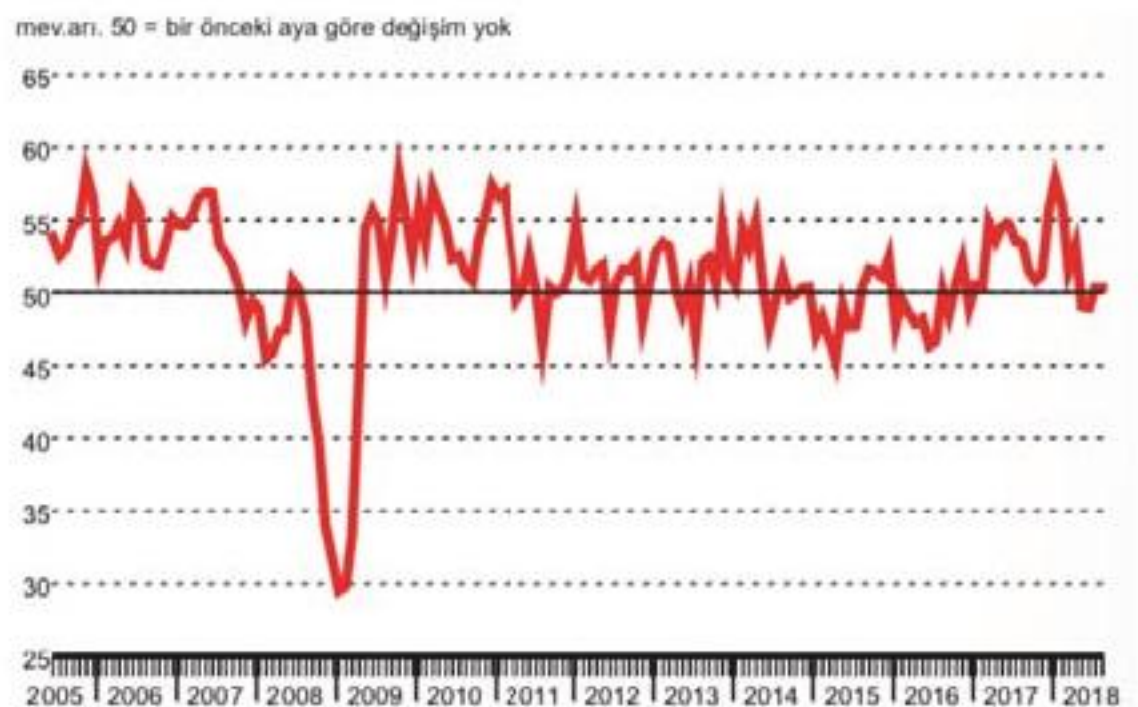
Türk imalat sektörünün üretimindeki yavaşlama Ağustos'ta da sürdü ve son 2 yılın en güçlü düzeyinde gerçekleşti. Üretimdeki ivme kaybı üst üste dördüncü aya taşındı. Anket katılımcıları bu durumun büyük ölçüde döviz kurundaki dalgalanmalardan kaynaklandığını belirtti.



Yeni İhracat Siparişleri Endeksi

S: Yurtdışından aldığınız siparişler bir ay öncesine göre nasıl değişti?

Toplam yeni işlerdeki eğilimden farklı olarak yeni ihracat siparişleri Ağustos'ta üst üste ikinci ay olacak şekilde arttı. Büyüme hızı Temmuz ayındaki düzeyinde gerçekleşti. Anket katılımcıları, Türk lirasındaki zayıflamanın yurt dışındaki müşterilerden gelen talebi desteklediğini belirtti.



SATINALMA CEP

Türkiye'nin Lider El Aletleri Üreticisi Ceta Form Satinalma Cep B2B Ticaret Ekosisteminde

Ülkemizde B2B ticaret büyük bir gelişim içerisinde. Ceta Form kurucusu Cemil Tayman ve Tinova Bilişim kurucu ortağı Prof. Dr. Murat Erdal yeni bir işbirliğine imza attı.

Ceta Form kurucusu Cemil Tayman konuşmasında, "İstanbul'daki fabrikamızda tüm sektörlerdeki profesyonel kullanıcılar için yüksek kaliteli el aletleri ve servis ekipmanları geliştirir ve üretiriz. Otomotiv, Beyaz Eşya, Elektrik, Elektronik, Endüstri, İnşaat, Havacılık, Savunma, Ağır Sanayi, Kamu kurum ve kuruluşları ana sektörlerimizdir. Bu ve benzeri alanlarda çalışan tüm montaj, bakım, onarım ve servis birimlerine profesyonel el aletleri ve ekipmanları sunmaktayız. Teknoloji, kalite ve yenilikçi firma kültürümüzdür. Ülkemizde şirketler arası ticaretin daha da gelişeceğini, bu alanda faaliyet gösteren Satinalma Cep uygulamasının sektörde bir sinerji yaratacağını düşünmekteyiz" dedi.

Satinalma Cep kurucu ortağı Prof. Dr. Murat Erdal ise "mobil uygulamamız tüm sektörlerde yöneticilerin telefonlarında. Tüm bölgelerde firmalarımıza erişim sağlamamız büyük güç katıyor. Tinova Bilişim Teknolojileri A.Ş. olarak kurumsal pazar ve B2B ticaret ana hedefimiz. Bu pazarda günden güne büyüyüyoruz. Ceta

Form el aletleri sanayimizin bir başan öyküsü. Üretilen her ürün büyük bir katma değer. Bu işbirliği kurumsal pazarda iki tarafa da olumlu güç katacaktır" dedi.



Satinalma Cep
Akıllı Satinalma Asistanı

Satinalma Cep
www.cetaform.com

CETA FORM
Profesyonel El Aletleri

İşbirliği

Ücretsiz İndirin
App Store

Ücretsiz İndirin
Google play



İş Ortağımız Olun

Satınalma Cep İş Ortaklığı Programı ile işletmenizin özel ve avantajlı ürün ve hizmetleri, kampanya ve fırsatları endüstri ve ticaret ekosistemine sunabilirsiniz.

50 adete kadar ürün listelemesi yapabilen **Satınalma Cep İş Ortakları** daha fazla sayıda ürün listeleme avantajına kavuşmaktadır. 50+ sayıda ürün listeleme ihtiyaçlarınız için **Satınalma Cep Ekibi** ile iletişim kurmanız gerekmektedir.

İş Ortağı Firma Avantajları

- + Satınalma Taleplerini Alma
- + Gelişmiş Firma Sayfası
- + Satış Kampanyası Düzenleme
- + 50 Adet Ürün & Hizmet Listeleme
- + Talep ve Müşteri Yönlendirme

Tedarikçimiz Olun

Satınalma Cep Tedarikçileri arasına katılarak ürün ve hizmetlerinizi doğrudan satınalma ekosistemine sunabilirsiniz. Ürün ve hizmetlerinize ve ayrıca sektörünüze ilişkin satınalma talepleri **Akıllı Satınalma Asistanı** tarafından hızlı bir şekilde tarafınıza ulaştırılır.

20 adete kadar ürün listelemesi yapabilen tedarikçiler müşteri portföyünü geliştirme imkanı yakalamaktadır. 20+ sayıda ürün listeleme ihtiyaçlarınız için **Satınalma Cep Ekibi** ile iletişim kurmanız gerekmektedir.

Satınalma Cep Akıllı Satınalma Asistanına özel, **"Fırsat ve Kampanya"** sunmak istemeniz durumunda, iş ortaklığı programına katılmanız tavsiye edilmektedir.

Tedarikçi Firma Avantajları

- + Satınalma Taleplerini Alma
- + Firma Sayfası
- + 20 Adet Ürün & Hizmet Listeleme
- + Talep ve Müşteri Yönlendirme





ENERJİ DAĞITIM SEKTÖRÜNDE İÇ DENETİM KONTROL VERİMLİLİĞİ



Energex, Avusturalya-Queensland Hükümeti'ne ait ana elektrik sağlayıcısıdır. Energex, 1.4 milyondan fazla konut, sınai ve ticari müşteriye elektrik dağıtmaktadır. 3.900'den fazla çalışanı olan Energex'in 2016 mali yılı için geliri 500.7 milyon dolar olarak bildirilmiştir.

İşin Zorluğu

İş sürecinin bir parçası olarak, iç denetim ekibi, hesaplarındaki müşteri ve bordro verilerini üç ayda bir değerlendirmek için veri analiz yazılımı kullanmaktaydı. Bu durum, Energex'in İç Denetim Müdürü Brad Pye'ye göre kontrol ortamında boşluklar yaratmaktaydı.

Diğer potansiyel boşlukları belirlemek ve kapsamlı analiz verilerinden yararlanmak için Energex, iç kontrolleri için sistemleri için sürekli bir izleme sürecini benimsemenin gerekliliğini vurgulamaktaydı.

Çözüm

Energex, hesaplarını, müşteri ve tedarikçi verilerini sürekli olarak izlemek adına CaseWare Monitor'u seçti. Şirket, Avustralya ve Yeni Zelanda'da bir CaseWare Analytics distribütörü olan Satori Group'un BT danışmanlarıyla çalışmaya başladı.

CaseWare Monitor çözümü, sürekli olarak, büyük miktardaki borç ve ihale işlemlerini inceleyerek olası herhangi bir usulsüzlük ve yolsuzluk olayını tanımlamak; iç kontrollerin sürekli güvencesini sağlamak; finansal işlemlerin bütünlüğünü doğrulamak ve farklı yasal yükümlülüklerin gereksinimlerine uygunluğunu sağlamak konusunda Energex'e önemli faydalar sağlamıştır. CaseWare Monitor herhangi bir anormalliğin tespitine ve çözümlenmesi noktasında elde edilen bulgular işletme üzerinde olumsuz bir etki yaratmadan önce sorumlu iş personelinin bilgisine otomatik olarak yönlendirilmektedir.

Sonuç

CaseWare Monitor'ün uygulanmasından itibaren ilk iki ay içinde, Energex potansiyel olarak ödemelerde yaklaşık 100.000 \$ bir hata tespit etmiştir. CaseWare Monitor Energex açısından sadece yatırımın anında geri dönüşünü sağlamış olmakla kalmadı, aynı zamanda İç Denetim Müdürü Brad Pye'e göre, "projenin beklenen faydasını sağlarken, toplam yatırım bütçesi de tahmin edilenin altında gerçekleşti."

CaseWare Monitor'un etkinliği, Energex'te heyecan yarattı ve şirket, çözümü alacak ve bordro hesaplarına entegre etmeyi planlıyor.

"Bu proje, etkin ve geliştirilmiş bir iç kontrol çerçevesi elde etmek adına diğer departmanlarla işbirliği içinde çalışabileceğimizi göstermiştir. Proje sayesinde, risk ve kontrol konusunda bilgi ve birikimimiz artarken diğer departmanlara yayılması ile ilgili de önemli bir istek oluşturdu."

CaseWare™ Analytics Big Data Yazılımı Hakkında

1988 yılında Kanada Toronto' da kurulan CaseWare International Inc., halen 172 ülkede 10 milyonu aşkın sektör yöneticisine 17 dilde hizmet vermektedir. Fortune 500 ve Global 500 listesinde yer alan lider firmaların % 80'den fazlasının kullanmakta olduğu CaseWare Analytics ve CaseWare Monitoring programları, işletmelerin karlılık ve verimlilik hedeflerini sürdürülebilir kılmak adına en güvenilir araçtır.

Bilgi ve Deneme Sürümü için
kagan.demirdoven@med-idea.com.tr
Tel: (0 212) 356 7862
<http://www.med-idea.com.tr/>



MED IDEA
Bilgi Yönetimi ve Ticaret A.Ş.

Güvenilir Big Data Analizi Yazılımı

Tedarik Zinciri Verilerinizdeki Kilidi CaseWare'le Açın

Satınalma, Lojistik, Üretim, Planlama ve Tedarik Zinciri Profesyonelleri için operasyonel verilerin analizi ve denetimlerini daha hızlı gerçekleştiren araçları sunar.



Verilerinizi
Keşfedin



Verilerinizi
Görselleştirin



Detayları
Anlayın

Tüm işletme veri analizi ihtiyaçlarınızı kolayca karşılayın



Neredeyse her
kaynaktan verilerinizi
zahmetsizce içe
aktarın



Gerçekleştirilmiş
tüm operasyonları
grafik ve tablo halinde
görselleştirin



Dosyalara kolayca
erişin, kaydedin ve
paylaşın



Verilerinizdeki hataları,
sapma ve tutarsızlıkları
tespit edin



Veri özetleme,
katmanlandırma
ve analitik görevleri
gerçekleştirin



Çevrimiçi eğitim,
ücretsiz betikler ve
eklentiler, uzman
ve topluluk yardımı

Hızlı Görselleştirme Gücü

*Tedarik Zinciri Yöneticileri düşünülerek tasarlanmıştır.

*Tüm verilerinizi saniyeler bazında analiz edebilirsiniz.

*Görselleştirme gücü ile tüm verilerinizi anında otomatik olarak çizelgeler ve alan istatistikleri oluşturur.

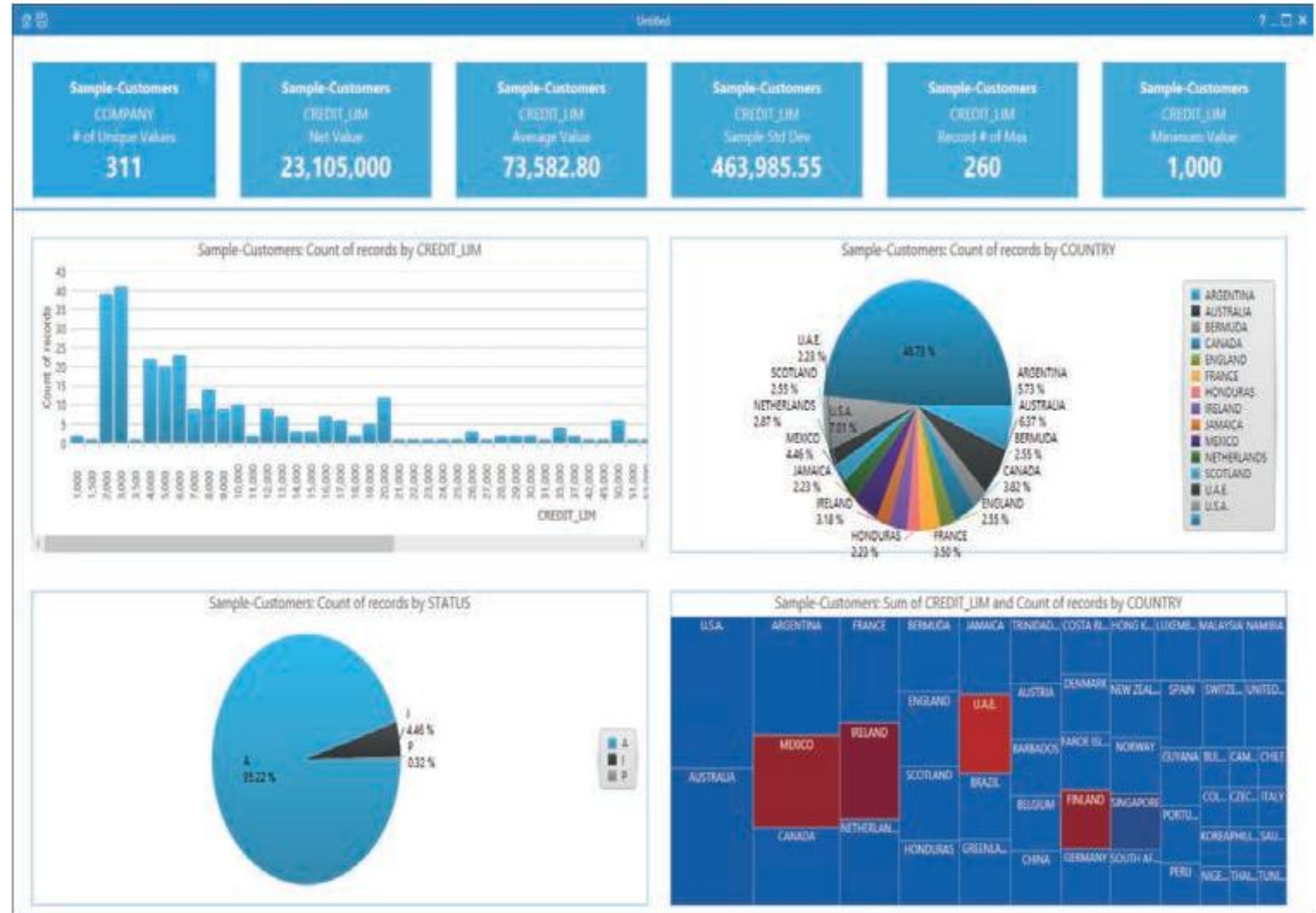
*Dashboard 10 panelde grafik görüntüleme imkanı sağlar.

Hızlı Kontrol ve Analiz Gücü

*Verilerinizde standart dışı, hatalı kalıpları, eğilimleri, sapmaları ve ilişkilendirmeleri hızla belirleyebilirsiniz.

*Tüm bilgileri tek tıkla görün.

*Zamanınızı stratejik kullanmanızı sağlar.



MED IDEA
Bilgi Yönetimi ve Ticaret A.Ş.

Detay Bilgi ve Deneme Sürümü için
kagan.demirdoven@med-idea.com.tr
Tel: (0 212) 356 7862
<http://www.med-idea.com.tr/>

SEKTÖREL HABERLER

Türkiye'deki PPG tesisi, Ford Markasının Global Tedarikçi Havuzuna Girdi

Dünyanın önde gelen otomotiv boya ve yüzey kaplama şirketi PPG, Bursa'daki otomotiv orijinal ekipman (OEM) kaplama tesisinin Ford Motor Company'nin global tedarikçisi statüsüne (Ford Q1) ulaştığını açıkladı. Otomotiv sektörü yapıştıncı ve sızdırmazlık ürünleri üreten Bursa tesisi, bu statüye ulaşan dünyadaki dördüncü PPG tesisi oldu.

PPG'nin Bursa tesisi, Ford denetçilerinin bir yıllık denetim sürecinin ardından Ford Q1 Ödülü'nü alarak Ford Motor Company'nin global tedarikçi havuzuna girmeye hak kazandı. Ford Q1 Ödülü, bir şirketin üretim sistemleri, kalite kontrol yönetimi, müşteri memnuniyeti ve bu süreçleri sürekli geliştirebilme politikalarının detaylı inceleme süreci sonrası veriliyor. Bu ödülü almaya hak kazanan şirket, Ford Motor Company'nin global tedarikçi havuzuna giriyor. Tedarikçi statüsüne giren şirket daha sonra ise, senede en az bir kez gerçekleşen yeniden değerlendirme ve aylık olarak düzenli denetim süreçlerine tabii tutuluyor.

Türkiye'de otomotiv sektöründe iki tesisle hizmet veren PPG şirketi,

Ford'un global tedarikçi havuzuna girmeye hak kazanan Türkiye'deki az sayıdaki şirketlerden biri olma özelliği taşıyor.

PPG Bursa Fabrika Müdürü Hasibe Işık: "PPG'nin Ford'la işbirliği tüm dünyayı kapsıyor, Türkiye pazarında da 15 yıldır birlikte çalışıyoruz" dedi. "Ford Q1 global tedarikçi statüsü kazanmak ekibimiz için bir onur ve motivasyon kaynağı oldu. Süreçlerimizi her zaman,

üstün müşteri memnuniyet anlayışı ve endüstri lideri yenilikler ile geliştirmeye çalışıyoruz."

PPG Global Genel Müdürü Juanjo Ardid ise, "Bu ödüle layık görülmekten dolayı gurur duyuyoruz. Ford, önde gelen otomotiv yapıştıncı ve sızdırmazlık ürünleri müşterilerimizden biri. İşbirliğimizi Türkiye ve dünya genelinde daha da güçlendirmek için sabırsızlanıyoruz." dedi.



HER İŞİN BİR “PRO” SU VAR!



BIRAKIN TERCÜMENİN PRO'SU SİZİN İÇİN ÇALIŞSIN

WWW.PROTRANSLATE.NET

İLETİŞİM HATTI: 0(850) 532 1620

protranslate 

ONLINE TERCÜME HİZMETLERİ PLATFORMU

SEKTÖREL HABERLER

9 Günlük Tatile Rağmen İhracata Ara Yok

Tatil Ağustos'un üçte birini götürdü ancak ihracatı teğet geçti. Ağustos ayında ihracat yüzde 6,5 azalışla 12,4 milyar dolar olarak gerçekleşti. Yılbaşından bu yana 8 aylık ihracat 108,7 milyar dolar olurken, son 12 aylık ihracat 162,4 milyar dolara ulaştı. Bu dönemde 169 ülkeye ihracatta TL kullanıldı. Toplam 3,4 milyar TL tutarında ihracat Türk Lirası ile yapıldı.

Ağustos ayında gerçekleştirilen ihracatın iş günü bazında ortalama değerine bakıldığında; 26 iş günü olan 2017 Ağustos ayında günlük ihracat ortalaması 480 milyon dolar gerçekleşirken, 22 iş günü olan 2018 Ağustos ayında bu rakam yüzde 14,6 artarak 550 milyon dolara çıktı.

TİM Başkanı İsmail Gülle, "Bayram tatili 9 gün olmasaydı ihracatımızda yüzde 10'un üzerinde bir artış görecektik. Ağustos ayında eksik iş günü sebebi ile yaşadığımız kaybı Eylül ayında telafi edeceğiz. Ekim, Kasım ve Aralık aylarında da çift haneli ihracat artışı öngörüyoruz" dedi.

Ağustos ayı ihracat rakamları açıklandı. Buna göre, Ağustos ayında ihracat, geçtiğimiz yılın aynı ayına göre yüzde 6,5 azalarak 12,4 milyar dolar olarak gerçekleşti. Geçen ay 9 günlük bayram tatiline rağmen, ihracat güçlü performansına ara vermeden devam etti.

Ağustos ayında gerçekleştirilen ihracatın iş günü bazında ortalama değerine bakıldığında; 26 iş günü olan 2017 Ağustos ayında günlük ihracat ortalaması 480 milyon dolar olarak gerçekleşti. 22 iş günü olan 2018 Ağustos ayında bu rakam ise yüzde 14,6 artışla 550 milyon dolara çıktı. Bayram tatili nedeniyle kaybedilen 4 iş günü Ağustos ayında ihracatın yaklaşık 2,5 milyar dolar daha düşük gerçekleşmesine sebep oldu. Türkiye İhracatçılar Meclisi Başkanı İsmail Gülle, "Bayram tatili 9 gün olmasaydı ihracatımızda yüzde 10'un üzerinde bir artış görecektik. Ağustos ayında eksik iş günü sebebi ile yaşadığımız kaybı Eylül ayında telafi edeceğiz. Ekim, Kasım ve Aralık aylarında da çift haneli ihracat artışı öngörüyoruz" dedi.

Yılbaşından bu yana ihracat ise yüzde 5,3 artış ile 108,7 milyar dolara ulaşırken, son 12 aylık ihracat da yüzde 6,5 artışla 162,4 milyar dolar olarak gerçekleşti.

Otomotive sektörü liderliğini pekiştirdi

Ağustos ayında sektörel bazda en fazla ihracatı, 1,6 milyar dolar ile yine otomotiv sektörü yaptı. Otomotiv sektörünü, 1,4 milyar dolarla hazır giyim ve konfeksiyon ve 1,3 milyar dolarla kimyevi maddeler sektörleri takip etti. Ağustos ayında en fazla ihracat artışı yaşayan sektörler ise, yüzde 177 ile Mücevher, yüzde 43 ile Çelik, yüzde 10,2 ile Yaş Meyve Sebze sektörleri oldu.

Ağustos ayında 26 il ihracatını artırma başansı gösterirken, ilk 5 il sırasıyla İstanbul, Kocaeli, Bursa, İzmir ve Ankara oldu. İhracat artışında öne çıkan il ise yüzde 166 artışla Osmaniye, yüzde 165 artışla Çorum ve yüzde 62 artışla Düzce oldu.

TL ile ihracatı arttırmamız gerekli

Ağustos ayında ihracatın önemli bir bölümü TL ile yapıldı. Ağustos ayında 169 ülkeye ihracatta TL kullanıldı. Toplam 3,4 milyar TL tutarında ihracat Türk Lirası ile yapıldı. Ağustos ayında Euro ve Dolar paritesindeki hareketin ihracatımıza etkisi ise negatif yönlü olarak 129,6 milyon dolar oldu.

TİM Başkanı Gülle, bilindiği gibi Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın bu konuya özel önem verdiğini bildirdi. Gülle, "Milli paramızın ticarette daha fazla kullanımı hepimizin ortak arzusu. Kurdaki dalgalanmanın piyasayı etkilediği bu günlerde TL'nin değerini koruyabilmemiz adına TL'nin uluslararası ticarette kullanılmasını arttırabilmemiz çok önemli. Şu anda TL ile ihracatımız toplam ihracatımızın yüzde 4,7 sini oluşturuyor. Bu oranı yukarıya çıkarmamız gerekli" ifadelerini kullandı.

Yeni pazarlarda etkinliğimizi arttırıyoruz

İhracat pazarlarına bakıldığında; Ağustos ayında 219 ülkeye ihracat gerçekleştirildi. Bu ülkelerden 96'sına ihracatta artış yaşandı. En çok ihracat gerçekleştirilen ilk 5 ülke Almanya, İngiltere, Irak, ABD ve İspanya oldu. Bunların yanında, ihracat artışında dikkat çeken ülkeler de var. Yemen'e ihracatımız 4 katına, Senegal ve Cibuti'ye ihracatımız ise 2 katına çıktı.

Ağustos ayı içerisinde Rusya'ya ihracatımız yüzde 16 artışla 273 milyon dolara ulaştı. TİM Başkanı İsmail Gülle, bakanlık seviyesinde yapılan temaslardan sonra, Rusya ile ekonomik işbirliğinin daha da derinleştiğini söyledi. Gülle,

"Özellikle vize serbestisi konusunda önemli aşamalar kaydedildi. Yakın zamanda, Rusya'ya seyahat edecek iş insanlarımıza vize kolaylığı sağlanmasını bekliyoruz. Bu gelişmenin ardından, ülke ile ticaretimizin çok daha üst seviyelere çıkacağına inanıyoruz. Sayın Cumhurbaşkanımızın, 7 Eylül tarihinde Tahran'da Rus ve İran liderleriyle yapacağı üçlü zirve ile birlikte bu ülkelerle olan ikili ticaretimizin de önemli oranda artacağını umuyoruz" dedi.

Bugün ve yarın Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın önderliğinde Kırgızistan'da önemli temaslar gerçekleştireceklerini aktaran Gülle, "Ülkemizin bölgeye olan ticaretini geliştirmek için atılabilecek tüm adımları masaya yatıracağız. Dost ve kardeş ülkeler ile önemli anlaşmalara imza atarak, Orta Asya bölgesindeki ticari etkinliğimizi arttırmayı hedefliyoruz" diye konuştu.

Özellikle korumacı politikaların yükseldiği bu dönemde Türkiye'nin yönünü çevirdiği, Latin Amerika, Afrika ve Güney Doğu Asya bölgelerinde Peru, Nijerya, Bangladeş ve Çin gibi ülkeler başta olmak üzere Ocak ayından buyana ihracatın ortalama yüzde 30 arttığına dikkat çeken Gülle, dünyanın dört bir yanına düzenledikleri ticaret heyetleri ile ihracatçıları doğrudan alıcılarla görüşme fırsatı yarattıklarını kaydetti. Gülle sözlerini şöyle sürdürdü:

"Yeniden dış pazarlara ağırlık vererek alternatif pazarlar geliştirmeye çalışıyoruz. Bu çerçevede faaliyetlerimiz tüm hızıyla devam ediyor. Dünyanın dört bir noktasında 7/24 fuar mantığıyla çalışan Türkiye Ticaret Merkezlerimizi hizmete açmaya devam ediyoruz. Önümüzdeki günlerde İngiltere'ye giderek Londra'daki TTM ofisimizin açılışını gerçekleştireceğiz."

ABD ile olan ilişkilerimizin normalleşme sürecine girer

Eylül ayının sonunda gerçekleşecek olan Birleşmiş Milletler Genel Kurul toplantısında Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın son dönemde içinden geçilen sıkıntılı durumun gerçek sebeplerini tüm dünya liderlerine birinci ağızdan anlatmasını beklediklerini ifade eden Gülle, diğer taraftan özellikle ABD ile liderler seviyesinde gerçekleşmesi muhtemel olumlu görüşmelerin de ikili ticari ilişkilerde önemli bir dönüm noktası olabileceğini düşündüklerini kaydetti.

SEKTÖREL HABERLER

TÜRKİYE İMSAD AĞUSTOS 2018 SEKTÖR RAPORU AÇIKLANDI

İnşaat malzemesi sanayi üretimi Haziran ayında geçen yıla göre yüzde 2,5 geriledi, ithalat ise yüzde 12,4 düşüş gösterdi

Türkiye İMSAD, yapı sektörü ve ekonomi çevreleri tarafından dikkatle izlenen aylık sektör raporunu açıkladı. "Türkiye İMSAD Ağustos 2018 Sektör Raporu"nda; geleneksel olarak yılın ikinci ve üçüncü çeyreğinde önemli artış gösteren ancak Temmuz ayında 1,1 puan yükselebilen mevcut inşaat işlerinin, Ağustos ayında 8,4 puan birden düşüş gösterdiği vurgulandı. 2018 yılı Haziran ayında inşaat malzemesi ortalama sanayi üretiminin 2017 yılı Haziran ayına göre yüzde 2,5 gerilediğine yer verilen raporda, ithalatın ise geçen yılın Haziran ayına göre yüzde 12,4 düşüş gösterdiğine dikkat çekildi. Raporda ayrıca, 2018 yılının ilk yarısında ihracatın yüzde 17,8 artarak 9,93 milyar dolara ulaştığı, ihracatta devam eden kuvvetli artış ile birlikte 2017 yılı Haziran ayından bu yana yıllık ihracatın da 18,78 milyar dolar olarak gerçekleştiği belirtildi.

Türkiye İnşaat Malzemesi Sanayicileri Derneği (Türkiye İMSAD)'nin, sektörün çatı kuruluşu olarak hazırladığı 'Ağustos 2018 Sektör Raporu'nda şu tespitler yer aldı: Seçim kararının alındığı ve yapıldığı yılın ikinci çeyreğinde durağanlaşan inşaat faaliyetleri, Temmuz ayında zayıf bir toparlanma gösterdi ancak Ağustos ayında önemli ölçüde geriledi. Gerilemede uzun bayram tatilinin de etkisiyle birlikte ekonomi politikalarındaki belirsizlik, döviz kurları ve faiz oranlarındaki artış ile dış politik gerginlikler belirleyici oldu. İnşaat işlerindeki yavaşlama, inşaat malzemeleri sanayi üretimini ve iç satışlarını ise olumsuz etkilemeye başladı. İnşaat sanayisinde işlerin normalleşmesi için öncelikle piyasalarda güvenin ve istikrarın yeniden sağlanması bekleniyor.

Güven endeksi Ağustos ayında 10,5 puan geriledi

İnşaat sektörü güven endeksi Nisan ayında alınan erken seçim kararı ile birlikte gerilemeye başlamış, seçimler sonrasında ise Temmuz ayında 0,2 puan daha düşerek durağanlaşmıştı. Ağustos ayında ise inşaat sektörü güven endeksi en yüksek aylık düşüşünü gerçekleştirdi ve 10,5 puan birden düştü. Ekonomide yaşanan belirsizlikler ile başta döviz kurları olmak üzere mali göstergelerdeki kayıplar inşaat sektörünü de olumsuz etkiledi.

Mevcut inşaat işleri seviyesinde önemli düşüş

Mevcut inşaat işleri seviyesi, geleneksel olarak yılın ikinci ve üçüncü çeyreğinde mevsimsellik etkisi ile önemli artış gösteriyor. İkinci çeyrekte mevcut işler seviyesi seçimlerin yarattığı belirsizlikler ile gerilemiş, Temmuz ayında ise mevcut işler seviyesi ancak 1,1 puan yükselebilmisti. Ağustos ayında ise mevcut işler seviyesi bir önceki aya göre 8,4 puan birden düşüş gösterdi. İşlerdeki gerilemede güven kaybı ile birlikte finansman olanaklarındaki sıkışma ve faiz oranlarındaki artışın büyük etkisi bulunuyor. Mevcut işlerdeki hareketlenmenin politika uygulamalarına bağlı olacağı öngörülüyor.

Yeni alınan inşaat işleri seviyesi Ağustos ayında 9,3 puan düştü

Alınan yeni iş siparişleri seçim kararı ardından gerilemiş, Temmuz ayında ise sadece 1,7 puan artış göstermişti. Ağustos ayında ise yeni alınan inşaat işleri seviyesi bir önceki aya göre 9,3 puan düşüş gösterdi. Bayram tatili ile birlikte ekonomide, piyasalarda ve mali göstergelerde yaşanan belirsizlikler yeni inşaat işlerini de önemli ölçüde sınırladı.

İpotekli konut satışları Temmuz ayında geriledi

Türkiye genelinde konut satışlarında banka kredileri ile yapılan ipotekli satışlar önemli rol oynuyor. İpotekli konut satışlarında uygulanan düşük faiz kampanyalarının sona ermesi ile birlikte Temmuz ayında ipotekli satışlar bir önceki aya göre önemli ölçüde düştü. Temmuz ayında ipotekli konut satışları geçen yılın aynı aya göre ise yüzde 21,2 düşerek 30 bin 405 adet oldu. Konut kredi faizlerinin aylık ortalama yüzde 1,6'ları aşması ile birlikte kredili-ipotekli konut alım talebi düştü.



SEKTÖREL HABERLER

Yüksek faizler nedeniyle konut sektöründe yeni kampanya

Mayıs ve Haziran aylarında bankaların uyguladıkları düşük faiz kampanyaları nedeniyle diğer faiz oranlarındaki artışa rağmen konut kredisi faiz oranları düşük kalmıştı. Kampanyaların sona ermesinin ardından Temmuz ve Ağustos aylarında konut kredisi aylık ortalama faiz oranları önemli ölçüde artış gösterdi. Bankaların mevcut maliyet yapısını içinde konut kredisi faiz oranlarını düşürme olanağı bulunmuyor. Bu nedenle konut sektörü, kendi içinde yeni bir kampanya başlattı. Yeni kampanyada konut faizleri yüzde 0,98'e çekildi.

İnşaat malzemesi sanayi üretimi Haziran ayında geriledi

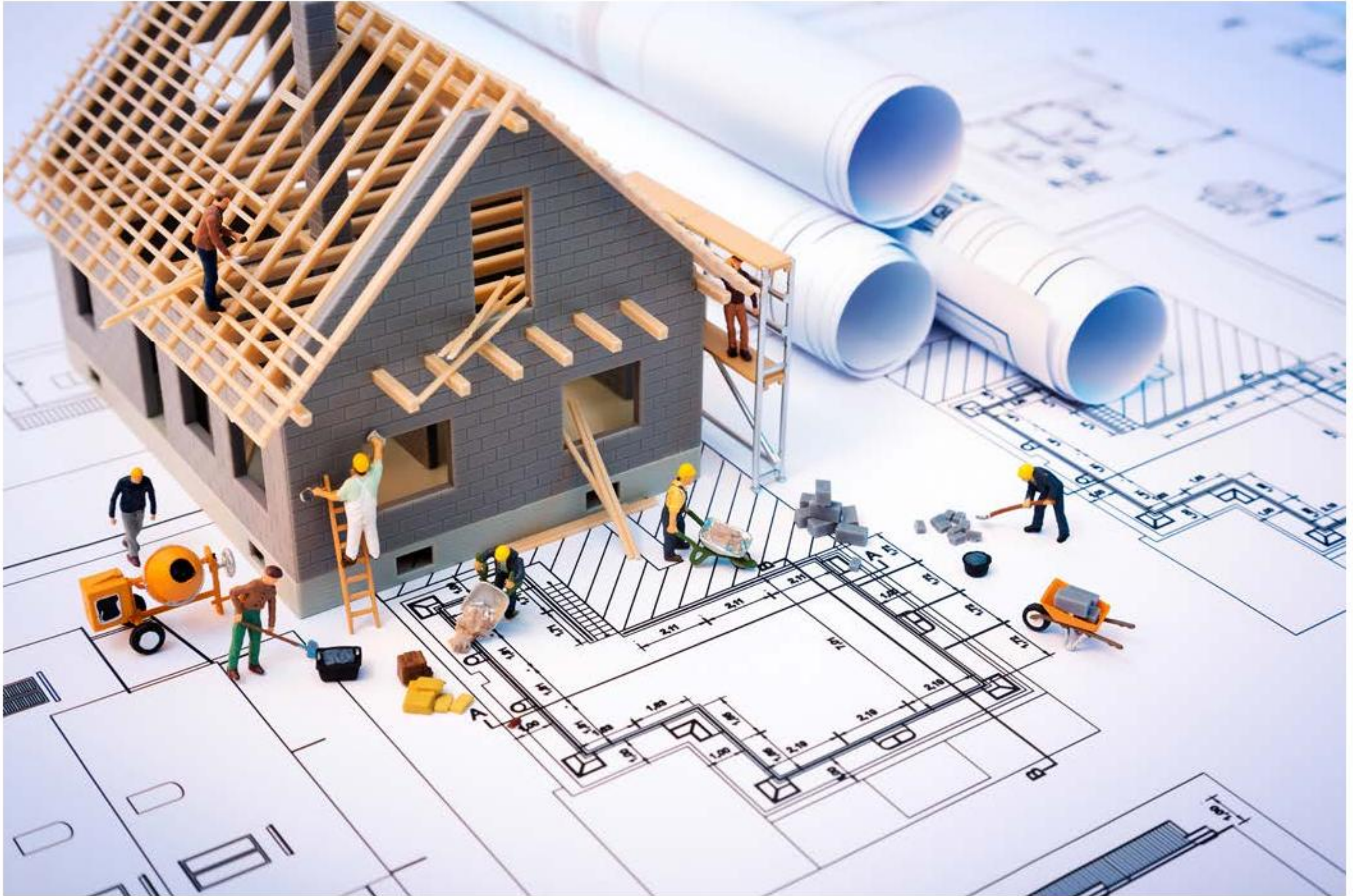
2018 yılı Haziran ayında inşaat malzemesi ortalama sanayi üretimi 2017 yılı Haziran ayına göre yüzde 2,5 geriledi. Böylece ilk kez Haziran ayında üretimin aylık olarak gerilediği görüldü. Haziran ayında iç talepteki yavaşlamanın yanı sıra bayram nedeniyle çalışma gün sayısının azalması da üretimi olumsuz etkiledi. İhracat ise üretim artışını zayıf da olsa desteklemeye devam etti.

İnşaat malzemesi ihracatı yılın ilk yarısında yüzde 17,8 arttı

2018 yılının ilk yarısında ihracat yüzde 17,8 artarak 9,93 milyar dolara ulaştı. İhracatta devam eden kuvvetli artış ile birlikte yıllık ihracat ise 18,78 milyar dolar olarak gerçekleşti. 2018 yılında ihracat yüksek performans göstermeye devam ediyor. Yakın ve komşu pazarlarda göreceli iyileşme ile AB pazarı, ihracat artışına katkı sağlıyor. Döviz kurlarındaki artışın da ihracata destek verdiği görülüyor.

İnşaat malzemesi ithalatı Haziran ayında geriledi

Yeni yılın ilk yarısında inşaat malzemesi ithalatı yüzde 7,2 artarak 4,58 milyar dolara ulaştı. Bununla birlikte ithalat 2018 yılında ilk kez Haziran ayında geriledi. Böylece 2018 yılı Mayıs ayına kadar yükselen ithalat, Haziran ayında geçen yılın Haziran ayına göre yüzde 12,4 düşüş gösterdi. Döviz kurlarındaki önemli artış ve inşaat işlerindeki yavaşlama, yıllık artış hızını da sınırlamaya başladı.



Satınalma Cep Kullanıcıları Fırsatları Yakalıyor, Hediye ve İndirimlerden Faydalaniyor

Satınalma Cep uygulaması B2B mobil ticareti dönüştürmeye devam ediyor. Uygulama alıcıların kolay teklif toplama ve e-teklif süreçlerine destek olurken, anlaşmalı firma ekosistemi üzerinden kullanıcılarına çeşitli avantajlar sağlıyor. Fırsat ve indirimlerin uygulama içerisindeki FIRSATLAR bölümünden takip edilebildiği uygulamayı, Apple ve Android cihazlarınıza ücretsiz indirebilirsiniz.

Yazılımdan Promosyon Ürünlerine, Depo Raf Sistemlerinden Çağrı Merkezi Hizmetlerine Uzanan Avantajlı Teklifler

Kullanıcılar fırsatlara Satınalma Cep uygulaması üzerinden erişebiliyor ve kişisel ve kurumsal alımlarında anlaşmalı firmaların avantajlarını yakalıyor. Güncel Satınalma Cep fırsatları aşağıda sunulmaktadır:

KITAP ALIŞVERİŞLERİNİZE DAHA AZ ÖDEYİN Betayayincilik.com'da %25 İndirim

Satınalma Cep kullanıcılarına özel olarak Beta Yayıncılık işbirliği ile düzenlenen kampanya kapsamında www.betayayinevi.com'da %25 indirimli alışveriş yapabilirsiniz.



TELEFONLARINIZ YANITSIZ KALMASIN Telefon Yanıtlama Paketi 109

Kampanya kapsamında Satınalma Cep'i Apple Store veya Google Play Store mağazalarından indirip, uygulama içerisinde "FIRSATLAR" bölümünden kampanyaya katılan üyelerimiz ayda 129 " yerine 109 "'ye telefon yanıtlama paketine sahip olacaktır.



Avantajlı Alım Teklifleri ve Fırsatlar

Satınalma Cep kullanıcılarına doğru ürün ve hizmetleri doğru maliyette sunmayı amaçlıyoruz. Tedarikçi ve iş ortaklarımızla size özel avantajlı teklifler oluşturarak maliyetlerinizi minimize etmenize yardımcı oluyoruz.



Doğru Ürün ve Hizmet Tedariği

Tüm alım gruplarında Satınalma Cep'i kullanarak teklif isteği oluşturabilirsiniz. Tedarikçi havuzundan uygun firmalar belirlenerek tarafınıza teklifler yönlendirilir.



% 100 Kullanıcı Memnuniyeti

Satınalma Cep ekibi olarak sizlere kişisel zamanınızdan tasarruf ettirecek yöntemleri geliştirirken aynı zamanda kurumunuzun maliyet düşürme stratejilerine destek oluyoruz. Tüm bunları yaparken önceliğimiz "%100 Kullanıcı Memnuniyeti".

Satınalma Cep Yeni Nesil B2B Ticaret Uygulaması

Yeni Müşteriler.
En İyi Tedarikçiler.



TEMESİST ENDÜSTRİYEL DEPO MÜHENDİSLİĞİ Depo Raf Sistemleri Fırsat Paketi

Satınalma Cep kullanıcıları depo raf sistemi ihtiyaçlarında sektör lideri Temesist ile özel fırsatlara sahip oluyor.

Fırsat Paketinde Neler Var?

- 1- Ücretsiz Keşif ve Proje Çizimi
- 2- Proje Sonrası Ücretsiz Deprem Hesaplamaları
- 3- Bakım Desteği



BUYUK VERI YONETİMİNİ KOLAYLAŞTIRIN İdea Analitik Yazılımında %10 İndirim

Satınalma Cep ve Med İdea Bilgi Yönetimi ve Ticaret A.Ş. işbirliği kapsamında Satınalma Cep kullanıcıları, İdea veri analiz yazılımı lisansında %10 indirim kazanmaktadır. Tek kullanıcı lisans bedeli 2 400 Euro + KDV yerine 2 160 Euro + KDV olarak uygulanmaktadır.



SEKTÖREL HABERLER

Kimya Sektörü İhracatta Engel Tanımıyor...**Kimya Sektörü, TURKCHEM 2018 Fuarları ile Uluslararası Pazarlara Açılmaya Hazırlanıyor.**

İKMİB Başkanı Adil Pelister, kimya sektörünün krizi fırsata çevirerek rekabet ve verimini artırma gücüne sahip olduğunu söyledi. 300 bin kişiye istihdam sağlayan ve Türkiye ihracatının yarısından fazlasını gerçekleştiren beş sektörden biri olan kimya sanayi, son dönemde küresel ticarete önüne çıkan engelleri aşarak, 2018 yılının ilk yedi aylık döneminde 9 milyar 914 milyon dolar ihracat rakamlarına ulaşmayı başardı.

Temmuz ayında ihracatını bir önceki yıla göre yüzde 24,25 arttıran ve en çok ihracat yapan üçüncü sektör olarak dikkatleri üzerine çeken kimya sektörü, 8-10 Kasım tarihleri arasında İstanbul Fuar Merkezi'nde düzenlenen Uluslararası Kimya Fuarları TURKCHEM 2018 çatısı altındaki ChemShow Eurasia, ChemLab Eurasia ve ChemTech Eurasia ile yeni uluslararası pazarlara açılmaya hazırlanıyor.

İki yılda bir düzenlenen Uluslararası Kimya Fuarları TURKCHEM 2018'in yeni konseptiyle katılımcı ve ziyaretçilerine daha verimli bir fuar deneyimi yaşatmaya hazırlandığını belirten Artkim Fuarcılık Genel Direktörü Cengiz YAMAN, "TURKCHEM 2018, Türkiye ve EMEA Bölgesi'nin en geniş kapsamlı kimya platformu. Bu yıl 20 ülkeden 300 doğrudan katılımcı ile 1.000'in üzerinde firma ve firma temsilciği ve 70 ülkeden 12.000'i aşkın profesyonel ziyaretçiyi 3 gün süreyle aynı çatı altında buluşturacağız. Katılımcı ve ziyaretçilerimize ihracat fırsatları sunarken, kimya sektöründeki en son yeniliklere ve sorunlara dikkat çeken etkinliklere evsahipliği yağıcağız" dedi.

"ABD ile yaşanan gerilimin en kısa sürede sağduyu ile çözüleceğine inanıyoruz"

Dünya toplam dış ticaret hacmi yaklaşık 16 trilyon seviyesindeyken, kimya sektörü 4 trilyon dolar ile küresel ticaret hacminden yüzde 25 pay alıyor. 2017 yılında 16,1 milyar dolar ile Türkiye'de en çok ihracat



gerçekleştiren 3. sektör konumundaki kimya sanayinin ülkemizin 160 milyar dolarlık toplam ticaret hacmi içerisinde aldığı pay ise yüzde 10.

Türkiye'nin küresel kimya ticaretindeki payını artırması için önemli bir büyüme potansiyeli bulunduğu; istenen büyümenin sağlanabilmesi için de yüksek katmadegerli ürünlerin üretilmesi ve bu nedenle üretimde teknolojik gelişmelere ve finansmana önem verilmesi gerektiğine dikkat çeken İstanbul Kimyevi Maddeler ve

Mamulleri İhracatçıları Birliği (İKMİB) Başkanı Adil Pelister, son dönemde ABD ile yaşanmakta olan gelişmeleri değerlendirdi. Pelister "Küresel ticarete kurallar değişime uğruyor ve taşlar yeniden dağıtılıyor. 2018 yılı Temmuz ayında 2017 Temmuz'una göre 173,18 gibi rekor bir artışla 171 milyon 424 bin dolar ile en çok ihracatı ABD'ye gerçekleştirdik. Bu, son 5 yılda ABD'ye gerçekleştirdiğimiz en yüksek ihracat rakamı oldu. Sektör olarak son dönemde ABD ile yaşanan gerilimin en kısa sürede sağduyu ile çözüleceğine inanıyoruz." dedi.



SEKTÖREL HABERLER

İKMİB Başkanı Adil Pelister şöyle devam etti: "Yaklaşık 300 bin kişiye istihdam sağlayarak ülke ekonomisine oldukça önemli katkı sağlayan kimya sektörümüz Türkiye'nin en fazla ihracat gerçekleştiren 3'ncü sektörü konumunda. 2017 yılında ihracatta yakaladığımız yukarı doğru ivmelenme 2018 yılında da devam ediyor. Kimya sektörümüz yılın ilk yedi aylık döneminde 9 milyar 914 milyon dolar ihracat rakamlarına ulaşmayı başardı. 2018 yılı Temmuz ayında bir önceki yılın aynı dönemine göre ihracatımızı yüzde 24.25 oranında arttırdık ve bir ayda 1 milyar 482 milyon dolar ihracat rakamlarına ulaştık" dedi.

Kimya sektörünün krizi fırsata çevirerek rekabet ve verimini artırma gücüne sahip olduğunun altını çizen Pelister, "Odağımızda ihracat var. İKMİB olarak 8-10 Kasım tarihleri arasında İstanbul'da düzenlenecek EMEA Bölgesi'nin ve Türkiye'nin en geniş kapsamlı Uluslararası Kimya Sanayi Fuarları TURKCHEM 2018'i destekliyoruz ve sektör olarak geniş katılımı yer alacağız. Orta Doğu, Kuzey Afrika ülkeleri, Türki



İki yılda bir düzenlenen TURKCHEM 2018 Fuarları etkinliklerinde; kimya sektöründeki en son bilimsel ve teknolojik gelişmeler konuşulacak....

Uluslararası Kimya Sanayi Fuarları TURKCHEM, 8-10 Kasım 2018 tarihleri arasında İstanbul Fuar

Merkezi'nde 'ChemShow Eurasia: 8. Uluslararası Özel, Spesifik Kimyasallar, Genel Kimyasallar, Petrokimya ve Kimyasal Ara Ürünler Fuarı', 'ChemLab Eurasia: 8. Uluslararası Laboratuvar, Teknoloji, Test & Ölçüm Cihazları Fuarı' ve 'ChemTech Eurasia: 8. Uluslararası Kimyasal Proses ve Otomasyon Endüstrisi, Paketleme, Geri Dönüşüm, Lojistik, İş Güvenliği ve Çevre Teknolojileri Fuarı' olarak 3 ana kategoride düzenleniyor. Kimya sektörünün Türkiye ve EMEA Bölgesi'ndeki en geniş kapsamlı, Avrasya Bölgesi'ndeki tek ve en büyük fuar TURKCHEM 2018, 3 salonda yer alacak etkinlik alanlarında, katılımcı firmalar, akademisyenler ve dernekler ve tarafından gerçekleştirilecek sektöre dair en son yenilik ve teknolojilerin ele alındığı ticari ve teknik sunumlara ev sahipliği yapacak.



Cumhuriyetler, Rusya, Ukrayna vb. gibi pek çok hedef pazar ülkemizden profesyonel alıcılar ve katılımcılar fuarında olacaklar. Ayrıca T.C. Ekonomi Bakanlığı koordinatörlüğünde ve İKMİB Genel Sekreterliği organizatörlüğünde TURKCHEM 2018 Fuarı ile eş zamanlı olarak Alım Heyeti organizasyonu gerçekleştireceğiz. Kimya sektörü olarak bize yeni ve alternatif pazarlara ulaştıracak bu fırsatı en iyi şekilde değerlendireceğiz" dedi.



SEKTÖREL HABERLER

Okul Öncesi Hem Gönüller Hem Cepler Rahat Edecek

Yeni eğitim-öğretim döneminde veliler kırtasiyeye 165 TL ile 650 TL arasında ödeyecek

TÜKİD, yeni eğitim-öğretim dönemi öncesi yıllarca verdiği mücadelenin sonucu kırtasiye ürünlerinin yüzde 99'unun güvenilir olmasını sağladı. Velilerin gönül rahatlığıyla alışverişlerini yapabileceklerini belirten Başkan Vecdet F. Şendil, bir öğrenci için ortalama alışveriş tutarının 165 TL ile 650 TL arasında olacağını açıkladı.

2018-2019 eğitim-öğretim dönemine sayılı günler kaldı. Aileler okul alışverişi telaşı içinde. Yaklaşık 18 milyon öğrencinin okul sıralarındaki yerini alacağı yeni dönemde en merak edilen sorulardan biri de her bir öğrenci için kırtasiye alışverişinin ne kadara mal olacağı.

Yıllardır verdikleri mücadeleler sonucunda kırtasiye ürünlerinin yüzde 99'unu güvenilir hale getirdiklerini ve veliler ile öğrencilerin gönül rahatlığıyla alışverişlerini yapabileceklerini belirten Tüm Kırtasiyeciler Derneği (TÜKİD) Başkanı Vecdet F. Şendil, bu yıl için önemli bazı ürünlerin tavsiye edilen satış fiyatlarını ve bir öğrencinin ortalama kırtasiye alışverişinin tutarını açıkladı.

Okul ve sınıflarına göre yeni dönemde kırtasiye alışverişi ortalaması:**OKUL ÖNCESİ**

Devlet	330 - 410 TL
Özel	490 - 650 TL

İLKÖĞRETİM

Devlet	250 - 330 TL
Özel	425 - 500 TL

ORTA ÖĞRETİM

Devlet	165 - 250 TL
Özel	350 - 425 TL

TÜKİD verilerine göre, 2018-2019 eğitim-öğretim döneminde kırtasiye ürünlerinin fiyatları şöyle olacak:

ÜRÜN	BİRİM FİYATI
Küçük Boy Yazı defteri	3.50 TL
Küçük Boy Resim defteri	5 TL
Makas	3.25 TL
Yapıştırıcı	6 TL
Kalem Çantası	10 TL
Kalemtraş	2,5 TL
Kırmızı Kalem (12 Adet)	15 TL
Silgi	1.25 TL
Kurşun kalem (1 Adet)	1.15 TL
Ataç	1.5 TL
Sayı Fasulyesi	2.25 TL
Abaküs	10 TL
Oyun Hamuru (4 Renk)	15 TL
Sunum Dosyası (60'lık)	20 TL
Kuru Boya (12 Renk)	8 TL
Pastel Boya (12 Renk)	6 TL
Elişi Kağıdı (10'lu)	4 TL
Çelik Matara	25 TL
Beslenme Çantası	28 TL
Renkli Sünger	7.50 TL
Parmak Boyası (6 Renk)	11 TL
Cetvel	1.5 TL
Pergel	8 TL
Fon Karton (10 Renk)	5.50 TL



SEKTÖREL HABERLER

IoT'ye Yatırım Yapan Şirketler Güvenliği Göz Ardı Ediyor

Trend Micro BT ve güvenlik karar vericilerinden oluşan, dünya genelinde bin 150 kişinin katılımı ile Nesnelerin İnterneti (IoT) konusunda gerçekleştirdiği araştırmasının sonuçlarını açıkladı. Araştırmaya katılan şirketlerin yüzde 52'si bir sızıntı sonucu karşılaşılabilecekleri en büyük problemin müşterinin güvenliğini kaybetmek olduğunu belirtti. Araştırmaya katılanların yüzde 42'si IoT stratejilerinde güvenliğin ikinci planda olduğunu itiraf ederken, tehditlerle daha çok karşılaşılmasına rağmen IoT'yi güvenlik riski olarak görenlerin oranı sadece ise yüzde 53.

Birbirleriyle bağlantılı cihazların sayısı arttıkça, işletmeler de siber tehditlere karşı daha açık hale geliyor. Buna rağmen BT ve güvenlik karar vericilerinin yüzde 43'ü IoT projelerini uygularken güvenliğini ikinci plana atıyor. Araştırmaya katılanların yüzde 63'ü IoT ile bağlantılı siber güvenlik tehditlerinin, son 1 yılda daha da arttığını söylerken sadece yüzde 53'ü birbirleriyle bağlantılı cihazların kurumları için bir tehdit olduğunu düşündüğünü belirtiyor.

Sonuçlar, şirket ortamlarına eklenen yeni cihazların güvenceye alınmasını sağlamak için uygulama öncesinde gerçekleştirilecek asgari testler olması gerektiğini ortaya koyuyor. Araştırma ayrıca işletmelerin son 12 ayda bağlantılı cihazlara yönelik ortalama 3 saldırı ile karşı karşıya kaldıklarını da gösteriyor. Bir IoT çözümü uygulayan ya da

uygulamayı planlayanların yüzde 38'i bu süreçte bir güvenlik karar vericisini işe almayı düşünüyor. Bu konu akıllı fabrika uygulaması olduğunda yüzde 32'ye düşüyor. Bu oran akıllı ekipmanların ve giyilebilir projelerin pazara çıkışlarında güvenlik ekiplerinin yardımından faydalanmayla benzerlik gösteriyor. Bu da dünya genelindeki işletmelerin dikkate değer bir oranının istem dışı da olsa geniş bir tehdit yelpazesine açık olabileceklerini gösteriyor.

IoT teknolojilerine yatırım her yıl ortalama 2.5 milyon dolar

Trend Micro Akdeniz Ülkeleri İsrail ve Katar Genel Müdürü Yakup Börekcioğlu; IoT sistemlerinin iş dünyasının geleceği olduğunu ve pek çok yeni tür bağlantılı cihazın kurumsal ağlara tanımlandığını belirtiyor. Börekcioğlu "Araştırma, işletmelerin IoT teknolojileri için her yıl ortalama 2.5 milyon dolar yatırım yaptığını olduğunu ortaya koyuyor. İşletmelerin operasyonları için faydalı olmasına rağmen IoT cihazlarındaki işletim sistemleri kolay yamalama için tasarlanmamıştır. Bu da bir siber risk problemi yaratmaktadır. Bu düzeydeki finansal yatırım ve bu sistemlere karşı düzenlenecek bir siber saldırıdan kaynaklanabilecek dikkate değer etkiler göz önüne alındığında güvenliğin, riski düşürmek için eşit oranda önemli olduğu unutulmamalı. Güvenlik önlemlerine yapılan yatırımlar sistemlerin geliştirilmesi için yapılan yatırımlara paralellik göstermeli

ki hem sonuç hem de müşteri güvenliğini üzerinde büyük bir etki oluşturabilecek riskler azalmalı." açıklamasında bulunuyor.

Güvenlik, sorumluluk, itibar ve iş etkisi

İşletmelere göre bir sızıntının en önde gelen sonuçları arasında yüzde 52 oranı ile müşteri güvenliğini kaybetmek ilk sırada geliyor. Yüzde 49 orasında ise para kaybı ikinci sırada yer alıyor. Dünyada GDPR'ın yürürlüğe girmesiyle pek çok işletme bunu gündeminin ilk sırasına alırken takip eden diğer sonuçlar göreceli olarak daha az endişe yaratıyor. İşletmelerin bir IoT sızıntısının etkisi olabileceğini düşündükleri konular şöyle sıralanıyor:

- Müşterinin güveni (yüzde 52)
- Para kaybı (yüzde 49)
- Kişisel bilgilerin kaybı (yüzde 32)
- Kanun koyucu tarafından cezalandırılmak (yüzde 31)
- Veri güvenliği kurallarını ihlal etmek (yüzde 28)

Araştırma, GDPR uyumluluğunu tehlikeye atma ya da kritik ağları offline hale getirme gibi işletme operasyonları üzerinde önemli bir etki potansiyeline sahip olan sızıntılar sonucunda siber güvenliğin ikinci plana atılamayacağını ortaya koyuyor. IoT uygulama süreçlerinde güvenlik en başından itibaren kilit öneme sahip olmalı.

Börekcioğlu sözlerine şöyle devam ediyor: "IoT çözümleri, işletmelere birçok avantaj sunuyor. Ama eğer güvenlik, IoT çözümlerinin tasarımına uygun değilse ve Güvenlik Cihazı Yöneticileri de IoT uygulama süreçlerinin içerisinde yer almıyorsa, işletmeler birbirleriyle bağlı cihaz teknolojisinin getirdiğinden daha fazla zararla karşılaşabilirler."



SEKTÖREL HABERLER

Türk Konfeksiyon Sektörü Viking Pazarında Büyüyecek

Yıllık 5 milyar dolar hazır giyim ürünleri ithalatı yapan Danimarka'nın üçüncü büyük tedarikçisi olan Türk hazır giyim sektörü, Viking pazarındaki konumunu güçlendirecek adımları arka arkaya atıyor.

Ege Hazır giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (EHKİB), Ticaret Bakanlığı destekli sürdürülen Hazır Giyim İhracatını Geliştirme URGE Projesi kapsamında 11 ihracatçı firma Danimarka pazarına yönelik 7-9 Ağustos 2018 tarihleri arasında "İş ve İnceleme Gezisi" düzenledi. EHKİB, Kasım veya Aralık ayında ise; Danimarka'ya yönelik Sektörel Ticaret Heyeti Organizasyonu gerçekleştirmeye hazırlanıyor.

Danimarka'nın dünya hazır giyim ve konfeksiyon ithalatında 4,8 milyar dolarlık ithalatla 19. sırada yer aldığını ve Danimarka hazır giyim pazarının büyüklüğünün artış trendine sahip olduğunu belirten Ege Hazır giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Burak Sertbaş, Danimarka özelinde İskandinav pazarında yapılacak tanıtım çalışmalarını Danimarka'ya hazır giyim ihracatında büyümeyi hedeflediklerini kaydetti.

Hali hazırda Danimarka pazarında yüzde 9,5'lik pazar payına sahip olduklarının altını çizen Sertbaş, "Türkiye yüzde 9,5 pay ile Çin ve Bangladeş'ten sonra Danimarka'nın üçüncü büyük tedarikçisi konumunda. Danimarka'ya 2017 yılında 393 milyon dolarlık hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı gerçekleştirdik. Türk hazır giyim sektörünün 2017 yılında gerçekleştirdiği 17 milyar dolarlık ihracatın ülkeler sıralamasına baktığımız zaman Danimarka 10'uncu büyük pazarımız konumunda. Danimarka'ya ihracatta hedefimiz 500 milyon dolara ulaşmak" diye konuştu.

faaliyetleri planladıklarını sözlerine ekledi.

İş ve inceleme gezisine tasarımcılarda katıldı

Danimarka'ya yönelik "İş ve İnceleme Gezisi"ne hazır giyim firmalarının tasarımcılarının da katıldığı bilgisini veren Ege Hazır giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Seray Seyfeli, ise; tasarımcılarının Danimarka ve İskandinav pazarının tercihlerini daha yakından gözlemleme fırsatı bulduklarını, Kasım veya Aralık ayındaki organizasyonda bu tecrübeler ışığında hazırlanacak tasarımları pazarlayacaklarını kaydetti.

Danimarka, Kuzey Avrupa'da moda yön veriyor

Ege Hazır giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği üyelerinin 2017 yılında Danimarka'ya 39 milyon dolarlık ihracata imza attığını dile getiren Seyfeli sözlerini şöyle sürdürdü; "Danimarka tasarım ve markalaşma açısından özellikle Kuzey Avrupa'da lider konumda. Moda sektöründe trend belirleyici bir niteliği var. O nedenle Danimarka pazarı hazır giyim ihracatımız açısından stratejik öneme sahip. Danışman firma tarafından yapılan sunumlar ile Danimarka hazır giyim pazarı ve pazarda hakim olan trendler hakkında sahibi olduk. Gerçekleştirilen mağaza ziyaretleri ile müşteriler tarafından talep edilen çizgi, renk ve tasarımlar yerinde gözlemledik. Tamamında hazır giyim markalarının bulunduğu CIFF ve Revolver fuarlarını ziyaret ederek potansiyel müşteriler ile temaslar gerçekleştirdik. Sonuç olarak Danimarka hazır giyim pazarını anlamak ve iş bağlantıları kurmak açısından verimli ve etkili bir ilk ziyaret oldu. Bu ziyaretimizin devamında Kasım veya Aralık ayı içerisinde Danimarka hazır giyim sektörünün en önemli iki merkezi olan Kopenhag ve Herning şehirlerini kapsayacak şekilde Sektörel Ticaret Heyeti Organizasyonu için gerekli hazırlıklara hızla başladık."



Hedef pazarlarımız İngiltere, Hollanda ve Almanya olacak

Ege Hazır giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Burak Sertbaş, "Hazır Giyim İhracatını Geliştirme URGE Projesi" kapsamında bundan sonraki süreçte proje kapsamında öncelikli hedef pazarlar olarak belirledikleri; İskandinav Ülkeleri, İngiltere, Hollanda ve Almanya'ya yönelik uluslararası pazarlama



Bayim® Olur musun?

16.

**FRANCHISING ve
MARKALI BAYILIK FUARI**
16th FRANCHISING & BRAND DEALERSHIP TRADE FAIR

**3000 MARKA!
60.000 ZİNCİR MAĞAZA!
50 MİLYAR DOLARLIK PAZAR!**

TEDARİKÇİ ÖZEL BÖLÜMÜ



**MARKALAR VE TEDARİKÇİLER
AYNI PLATFORMDA BULUŞUYOR**

f t i #bayimolurmusun

Franchise ve Bayilik Veren Firmalar ile,
Ürün ve Hizmet Sağlayan Tedarikçiler Bir Arada.

**11-14 EKİM
2018** | **HALL
5-6-7**
CNREXPO
YEĞİRKÖY
www.bayimolurmusun.com.tr

Organizasyon



Destekleyen



Ana Sponsor



UFRAD'ın DESTEKLEDİĞİ 27. FRANCHISE FUARI



BU FUAR 5174 SAYILI KANUN GEREĞİNCE TOBB (TÜRKİYE ODALAR VE BORSALAR BİRLİĞİ) İZNİ İLE DÜZENLENMEKTEDİR.

www.bayimolurmusun.com.tr • www.bemyfranchise.com.tr

SEKTÖREL HABERLER

TEKNOLOJİ CEO'LARINA GÖRE KORUMACILIK TRENDİ
BÜYÜMEYİ TEHDİT EDİYOR

Vergi, denetim ve danışmanlık şirketi KPMG, küresel çapta 104 teknoloji CEO'suyla yaptığı araştırmada dev şirketlerin teknoloji liderlerinin ekonomi öngörülerini belirledi. Buna göre teknoloji CEO'larının yüzde 54'ü dünyadaki 'korumacılık' trendinin büyümeleri önünde en büyük risk olduğuna inanıyor.

KPMG küresel ölçekte şirketlerin teknoloji liderlerine ülkesellik, büyüme, kamu yaranna teknoloji, siber ve güvenilirlik, yapay zeka, müşteri odaklı hizmet ve milenyum kuşağı ile ilgili değerlendirmelerini sordu. Araştırmayı değerlendiren KPMG Türkiye Teknoloji, Medya ve Telekomünikasyon Sektör Lideri Serkan Ercin, dünyada yükselen korumacılığın tüm ülkeleri ve tüm sektörleri tedbirler almak zorunda bıraktığını söyledi. Ercin, "Milliyetçiliğin yükselişi ve birbiriyle bağlantılı küresel gerilimler, gelir artışı beklentilerinde ihtiyatlı bir tutuma yol açıyor. Buna rağmen her 10 teknoloji CEO'sundan yaklaşık 9'u şirketlerinin büyüyeceğine inancını koruyor. Teknoloji CEO'ları karlılığın yanı sıra teknoloji ve çalışan yatırımına odaklanmakla birlikte yeni iş modellerini de değerlendiriyor" dedi. Araştırmadan çıkan başlıklar şöyle:

Teknoloji CEO'larının yüzde 3'ü üç yıl içinde gelirlerini yüzde 5 veya daha fazla artıracaklarını söylüyor. Yüzde 49'u yüzde 2-5 arası, yüzde 48'i yüzde 2'den az artış olacağına inanıyor.

Teknoloji istihdamı artıracak

• Yine üç yıl içinde CEO'ların yüzde 42'si yüzde 6-10 arası istihdam artışı gerçekleşeceğini belirtiyor. Yüzde 43'ü ise istihdamda yüzde 5'ten az artış bekliyor.

• Teknoloji liderlerinin, teknoloji stratejilerini toplumsal yarar ile ilişkilendirmeleri yönündeki beklenti giderek artıyor. CEO'ların, şirketlerinin vizyon ve inançları doğrultusunda stratejilerinin, müşterileri, çalışanları ve genel olarak toplumu nasıl etkilediği hakkında net ve tutarlı bir duruşa sahip olmaları önem taşıyor. Araştırmaya katılan CEO'ların yüzde 35'i şirketlerinin büyüme stratejilerini toplumsal bir amaçla ilişkilendirmeye çalıştıklarını söylüyor.

• Yüzde 59'u, şirketlerinin müşteri tabanını geliştirmesi için müşteri verilerini korumanın en önemli sorumluluklardan biri olduğunu söylüyor.

• Yüzde 49'u, güçlü bir siber stratejinin paydaşlar arasında güven oluşturmak için kritik öneme sahip olduğunu belirtiyor.

İkinci büyük risk siber güvenlik

Yüzde 54'ü dünyada giderek yayılan korumacılık trendini, şirketlerinin büyümesi önündeki en büyük risk olarak görüyor. Siber güvenlik tehdidi ise riskler arasında yüzde 45'le ikinci sırada yer alıyor.

Yapay zekayla verim yükselecek

• Teknoloji liderlerine göre, yapay zeka ve algoritmalar, insan çalışanların daha yüksek faaliyetlere odaklanmalarını, müşterilere daha etkin hizmet vermelerini, daha iyi ürün ve hizmet geliştirmelerini sağlayacak. CEO'ların yüzde 60'ı önümüzdeki üç yıl içinde yapay zekanın şirketteki işlerde net bir artış sağlamasını bekliyor.

• Yüzde 42'si, yapay zekanın şirketlerine sağlayacağı en büyük faydanın 'müşteri deneyimini geliştirmek' olacağına inanıyor.

Milenyum kuşağını kazanma yarışı

Teknoloji CEO'ları milenyum kuşağını kazanmak için müthiş bir çaba sarf ediyor. CEO'lara göre milenyum kuşağına hizmet vermenin önünde çeşitli zorluklar var;

• Yöneticilerin yüzde 53'ü, online içerik rekabetiyle milenyum kuşağının dikkatini çekmenin zorluklarını başında yer aldığını söylüyor.

• Yüzde 44'üne göre, talebe bağlı hizmetlerde milenyum kuşağının beklentilerine yanıt vermek zorluklardan biri.

• Satış ve dağıtım modellerini milenyum kuşağı beklentilerine göre uyarılmanın zorluklardan bir diğeri olduğunu belirtenlerin oranı yüzde 43.

• Yüzde 42'lik kesim ise markalarını yeniden konumlandırmayı zorluk sıralamasına koyuyor.

• Araştırmaya katılan CEO'ların yüzde 40'ı ise, milenyum kuşağının ihtiyaçlarının eski müşterilere göre farklı olduğunu anlamının bu zorluklar arasında yer aldığını ifade ediyor.



SEKTÖREL HABERLER

Müşteri Deneyiminde Başarının Anahtarı 'Dürüstlük'

KPMG, 14 farklı ülkeden yaklaşık 55 bin katılımcı ile gerçekleştirdiği 2018 Müşteri Deneyimi Mükemmelliği Analizi'nde yaklaşık bin 400 markayı mercek altına aldı. Araştırma, müşteri odaklı ve teknolojiyi müşteri deneyimine entegre eden markaların değer kazanarak rekabet üstünlüğü sağladığını ortaya koyuyor.

Uluslararası denetim, vergi ve danışmanlık firması KPMG, tüm dünyada küresel müşteri deneyimi trendlerini araştırdı. 9 yıldır sürdürdüğü, 2 milyon aşkın tüketiciyle ve toplamda 2.300 marka için gerçekleştirdiği değerlendirmeler sonucunda mükemmel müşteri deneyiminin 'Altı Sütun'dan oluşan DNA'sını çıkardı.

Kişiselleştirme, dürüst ve ilkeli olma, müşteri beklentileri, sorunları çözüme kavuşturma, harcanan zaman ve çabayı minimuma indirme ve empatiden oluşan 'Altı Sütun'da güçlü performans göstermek, müşterilerin sadakat ve savunuculuk seviyesini artırarak ticari başarıyı beraberinde getiriyor.

Rapora göre şirketler, müşterinin motivasyonu, dikkati, bağlantısı, zamanı ve bütçesinden oluşan beş boyutlu yaklaşımla günümüzün tüketicilerini etkileyen unsurları açıkça görerek bütünsel bir yol haritası çizebiliyor.

Güven krizinin çözümü: dürüstlük ekonomisi

KPMG'nin yayımladığı 2018 CEO Araştırması'na göre CEO'ların yüzde 38'i, markalarının Y kuşağının

ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde yeniden konumlandırılması gerektiğini düşünüyor.

Markalaşma, seneler içinde markanın kimlik, farklılaştırıcı unsur ve kalite göstergesi olarak yaratıldığı aşamalardan geçti. Günümüzde ise markalaşma, güçlü bir değer önermesi çerçevesinde tanımlanıyor. Markanın belli değer yargıları içeren bir felsefeye bağlı olması ve bu felsefeyle ilişkili iyi anlatılan bir hikayeye sahip olması gerekiyor. Bütün sektörleri sarsan Y kuşağı için bir markanın 'neden' ve 'nasıl' sorularına verdiği yanıtlar, 'ne' sorusuna verdiği yanıt kadar önemli. Lider oyuncular, müşterilerin ürün ve deneyimlerin aktif şekillendiricisi olarak markaya katılmasını destekliyor ve onlarla iki yönlü bir iletişim kurarak başarıya ulaşıyor.

Rapora göre aynı insan ilişkilerinde olduğu gibi dürüstlük ve onun sonucunda oluşan güven, marka ile müşteri arasındaki ilişkinin temelini oluşturuyor. Güven krizi yaşayan dünyada müşteriyi çekmek için markaların açık ve dürüst iletişim kurması gerekiyor. Araştırma sonucuna göre dürüstlük ve ilkellik, müşterinin bir markayı başkalarına önermesi için en önemli faktör olarak öne çıkıyor.

Yeni trend 'glokalleşme'

Mükemmel müşteri deneyimi sağlayabilen şirketler, pazarlama, konumlandırma ve satış boyutlarını küresel bir değer önermesi çerçevesinde yerelleştiriyor. Ürün veya hizmetin yerel kültüre uygun hale

getirilme seviyesi markalar arasında değişkenlik gösterse de, önde gelen oyuncular, standartlaştırma ile yerel hassasiyet arasında nereye çizgi çekeceğini biliyor; pazanın nüanslarını anlayıp duyarlılığını koruyarak tutarlı bir marka hikayesi yaratıyor. Bu sayede küresel ürün ve hizmetler ile yerel tüketici arasında bağ kuruyor.

Öte yandan, küresel şirketlerin henüz iz bırakmadığı pazarlarda yerel markalar oldukça geçerli ve etkileşim yaratan yaklaşımları sayesinde müşteri tabanını büyütüyor. Bu da, küresel markaların hızlı büyümesi için pazara ilk giren oyuncu olmanın çok büyük avantaj sağladığına işaret ediyor.

Dijitalleşme firmaları bir adım öteye taşıyor

Rapor, şirketlerin Y kuşağına seslenmek için küçük detaylara önem vermesi, sağlanan ürün veya hizmetin tutarlılığını durmadan takip etmesi ve sürekli gelişme için müşteri geri bildirimlerinden faydalanması gerektiğini belirtiyor.

Lider şirketler artırılmış gerçeklik, sanal yardımcıları, akıllı robotlar gibi yeni teknolojileri şimdiden rekabet üstünlüğü sağlamak için kullanıyor. Ancak yeni teknolojilerin gelişme hızı nedeniyle şirketler hangi teknolojiyi takip edeceği ve önceliklendireceği konusunda net seçimler yapmak zorunda kalıyor. Araştırma sonuçları dijital teknolojileri etkin şekilde kullanabilen şirketlerin yüzde 61'inin, rakiplerinden daha yüksek gelir artışına sahip olduğunu ortaya koyuyor.



SEKTÖREL HABERLER

Fintech Yatırımları Dünyada Rekor Kırıyor

KPMG'nin ikinci çeyrek fintech raporu, 2018'in ilk yarı performansını değerlendirdi. Araştırmaya göre, bu yılın ilk yarısında dünya genelinde fintech yatırımları rekor yükselişle 875 işlemde 57,9 milyar dolarlık büyüklüğe ulaştı.

Türkiye'de ise aynı dönemde 34 işlemde 27,5 milyon dolar yatırım alan startup ekosistemi, geçen yılın ilk yarısında ulaştığı 75 işlemde 46,1 milyon dolarlık yatırımın hayli gerisinde kaldı. Fintech yatırımları ise aynı dönemde 6,2 milyon dolar olarak gerçekleşti.

Finansal teknolojiler dünyayı sarsıyor. KPMG'nin her çeyrek hazırladığı fintech raporuna göre, 2018'in ilk yarısında 57,9 milyar dolarlık fintech yatırımı gerçekleşti. Yılın ilk altı ayında ulaşılan bu rakam, 2017'nin toplamındaki 38,1 milyar dolarlık yatırımı şimdiden geride bırakıp yeni bir rekora imza attı.

Araştırma sonuçlarını değerlendiren KPMG Türkiye Finansal Hizmetler Sektör Lideri Sinem Cantürk, "Küresel ölçekte yapılan büyük işlemler 2018'in ilk yarısında fintech yatırımlarının gücüne güç kattı. Dikkat çeken bir başka nokta ise yatırımların geniş bir alana yayılması. Veri analitiği, yapay zeka ve Regtech dahil olmak üzere fintech'e ait farklı alt sektörler karşı artan bir ilgi olduğunu görüyoruz. Bu yatay kabiliyetler, finansal hizmetler sektörünün bütün segmentlerine hitap ediyor. Yapay zeka ve Regtech gibi gelişmekte olan teknolojilere daha fazla yatırım yapılması dışında, fintech kabiliyetlerini birleştirme ve bunları daha geniş dijital dönüşüm programlarına entegre etme çabalarını da izliyoruz. Kullanılmayı bekleyen önemli miktarda sermaye, dünyanın dört bir yanında ortaya çıkan çeşitli fintech ekosistemleri ve inovasyonu teşvik etmek için fintech'ten yararlanmak isteyen şirketlerin artması nedeniyle, fintech'e yapılan yatırımların 2018'in ikinci yarısına girerken güçlü bir şekilde devam etmesi bekleniyor" dedi.

KPMG'nin ikinci çeyrek fintech raporundan başlıklar şöyle:

Küreselde öne çıkan işlemler

İşlemlerin toplam hacminde önemli bir artış sağlandı. 2018 yılının ilk yarısında 875 yatırım gerçekleşti. Ayrıca, geç aşama risk sermayesi yatırımlarının medyanı, 2017'de gerçekleşen 14 milyon dolardan, 2018 yılının ilk yarısında 25 milyon dolara yükseldi. Erken aşama yatırımların medyanı ise, 2017'de gerçekleşen 5 milyon dolarlık seviyeden 2018 yılının ortasında 9,2 milyon dolara yükseldi.

Değeri 1 milyar doları geçen dokuz büyük anlaşmayla birlikte, 2017'nin ikinci yarısında 22 milyar dolar seviyesinde gerçekleşen küresel fintech yatırımları (özel sermaye, risk sermayesi ve birleşme

& satın alma) 2018'in ilk yarısında 57,9 milyar dolara çıkarak iki kattan fazla büyüme kaydetti.

WorldPay'in İngiltere merkezli Vantiv tarafından 12,9 milyar dolar karşılığında satın alınması dahil olmak üzere, Avrupa'nın en büyük dört fintech anlaşmasının tutarı 22,4 milyar doları buldu.

2017'nin ikinci yarısında yapılan 119 anlaşmaya karşın, Asyalı fintech şirketlerine yapılan yatırımlar 2018'in ilk yarısında 162 anlaşma ile 16,8 milyar doları buldu.

2018'in ilk yarısında 653 anlaşma ile hafif bir artış gösteren risk sermayesi yatırım hacmi, 2015 yılından beri nispeten sabit bir görünüm izlemeye devam ediyor.

ABD'de 328 anlaşma

- 2018'in ilk yarısında Amerikan fintech şirketleri, risk sermayesi fonlarınca yapılan 5 milyar doların üzerindeki yatırımlar dahil olmak üzere 14,2 milyar dolar yatırım aldı. Yeniden yükselişe geçen melek, tohum ve erken aşama risk sermayesi yatırımlarının etkisiyle risk sermayesi işlem hacmi 2017 yılının ikinci yarısında yapılan 276 anlaşmaya karşın 2018 yılının ilk yarısında yapılan 328 anlaşma ile yükseliş trendini sürdürdü.

- Yatırımcılar, RegTech ve yatırım bankacılığı dahil olmak üzere gelişen fintech alt segmentlerinde yeni kurulan şirketlere yatırım yapmakta hızlı davranırken, 363 milyon dolar ile 2018 yılının ilk yarısındaki en büyük risk sermayesi anlaşmalarından birini yapan Robinhood gibi olgun ve geç aşama şirketlere yatırımlarına devam ettiler.

• Brexit'e rağmen Avrupa'da öncü İngiltere

- WorldPay, Nets, iZettle ve IRIS software'in aldığı toplam Avrupa yatırımlarının 22,4 milyar dolarlık kısmını oluşturan önemli yatırımların da etkisiyle Avrupa'da bulunan fintech şirketlerine yapılan toplam yatırım tutarı 2018'in ilk yarısında gerçekleşen 198 anlaşma ile birlikte 26 milyar dolara ulaştı. Bununla birlikte, anlaşma değeri Avrupa'da yeni bir zirveye ulaşırken, anlaşma sayısı 2017'nin ikinci yarısında yapılan 268 anlaşmaya karşın 2018 yılının ilk yarısında yapılan 198 anlaşma ile düşüş yaşadı.

- İngiltere, Brexit müzakereleri ile ilgili olası kaygılara rağmen, 16,1 milyar dolar tutarında yatırıma ve en büyük 10 anlaşmanın beşine imza atarak Avrupa fintech yatırımlarında öncü oldu. 2018 yılının ilk yarısında yapılan en büyük 10 anlaşma arasında gösterilen Nets (Danimarka), iZettle (İsveç) ve Nordax Group'un (İsveç) satışları ile İskandinavya'nın büyüyen fintech ekosistemi de kendini gösterdi.

SEKTÖREL HABERLER

Asya yükselişe devam ediyor

- 2017 yılının ikinci yarısında 2 milyar dolar gibi sağlam bir değere ulaşmasının ardından, Asya'daki fintech finansmanı Ant Financial tarafından sağlanan 14 milyar dolarlık C serisi risk sermayesi yatırımının da etkisiyle 2018 yılının ilk yarısında yapılan 162 yatırımla 16,8 milyar dolara yükseldi. Bu mega yatırımın dışında Asya bölgesi, Hindistan, Avustralya ve Singapur'daki genel fintech yatırımlarında çeyrekler arasında görülen artışlar dahil olmak üzere, ciddi boyutta bir fintech yatırımı almaya devam etti.

- Insurtech ve Regtech'e ek olarak blokzinciri ve yapay zeka da Asya'daki fintech yatırımcıları için öncelikli alanlar olmaya devam etti.

Türkiye girişim liginde geriye düştü

- Türkiye startup ekosistemi 2018'in ilk yarısında toplam 34 anlaşmada 27,5 milyon dolar yatırım aldı. 2017'nin ilk yarısında ise toplam 75 anlaşmada 46,1 milyon dolar yatırım çekmişti. Açıklanan Temmuz sonuçları da 11 anlaşmada 2,3 milyon dolar yatırımla erken aşamada düşüşün sürdüğünü gösteriyor.

- Fintech yatırımları ise aynı dönemde 6,2 milyon dolar olarak gerçekleşti.

- Fintech, Pazarlama Teknolojileri ve SaaS dikeyleri en çok yatırım çeken alanlar oldu.

- Yatırımların yıl sonunu 70 milyon dolar civarında tamamlaması bekleniyor.

- Kurumsal yatırımlar ise yükselişini sürdürerek 4,2 milyon dolar seviyesinde gerçekleşti. Bu oran tüm erken aşama yatırımların yüzde 16'sını oluşturuyor.

- Yılın ilk yarısında ekosisteme değer katacak 6 yeni kurumsal girişim sermayesi fonu kuruldu.

- 2018'in ikinci çeyreğinde Trendyol, Gram Games ve Eşarj'ın da aralarında bulunduğu 8 exit ve ikincil işlem gerçekleşti.

KPMG Türkiye Finansal Hizmetler Sektör Lideri Sinem Cantürk, Türkiye'deki yatırımların ise geçen yılki performansın altında seyrettiğini söyledi. Cantürk, "Türkiye, toplam yatırım liginde hem Avrupa hem Ortadoğu'da maalesef 2017 sonunda yükseldiği 1'inci Lig'den geriye düştü. Ama ekosistemde gerçekleşen exit'ler moral oldu. Girişim ekosisteminin morali biraz düşükken gelen başarı hikayeleri girişimcilerimiz ve yatırımcılarımız açısından oldukça sevindirici. Biz mevcut durumda, ülkemiz ekosisteminin daha fazla iyi girişime ihtiyaç duyduğunu düşünüyoruz. Seçim etkisi olan Nisan ve Mayıs ayı haricinde diğer aylarda yatırım seviyeleri 2017 ile paralel seyrediyor. Şu anda 2017 sonlarında büyük hacimli yatırım yapan girişim fonları hazırlık sürecinde. Önde gelen bankalarımız ve kurulan yeni kurumsal girişim sermayesi fonları, iyi girişimler bulmaları halinde büyük yatırımlar yapabilecekleri sinyalini veriyor. Üçüncü çeyrekte yatırımlarda bir toparlanma bekliyoruz" diye konuştu.



Satınalma ve Tedarik Zinciri Yönetimi Konferansı - 21 Kasım 2018

Firma ve Yönetici Ödül Kategorileri

TEDARİK ZİNCİRİ YÖNETİMİ BAŞARI ÖDÜLÜ

Zincirin tüm halkalarını (Tedarik, Operasyon, Planlama, Lojistik vd.) etkin ve verimli bir biçimde yöneten şirkete verilecektir. Başvuru klasörünüzde kurum için faydalar ve özgün taraflar açıklanmalıdır.

KAMU SATINALMA PROJESİ ÖDÜLÜ

Örnek teşkil edecek bir uygulama olmalıdır. Başvuru klasörünüzde kurum için faydalar ve özgün taraflar açıklanmalıdır. Kamu kurum ve kuruluşları, yerel yönetimler, belediyeler, işti-rakler, üniversiteler, hastaneler vd. başvurabilir.

GENÇ TEDARİK ZİNCİRİ YÖNETİCİSİ ÖDÜLÜ

Başvuru klasörünüzde GENÇ TEDARİK ZİNCİRİ YÖNETİCİSİ ödülü için başarıyla tamamlanan örnek projeler açıklanmalıdır. Yaş sınırı 35 olup ilgili firmanın kıdemli yöneticileri tarafından adaylar önerilmelidir.

Düzenleme ve Değerlendirme Kurulu:

- Prof. Dr. Murat Erdal - İstanbul Üniversitesi
- Prof. Dr. Emrah Cengiz - İstanbul Üniversitesi
- Yasin Erol - İstanbul Teknokent A.Ş. Entertech
- Adil Ünal - Tinova Bilişim Teknolojileri A.Ş.
- Prof. Dr. Mahmut Tekin - Selçuk Üniversitesi
- Mehmet Atasever - Kamu İhale Kurulu
- Deniz Cebeci - Kıdemli Satınalma Yöneticisi
- Fatih Uysal - TUSAŞ
- Murat Aksoy - PEPSICO
- Lütfi İnciroğlu - İnciroğlu Hukuk Danışmanlığı
- Dr. Mehmet Ali Emekli - Planet Lojistik
- Av. Dr. Bülent Balkan - İstanbul Etik Enstitüsü
- Prof. Dr. Enis Sınıksaran - İstanbul Üniversitesi
- Prof. Dr. Birdoğan Baki - Karadeniz Teknik Üniversitesi
- Prof. Dr. Ercan Gegez - Altınbaş Üniversitesi
- Prof. Dr. Serdar Pirtini - Marmara Üniversitesi
- Prof. Dr. Müge Arslan - Marmara Üniversitesi
- Prof. Dr. Selim Yazıcı - İstanbul Üniversitesi
- Prof. Dr. Serhat Yanık - İstanbul Üniversitesi
- Doç. Dr. Oylum Korkut Altuna - İstanbul Üniversitesi
- Doç. Dr. Zümrüt Ecevit Satı - İstanbul Üniversitesi
- Doç. Dr. İpek Türker - İstanbul Üniversitesi
- Doç. Dr. Umut Yeniocak - Altınbaş Üniversitesi
- Dr. Öğr. Üyesi İlhan Yiğit - İstanbul Üniversitesi
- Dr. Öğr. Üyesi Gökhan Yolaç - İstanbul Üniversitesi
- Dr. Öğr. Üyesi İrfan Akyüz - İstanbul Üniversitesi
- Dr. Öğr. Üyesi Yusuf Aytürk - İstanbul Üniversitesi
- Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Sıtkı Saygılı - Bahçeşehir Üniversitesi

KONFERANS KİTABI:

Sunumlar, geçen sene 26 Nisan 2017 tarihinde gerçekleştirdiğimiz konferansta olduğu gibi **(Tedarik Zinciri Yönetimi Başarı Öyküleri kitabı - Beta Yayıncılık)** bir eserde toplanacaktır. Kitabın konferans katılımcılarına ücretsiz dağıtılması planlanmaktadır.

Sayfa Sınırı: Maksimum 25 sayfa (Arial yazı karakteri, 11 punto)

Son Teslim Tarihi: 1 Ağustos 2018

Tüm çalışmalar değerlendirilerek eksik ve hatalar yazarlara (firmalara) iletilir. Çalışmaların düzeltilmiş son hali istenir.

Kayıt: Satınalma Cep Akıllı Satınalma Asistanı üzerinden konferans güncel gelişmelerini takip edebilir, kaydınızı fırsatlar bölümünden yaptırabilirsiniz.

Hedef Kitle: İşletme sahipleri, girişimciler, akademisyenler, satınalma ve Tedarik Zinciri Yöneticileri. Meslektaşlara/ yetişkinlere yönelik bir etkinlik.

Sunum Süresi: Konuşmacı sunum süresini 20 dakika olarak belirlenmiştir.

Gün Planı: Sabah iki oturum, öğle arası ve öğleden sonra üç oturum.

BÜYÜYEN EKONOMİDE SATINALMA VE TEDARİK ZİNCİRİ YÖNETİMİ KONFERANSI VE ÖDÜL TÖRENİ

Konferans Koordinatörü: Prof. Dr. Murat Erdal (murat.erdal@tinova.com.tr)

İstanbul Üniversitesi Tedarik Zinciri Yönetimi Yüksek Lisans Programı, **Satınalma Cep** Mobil Uygulama ve **Satınalma Dergisi** tarafından düzenlenen konferansımız 21 Kasım 2018 Çarşamba tam gün ücretsiz.

Her yıl profesyonellere yönelik gerçekleştirdiğimiz mesleki konferansımızda; girişimciler, satınalma, tedarik zinciri, lojistik, muhasebe, hukuk, bilgi işlem yöneticileri ve akademisyenleri biraraya getiriyoruz.

ÖDÜLLER: Firma ve yönetici başarı ödülleri www.tedarikzinciri.org/egitimler/oduller_2018/ sayfamızdan inceleyebilirsiniz.

Satınalma Dergisi ve Satınalma Cep uygulaması üzerinden konferansla ilgili güncel gelişmelerini takip edebilirsiniz.

OTURUMLAR:

Toplam beş oturumda gerçekleştirilecek konferansın temel konuları aşağıdaki gibi belirlenmiştir.

- **Pazarlık Yönetimi (1. Oturum)**
 - o Pazarlık Yöneticiliği
 - o Yurtiçi ve Uluslararası Pazarlıklar
 - o Pazarlık Masası, Pazarlık Stratejileri ve Taktikler
- **Tedarikçi İlişkileri Yönetimi (2. Oturum)**
 - o Tedarikçi Geliştirme
 - o Mesleki Bilgi Aktarımı
 - o Operasyon Yönetiminde Rehberlik
- **Sözleşme Yönetimi (3. Oturum)**
 - o Mevzuat
 - o Sözleşme Hazırlama ve İnceleme
 - o Şartname Hazırlama
- **Maliyet Yönetimi ve Satınalma Denetimi (4. Oturum)**
 - o Bütçe ve Nakit Yönetimi
 - o Gider Analizi
 - o İç Denetim
- **Dijital Dönüşüm - Satınalma ve Tedarik Zinciri Yönetimi (5. Oturum)**
 - o Satınalma Operasyon Yönetimi
 - o Büyük Veri
 - o Kurumsal Kaynak Planlaması
 - o Lojistik ve Depo Yönetimi
- **ÖDÜL TÖRENİ (FİRMA VE YÖNETİCİ ÖDÜLLERİNİN TAKDİMİ)**

TEDARİKÇİ İLİŞKİLERİ YÖNETİMİ ÖDÜLÜ

Başvuru klasörünüzde tedarikçi geliştirme, mesleki bilgi aktarımı, operasyon yönetiminde rehberlik başlıkları somut verilerle açıklanmalıdır.

YENİLİKÇİ SATINALMA PROJE ÖDÜLÜ

Satınalma operasyonlarına katkıları somut verilerle açıklanmalıdır. Başvuru klasörünüzde "yenilikçi" tarafların açıklanmasına özen gösterilmelidir.

DİJİTAL DÖNÜŞÜM ÖDÜLÜ (SATINALMA VE TEDARİK ZİNCİRİ YÖNETİMİ)

Başvuru klasörünüzde dijital dönüşüm öncesi ve sonrası dönemler arasındaki farklar ve satınalma ve tedarik zinciri operasyonlarındaki katkılar anlatılmalıdır.

GENÇ SATINALMA YÖNETİCİSİ ÖDÜLÜ

Başvuru klasörünüzde GENÇ SATINALMA YÖNETİCİSİ ödülü için başarıyla tamamlanan örnek projeler açıklanmalıdır. Yaş sınırı 35 olup ilgili firmanın kıdemli yöneticileri tarafından adaylar önerilmelidir.

ÖDÜL BAŞVURU KLASÖRÜ:

Kategori başlığındaki açıklamalar dikkate alınarak dosyalar hazırlanmalıdır. Başvuru metin dosyaları için sayfa sınırı: Maksimum 25 sayfa (Arial yazı karakteri, 11 punto)

- **Başvuru Son Tarihi : 1 Ekim 2018**

Ödül töreni konferans bitiminde gerçekleştirilecektir.

- **Satınalma Cep - Akıllı Satınalma Asistanı Mobil Uygulama ve Satınalma Dergisi** üzerinden konferans güncel gelişmelerini takip edebilir, kaydınızı fırsatlar bölümünden yaptrabilirsiniz.
- **İLETİŞİM:** Firma ve yönetici ödülleri için, adaylarınızı, başvuru klasörünü; örnek proje ve önerilerinizi Konferans Koordinatörü Prof. Dr. Murat Erdal'a (murat.erdal@tinova.com.tr) iletebilirsiniz. **Satınalma Dergisi ve Satınalma Cep - Akıllı Satınalma Asistanı mobil uygulama** üzerinden gelişmeler paylaşılacaktır.



Tedarik Zinciri Yönetimi
Mobil Uygulaması

Başucu Bilgi Kaynağı

Tedarik Zinciri Yönetimi Hakkında Herşey !

Prof. Dr. Murat Erdal tarafından hazırlanan Tedarik Zinciri Yönetimi Uygulaması, akademik ve sektörel bilgi ve deneyimler doğrultusunda oluşturulmuştur.

Bu uygulama içerisinde tedarik zinciri çatısı altında yer alan satınalma, planlama, üretim, lojistik (taşıma, depolama ve dağıtım), tedarikçi ilişkileri ve performans yönetimi ile ilgili bilgilere kolaylıkla erişebileceksiniz.



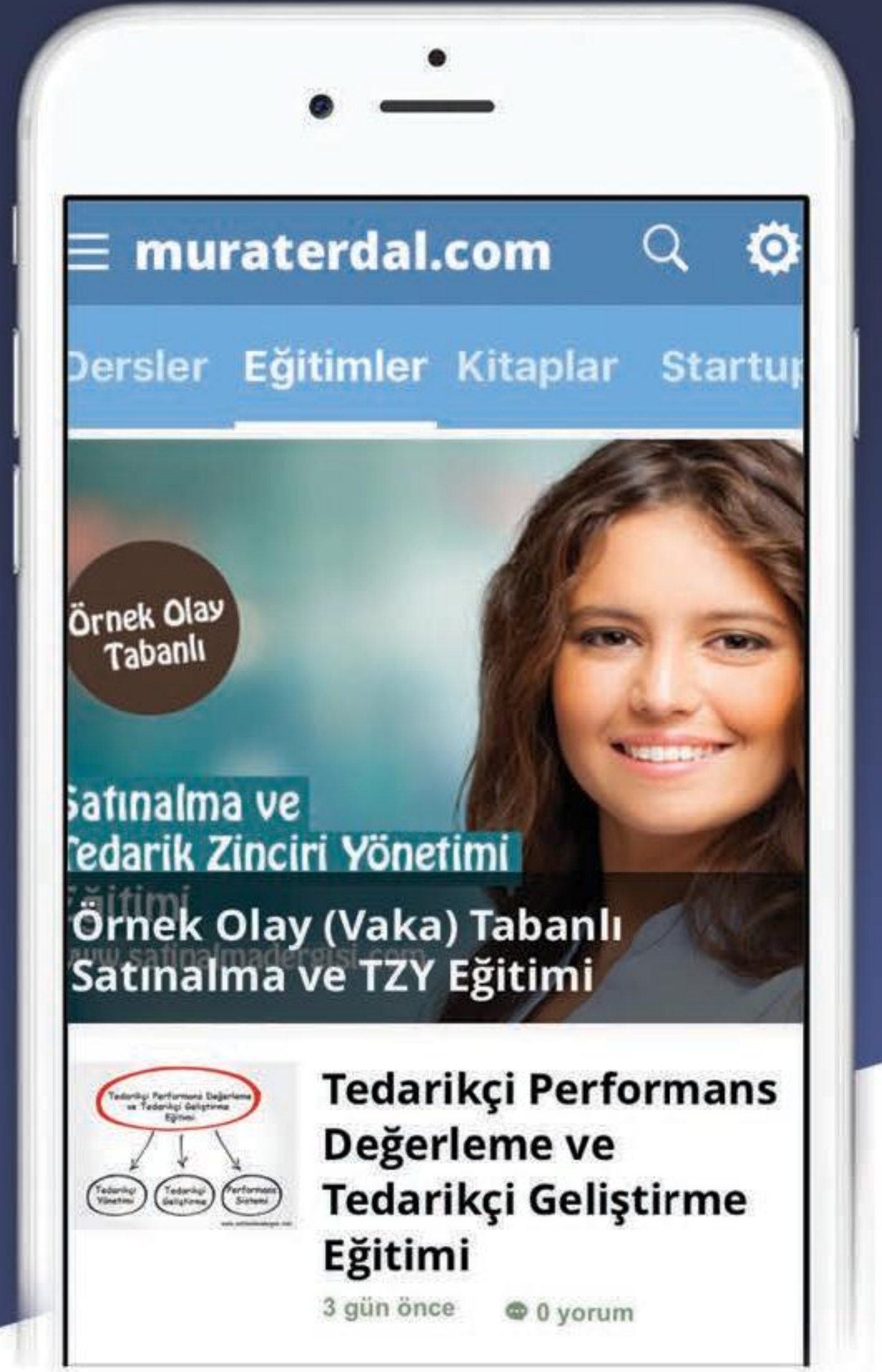
Ücretsiz İndirin

App Store



Ücretsiz İndirin

Google play



Özellikler

Akademik

Satınalma, Tedarik Zinciri Yönetimi ve Lojistik ders içerikleri hafta hafta izlenebilmektedir.

Trendler ve Analizler

Sektörel satınalma ve tedarik zinciri yönetimi trendlerine ilişkin yazılar ve analizler uygulama içerisinde paylaşılmaktadır.

Eğitimler & Kitaplar

Satınalma, Lojistik ve Tedarik Zinciri Yönetimi alanında eğitimler ve kitap tanıtımları yayınlanmaktadır.

Anlık Bildirimler

Satınalma ve Tedarik Zinciri dünyasından duyuru ve etkinlik bildirimleri gönderilmektedir.



murat.erdal@tinova.com.tr



www.muraterdal.com

MURATERDAL.COM

Ziyaret Edin



TİNOVA BİLİŞİM TEKNOLOJİLERİ A.Ş.

İstanbul Üniversitesi İstanbul Teknokent B Blok Ofis No:105, 34320 Avcılar /İstanbul

www.tinova.com.tr info@tinova.com.tr 0 (212) 509 56 56



İstanbul Üniversitesi Arş. Gör. Adil ÜNAL
aunal@istanbul.edu.tr



2018 Tedarik Zinciri Yönetiminde Öncelikler ve Karşılaşılan Zorluklar Araştırması



2018 yılının ekonomik ve ticari anlamda en zor dönemlerini geçirdiğimiz bu günlerde, tedarik zinciri yönetiminin ana çevresini girdi maliyetlerinin kontrolü oluşturuyor. İthal malzemelerin yerli ikamelerinin yaratılması, avantajlı tedarik anlaşmalarının gerçekleştirilmesi tüm satınalma ve tedarik yöneticilerinin gündeminde yer alıyor. Son olarak TÜİK tarafından açıklanan Ağustos ayı enflasyon rakamlarına göre yıllık TÜFE %17,90, yıllık ÜFE ise %32,13 olarak gerçekleşti. Bu fiyat artışlarının nihai ürün fiyatlarına yansıtılması noktasında firmaların uygulayacağı politikalar büyük önem taşıyor. Tedarik maliyet kalemlerindeki artış, satınalma yöneticilerine her zamankinden daha fazla yük getiriyor.

Dünya ise tedarik zinciri yönetimi alanında daha farklı önceliklerle ön plana çıkıyor. Süreç standardizasyonu, robotik süreç otomasyonu gibi alanları gündemine alan tedarik zinciri yöneticileri, 2018 yılındaki en önemli önceliklerinin "Tedarik Zinciri Planlaması" olduğunu belirtiyor. APQC'nin dördüncü kez gerçekleştirdiği Tedarik Zinciri Yönetimi Öncelikleri ve Karşılaşılan Zorluklar araştırması, küresel anlamda tedarik zinciri yöneticilerinin gündemini ortaya koyuyor.

Endüstri 4.0, IoT, yapay zeka konuştuğumuz ve bunların sanayideki kullanımını arttırarak birim maliyetlerimizi düşürmediğimiz sürece tüm sektörlerimiz zor duruma düşecek gibi görünüyor. Teknolojiyi üreten bir ülke olabilmemiz ve ülkemizin ayakta kalmasını sağlayan sanayimizin ihtiyacı olan tüm teknik bilgiyi üretmek için başta biz yükseköğretim çalışanları olmak üzere herkese önemli görevler düşüyor.



278

Araştırmaya Katılan Katılımcı Sayısı



18

Araştırmada Temsil Edilen Sektör Sayısı

ARAŞTIRMADA ÖNE ÇIKANLAR



80%

katılımcıların yüzde 80'i tedarik zinciri planlamasının kendilerinin ve kuruluşlarının odaklandığı bir alan olduğunu bildirmiştir.



39%

katılımcıların yüzde 39'u tedarik zinciri süreçlerinin iyileştirilmesini engelleyen başlıca engellerden birinin, sınırlı işgücü katılımı olduğunu bildirmektedir.



74%

katılımcıların yüzde 74'ü işletmenin dijitalleşmesinin önümüzdeki üç yıl boyunca tedarik zinciri yönetimi üzerinde önemli bir etkisi olacağını belirtmektedir.



43%

katılımcıların yüzde 43'ü tedarik zinciri yönetimi araçları, yaklaşımları ve inisiyatifleri için 2018 bütçesinin geçen yıla oranla aynı kalmasını beklediklerini bildirmişlerdir.

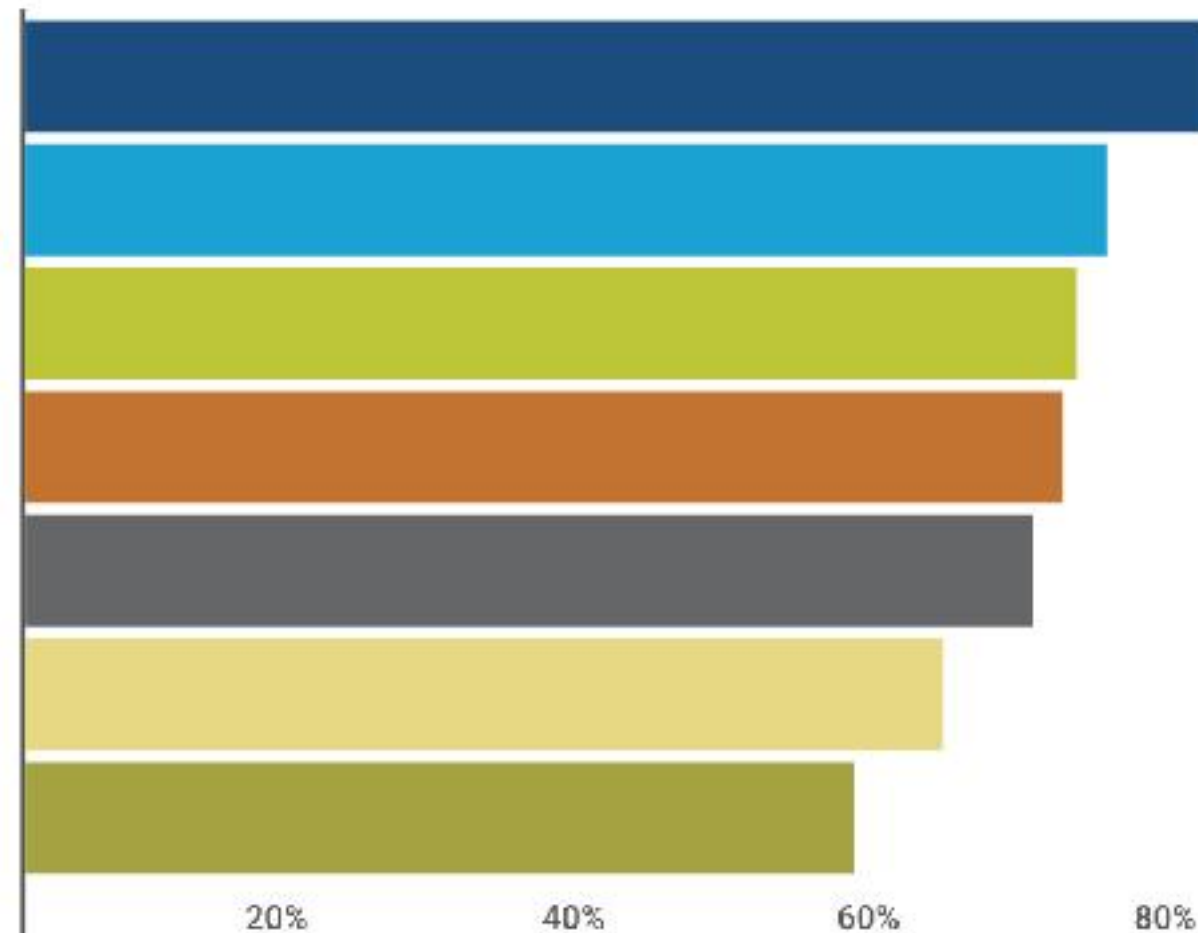
Tedarik Zinciri Yönetimi Öncelikleri

2018'de Odaklanılan Konular

Tedarik zinciri planlaması, 2018'de odaklanılan konuların içerisinde yüzde 80 ile ilk sırada yer alıyor.

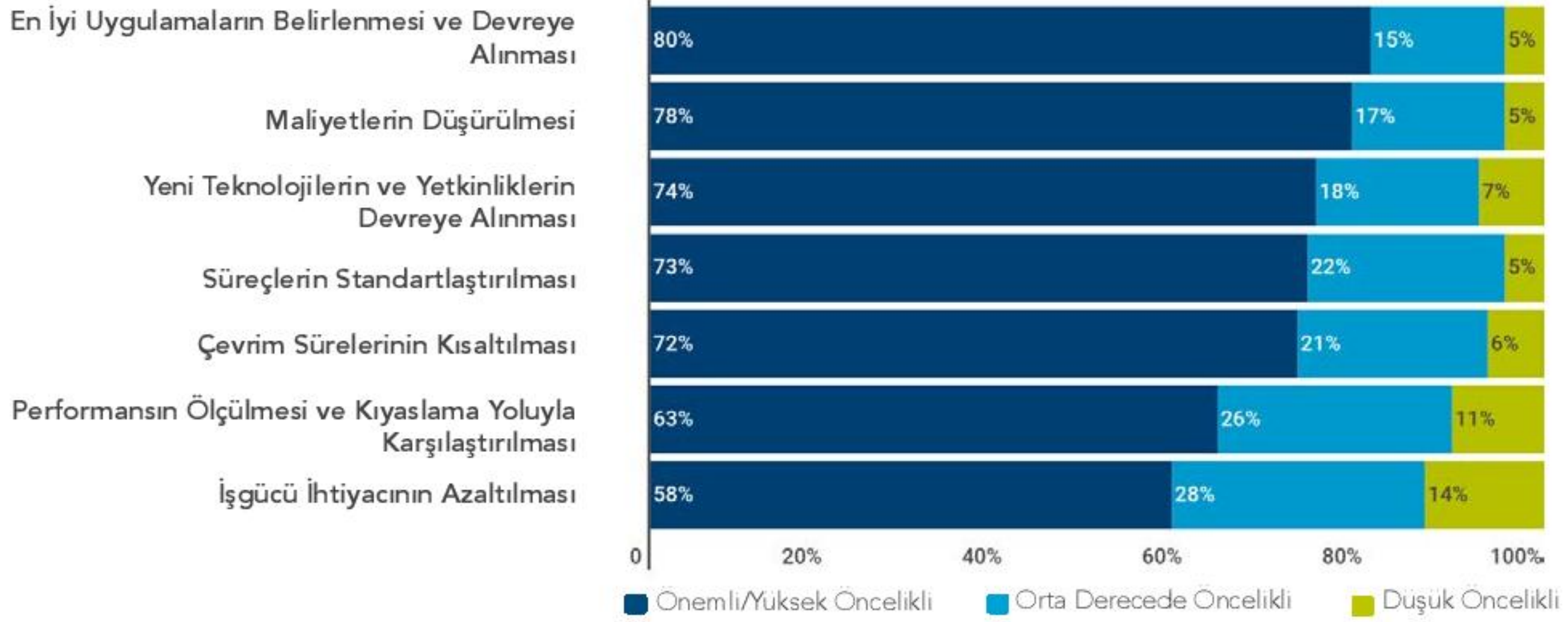
Aşağıdaki başlıklardan hangileri sizin ve kuruluşunuzun odaklandığı alanlar arasında yer almaktadır?

- 80%**
Tedarik Zinciri Planlaması
- 73%**
Tedarikçi İlişkileri Yönetimi
- 71%**
Envanter Yönetimi
- 70%**
Satınalma
- 68%**
Lojistik
- 62%**
İmalat/Üretim
- 56%**
Ürün Tasarımı ve Geliştirme



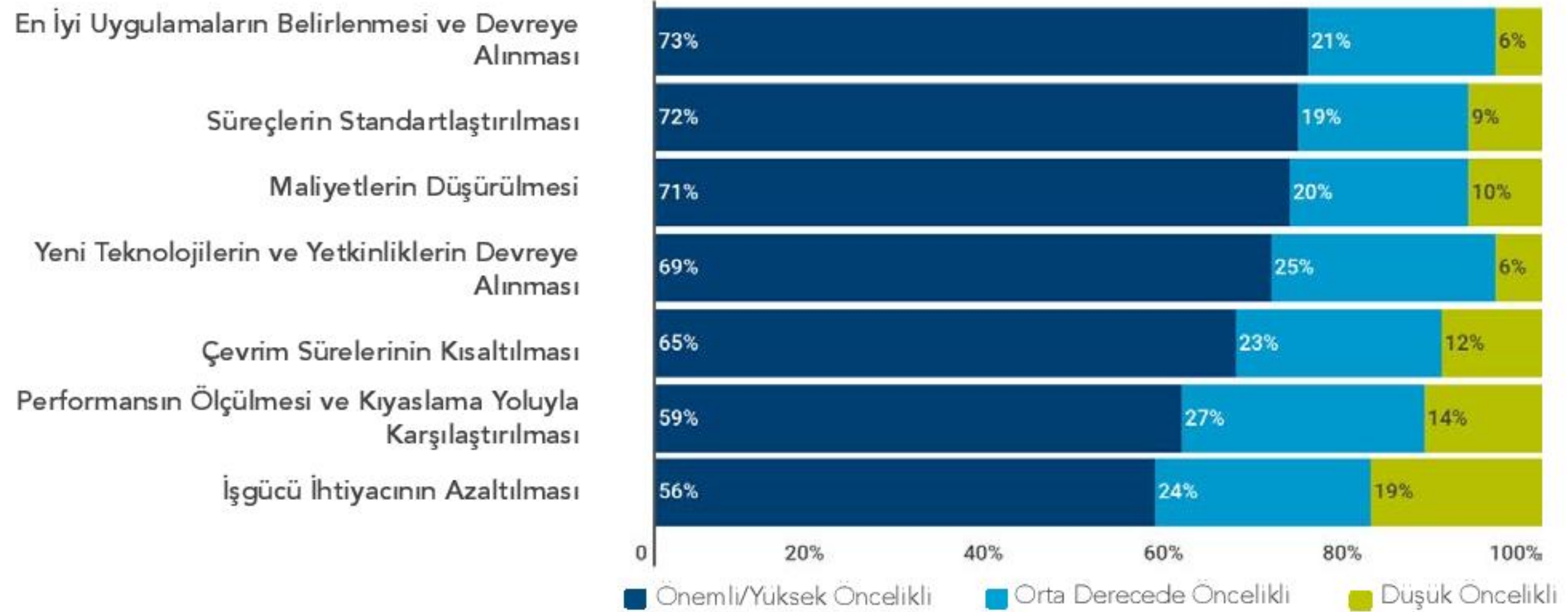
Tedarik Zinciri Planlama Öncelikleri

Tedarik zinciri planlama alanı içerisindeki en yüksek öncelikli iki faaliyet, en iyi uygulamaların belirlenmesi ve devreye alınması ile maliyetleri düşürmektir.



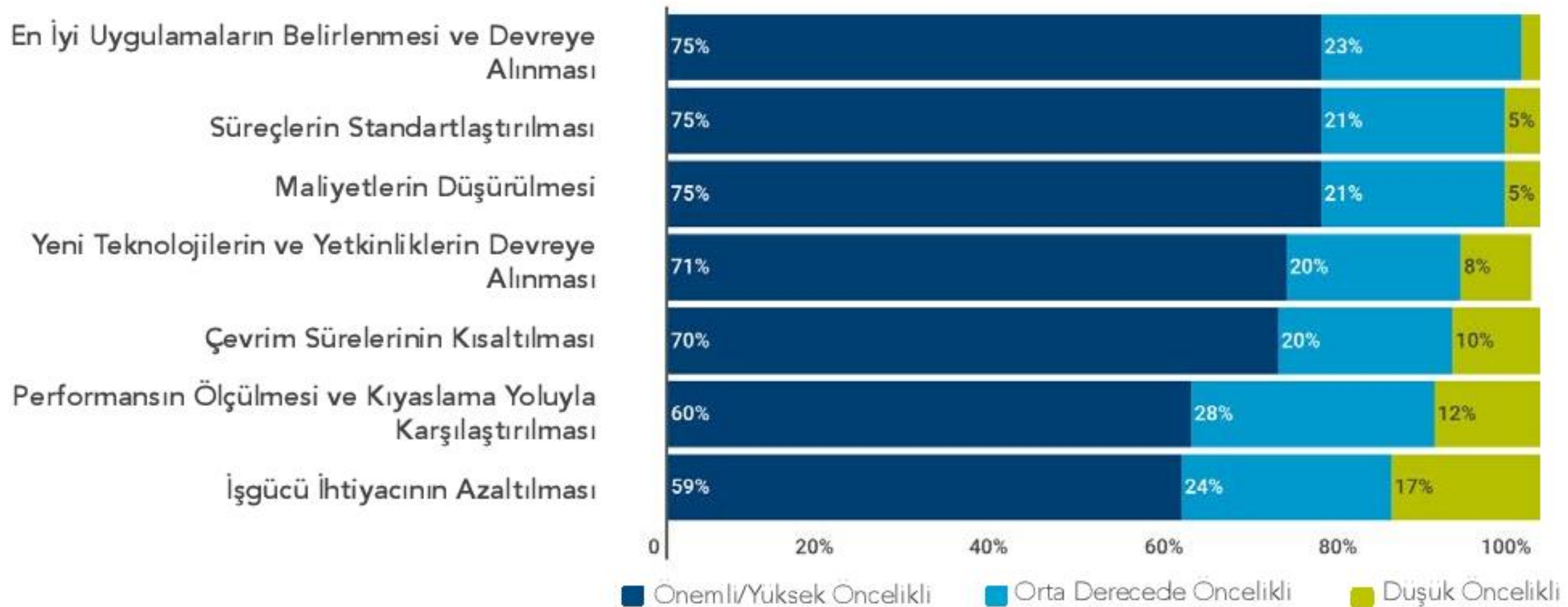
Tedarikçi İlişkileri Yönetimi Öncelikleri

Tedarikçi ilişkileri yönetimi içerisinde ilk üç sıradaki faaliyetler, en iyi uygulamaları tanımlamak ve uygulamak, maliyetleri düşürmek ve yeni teknolojileri ve yetenekleri devreye almak olarak öne çıkmaktadır.



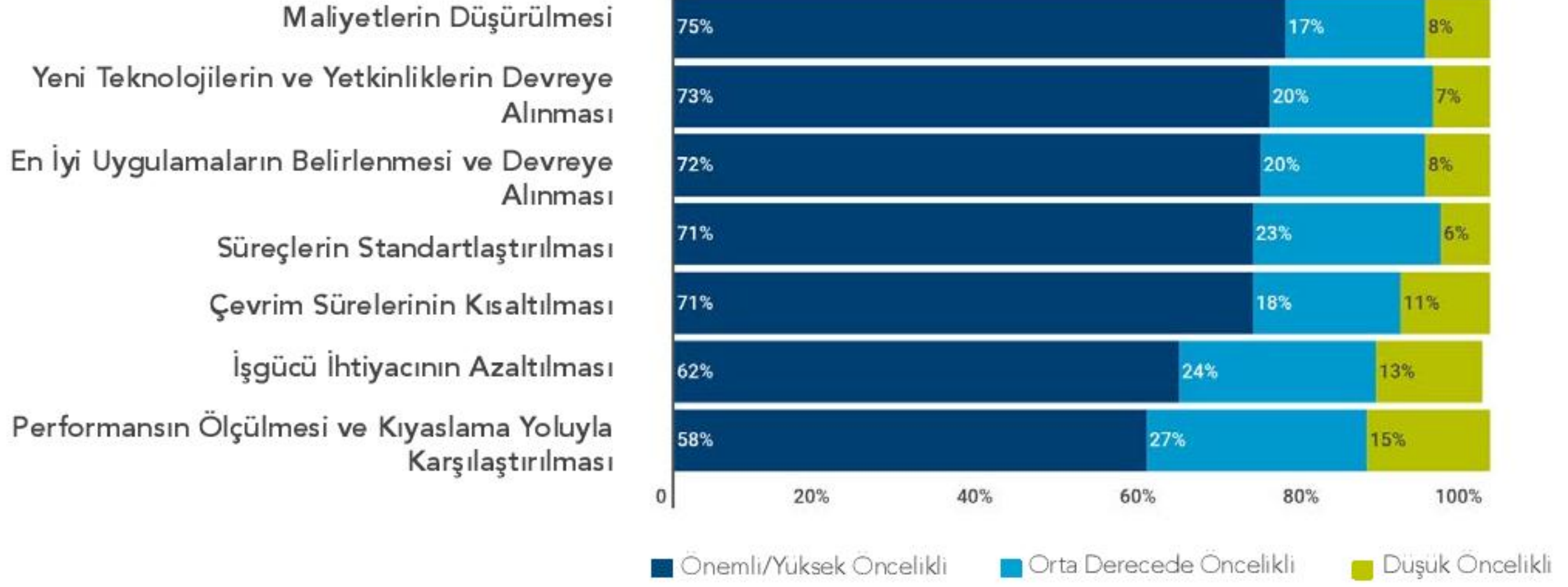
Satınalma Öncelikleri

Katılımcılara göre satın almadaki en önemli öncelikler, en iyi uygulamaları tanımlamak ve uygulamak, süreçleri standartlaştırmak ve maliyetleri azaltmaktır.



Lojistik

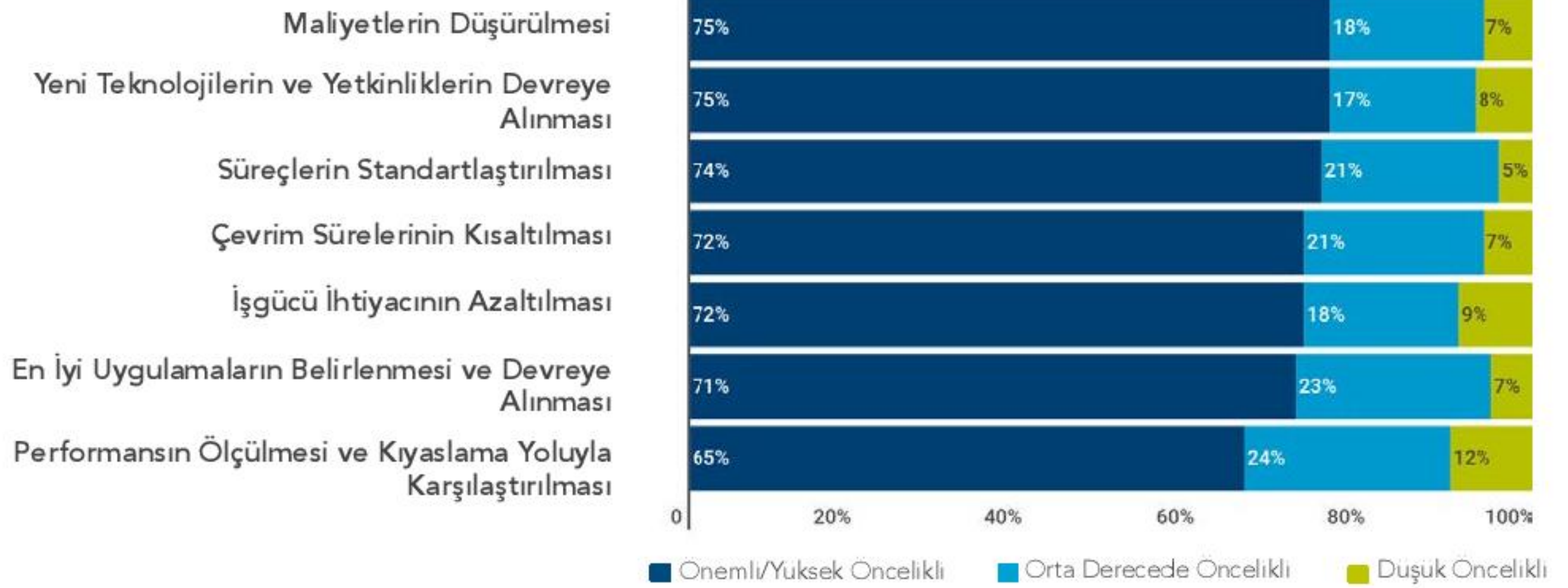
Lojistik faaliyetler arasında, maliyetlerin düşürülmesi 2018 için en önemli öncelik olarak öne çıkmaktadır ve bunu takiben yeni teknolojiler ve yetkinliklerin devreye alınması gelmektedir.





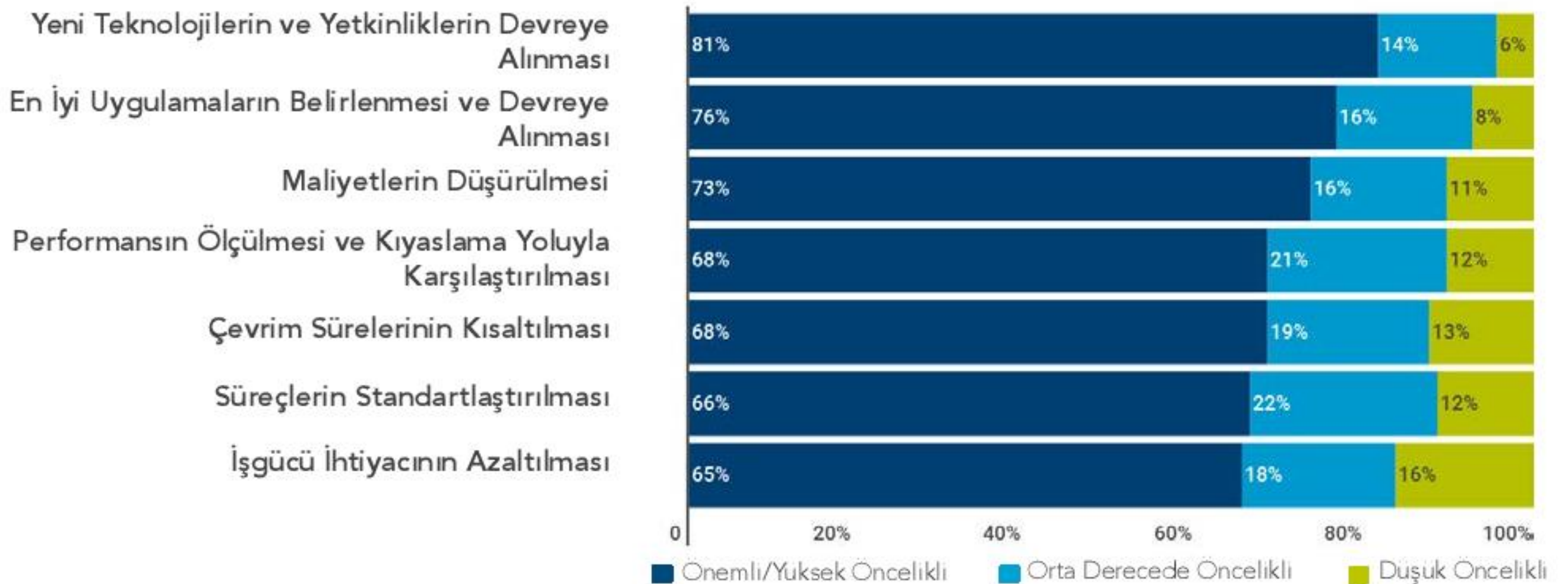
İmalat Öncelikleri

İmalat /üretimdeki ilk üç sıradaki faaliyetler maliyetleri düşürmek, yeni teknolojiler ve yetenekleri uygulamak ve süreçleri standartlaştırmaktır.



Ürün Geliştirme ve Tasarım

2018 için ürün tasarımı ve geliştirilmesindeki en büyük öncelik yeni teknolojilerin ve yeteneklerin uygulanmasıdır.



TEDARİK ZİNCİRİ YÖNETİMİNDE KARŞILAŞILAN ZORLUKLAR

Tedarik Zinciri Süreçlerinin İyileştirilmesi

Katılımcılar, tedarik zinciri süreçlerini iyileştirmeye çalışırken karşılaştıkları en önemli iki engelin, sınırlı işgücü katılımı ve işlerin düzenlenmesi için ayrılan zaman sonucu oluşan aşırı meşguliyeti öne sürmektedir.

Tedarik zinciri süreçlerinizi iyileştirmeye çalışırken hangi engellerle karşılaşıyorsunuz?



39%
Sınırlı İşgücü Katılımı



39%
İşlerin Düzenlenmesi için Katlanılan Meşguliyet



35%
Süreç İyileştirme için Bütçe Ayrılmaması



35%
Düzenlemelerin Değişimi Zorlaştırması



33%
Yetersiz Yönetişim



33%
Çok Sayıda Değişimin Yarattığı Yorgunluk

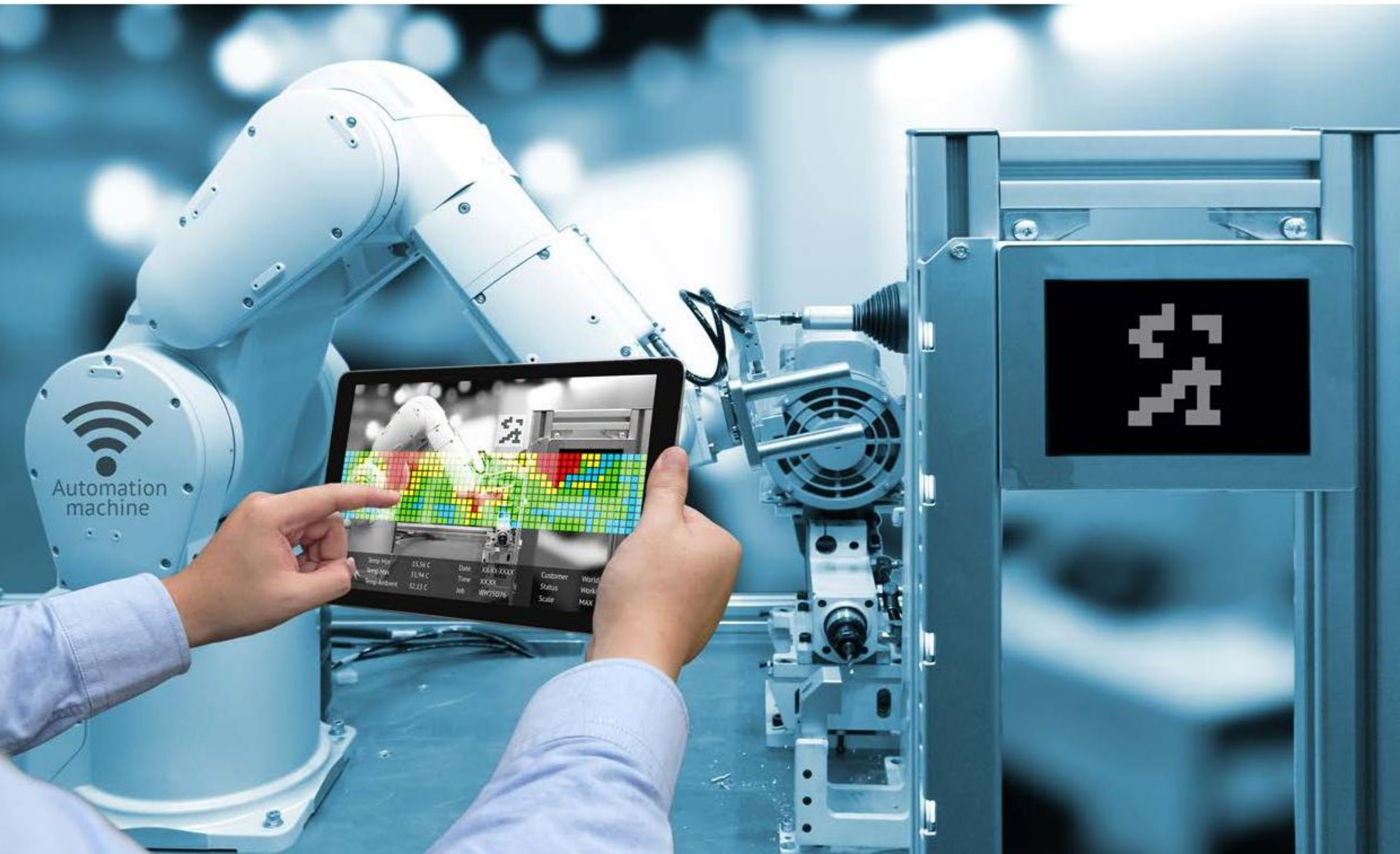


32%
Nitelikli Bilgiye Erişimin Zor Olması



30%
Teknolojinin İlerlemesi

Not: Yukarıdaki grafikteki yer alan değerler toplamının yüzde 100 olmamasının sebebi, soru şeklinin birden fazla seçeneğin aynı anda işaretlenmesine izin vermesidir.

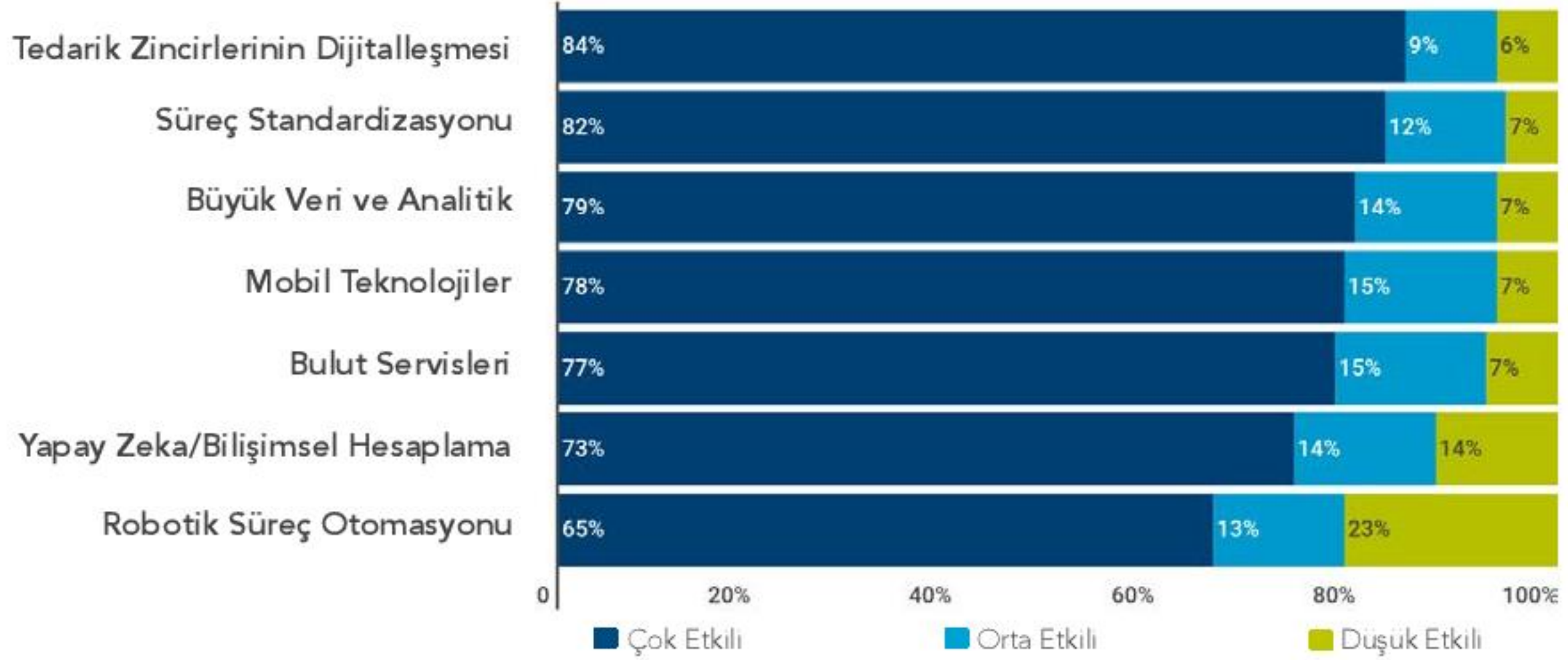


TEDARİK ZİNCİRİ YÖNETİMİNDEKİ EN YENİ GELİŞMELER

Tedarik Zincirini Etkileyen Eğilimler

Katılımcıların yüzde 84'ü tedarik zincirinin dijitalleşmesinin önümüzdeki üç yıl içinde en büyük etkiye sahip olacağını bildiriyor. Tedarik zinciri üzerindeki etki bakımından ikinci en büyük eğilim süreç standardizasyonu olarak belirtilmektedir.

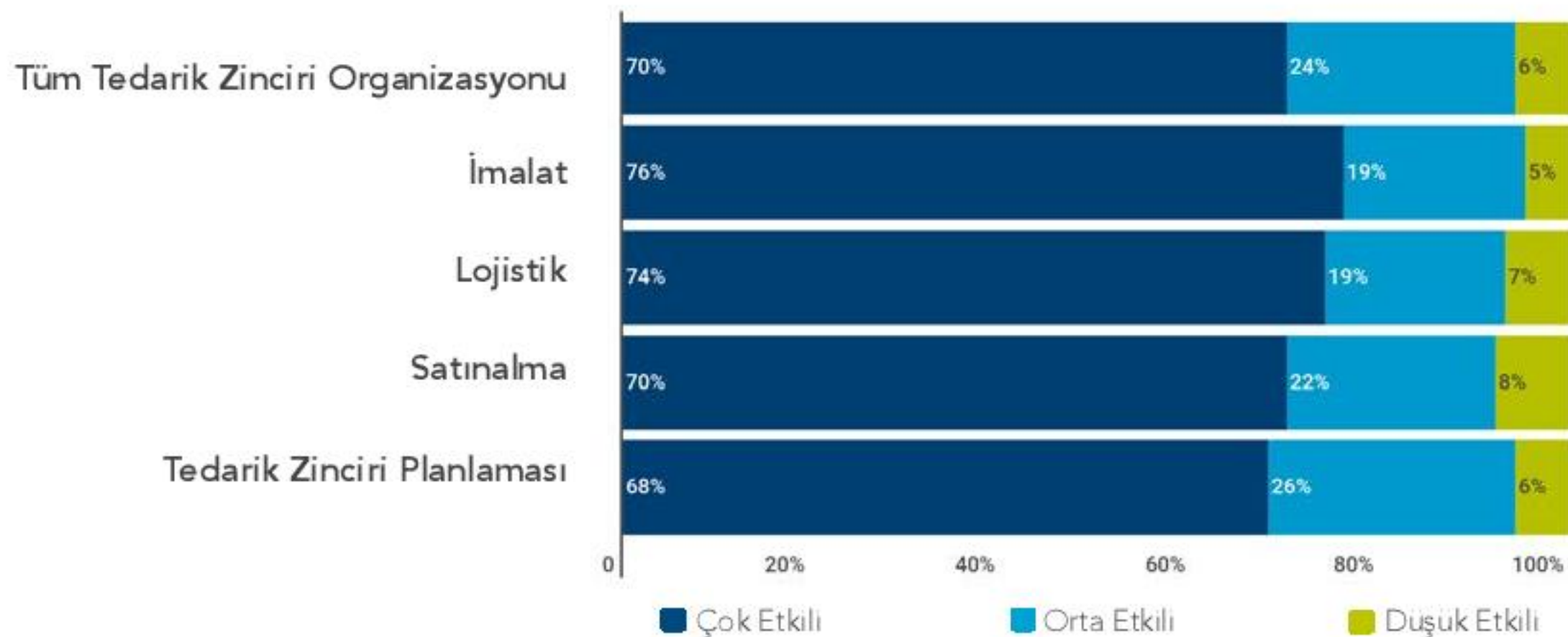
Lütfen aşağıdaki başlıkları, tedarik zinciri yönetiminde yaratılabileceği etkileri düşünerek değerlendirin.



Tedarik Zinciri Yönetimi Fonksiyonunun Etkinliği

Katılımcıların yüzde yetmişi, genel olarak tüm tedarik zinciri organizasyonlarının, hedeflerine ulaşmak için "çok etkili" veya "etkili" olduğunu ve tedarik zinciri organizasyonunun tamamında imalatın en üst düzeyde etkinliğe sahip olduğunu bildirmektedir.

Genel olarak, kuruluşunuzun tedarik zinciri yönetimi, hedeflerine ulaşmada ne kadar etkili?





Prof. Dr. Mahmut TEKİN
*Selçuk Üniversitesi Bölgesel Araştırma ve
 Uygulama Merkezi Müdürü*
*mahtekin@selcuk.edu.tr, mahtekins@gmail.com,
 mahmuttekin.net, mahmuttekin.com.tr*

BİR HİKÂYE: BİLİMİN SULTANLARI...!

Hepimizin içinde öğrenme merakı ve bilime olan bir ilgi vardır... İnsanın yeni şeyler öğrenmesi ve bunları başka kişilerle paylaşması ve onlardan yeni şeyler öğrenmesi inanılmaz keyifli, heyecanlı ve mutluluk verici... Dünyayı, evreni, insanı, coğrafi olayları ve hayatı anlamak... Konya havalimanı karşısında yer alan Bilim Merkezi yeni açılmıştı... Büyük bir heyecanla bilim merkezine gittim... Merkezin binası dışarıdan yuvarlak, elips şeklinde ve petek bölmeleriyle daha baştan farklı bir şekilde farklı bir mimar kimliği ile kendisini belli ediyordu... Bu alandan sonra diğer bölmelere doğru geçerek gidiyorsunuz... Elbette bilim merkezi bina içindeki zengin içeriğiyle birlikte mimarisiyle, yeşil alanları ve kullanım alanlarının çeşitliliğiyle de bir cazibe merkezi... Henüz bilim merkezinin içerisine girmeden ziyaretçileri karşılayan etkileşimli açık hava sergileri, onları bilimin gizemli dünyasına davet ediyor... Binanın içine girdiğinizde geniş giriş ve bekleme salonları, yüksek tavanlarıyla, ziyaretçilere rahat ve konforlu bir ortamla sunarak sizlere hoş geldin diyor... Bilim Merkezinde çeşitli yaş gruplarından ve farklı bilgi birikimine sahip bireyler için bilim ve teknolojiyi anlaşılır ve ulaşılır bir hale getiriyor... Ayrıca bilim ve

teknolojinin önemini deneysel ve uygulamalı etkinliklerle ziyaretçilerini denemeye ve keşfetmeye teşvik ediyor...

Bilim Merkezi, adı üzerinde bilimin merkezi... Sessiz ve ferah bir ortamla sizi bilimi keşfetmeye davet ediyor... Cam vitrinlerde ardında sergilenen objelerle... Müze kavramının ötesinde farklı bir dünya ve yenilikçi deneyimlerle... Bilim Merkezine gelen ziyaretçiler her bölümü gezerek bilime ve buluşlara doku- nabiliyor ve deneyerek gözlemliyorlar... Bilimi sergiler ve hareketli ortamlarla doyusya yaşıyorlar... Deneyim ve gözlem... Anlama ve algılama... Müthiş ve heyecan verici... Ve öğrenerek ve dokunarak... Makinaya... Gezegenlere... İnsana... Ve Hayata... Günlük yaşadığımız olaylara bilimsel bir bakışla ufuk açıyor... Oraya gelen herkesin içerisinde olan yenilikçi ve yaratıcı düşünceyi açığa çıkarıyor... Ve yaratıcı düşünme becerileriyle bilimi sevdiniyor... İnsanın büyük bir merak, heyecan ve keyifle hemen hemen her şeyi keşfetmeye çalışarak için- den çıkmak istemediği bambaşka bir gezegen sanki... Her şeyin bir hikâyesi var... İnsan vücudunun... Bulutun, şimşeğin, fırtınanın, tekerleğin... Otomoblin, geminin ve uçağın... Çiçeklerin, böceklerin... Araç ve

makinaların... Gezegenlerin ve evrenin... Kısacası her şeyin ve herkesin geçmişten günümüze yolculuğu... Konya Bilim Merkezi; yenilikçi, araştırmacı ve özgüven sahibi bireylerin yetiştiği bir bilgi toplumunun oluşmasına destek olmak... Her yaştan ziyaretçiye yönelik eğlenceli ve etkileşimli ortamlar sunmak... Onları bilim ve teknolojiyle buluşturarak bilimsel merak ve öğrenme isteği uyandırmak... Evreni ve dünyayı yaşam boyu keşfi için yenilikçi bir öğrenme kaynağı sağlamak... Gibi misyonları var... Konya Bilim Merkezi binası akıllı ve çevreci bir bina özelliğine sahip olarak benzerlerine göre % 39 enerji tasarrufu sahip ve diğer binalara göre % 53 daha az su tüketiyor... Binanın çatısı güneş ışınlarının % 90'nını yansıttığı için % 15 enerji tasarrufu sağlıyor... Binanın havalandırmaları diğer binalara göre % 30 daha kaliteli bir hava sağlıyor... Termal konfor seviyesi yüksek...

Bilimin Gelişimini Ve Sultanlar... Bilim merkezinde üç bölüm var... Hayatımızda Fizik... Vücudumuz... Dünyamız ve icatlar... Ayrı bir bölüm daha var... Bilime yön veren Müslümanlar... Bilimin gelişimi ve bilimin sultanları... Burada ne var...? İslam ve Bilim... Piri Reis Haritası... Fuzulinin Emme Basma Tulumbası... Deveboynu Kemer... Tavus kuşu Çeşmesi...

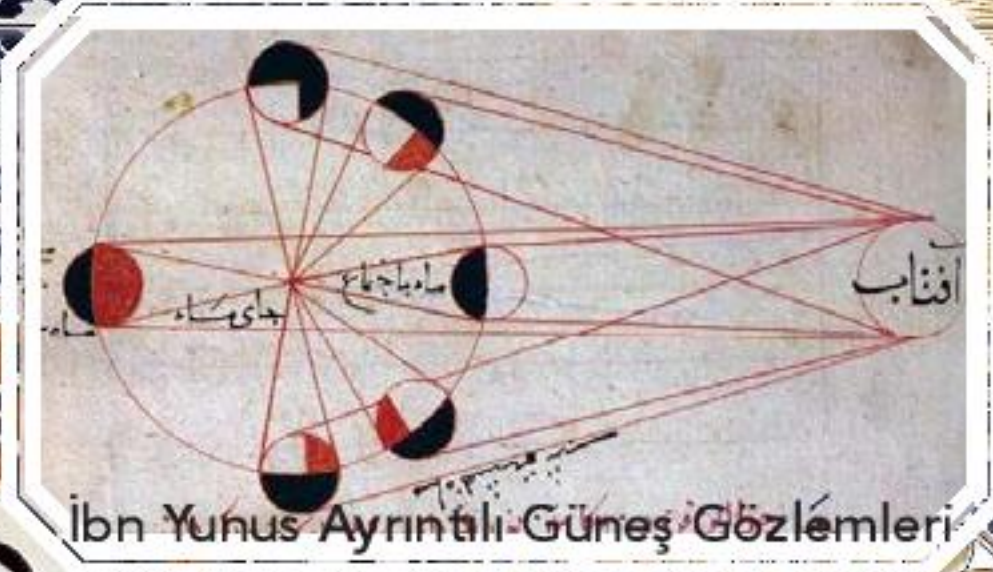
Cezire'nin Tek kepçeli Makinesi... Cezire'nin Test Zinciri... Cezire'nin Dört Kepçeli Makinesi... Cezire'nin Altı Silindirli Pompası... Cezire'nin İğne Deliği Kamera... İbni Haysem ve optik bilimi... Kültübütorlu Kam Mili... Krank Mili... Kramer... Ben Musa Kardeşlerin İcadı... İskoç Boyunduruğu... Hazerfan Ahmet Çelebi... Denizci Pusulası... Para ve Ticaret... İpek Ticaret Yolu... Baharat ticaret yolu... İbni Haldun... Tarihe şöyle bir yolculuk yapmak üzere Milattan sonra olarak bilim yolculuğuna başlayalım... 950 Bağdatlı Farabi Rebab'ı icat etti... 973 Biruni modern trigonometrinin temellerini kurdu... 977-1007 Gökbilimci İbn Yunus ayrıntılı güneş gözlemleri yaptı... 1025 İbn'ül Haysem "Optik Hazinesi" adlı eseri yazdı... 980 İbn'i Sina doğdu ve hastalıkların kirli sudan bulaştığını ve veremin bulaşıcı bir hastalık olduğunu keşfetti... 1085 İbn'ül Basal "Ziraat" kitabını yazdı... 1099 İdrisi dünyaya geldi ve "Dünya Haritası" ve "Küre"yi üretti... 1096 İlk haçlı seferi başladı ve Avrupa'nın islâm ilim ve medeniyeti ile ilk teması oldu... 1196-1206 Cezeri ileri düzey su saatleri ve su tulumları yaptı ve krank milini icat etti... 1197 İbn'ül Baytar dünyaya geldi ve önde gelen bir bitki bilimci oldu... 1210 İbn'ül Nefis doğdu ve akciğer-kalp küçük kan dolaşımını keşfetti... 1332 İbn'i Haldun doğdu ve sosyolojinin temel eserlerinden olan Mukaddime kitabını yazdı... Ve daha niceleri... Bilimin Sultanlarıyla bilimin temeline geçmişe yapılan heyecanlı ve keyifli bir yolculuk... İçimizde atalarımızın yaptıkları keşifler ve insanlığa yapılan hizmetler... Ve sonrasında Avrupalı bilginler islâmı ve bilimsel keşifleri araştırıyorlar... Tüm bu yapılanları inceleyerek ve sistemli çalışarak onları geliştiriyorlar... 1143 Chestirli Robert Kur'anı tercüme etti... 1186 Hereford (İngiltere) Piskopusu islâmî bilimlerin eserlerinin tercümesine öncülük etti... 1202 Leonardo

Fibonacci Arapça rakamları ve matematiği Avrupa'ya tanıttı... 1242 Barut Avrupa'ya getirildi... 1250 Tekerlekli el arabası Avrupa'da kullanıldı... 1260 İngiliz Filozof Roger Bacon müslüman âlimlerin etkisine vurgu yapan "Epistol" adlı eseri yayınladı... 1271-1295 Marco Polo Doğu seyahatine başladı... Ve bilimsel gelişmeler bugüne kadar devam ediyor...

Öncelikle bilimin gelişmesine öncülük etmesi bakımından bilimin Sultanları bölümü çok etkileyici... Biz şu an modern bilimin geldiği noktayı Batı'lı kaynaklardan öğrendiğimiz üzere tüm bilimsel gelişmeler konusunda Doğu'da neler oldu...? Sorusu her zaman bizlerde merak uyandırmıştır... Bilimin Sultanları bizlere islâm coğrafyasında önemli keşiflerin ve icatların insanlığa faydalı eserler sunduğunu gösteriyor... Dünyanın her yerinde; ister Doğu'da olsun ister Batı'da, bilimle uğraşan insanlar kendilerinden önce gelenlerin yaptıkları çalışmaların bir temel olarak görerek onların bilgilerinden yararlanarak üzerine yeni eserler ilave ederler... Bu faydalanma durumu dün olduğu gibi bugün de devam ediyor... Bu günkü modern bilimin temellerinin bu şekilde geliştiğini ve ilerlediğini görmek mümkün... Batı'nın bugünkü bilimsel gelişmelerinin temelinde islâm dünyası ile temas sağladıktan sonraki dönemde bilimsel çalışmaların sistematize edilerek geliştirilmesi önemlidir... Çünkü; sistemli olmayan çalışmalar amaca ulaşamaz... Başarılı olamaz... İnsanoğlunun içinde bulunan sonsuz, bilinmeyenleri araştırma ve öğrenme merakıyla bilime yolculuk... Nasıl geçtiğini anlayamadığım dört saatlik bir bilim yolculuğu... Hiç bitmesini istemediğim... Bilim Merkezinde Bilimin Sultanlarıyla bilinmeyenleri keşfetmenin heyecanıyla yepyeni şeyler öğrenmenin mutluluğuyla... Sevgiyle ve sağlıcakla kalın...



Fuzuli Tavus Kuşu Çeşmesi



İbn Yunus Ayrıntılı-Güneş Gözlemleri



İdrisi "Dünya Haritası" ve "Küre"



İbn'ül Haysem "Optik Hazinesi"



Piri Reis Haritası



Mehmet ATASEVER
Kamu İhale Kurumu
Kurul Üyesi
mhatasever@gmail.com

Sağlık İşletmelerinde Satınalma ve Tıbbi Tedarik Zinciri Yönetimine Giriş

Sağlık işletmelerinde son yıllarda ilgi odağı haline gelen konuların bir tanesi de satınalma ve tıbbi tedarik zinciri yönetimidir. Günümüzde gerek küresel ticaretin gelişmesi gerekse bir çok işlemin elektronik ortama taşınması ürün ve hizmet akışlarına bakış açısındaki önemli değişiklikler oluşturarak, satınalma ve tıbbi tedarik zinciri yönetiminin önemini artırmaktadır.¹ Öte yandan sağlık hizmet fiyatlarıyla ilgili izlenen politikalar neticesi oluşan maliyet baskısının sağlık işletmeleri üzerinde oluşturduğu finansal sürdürülebilirlik problemleri, sağlık yöneticilerini bütün gider kalemleri üzerinde daha hassas bir yaklaşım tarzına sürüklemektedir. Diğer işletmelerde olduğu gibi sağlık işletmelerinin de maliyetleri, izlenen satınalma ve tıbbi tedarik stratejileri ile yakından ilgilidir.

"Satınalma ve Tıbbi Tedarik Zinciri Yönetimi" "sağlık hizmet sunumu için ihtiyaç duyulan

yapım işleri dâhil bakım, onarım işleri ile her türlü hizmetler ve ürün, veya cihazın satın alınması, yaptırılması veya kiralanması iş ve işlemlerinin yönetimi" olarak tanımlanabilir².

Türkiye'de sağlık işletmelerinin satınalma ve tıbbi tedarik zinciri yönetimi kapsamına giren mal veya hizmetlerin tutarı 2017 yılı itibarıyla 24 Milyar TL'lik bir meblağa denk gelmekte bu rakamın 2018 yılında 30 milyar TL'yi aşacağı tahmin edilmektedir. Söz konusu tutar büyük ölçüde kamuya ait sağlık kurumlarının Kamu İhale Mevzuatı çerçevesinde temin etmek zorunda olduğu tıbbi ürün, cihaz, demirbaş malzeme ve hizmetler ile bunların özel sağlık işletmelerindeki karşılıkları yer almaktadır³. Bu tutara Sağlık Bakanlığınca KÖİ işbirliği yöntemi ile yaptırılan şehir hastanelerinin yapım, tıbbi cihaz ve hizmet maliyetleri dâhil değildir⁴.

"Satınalma ve Tıbbi Tedarik Zinciri Yönetimi" sağlık sektöründe gerek kamu gerekse özel sağlık işletmelerinin yöneticileri için önemli bir iş yükü oluşturan riskli alanların başında gelmektedir. 2003 yılında yürürlüğe konan Sağlıkta Dönüşüm Programı ile birlikte Sağlık Bakanlığı ve Kamu İhale Kurumu tarafından bu alandaki işlemlerin kolaylaştırılması için bir çok düzenleme yapılmıştır. Sağlık Bakanlığının teşkilat yapısında önemli değişiklikler yapan 663 sayılı KHK ile kamu hastanelerini işletmek üzere kurulan ve 2017 yılında 694 sayılı KHK ile kapatılan kamu hastane birliklerinin kuruluş gerekçelerinden biride satınalma ve tıbbi tedarik zinciri yönetiminin daha ekonomik, etkin ve verimli yapılmasıdır⁵.

"Satınalma ve Tıbbi Tedarik Zinciri Yönetimi" mevzuat bilgisi, satın alma tecrübesi, işletmecilik yeteneğine dayalı analitik hareket kabiliyeti olan işletmecilik alanından eğitim almış personel ile yapılmalıdır.



Sağlık işletmelerinin ihtiyaçları için gerek kamu sağlık işletmelerinin kamu ihale mevzuatı çerçevesinde yaptığı işlemlerde gerekse özel sağlık işletmelerinin özel sektör dinamikleri ile yaptığı alımlarda "Satınalma ve Tıbbi Tedarik Zinciri Yönetimi" süreci ihtiyacın ortaya çıkması başlayan, mal veya hizmetin teslim edilmesi ile yapılan değerlendirme veya planlamalar neticesi aynı ürün/hizmet veya farklı ürün/hizmetlerin temini için yeniden başlayan bir döngüdür. Bir başka deyişle işletmelerde satınalma ve tıbbi tedarik zinciri süreçleri işletmenin kurulması ile başlayıp işletmenin ömrü boyunca farklı zaman, çeşit ve boyutlarda tekrarlanan işlemlerden oluşmaktadır.

Sağlık işletmelerinde "Satınalma ve Tıbbi Tedarik Zinciri Yönetimi" sürecinin adımları aşağıda belirtilen başlıklar altında açıklanabilir.

1. İhtiyacın ortaya çıkması, tespiti veya bildirimi
2. Temin edilecek yapım, mal veya hizmetin özelliklerinin belirlenmesi (teknik şartnamenin hazırlanması)
3. Ön piyasa araştırması yapılması (yaklaşık maliyetin belirlenmesi)
4. Temin usulünün belirlenmesi (ihale usulünün tespiti)
5. Temin ile ilgili gerekli şartname, sözleşme vb. dokümanların hazırlanması (ihale dokümanının hazırlanması)
6. İşletme yetkilisinden satınalma izninin alınması (ihale onayının alınması)
7. Satınalma komisyonu oluşturulması (ihale komisyonunun kurulması)
8. Satınalmanın ilgililere duyurulması (ihale ilanı ve ihale dokümanının ilgililerce görülmesi)
9. İsteklilerden tekliflerin alınması
10. Tekliflerin değerlendirilmesi ve satınalma işleminin karara bağlanması
11. Satınalma kararının (ihale sonucunun) bildirilmesi ve sözleşme yapılması
12. Mal, hizmet veya yapımın teslimi
13. Teslim edilen mal, hizmet veya yapımın muayene ve kabul işlemleri
14. Yükümlülüklerin yerine getirilmesi/ ödeme işlemleri
15. Lojistik yönetim işlemleri
16. Stok yönetim işlemleri
17. Tedarikçi / taşeron performans değerlendirilmesi
18. Yeni ihtiyaçların planlamaların yapılması





“Satınalma ve Tıbbi Tedarik Zinciri Yönetimi” süreçleri birbirlerini tamamlayan bir döngü şeklinde çalışmakta olup, zincirin bir halkasındaki kopma takip eden süreçleri de olumsuz etkilemektedir. Genel hatlarını verdiğimiz söz konusu süreçleri ilerleyen sayılarda daha detaylı bir şekilde izah etmeye çalışacağız.



¹ Erdal, M. (2011). Satınalma ve Tedarik Zinciri Yönetimi, Beta yayınevi, 2. Baskı, , S:1

² Atasever, M. (2018). Tıbbi Tedarik Zincirinin Büyüklüğü, Satınalma Dergisi, Sayı:65, S:50-52

³ Atasever, M. (2016). Türkiye’de Tıbbi Tedarik Zincirinin Büyüklüğü ve Kamu İhale Kurumunun Rolü, Antalya sunu

⁴ Atasever, M. (Ed.) (2018) Şehir Hastaneleri Araştırması, Sağlık-Sen yayınları-46, ISBN; 978-605-87841-7-8, Ankara, S: 48

⁵ AKDAĞ, R. (Ed.) (2012) Türkiye Sağlıkta Dönüşüm Programı, Sağlık Bakanlığı Yayın No; 891, ISBN; 978-975-590-443-6, S: 331-340

Hakan UÇAK
Gümrük ve Ticaret Müdürü



Otomotiv Sektörünün Korumacılık ile Olan İmtihanı

Giriş:

İki binli yıllara kadar devam eden liberal dış ticaret politikaları yerini korumacılığa bırakıyor. Dünya ticaretinde söz sahibi olan ülke liderlerinin peş peşe korumacı bir dış ticaret politikası uygulayacaklarına ilişkin açıklamaları ve yüksek gümrük vergisinin aktif bir politika aracı olarak kullanılması, global ticarete daralma beklentisine neden oluyor.

Özellikle ABD Başkanı Donald Trump'ın yapmış olduğu korumacılık açıklamaları ve diğer ülkelerin de benzer şekilde pozisyon alması önümüzdeki günlerde artarak devam edecek ticaret savaşlarının fitilini ateşledi.

Trump'ın Dış Ticaret Politikaları Dünya Ticaretini Nasıl Etkileyecek?

ABD Başkanı Donald Trump'ın çelik ve alüminyum ithalatında ek vergi uygulamasına ilişkin basın toplantısında; ilave verginin ulusal güvenlik kapsamında bir politika aracı kullanıldığına ilişkin açıklaması, korumacılığın sadece ekonomik nedenlere dayanmadığının bir resmi olarak değerlendirilmektedir.

Trump tarafından duyurulan ABD'nin yeni dış ticaret stratejisine karşı olarak, Çin ve Avrupa Birliği'nin başını çektiği bir grup ülkeler müzakere yolunu tercih ederken, başta ülkemiz olmak üzere birçok ülke müteakabiliyet esasına göre karşılık vereceklerini açıkladılar.

ABD tarafından alüminyum ve çelik ithalatına karşı uygulanan ek vergiye karşı ülkemiz tarafından Dünya Ticaret Örgütüne yapılan bildirimde ABD menşeli 22 kalem eşyaya ilişkin ek vergi alınacağı bildirilmiş ve 22 Haziran itibarıyla söz konusu vergiler hayata geçirilmiştir.

Bu açıklamalar ışığında, ABD ile yapılan müzakerelerden sonuç alınmaması veya ülkelerin ABD'ye karşı benzer engeller koyması dünya ticareti olumsuz yönde etkilenecektir.

Otomotiv Sektörü Mevcut Durumdan Nasıl Etkilenecek?

ABD tarafından otomotiv sektöründe girdi olarak kullanılan alüminyum ve çelik ithalatında uygulanan ek vergiden öncelikle ABD'deki ithalatçı şirketlerin etkileneceği değerlendirilmektedir. Her şeyden önce bu verginin muhatabının ABD'deki şirketler olduğunu söylememiz gerekiyor. ABD'deki otomobil üreticilerin ek vergiden sonra ithalat eğilimlerini değiştirmemeleri durumunda üretim maliyetleri artacak bu durumda karlılığı olumsuz yönde etkileyecektir.

Diğer yandan, ABD'deki otomobil üreticilerin ithalat eğilimlerini değiştirmeleri durumunda ABD'ye

çelik ve alüminyum ihraç eden ülkelerin ticaret hacminde daralma yaşanacaktır.

ABD'nin otomobil ithalatına ek vergi koyacağına ilişkin açıklaması ise otomotiv sektörünü tedirgin etti. Zira başta ülkemiz başta olmak üzere, Uzakdoğu ve Avrupa'da yerleşik otomobil üreten şirketler için ABD çok önemli bir pazar.

ABD tarafından konulacak olası bir ek vergi neticesinde bu ülkelerden ABD'ye yapılacak ihracat hacminde bir azalma söz konusu olabilir. Diğer yandan, otomobil ihracatında söz sahibi olan ülkelerinin de benzer kapsamda vergi koyması durumunda sektörel bir daralma yaşanması söz konusu olabilir.

Sonuç Olarak, Dünya ticaretinde söz sahibi olan ülkelerin gümrük vergilerini artırmalarının domino etkisi ile global dış ticaret hacminde daralmalara neden olabileceği ve otomotiv sektörünün de bundan olumsuz etkileneceği değerlendirilmektedir.



SATINALMA CHECK - UP İLE FİRMA SİSTEM ANALİZ RAPORUNUZU OLUŞTURABİLİRSİNİZ

Satınalma Cep Mobil Uygulama içerisinde, işletme satınalma ve tedarik zinciri operasyonlarınızın gelişmişlik seviyesini tespit edebileceğiniz kapsamlı sistem analiz ve değerlendirme (check-up) bölümü oluşturduk. A'dan Z'ye Satınalma Check-up ile satınalma ve tedarik sisteminizin ne kadar sağlıklı çalıştığına ilişkin bir analiz gerçekleştirebilirsiniz.

Satınalma Check-up Kategorileri

- Satınalma Organizasyonu
- Satınalma Politikaları
- Satınalma Personeli
- Satınalma Süreçleri
- Satınalma Araçları
- Tedarikçi Yönetimi
- Yaratılan Değer

Satınalma Check-up ile şirketinize özel kapsamlı bir rapor hazırlıyoruz. Böylelikle organi-

zasyonel ihtiyaçlarınızı net bir şekilde değerlendirebileceksiniz. Bu doğrultuda yol haritası ve atılması gereken adımlar belirlenmektedir. Süreç iyileştirme çalışmaları, politika ve prosedürlerin güncellenmesi, görev tanımlarında değişiklikler, personel ve teknoloji ihtiyaçları, tedarikçi ilişkilerindeki düzenlemeler ve eğitim gereksinimlerine ilişkin rapor çıktısını alabileceksiniz.

Eğitim Testleri ile Mesleki Gelişim

Satınalma Dergisi içerisinde örnek olay (vaka) çalışmaları ve testlere yer vererek mesleki gelişiminize katkı oluşturma gayretindeyiz. Bu sayımızdan başlayarak temel seviyeden ileri seviyeye kadar farklı konuları içeren testleri dikkatinize sunacağız. Testleri çözerken Beta Yayınevi'nden çıkan Satınalma ve Tedarik Zinciri Yönetimi (Prof. Dr. Murat Erdal) kitabımızın 4. Baskısı yardımcı olacaktır. Sektör çalışanlarının başucu niteliğindeki bu kitap mesleki bilgilerinizin de pekişmesini sağlayacaktır.

Pazarlama Temel Seviye Testi

1. Aşağıdakilerden hangisi pazarlamayı tanımlar ?

- a) Ürünlerin geliştirilmesi
- b) Ürünlerinin reklamının yapılması
- c) Tüketici istekleri ile ihtiyaçlarının karşılanması
- d) Raf ve vitrin düzenlemeleri
- e) Çağdaş satış uygulamaları

2. Kar amaçsız işletmelerde pazarlama anlayışının gelişimine örnek aşağıdakilerden hangisidir ?

- a) Toyota Satış Ağı
- b) Hacı Şakir Sabunları'nın Yeni Çeşitleri
- c) Fruko'nun Yeni Gazozunun Lansmanı
- d) Tema'nın Ağaç Dikme Kampanyası
- e) Sultan Ahmet Köftecisi'nin İrmik Helva Menüsü

3. Otomatik kola makinesine parasını atıp ürünü alıp, susuzluğun giderildiği bir alışverişte, pazarlamanın hangi fonksiyonu yerine getirdiği söylenebilir ?

- a) Ürün
- b) Fiyat
- c) Değiş - Tokuş
- d) Reklam
- e) Fikir Geliştirme

4. Aşağıdakilerden hangisi pazarlama aktivitesi değildir ?

- a) Tutundurma
- b) Üretim
- c) Perakendecilik
- d) Toptancılık
- e) Ürün Geliştirme

5. Pazarlama odaklı bir firmada bulunması gerekmeyen özellik aşağıdakilerden hangisidir ?

- a) Müşteri Odaklılık
- b) Bütünleşik Pazarlama Çalışmaları
- c) Rekabet Odaklılık
- d) Uzun Dönemde Karlılık
- e) Satış Odaklılık

6. Tüketici odaklı bir firmanın sağlaması gereken pazarlama faaliyetleri öncelikle;

- a) Olabildiğince fazla yerde ürünlerinin satışa sunmaktır.
- b) Sürekli olarak yeni ürünler geliştirmektir.
- c) Ürün reklamlarını her mecraaya yaymaktır.
- d) Tüketici tatmini sağlamaktır.
- e) Tüketici fetişi olmaktır.

7. Tüketici tatmini sağlamak için gereken unsur;

- a) Yüksek kaliteli ürünler sunmaktır.
- b) Tüketicilerin istek ile ihtiyaçlarına konsantre olmaktır.
- c) Tüketicilere hediyeler dağıtmaktır.
- d) Tüketicileri tatile götürmektir.
- e) Tüketicileri sevmektir.

8. Pazarlama faaliyetleri;

- a) Satış etkiler.
- b) Reklamları etkiler.
- c) Üretimi etkiler.
- d) Dağıtımı etkiler.
- e) Hepsini etkiler.

9. Pazarlama anlayışı;

- a) İşletmenin pazarlama departmanına etki eder.
- b) İşletmenin satış departmanına etki eder.
- c) İşletmenin tamamına etki eder.
- d) İşletmenin müşteri ilişkilerine etki eder.
- e) İşletmenin büyük müşterilerine etki eder.

10. Pazarlama faaliyetlerinin başlangıç ve bitiş noktası;

- a) Tüketicilerdir.
- b) Firmanın kendisidir.
- c) Uzun dönemli yatırım politikalarıdır.
- d) Toptancı ve perakendecilerdir.
- e) Reklam ajanslarıdır.

11. Aşağıdakilerden hangisi pazarlama bileşenleri içinde yer almaz ?

- a) Ürün
- b) Fiyat
- c) Rekabet
- d) Tutundurma
- e) Dağıtım

12. Aşağıdakilerden hangisi " rekabetçi avantaj " kavramı ile ilgilidir ?

- a) Pazarlama Miyopisi
- b) Pazarlama Bileşenleri
- c) Tüketici Beklentileri
- d) Hiçbiri
- e) Hepsi

13. Pazarlama miyopisi aşağıdakilerden hangisidir ?

- a) Miyop olmuş pazarlama yöneticisi
- b) Misyon ve vizyon tanımının yanlış yapılması
- c) Ürün çeşitlerine fazla yatırım yapılması
- d) Yanlış dağıtım kanalı seçilmesi
- e) İzleyici oranlarının yanlış hesaplanması

14. "İyi bir satıcı eskimoya bile buz satabilir" yaklaşımının çıkışında yatan felsefe pazarlamada;

- a) Üretim yaklaşımının göstergesidir.
- b) Yeni pazarlama yaklaşımının göstergesidir.
- c) Satış yaklaşımının göstergesidir.
- d) Stratejik pazarlama yaklaşımının göstergesidir.
- e) Hiçbiri

15. Yatırım yapmak istediğimiz bir alanda talebin düzenli olarak yükseliyor olması;
- a) Pazanın çekiciliğini gösterir.
 - b) Potansiyel bir talep olduğunu gösterir.
 - c) Bir müddet sonra azalmaya başlayacak bir karlılığın olduğunu gösterir.
 - d) Yukandakilerin hepsi doğrudur.
 - e) Yukandakilerin hiçbirisi doğru değildir.

16. Aşağıdaki ifadelerden hangisi firmanın "üretim odaklı" olduğunu vurgular;

- a) Kişisel satış ve reklam uygulamaları karlılığın arttırılmasında kullanılan en etkin araçlardır.
- b) Tüketiciler, ne üretirsek onu alırlar.
- c) Ne üretirsek satarız, yeter ki satmanın yollarını bilelim.
- d) Tüketicinin tatmini firmanın ana amacıdır.
- e) Tüketicileri memnun edecek ürün ve hizmetleri geliştirmeliyiz.

17. Aşağıdakilerden hangisi pazarlamaya etki eden bir makro çevre faktörü değildir ?

- a) Sosyo – Kültürel Çevre
- b) Psikolojik Çevre
- c) Ekonomik Çevre
- d) Teknolojik Çevre
- e) Hiçbiri

18. Aşağıdakilerden hangisi işletmenin kontrolü altındaki faktörlerden biridir ?

- a) Kültürel Çevre
- b) Hukuki Çevre
- c) Politik Çevre
- d) Kuruluş Yeri
- e) Hepsi

19. Aşağıdakilerden hangisi pazarlama dışı işletme kaynaklarından biri değildir ?

- a) Finansman
- b) Ürün
- c) Üretim
- d) Personel
- e) Kuruluş Yeri

20. Demografik çevre faktörleri arasında hangisi yer almaz ?

- a) Yaş
- b) Cinsiyet
- c) Kur Politikası
- d) Eğitim Düzeyi
- e) Nüfus

21. Enflasyon, para ve kur politikaları hangi çevresel faktör içinde ele alınır ?

- a) Ekonomik Çevre
- b) Politik Çevre
- c) Sosyo - Kültürel Çevre
- d) Hiçbiri
- e) Hepsi

22. Toplumun ahlak anlayışı ve gelenek, görenekleri;

- a) Sosyo – kültürel çevre içinde değerlendirilir.
- b) Ekonomik çevre içinde değerlendirilir.
- c) Politik ve hukuki çevre içinde değerlendirilir.
- d) Hiçbiri
- e) Hepsi

23. Politik ve hukuki çevre aşağıdakilerden hangisi ile ilgili değildir ?

- a) Genel Para ve Kredi Politikaları
- b) Çevre Koruma
- c) Toplum Sağlığı
- d) Yatırım Politikaları
- e) Nüfusun Coğrafi Dağılımı

24. Aşağıdakilerden hangisi stratejik pazarlama yönetiminde yerine getirilen işlerden birisi değildir ?

- a) Pazar Fırsatları Analizi
- b) Ekonomik Fırsatlar Analizi
- c) Pazarlama Faaliyetlerinin Yönetimi
- d) Hedef Pazar Seçimi
- e) Pazarlama Karmasının Pekiştirilmesi

25. Aşağıdakilerden hangisi doğru değildir ?

- a) Satış anlayışının başlangıç noktası; fabrika
Pazarlama anlayışının başlangıç noktası; pazar
- b) Satış anlayışının odak noktası; ürün
Pazarlama anlayışının odak noktası; tüketici ihtiyaçları
- c) Satış anlayışında kullanılan araçlar satış ve diğer tutundurma çabaları
Pazarlama anlayışında kullanılan araçlar; tüm tutundurma çabaları
- d) Satış anlayışında sonuç; satış hacmi yoluyla kar
Pazarlama anlayışında sonuç; tüketici tatmini yoluyla kar

26. Aşağıdakilerden hangisi bir pazar oluşumu için zorunlu değildir ?

- a) Satın alma gücü
- b) Talep ve arz arasında ölçülebilir bir ilişki
- c) Ürüne olan ihtiyaç
- d) Satın alma yetkisi
- e) Satın alma arzusu

Hazırlayan:

Prof. Dr. Emrah CENGİZ
İstanbul Üniversitesi
SBF İşletme Bölüm Başkanı
ecengiz@istanbul.edu.tr

Testin Doğru Cevapları
Satınalma Cep Mobil Uygulamada Sunulmaktadır.

AZİM İŞ TEKSTİL

iş elbiseleri & medikal giyim

geniş ürün
yelpazesıyla
Başakşehir 'de



**kaliteli ve şık
modeller**

**isteğe göre
özel üretim**

**toptan ve
perakende**

TEL: 0533 361 86 87 - 0541 361 86 87

Sezgin ERZAN
 İnovatech Kurumsal
 Ar-Ge ve Proje Danışmanlık Hizmetleri Ltd.Şti.
 bilgi@inovatecharge.com

TÜBİTAK'TA YENİ DÖNEM TEYDEB 2.0: YENİLİK DESTEK PROGRAMI HAKKINDA



TÜBİTAK, 2017 yılı Haziran ayından itibaren yeni nesil destek mekanizması TEYDEB 2.0'ı tanıtmaya başlamıştı. 2018 Ocak ayında çıkması planlanan TEYDEB 2.0 kurumum; resmi sitesinden yayınladığı "TÜBİTAK desteği arttı" haberi ve "Yenilik Destek Programı Uygulama Esasları Yönetmeliği" ile TEYDEB 2.0'ı Ağustos 2018 itibari ile duyurdu.

TÜBİTAK tarafından planlanan yeni yönetmeliğe göre 1501, 1507 ve 1511 koduna sahip programlar kaldırılıyor ve yerine AYDE (Arayüz Destekleri) ve SADE (Sanayi Destekleri) şeklinde 2 yeni program getiriliyor. Anabölümler altında toparlanan yeni sistemde birisi sürekli açık (Genel SADE) ve diğeri çağrı bazlı (Tematik SADE ve AYDE) olmak üzere 2 ana program kapsamında başvuru alınacaktır. Genel SADE programında halen uygulandığı hali ile firmalar belirledikleri konular ile istedikleri zaman başvuru yapabilecektir. Tematik SADE ve AYDE ise yılın belirli dönemlerinde açılacaktır.

SADE çağrıları ile aşağıdaki kapsamda belirtilen faaliyetler desteklenebilir:

- Proje esaslı araştırma, teknoloji geliştirme ve yenilik faaliyetleri,
- Araştırma, teknoloji geliştirme ve yenilik amaçlı girişimcilik faaliyetleri,
- Ülke ihtiyaçlarına yönelik ve/veya öncelikli alanlarda, sektörel veya bölgesel proje esaslı araştırma, teknoloji geliştirme ve yenilik faaliyetleri,
- Üniversite/kamu araştırma merkez ve enstitülerindeki bilgi birikimi ve teknolojinin, özel sektöre aktararak ekonomik değere dönüştürülmesine yönelik faaliyetler.

AYDE çağrıları ile aşağıdaki kapsamda belirtilen faaliyetler desteklenebilir:

- SADE çağrılarında etkin ve verimli sonuçlar alınabilmesi için yenilik ve girişimcilik alanlarında kapasite artırıcı ve kamu-üniversite-sanayi işbirliklerinde kolaylaştırıcı mekanizmalar oluşturulması ve yürütülmesine yönelik faaliyetler,
- Kuruluşların kendi aralarında ve diğer araştırma kurumlarıyla teknoloji ve yenilik odaklı işbirliği ve teknoloji transfer mekanizmaları oluşturmalarına yönelik faaliyetleri,
- Özel sektör, üniversite ile araştırma kurum ve kuruluşlarının iş birliği yapmasını sağlayacak faaliyetlerin ve bu iş birliğini kolaylaştıracak teknoloji transfer ofisleri, proje geliştirme, bilgi lisanslama, bilgi aktarım merkezleri ve benzeri ortamların faaliyetleri.

TÜBİTAK TEYDEB 2.0 Yapısı Neyi Amaçlıyor?

• TÜBİTAK TEYDEB 2.0'ın ve buna bağlı olarak getirilecek yeni sistemin; Ar-Ge ve yenilik odaklılıktan çok tematik alanlarda değer odaklı olacağını söylemek mümkün. Mevcut yapıda, işletme odağında yürütülen projelerin kamu-üniversite ve özel sektör katılımı ile gerçekleştirilmesinin sağlanması da hedeflerden bir tanesi. Bu kapsamda, kurumun yaptığı sunum doğrultusunda TEYDEB 1.0 ve TEYDEB 2.0 arasındaki farklılıkları aşağıdaki tablodan net olarak izlenebiliyor.

İnovatech Arge ekibi olarak yeni dönemde Tübitak desteklerinin ekosistemi daha güçlü kılacağına inanıyoruz.

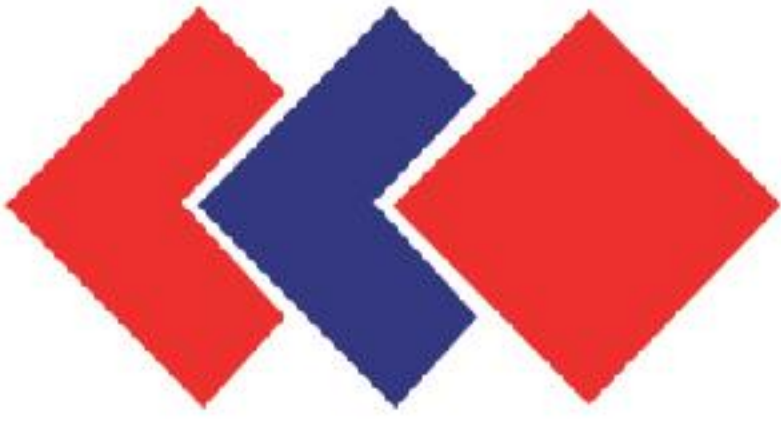
Destek Sistemi 1.0 - 2.0 Farklar	
Mevcut	Önerilen
Program-UE tabanlı	Çağrı tabanlı
Firma odaklı	İşbirliği odaklı
ArGe yenilik odaklı	Değer Odaklı
Teknolojik alan yaklaşımı	Tematik yaklaşımı
Kamu-Firma fonlaması	Çok kaynaklı fonlama

Detaylı Bilgi için: İnovatech Kurumsal Ar-Ge ve Proje Danışmanlık Hizmetleri Ltd. Şti.
 Ataköy 7.8.9.10 Kısım Mahallesi Çobançeşme E-5 Yanyol Caddesi Nef 22 Plaza B-Blok 11. Kat No: 217
 Bakırköy-İSTANBUL T : 0850 582 37 57 www.inovatecharge.com

MEKİK OTOMASYON RAF SİSTEMLERİ



 **temesist®**
depo & raf sistemleri



AVANTAJLAR VE PERFORMANS



»»» Avantajları

Yükleme, depolama ve boşaltma
Minimum alan, maksimum depo kullanımı
LIFO-FIFO-Homing-istifleme
İnsanlardan kaynaklanan hataları sıfıra indirme
Hızlı şarj edilebilme özelliği
Hızlı ve sessiz yükleme
İstenen aralıkla palet pozisyonlama
-30°C ile +50°C aralığında kullanma imkanı
Pano iç sıcaklığını kontrol edebilme özelliği
RF Kumanda ile kontrol
Aynı mekik ile 800mm 1000mm 1200mm derinliğinde palet taşıyabilme

»»» Performansı

Tahrik Tekerlekleri Sayısı: 6
Kaldırabileceği yük: 1500kg
Palet Ölçüleri: 800/1000/1200*1200mm (Euro Palet)
Paletler Arası Mesafe: 50 mm (istenen mesafe ayarlanabilir)
Pozisyonlama Hassasiyeti: 10 mm
Yüksüz Hız: 75m/dakika
Yüklü Hız: 60m/dakika
Yük Kaldırma Süresi: 4 saniye
Yük İndirme Süresi: 4 saniye





ÇALIŞMA MODLARI VE STANDART ÖZELLİKLER

Çalışma Modları



FIFO çalışma modu

Otomatik olarak kanaldaki tüm paletlerin yükleme yönünün tersine boşaltılmasını sağlar. Getirmiş olduğu paleti bırakır ve komut beklemeksizin 2'nci paleti almaya gider. 2'nci palet bırakması için ilk paletin alınmasını bekler.

TAM OTOMATİK SÜREKLİ BOŞALTMA

LIFO çalışma modu

Otomatik olarak kanala forklift ile bırakılan paletleri kanalda götürebileceği son konuma kadar götürür. İlk paleti götürüp bıraktıktan sonra forkliftin getirdiği diğer paleti almak için geriye gelir ve paleti alıp götürebileceği son konuma kadar götürür.

TAM OTOMATİK SÜREKLİ YÜKLEME

STACK-IN çalışma modu

Bir kanaldaki tüm paletleri yükleme yönünün tersine istiflemesini sağlar.

GERİ İSTİFLEME

STACK-OUT çalışma modu

Bir kanaldaki tüm paletleri yükleme yönüne istiflemesini sağlar.

İLERİ İSTİFLEME

IN-OUT çalışma modu

Tek bir paletin yüklenmesini veya boşaltılmasını sağlar.

OTOMATİK YÜKLEME VE OTOMATİK BOŞALTMA

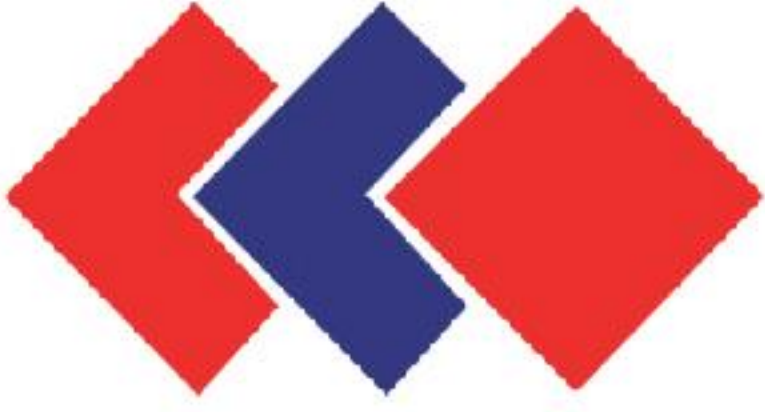
Standart Özellikler

- » **Kaldırma tepsisi (Standart aksesuar):** Yükü tepsi üzerine eşit dağıtarak ve kaymayı engelleyici yüzeyi ile mekiğin hareketi esnasında mekiğin palettteki malzemenin zarar görmesini engeller.
- » **Kurtarma kancası (Standart aksesuar):** Arızalı mekiğin başka bir mekik ile kurtarılmasını sağlar.
- » **Hızlı akü değişimi (Standart özellik):** Akülerin kolay montajı sayesinde yedek akülerin kolayca değiştirilmesini sağlar.
- » **Otomatik palet yükleme (standart yazılım):** Tam otomatik sürekli yükleme
- » **Kolay Pozisyonlama (Mekanik) (Standart özellik):** Mekiğin takozlarında bulunan plastik tekerlekler ve açılı parçalar ile mekiğin raya tam oturmasını sağlar.
- » **Çoklu palet sistemi (Standart yazılım):** Aynı mekik ile 800mm, 1000mm, 1200mm derinliğindeki paletlerin yüklenmesini sağlar.
- » **Engel algılama sistemi (Standart özellik):** Kullanılan analog sensörler ile engelleri ve paletleri algılayarak mekiğin ve paletin zarar görmesini engeller.
- » **İnsan Güvenliği (Standart özellik):** Kullanılan analog sensörler ve güvenlik kenarı ile insana verilecek zararı sıfıra indirir.
- » **Otomatik kurtarma sistemi (standart özellik):** Kanal içerisinde arızalanan veya başka bir sebeple kanal içerisinde kalmış olan mekiğin başka bir mekik ile çekilerek referans noktasına getirilmesini sağlar.

KURU AKÜ TEMEL ÖZELLİKLERİ

Tip	: Pb-Acid
Gerilim	: 12V
Kapasite	: 28Ah
Ağırlık	: 10 Kg
Çalışma Süresi	: 8h
Şarj Süresi	: 5h
Akü Ömrü	: 900 kez
Akü sayısı	: 4
Şarj Ünitesi	: 240VAC/50-60

Standart Kuru Akü



DİĞER ÖZELLİKLER, KUMANDA VE AKÜ

»»» Opsiyonel Özellikler



Düşme önleyici

Güvenli sürüş sistemi

Lokasyon bildirim sistemi

Wireless ile mekiğin konumunu ERP -WMS veya el terminaline bildirir.

Envanter sayımı

Kanal üzerindeki paletlerin sayımını yaparak, operatörden kaynaklanan sayım hatalarını en aza indirir.

WMS

Mekik uzaktan kontrol edilebilir. Malzemelerin kayıtları veritabanında kaydedilerek envanter takibi kilometrelerce uzaktan yapılabilir.

Soğuk Depo Mekiği

-30°C dereceye kadar soğuk hava depolarında uygulama yapılabilir. Pano iç sıcaklığını ayarlayabilen sistem ile yüksek verim sağlanır.

»»» Kumanda



El Terminali ile Kumanda (Opsiyonel)

Mekik ile wireless haberleşmesi yaparak net bir bilgi ekranında mekik komutlarını ve mekiğin yaptığı iş hakkında operatöre bilgi verir.

RF KUMANDA ÖZELLİKLER

Tip: Radyo Kontrol

Tuş Takımı: 8 yumuşak tuş

Koruma Sınıfı: IP65

Güç Kaynağı: Pil

Haberleşme Mesafesi: 100 m

»»» Lityum Akü



Lityum akü seçeneği (Opsiyonel)

Değişik kapasitedeki yüksek verimli Lityum aküler ile daha uzun süreli çalışma sağlar.

LİTYUM AKÜ ÖZELLİKLER

Tip: Li-ion

Gerilim : 24 V

Kapasite : 63-150 Amper

Ağırlık : 15 Kg

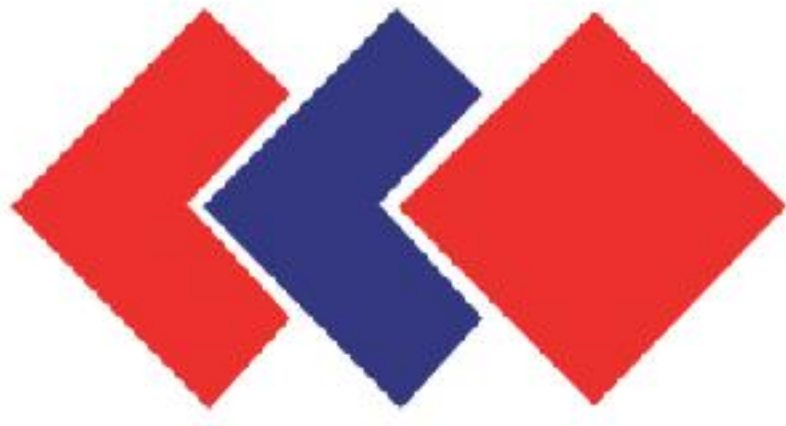
Çalışma Süresi : 10-16 Saat

Şarj Süresi : 5-7 Saat

Akü Ömrü : 1200 kez

Akü sayısı : 1

Şarj Ünitesi : Özel



MEKİK PARÇA KILAVUZU VE OTOMASYON

»»» Mekik Parça Kılavuzu



- 1) Mekik Referans (home) Sensörü
- 2) Son Konum (raf sonu) Sensörü
- 3) İleri Palet Mesafe Sensörü
- 4) Tekerlekler (poliüretan)
- 5) Lastik emniyet takozları
- 6) Mekik Kurtarma Aparatı
- 7) Durum gösterge ışıkları, akü şarj göstergesi, start-stop, palet seçim ve fren açma butonu
- 8) Geri palet mesafe sensörü

»»» Mekik Otomasyon

MEKİK OTOMASYON TEMEL ÖZELLİKLER

Toplam Uzunluk: 1020 mm
Genişlik: 975 mm
Yükseklik: 175 mm
Makina Gürültüsü: ≤ 80db
Ağırlık: 320 kg
Kuru Tip Batarya: 40 kg
Li-Ion Batarya: 15 kg
Palet Genişliği: 1200 mm
Palet Derinliği: 800-1000-1200 mm
Mekik'in Palet Kaldırma Yüksekliği: +40 mm

TAHRİK ve KONTROL

Kontrol Ünitesi: Siemens PLC
Yürütme Motoru Kontrolü: Sürücü ile
Kaldırma Motoru Kontrolü: Doğrudan
Yürütme Motor Gücü: 1000 W
Kaldırma Motor Gücü: 450 W

TEKERLEKLER

Tekerlek Malzemesi: Poliüretan
Boyutlar: Ø140x38 mm
Teker Sayısı: 6





Hasan ÖZGEN
Lojistik Uzmanı/Eğitmeni
hasan_ozgen@yahoo.com

LOJİSTİK HAYATTIR

Hayat bir aksiyon içinde durmadan devam etmektedir. İnsan ihtiyaçları katlanarak artmaktadır. İktisadın doğuş sebebi olan insan ve ihtiyaçları sınırsız olduğu müddetçe bu döngü kıyamete kadar bu şekilde artarak devam edecektir. Her ihtiyacın içinde o ihtiyaca ulaşmak için gerekli şartları ve bu şartların oluşması için yapılması gerekenleri vardır. Bu gereklilikler insanların o ihtiyaca ulaşana kadar ki yaptıkları ve o ihtiyacı olanlara ulaştırıcıları yaptıkları arasında devamlı hareket halindedir. Bu hareketliliğin bütününe bakıldığı zaman lojistik kavramı ile karşı karşıya kalındığı görülecektir.

Lojistik; genel olarak ürünün, hizmetin veya bilginin müşteri ihtiyaçları doğrultusunda, hammaddenin temin edilmesinden son kullanıcıya ulaştırılmasına kadar olan süreçte depolama, taşıma, gümrükleme ve sigortalama vs. işlemlerinin uygulanması ve kontrol edilmesi faaliyetleri olarak değerlendirilmektedir.

Lojistik anne karnında oluşan, 9 ay depolanan insan serüveni ile başlar. Bu sebeple; **"Lojistik Hayattır"** ve hayatın tam içindedir.

Çünkü lojistik nefes almak gibidir, önemini kesildiğinde anlaşılır. Her ürün, her hizmet ve her bilgi tüketileceği noktaya tam ve zamanında taşındığında değerlidir.

Sınırların kalkması, dünyadaki mal hareketinin, ticaretin ve buna bağlı olarak üretimin çoğalması ve süratlenmesi ile oluşan global

rekabetin önemli bir silahıdır lojistik.

Eğer bir ülke veya firma lojistiğini iyi kurgulayamaz ve yönetemez ise onun için çok geç olmuştur artık. Tıpkı açlıktan ölmek üzere olan bir insanın zamanında yenemeyen yemeğin bıraktığı sonuç gibidir.

Günümüzün süratli ticareti; yıkıcı rekabeti karşısında durması mümkün olmayan bir hızla ilerlerken bu hıza ayak uyduramayanlar yenilgiyi de baştan kabul etmiş sayılırlar. Yetiştiklerinde ise iş işten çoktan geçmiş olabilir.

Bu açıdan bakıldığında Lojistik; üretimin, ticaretin ve rekabetin enerjisidir. Enerjiniz yok veya akımı zayıf ise, zaten kaybedenler sınıfına dahil olmuşsunuz demektir.

"Lojistik sadece, bir ürünü bir yerden alıp bir yere teslim etme işi değildir. Lojistik o ürünün, doğması, büyümesi, gelişmesi, üretilmesi, teslimi, kullanılması ve kullanım süresi bitip yok edilmesi sürecine kadar tüm aksiyonun bizzat içindedir. İçinde hayat olan bir işi kim istemez ki?"

Hayatın her alanında lojistik vardır. Evden çıktık, otobüse bindik, gideceğimiz yere vardık. Markete girdik, alışveriş yaptık. Aldığımız eşyaları taşıdık. Eve geldik aldığımız ürünleri poşetlerinden çıkardık. Yıkadık. Yerlerine yerleştirdik. Eski ve yıpranmış olanları çöpe attık. Atılan çöpler için ayrıca işlemler yapıldı. Yeni alınan eşyaların eksiklikleri tespit edilerek planlamaya alındı. Bir daha ki

ihtiyaçlar çoktan tespit edilmeye başlandı bile.

Lojistik olarak düşünürsek; Bir ürün kaynağından çıkarıldı. Üretildi. Sevk edildi. Depoya ürünler geldi ve indirdi. İçinde ki ürünleri aldı. Elleçleme işlemleri yapıldı. Onlar için ayrılan raflara koyuldu. Eski tarihli ürünler ayrıldı ve imha için sevk edildi. Sırası gelen stokta bekleyen ürünler perakende alım yerlerine sevk sağlandı. Tüketicieye aktarıldı. Atıkların değerlendirilmesi işlemi yapılmak üzere yeniden kazanım ünitelerine gönderildi. Tüm bu faaliyetler bilgisayar ortamında bilgi işleminden geçirilerek kontrolü sağlandı. Bilançoya esas sayımlar yapıldı. Ürün satış takip hızları gözlemlenerek yeni stratejiler belirlendi. Zincirleme bu hareketlilikler gün, ay, yıllar boyu gelişerek ve artan bir hızla yayıldılar. O zaman Farkı var mı lojistiğin, hayattan? demek yanlış olmamaktadır.



Bu Globalleşme sürecinde Lojistik nedir? Diye sorabilirsek kendimize,

Lojistik: Hesap kitap yapma bilimi, hesapta becerikliliğidir.

Lojistik: Hareketliliğin yönetimi, matematik düşünme sanatıdır,

Lojistik: Sürekli hareketliliğin içinde bitmeyen bir eylemdir,

Lojistik: Bir sorgulama ve doğru plan program sanatıdır. şeklinde karşımıza çıkacaktır.

İşte bu kuralları istenilen yer, zaman, kalite, bilgi, uygun maliyetle karşılayabilenler yurt içi ve yurt dışı başarıyı yakalaya bilenler olacaklardır.

Son yirmi yılda yapılan yatırımlar sonucunda Lojistik sektörü Uluslararası alanda rekabet edilebilecek bir konuma yükselmiştir. Sektörün gelişmesi sadece fiziksel olarak yapılan yatırımlar ile olmayıp en önemli yatırımın İnsan Kaynaklarına yapılacak olanı öne çıkmaktadır.

Her geçen gün lojistiğin öneminin artmasına paralel olarak profesyonel lojistik kadro ihtiyacı da beraberinde artacaktır. Ancak var olan ihtiyaca ülkemizin henüz yeterince cevap veremediği de dikkat çekmektedir.

Bugün lojistik ve tedarik zincirinin yönetim performansı, işletmelerin ve ülkelerin küresel rekabet ortamında varlığını belirleyen en önemli unsur haline gelmiştir. Ekonomik faaliyetin bu

şekilde bir nitelik değiştirmesi, lojistik iş süreçlerinde yer alacak insanların, uluslararası ölçüt ve nitelikte bir eğitim almaları gereğini ortaya çıkarmıştır. Türkiye'nin de uluslar arası alanda rekabet gücünün artırılması için lojistik sektöründe uzman, yaptığı işi bilen, nitelikli insan gücüne ihtiyaç vardır ve her zaman da olacaktır.

Lojistik Bölümünün önemi; ihtiyaçlara uygun ve sürekli yenilikleri izleyen ve öğrenmeyi kendisine misyon edinen eğitim anlayışı ile yeni alanlarında aranan personelin yetiştirilmesi vizyonuna sahip olmasıdır.

Doğru Personel
Doğru Eğitim
Doğru Branşlaşma
Doğru Etkinlik Alanları
Doğru Kadrolaşma/Teşkilatlanma
Doğru Kullanım
Doğru Makam- Memuriyet

İşte bu hayata; çalışmak, yön vermek, organize etmek, yönetmek, yeni aksiyonlar oluşturmak, modernize etmek, insanlara beklediklerini ulaştırmak, bir ürünün çıkarılması, üretilmesi, dağıtılmasında pay sahibi olmak kısacası hayatın lojistiğinde olmak için, öncelikle içinde birçok bilim alanlarını kapsayan "Lojistik" bölümünün; kurulması, işletilmesi, sistemin oluşturulması, eğitilmesi, faydalı alanların yaratılması, yörenin ihtiyacının karşılanması ile mümkün olacaktır.

Malın ya da hizmetin hareketi büyük önem kazanarak lojistik anlayışın her geçen gün önemini daha da arttırması ve yayılması Dünyada ve Türkiye'de bu hızı yakalama trendlerini ortaya koymuştur. Özellikle günümüz küresel ekonomisinde rekabet etme anlamında yükselen değer olan lojistik hareketlilik ve kavramları daha iyi irdelemek ihtiyacını ortaya koymaya da devam etmektedir. Lojistik yeni yüzyılda Dünyadaki gelişecek olan üç sektörden (Genetik, bilişim/elektronik, lojistik) biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu

oluşum içinde lojistik sektörünün Türkiye'de de gelecekte dört misli artacak potansiyel bir güce ulaşacağı ise kesindir.

Özellikle de Yeni teknolojilerin lojistik verimliliğinin artması, kayıpların azalması, şeffaflığın yaratılması ve doğru planlamayla maliyetleri de azaltması ancak teknolojiyi en iyi şekilde kullanan, takip eden, bilen profesyonel personelle mümkün olacaktır.

Uluslararası lojistik arenasındaki hizmet hızının daha bilimsel boyutlarda yerini alacağı da lojistik konusunda eğitilmiş personelle mümkün olacağı muhakkaktır.

Ayrıca lojistik anlamda branşlaşmanın da gerçekleşmesiyle lojistik başarı şansı artacaktır. Üniversitemizde lojistik konusunun ele alınarak değerlendirilmesinin özellikle bölgemizdeki imkanlar açısından son derece yararlı olacağı izlenimi yaratmaktadır.

Ayrıca günümüzde her geçen gün artan bir hızla devam eden Lojistik faaliyetlerinin artık branşlaşma zamanı gelmiş olup bu branşların lojistik Hayat içinde tıpkı bir insan vücudu gibi entegre olarak yerini alması gerektiğidir. Bunun içinde branşlaşma alanları ihtiyaçlar doğrultusunda tespit edilerek, uygulama alanlarında da iyi eğitilmiş, iyi bölümlenmiş lojistik alanlarında yer alan Lojistik Hayatın hızını arttırarak rekabet alanlarında öne geçilecektir.

Lojistik alanda ihtiyaçlara uygun branşlaşan, eğitilmiş personeline sahip olan, entegrasyon hizmet anlayışı, lojistik eğitim kurumları ile sanayi ve ticari kuruluşlar arasındaki uygun iletişim kanalları kurulan, ulusal ve uluslararası mevzuatı ve uygulamasıyla lojistiğin hareketli hayatında içinde bulunan ve Lojistiği bir Hayat felsefesi ile değerlendirenler uluslararası lojistikte de kendini yarışabilecek düzeye getirecektir.





Ahmet CORA
Lojistik Uzmanı
acora76@hotmail.com

Küresel Isınma da Küresel Ekonomiye Dahildir

Yakın zamanda sosyal medyaya şöyle bir haber düştü: Bir armatörlük şirketi, küresel ısınma yüzünden eriyen buzlar sebebiyle, seferlerinde Kuzey Buz Denizi'ni kullanmaya başlamış.

Bu durum, artık Süveyş ve Cebelitarık boğazlarının ve hatta Akdeniz'in emtia transferlerinde artık daha az kullanılacağı anlamına gelmektedir. Yani bir çok dengeyi değiştirecek büyük bir gelişmedir. Başka bir ifadeyle; yirminci yüzyılın resmi olarak bitişinin ilanı da diyebiliriz.



Biliyorsunuz, 15. 16. yüzyıllarda başlayan coğrafi keşifler neticesinde Ümit Burnu bulunmuş ve emtia transferi açısından yeni bir devir başlamıştı. Ümit Burnu rotası, Süveyş Kanalı'nın açıldığı 1869'a kadar, Avrupa ile doğu ülkeleri arasındaki tek deniz yolu olarak kalmıştı. Akdeniz, ancak Süveyş Kanalı'ndan sonra önemini yeniden kazanabilmişti. Bugüne kadar da Süveyş ve Cebelitarık Boğazları oldukça işlevseldi. (Tabii, Süveyş Kanalı açılmasaydı, Cebelitarık'ın bir anlamı kalmayacaktı)

Bu yeni gelişme - eğer kalıcı olacak ise- uzak doğudan İskandinav ülkelerine, kuzey Avrupa ülkelerine ve hatta İngiltere'ye, İzlanda'ya bu alternatif güzergah üzerinden gidilmesini sağlayacaktır.

Bu navlun maliyetini düşürebilecektir belki ama Akdeniz içerisindeki Mısır'daki Port Said, Yunanistan'daki Pire Limanı gibi yoğun aktarma limanlarını, hatta bizim güney limanlarımızın bile olumsuz etkilenebileceğini de söyleyebiliriz. Tabii Akdeniz'de olmasa bile Dubai'deki Cebel Ali, Çin'deki Tianjin, Şangay, Endonezya'daki Jakarta limanları gibi eski güzergah üzerindeki işlek aktarma limanları da bundan etkilenecektir.

Dediğim gibi, bu yeni bir dönem anlamına geliyor. Artık firmalarda görevli lojistik satıncıların anlaştıkları nakliyecilere malları hangi güzergahı getireceklerini veya götüreceklerini soracağı bir süreç yaşayabiliriz. Bazı nakliyecilerin "biz ..X. güzergahını kullanıyoruz. Şu yönlerden daha avantajlı" diye pazarlama yaptıklarını duyacağız. Belki bir süre sonra da güzergahlardan biri tamamen atılacak, sadece biri işlevini koruyacaktır. (Şu an Ümit Burnu'nu kullananın olmaması gibi)

Çeşitli bilim mecralarında küresel ısınmanın çokça önemli sonuçları sıralanmakta. Yani dünyadaki ortalama sıcaklığın artmasının, denizlerin yükselmesine ve çöllerin büyümesine neden olabileceği anlatılıyor. Bazı bölgelerde kuraklığın artmasıyla zirai üretimin azalabileceği aktarılıyor. Ayrıca iklim değişikliklerinin sel, fırtına gibi doğal afetlerin artmasına ve okyanusların asitlik derecesinin değişmesine de neden olabileceğinden dem vuruluyor.

Ama şunu anlıyoruz ki, iklim değişiklikleri, lojistik anlamda da etkili olacaktır. Çokça jeopolitik durumu ve limanların önemini etkileyecek sonuçlar doğurabilecektir.

Burada başlığı tekrar ederek yazıyı bitirmek uygun olacaktır; Küresel ısınma da, küresel ekonomiye dahildir.

Satınalma Dergisi Mobil Uygulamaları

Satınalma Dergisi Apple ve Android uygulamaları ile tüm geçmiş sayılara kolaylıkla erişebilirsiniz.



Apple Store'dan
İndirin



App Store'dan
indirin



Google Play'den
İndirin



Google play'den
indirin



Tüm sayılara erişim ve dijital abonelik seçeneği ile derginiz her an yanınızda.



Satınalma mesleğini daha iyi icra etmeniz ve kariyerinize katkı sağlamak için çalışıyoruz.



Türkiye'nin Lider Satınalma Meslek Dergisiyiz. Teşekkürler.



Müzakere ve Pazarlık Oyunu Apple ve Android Uygulaması Çıktı.
İyi yöneticiler daima aldıkları doğru kararlar ile tanınırlar.

Müzakere ve Pazarlık Oyunu

Yönetici Yetiştirme ve Liderlik
Eğitim Programlarının Ayrılmaz Parçası



Müzakere Becerilerini Geliştirin

Bu oyun iş hayatının bire bir senaryosunu içermektedir. Oyun, yönetici ve çalışanların iyi müzakere etme ve pazarlık yeteneklerinin geliştirilmesine odaklıdır.

Pazarlık Masasında Nasıl Kazanılır ?

Gücünüzün farkında olun.
Pazarlık stilinizi geliştirin

İyi Müzakere Ederken Nelere Dikkat Edilir ?

Sıklıkla Yapılan Hatalar
Nelerdir ?

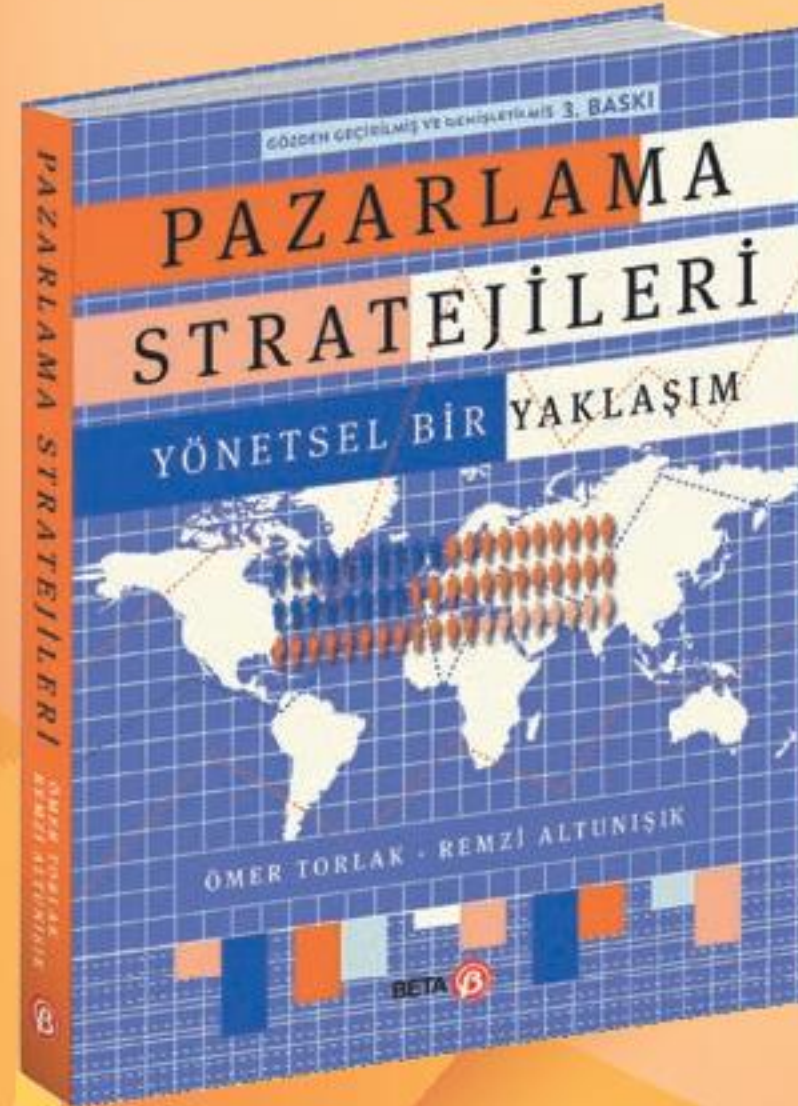
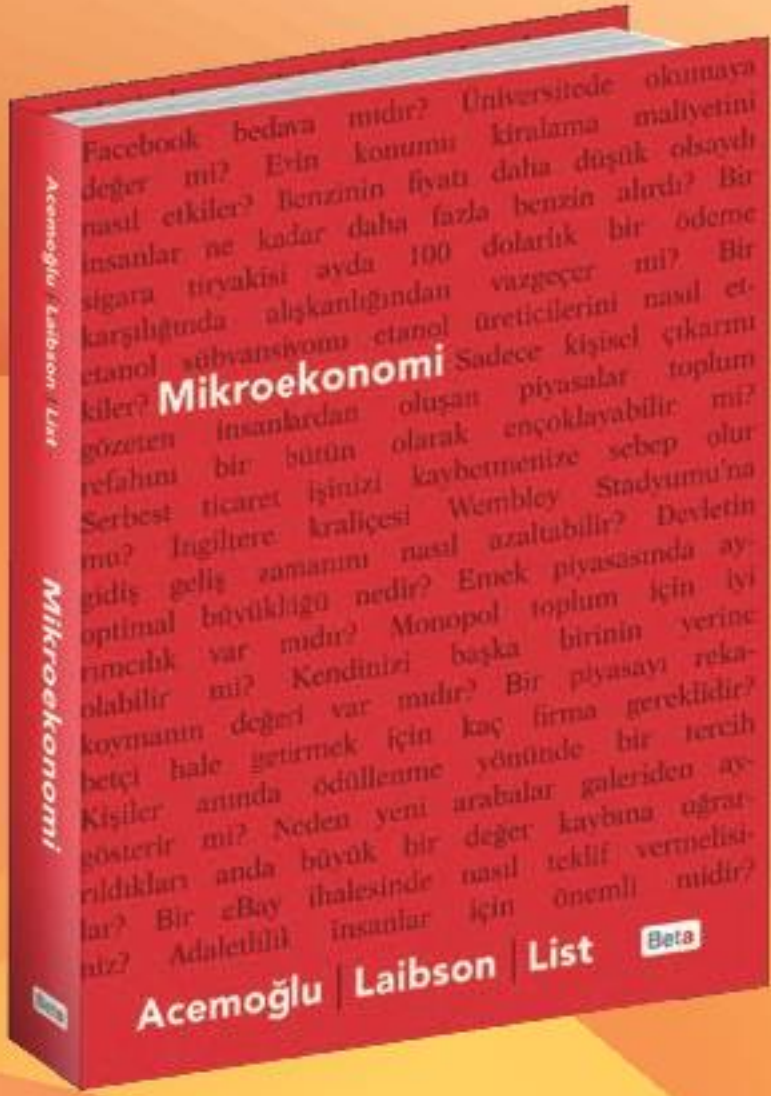
Kazan-Kazan ve Kazan-Kaybet Taktikleri Nelerdir ?

Dürüst teklifler, örtülü tehditler,
zaman ve fiyat baskıları...



TİNOVA BİLİŞİM TEKNOLOJİLERİ A.Ş.
İstanbul Üniversitesi Avcılar Kampüsü, İstanbul Teknokent
B Blok, Ofis No:105 34320 Avcılar/İstanbul
+90 (212) 509 56 56 info@tinova.com.tr www.tinova.com.tr





**Tüm Akademik ve Mesleki Yayınlarımızı
Satınalma Cep Üyeleri %25 İndirimli Temin Edebilirler.**



TEMESİST ENDÜSTRİYEL DEPO VE RAF SİSTEMLERİ DİŞ TİC. A.Ş.

İSTANBUL MERKEZ OFİS
İkitelli OSB. Keresteciler
Sanayi Sitesi 15.Sk. 14/A Blok
PK:34490 Başakşehir
İstanbul / Türkiye
Tel : 444 0 559
Tel : +90 212 495 32 32
info@temesist.com

BİLECİK - FABRİKA
HÜRRİYET 2.OSB Mah.
10. Cad. No: 1 / 0 PK:11100
Merkez / Bilecik / TÜRKİYE
Tel : +90 228 216 00 58
info@temesist.com

AKDENİZ BÖLGE MÜDÜRLÜĞÜ
Çınarlı Mah. Ziyapaşa Bulvarı
No:78 Güneş Ziyapaşa
İş Merkezi Kat 5 No: 502
Seyhan / Adana / TÜRKİYE
Tel : +90 322 456 11 24
akdeniz@temesist.com

Temesist Statik
Çamlık Mah.
Şenol Güneş Bulv. No:38/1
Ümraniye/İstanbul
Tel:0216 639 4203
info@temesist.com

