



Satınalma

Satınalma ve Tedarik Zinciri Yöneticilerinin Dergisi

Yıl: 5 Sayı: 51 ■ MART 2017

TEDARİK ZİNCİRİNDE SANAL BUNALIM

COŞKUN GÜZER

Türk Hava Yolları

Startup Vadisi

Mobil Uygulamaları ile
Girişimcilik Dünyası Cebinizde !



26 Nisan 2017

"Lojistik ve Tedarik Zinciri
Konferansı'na
Tedarik Zinciri Yöneticilerini
Bekliyoruz."

Prof. Dr. Mahmut TEKİN

Artık, Operasyonel Kararlar
Stratejik Kararlardan Önce Geliyor!

Arş.Gör. Adil ÜNAL

Kurumsal Girişim Sermayesi Programları ve
Türkiye Girişimcilik Ekosistemi için Önemi

TEMESİST Depo Raf Sistemleri

Türkiye ve Bölge Ulaştırma Projeleri

Kemal ŞAHİN

Bilişim Sektöründe Yapılan Sözleşmeler

İmdat BEŞİKÇİ

Kobi'lerde Satınalma Gerçeği



5.500 ÜYE

BuyerNetwork.net İş Dünyası ve Ticaret Platformu

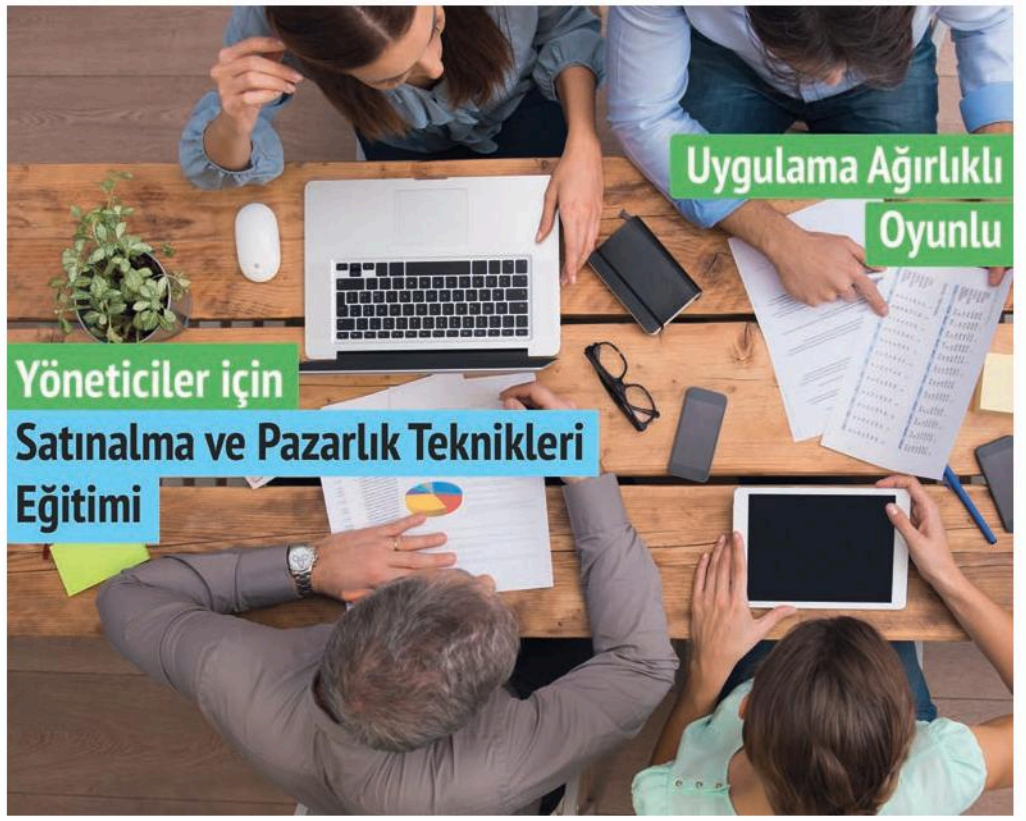
Satınalma ve Pazarlık Teknikleri Eğitimi yöneticiler için uygulama ağırlıklı olarak planlanmıştır.

Eğitim kapsamına pazarlık süreçlerini daha iyi gözlemleyebilmek için bir Satınalma Pazarlık Oyunu yer almaktadır.

Detaylı Bilgi için:
www.tinova.com.tr

Yöneticiler için Satınalma ve Pazarlık Teknikleri Eğitimi

Uygulama Ağırlıklı
Oyunlu



Tedarikçi Performans Değerleme ve Tedarikçi Geliştirme Eğitimi



Satınalma ve tedarik zinciri yönetimi eğitiminin amacı, satınalma ve tedarik zinciri süreçlerinin işletme rekabet avantajının sağlanmasında doğrudan rol oynadığını vurgulamaktadır.

Detaylı Bilgi için:
www.tinova.com.tr



Satınalma ve Tedarik Zinciri Yönetimi Eğitimleri



Tedarik Zinciri Yönetimi

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.



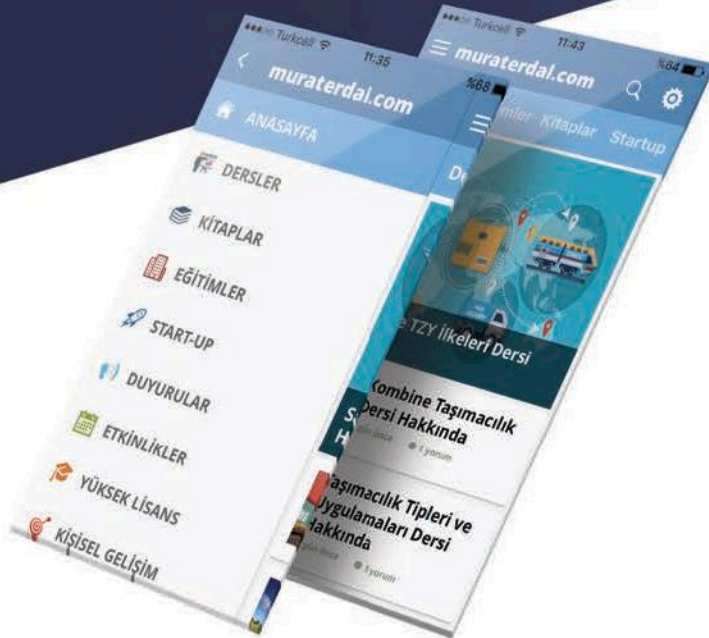
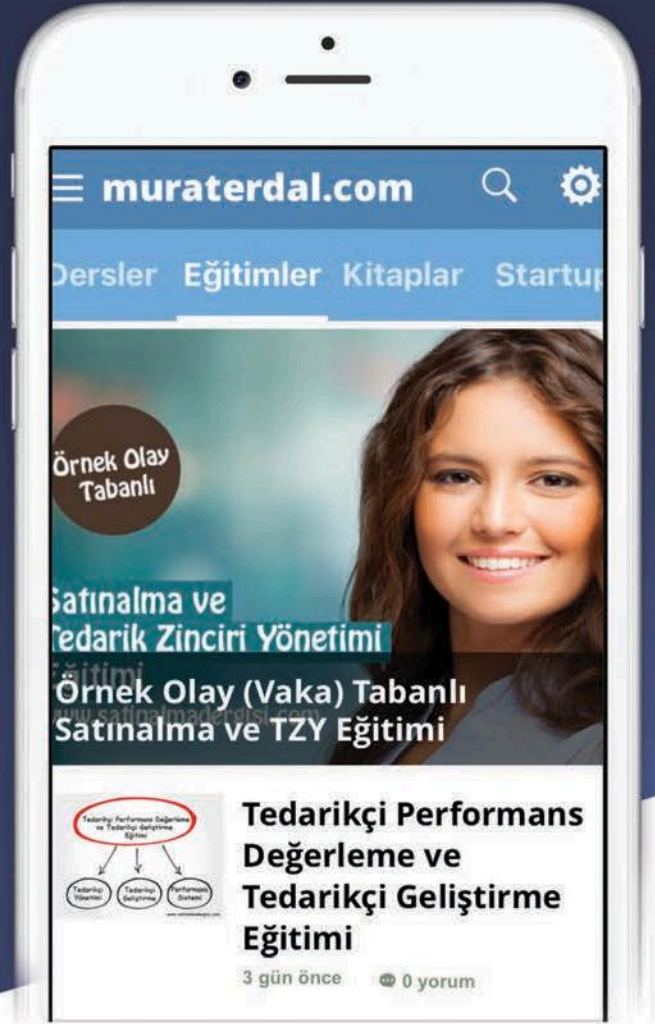
Ücretsiz İndirin

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

BU SAYIDA

MART 2017 YILI:5 SAYI:51

Artık Operasyonel Kararlar Stratejik Kararlardan Önce Geliyor! Prof. Dr. Mahmut TEKİN	26-28
Tedarik Zincirinde Sanal Bunalım Coşkun GÜZER	29
Kurumsal Girişim Sermayesi Programları ve Türkiye Girişimcilik Ekosistemi için Önemi Arş. Gör. Adil ÜNAL	31-34
Türkiye ve Bölge Ulaştırma Projeleri II TEMESİST Depo Raf Sistemleri	35-37
İstihdam Teşviklerinde Son Durum Lütfi İNCİROĞLU	41-44
Hizmet Pazarlamasında İletişimin Rolü Sefa EZGİN	46-48
Bilişim Sektöründe Yapılan Sözleşmeler Kemal ŞAHİN	50-51
TURQUALITY Nedir? Namık Kemal SEZEN	52-55
Lojistik İnsanın Kendine Yakışanı Taşımasıdır Ahmet CORA	56
Kobi'lerde Satınalma Gerçeği İmdat BEŞİKÇİ	58-60

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
Yurtiçi Kargo

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

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

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

Tel (0212) 509 56 56
Faks (0212) 509 56 57
Web www.satinalmadergisi.com

YAYIN TÜRÜ: Yaygın, Süreli, Aylık

MATBAA
Matsis Matbaa Hizmetleri
San. ve Tic. Ltd. Şti.

Adres: Tevfikbey Mah. Dr. Ali Demir Cd.
No:51 Sefaköy - İstanbul
Tel: 0(212) 624 21 11 Fax: 0(212) 624 21 17
www.matbaasistemleri.com

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 Okuyucular,

Merhaba,

Mart sayımızda yine ilginizi çekecek haber ve konularımızla karşınızdayız. Mart ve Nisan ayları boyunca ana gündemimiz BAŞARI ÖYKÜLERİ KONFERANSımız.

**26 Nisan 2017 Başarı Öyküleri Konferansı
"Lojistik ve Tedarik Zinciri Yönetimi"**

26 Nisan 2017 tarihinde İstanbul Üniversitesi Kongre ve Kültür Merkezi'nde gerçekleştireceğimiz Lojistik ve Tedarik Zinciri Yönetimi Konferansı programı Mart ayı içerisinde netleşiyor. Programla ilgili gelişmeleri <http://www.tinova.com.tr> içerisinde görebileceksiniz.



Birbirinden değerli konuşmacıların yer aldığı konferansa kayıt olmanız gerekmektedir. Kayıt Linki : <http://www.tinova.com.tr/konferans/>

Sponsorluk

500 kişinin üzerinde profesyonel katılımcı beklediğimiz Konferansımıza Sponsor olmak isteyen firmalarımız doğrudan bizimle temasa geçebilirler.

**Yeni Mobil Uygulamamız
TEDARİK ZİNCİRİ YÖNETİMİ**

Günümüz iş dünyası ihtiyaçları doğrultusunda mobil uygulamalarımızı teker teker devreye alıyoruz.

Bildiğiniz gibi 5.500 üyesi bulunan BuyerNetwork.net **Satınalma Yöneticileri Kulübü** uygulamamızdan sonra geçen ay **STARTUP VADİSİ.com Girişimci Dünyası** uygulamamızı çıkardık. Sizlerden son derece güzel bildirimler almaktayız. İlginiz için teşekkür ediyoruz.

Yeni Tedarik Zinciri Yönetimi uygulaması ile de haberler, duyurular, Lisans, Yüksek Lisans ve Doktora programları seviyesinde hangi derslerin okutulduğunu, müfredat içeriklerini ve ders kitaplarını derli toplu bir biçimde bulabileceksiniz. Bu ay Apple Store içerisinde yer alan uygulama gelecek ay içerisinde Google Play Store'da da dikkatinize sunulacak. Değerlendirmelerinizi bekliyoruz.

Mobil uygulama gücümüz giderek artıyor. Gelecek sayımızda bir müjdemiz daha olacak... İşinizde bereket ve bol kazanç diliyorum.



EDİTÖR
PROF. DR. MURAT ERDAL
www.muraterdal.com

İNSAN KAYNAKLARI

Siemens Enerji Biriminde 2 Farklı Atama

Ocak ayı itibarıyla Siemens A.Ş. İcra Kurulu Üyesi, Enerji Üretimi Servisleri Ülke Yöneticisi Levent Dinçer mevcut görevlerine ek olarak Enerji Üretimi Bölümü Ülke Yöneticiliği'ni de üstlenirken; Enerji Yönetimi Orta Gerilim ve Sistemleri Birim Yöneticiliği'ne ise Sinan Bubik atandı.

Siemens A.Ş. İcra Kurulu Üyesi, Enerji Üretimi ve Servisleri Ülke Yöneticisi Levent Dinçer

Siemens A.Ş.'de kariyeri boyunca farklı kademelerde yöneticilik görevleri üstlenen Enerji Üretimi Servisleri Ülke Yöneticisi Levent Dinçer, Ocak 2017 tarihi itibarıyla mevcut görevlerine ek olarak Enerji Üretimi Bölümü Ülke Yöneticiliği görevine atandı. 1984 yılında ODTÜ Elektrik ve Elektronik Mühendisliği Bölümü'nden mezun olduktan sonra kariyerine TUBİTAK'ta başlayan Dinçer, ODTÜ Elektrik ve Elektronik Mühendisliği Bölümü'nde Yüksek Lisans programını tamamladı. 1989 yılında Siemens A.Ş.'de Satış ve Pazarlama Mühendisi olarak çalışmaya başlayan Dinçer, Kasım 2013'ten beri de Siemens A.Ş. İcra Kurulu Üyesi.



Levent DİNÇER



Sinan BUBİK

Enerji Yönetimi Orta Gerilim ve Sistemleri'nde Sinan Bubik Dönemi

Siemens'te 2009 yılında Rüzgar Enerjisi Bölüm Yöneticiliği, 2011 yılından itibaren ise Enerji Üretimi Bölümü'nden sorumlu olan Sinan Bubik, Ocak 2017 itibarıyla Enerji Yönetimi Orta Gerilim ve Sistemleri Birim Yöneticiliği görevini Kerim Oal'dan devraldı.

1973 yılında Bursa'da doğan, 1995 yılında İstanbul Teknik Üniversitesi Elektronik ve Haberleşme Mühendisliği Bölümü'nden mezun olan Bubik, iş hayatına 1995 yılında Siemens, Özel Haberleşme Sistemleri Bölümü'nde Satış Mühendisi olarak başladı. Bubik, 1999-2003 yılları arasında bu bölümde ürün ve satış destek grup yöneticiliği görevini yürüttü. 2003 yılında Bursa Bölge, 2008 yılında da Batı Türkiye Bölge Müdürlüğü görevine atanan Sinan Bubik, bu yıllarda Siemens'in "Kilit Müşteri" statüsünde bulunan bazı kurumların müşteri sorumluluğunu da üstlendi.

SABANCI HOLDİNG'DE BAYRAK DEĞİŞİMİ

SABANCI HOLDİNG'İN YENİ CEO'SU MEHMET GÖÇMEN



19 Temmuz 2010 tarihinden bu yana Sabancı Holding Yönetim Kurulu Üyesi ve Chief Executive Officer (CEO) olarak görev yapan Zafer Kurtul, 30 Mart 2017 tarihi itibarıyla görevlerinden ayrılma kararını aldı.

Sabancı Holding CEO'luk görevine halen Sabancı Holding Enerji Grup Başkanı olarak görev yapmakta olan Mehmet Göçmen atandı.

Sabancı Holding Yönetim Kurulu Başkanı Güler Sabancı konuyla ilgili yaptığı açıklamada, "Topluluğumuza 1998 yılında Akbank Genel Müdür Yardımcısı sonra Akbank Genel Müdürlük görevini üstlenen, 2010 yılından bugüne kadar da Sabancı Holding CEO'su ve Yönetim Kurulu Üyesi olarak başarılarımıza büyük katkı yapan Zafer Kurtul'a teşekkür ediyor ve başarılar diliyoruz. Topluluğumuzda çeşitli kademelerde 14 yıldır üst düzey sorumluluklar üstlenen

ve son olarak stratejik yatırımlarımızın kümelendiği enerji sektöründeki faaliyetlerimizi başarıyla yöneten Mehmet Göçmen 30 Mart 2017 itibarıyla bayrağı devralıyor.

Bu atama Sabancı Holding'i farklılaştıran kurumsal yönetim kültürümüzün sürekliliğinin bir sonucudur. Bu çerçevede CEO olarak atanan Sayın Mehmet Göçmen'in, Türkiye'nin Sabancı'sını daha yüksek hedeflere taşıyacağına ve tüm paydaşlarımıza daha fazla değer yaratmaya liderlik edeceğine inanıyoruz. Kendisine yeni görevinde başarılar diliyoruz" dedi.

İNSAN KAYNAKLARI

PepsiCo Türkiye'nin yeni Dönüşüm Direktörü Gizem Turan oldu

Kadın üst düzey yönetici sayısı ile öne çıkan ve kadın çalışanların kariyer yapmak için tercih ettiği firma olarak tanınan PepsiCo Türkiye'de başarılarla imza atmış olan Yiyecek Pazarlama Kıdemli Müdürü Gizem Turan, PepsiCo Türkiye Dönüşüm Direktörü olarak görevine devam edecek.

PepsiCo Türkiye, özellikle strateji ve pazarlama alanlarındaki uzmanlığına güvendiği Gizem Turan'ın 1 Ocak 2017 itibarıyla 'Dönüşüm Direktörü' olarak yeni görevine başladığını duyurdu.

Gizem Turan, Orta Doğu Teknik Üniversitesi İşletme Bölümü'nden mezun olmasının ardından

ODTÜ Psikoloji Bölümünde Sosyal Psikoloji yüksek lisansını en yüksek ders performansı ile ODTÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü birincisi olarak tamamladı. Turan, Northwestern Üniversitesi Kellogg School of Management'tan da MBA derecesine sahiptir.

Kariyerine L'Oreal Türkiye Pazarlama departmanında başlayan Turan, McKinsey & Company şirketinin Chicago ofisinde kıdemli danışman olarak Fortune 500 şirketleriyle çalıştı. PepsiCo Türkiye bünyesine 2011 yılında Şekerleme Kategorisi Pazarlama Müdürü olarak katılan Turan, şirkette farklı pozisyonlarda bir çok başarıya imza attı. Son olarak Yiyecek Pazarlama Kıdemli Müdürü olarak görev yapan Turan; Doritos, Lay's,

Ruffles, Cheetos, Çerezza ve Rocco marka aktivasyonlarını ve kategori büyüme girişimlerini ekibiyle beraber başarıyla hayata geçirdi. 1 Ocak 2017 tarihi itibarıyla PepsiCo Türkiye Dönüşüm Direktörü olarak, Dönüşüm Ofisi'ne liderlik edecek olan Turan, yeni görevinde PepsiCo Türkiye'nin stratejik büyüme girişimleri, dönüşüm ajandası ve projelerine, yeni politikaların yayılmasına ve bu girişimler için yatırım olanağı sağlayan önemli tasarrufların hayata geçirilmesine yönelik çalışmalara liderlik edecek.



Gizem TURAN

ŞÖLEN'E YENİ PAZARLAMA DİREKTÖRÜ

Türkiye'nin önde gelen şirketlerinden Şölen, Pazarlama Direktörlüğü görevine Yavuz Feyzioğlu'nu getirdi. Feyzioğlu; Biscolata, Ozmo, Luppo, Milango, Boombastic, gibi markaları bünyesinde bulunduran Şölen'in pazarlama çalışmalarından sorumlu olacak.

Çikolata ve çikolatalı ürünlerde Türkiye'nin önde gelen firmaları arasında yer alan Şölen, pazarlama departmanını Yavuz Feyzioğlu'na emanet etti.

Şölen'de Pazarlama Direktörü olarak göreve başlayan Yavuz Feyzioğlu Boğaziçi Üniversitesi Kimya Bölümü'nden mezun oldu. HEC Business School Paris'te Pazarlama Master Programını tamamlayan Feyzioğlu, kariyerine Unilever Türkiye bünyesinde Marka Müdür Yardımcısı olarak

başladı. Ardından sırasıyla Unilever Türkiye'de Kıdemli Müdür Yardımcısı, İtalya Milano'da Global Marka Müdürü ve Türkiye'de Kıdemli Marka Müdürü görevlerini yürüttü. Yavuz Feyzioğlu, 2012-2017 yılları arasında Diageo'da Grup Marka Müdürü ve Pazarlama Müdürü görevlerinde bulundu.



SEKTÖREL HABERLER

Temesist Depo Raf Sistemleri Yöneticileri Seminerde Buluştu

Temesist Depo Raf Sistemleri, orta ve üst düzey yöneticilerine Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı Emekli Çalışma Genel Müdür Yardımcısı Sayın Lütfi İNCİROĞLU tarafından "Çalışma Hayatında İşçi-İşveren İlişkileri" konulu seminer düzenlendi.

Seminere Temesist Depo Raf Sistemleri Yönetim Kurulu Başkanı Sayın Halil İbrahim GÜL ve Yönetim Kurulu üyeleri ile birlikte 64 orta ve üst düzey yönetici katıldı. Tam

gün süren seminerde işletmede çalışanların aidiyet duygusu, motivasyon ve işçi-işveren ilişkileri konularının yanısıra işveren vekillerinin iş sağlığı ve güvenliğinde hukuki ve cezai sorumlulukları da değerlendirildi.

Temesist Depo Raf Sistemleri yetkililerinden edinilen bilgiye göre, mavi yakalı personele de önümüzdeki günlerde benzer bir seminerin verileceği bildirildi.



Aynı Gün Teslimatın Gelişimi E-Ticaret Sektörünü Dönüştürüyor

Aynı Gün Teslimat Hizmetinin gelişimi ile, mağazadan alışveriş yapmakla Online alışverişin farkı ortadan kalkıyor. Yeni Nesil Teslimat Sistemi Pit Start Kurucusu Deniz Cem Altaca anlatıyor:

E-ticaret eşittir ucuz alışveriş yerine, e-ticaret eşittir verimli alışveriş demek artık. Özellikle milenyum kuşağının alışveriş alışkanlıkları çok farklı, bunu her gün gözlemliyoruz. Fiyat uygunluğu hala en büyük motivasyonlardan biri ve e-ticaret siteleri arasında rekabette fark, kullanıcıya verimli bir deneyim sunulduğunda ortaya çıkıyor. Aynı gün içerisinde teslimat da bu alanda yaratılan en büyük katma değerler arasında.

Müşterilerin aldığı bir ürünü anında kullanmaya başlaması, offline mağaza deneyimini aratmayacak

bir büyük adım olarak geliyor. Aynı gün teslimat ile birlikte yaratılan müşteri deneyiminin karşılığını, e-ticaret siteleri de gözle görülür bir şekilde almaya başladı. Türkiye gibi gelişmekte olan bir ülkenin potansiyeli bu alanda oldukça fazla. Bundan birkaç yıl öncesine kadar aynı gün teslimat hizmetine yatırım yapmak, e-ticaret siteleri için oldukça pahalıydı ve karlı bir iş değildi. Artık günümüzün şartlarında, var olan lojistik yatırımlarından bir by-pass ile bu hizmeti vermeye göze alıyorlar ve müşteri tabanlarını genişletiyorlar. Ve bu hizmete karşılık verebilecek bir tüketici kitlesi de var. Milenyum kuşağı "anında memnun olma" motivasyonu ile bu hizmetin ulaştığı çok önemli bir hedef kitle. Aynı gün, 7/24, istenilen noktaya ve güvenilir teslimat, mobil alışveriş mağazaya gitmekten farksızlaştırmaya başladı.

SEKTÖREL HABERLER

Tav'dan 2016'da 1 Milyar 92 Milyon Avro Ciro

TAV Havalimanları 2016'da hizmet verdiği yolcu sayısını yüzde 2 artışla 104 milyona, konsolide cirosunu yüzde 1 artışla 1 milyar 92 milyon avroya çıkardı.

Havalimanı işletmeciliğinde Türkiye'nin dünyadaki önemli markası TAV Havalimanları, 2016 yılında yedi ülkede işlettiği 14 havalimanında 104 milyon yolcuya hizmet verdi.

TAV Havalimanları İcra Kurulu Başkanı Sani Şener "2016 yılında dünyada güvenlik kaynaklı endişeler havacılık sektörünü etkiledi. hem dünyada hem Türkiye'de havacılık sektörü açısından oldukça zor bir yıl oldu. Buna rağmen TAV olarak sahip olduğumuz dengeli portföy sayesinde önceki yıla göre hizmet verdiğimiz yolcu sayısını yüzde 2 artırmayı başardık. Özellikle yeni yarattığımız faaliyetlerin gelirleri sonucunda konsolide ciromuz yüzde 1 artarak 1,092 milyon avro olarak gerçekleşti.

Düşük marjlı bazı işlerimiz ve Atatürk Havalimanı'nda yolcu kompozisyonunun değişmesi nedeniyle FAVKÖK yüzde 4 oranında azaldı. Net kanımızda önceki yıla göre yaşadığımız düşüş ise esas olarak devlete ödediğimiz kiralara dövizle bağlı muhasebe uygulamaları nedeniyle avro bazında artmış görünmesi, Milas-Bodrum Dış Hatlar terminali amortismanı ve kirası ile Tunus'ta ertelenmiş vergi varlığının çevriminden kaynaklandı.

2017 yılı için Yönetim Kurulumuz 248 milyon TL temettü dağıtımını Genel Kurul onayına sunmaya karar verdi. Genel yaklaşımımız olan yüzde 50'lik bir temettü dağıtım oranına denk gelen bu rakam temettü ve büyümeyi dengeleyen "akıllı büyüme" politikamızın da açık bir göstergesi. Ülkemiz, çalışanlarımız ve müşterilerimiz için yarattığımız sosyal faydalar da yaptığımız işi değerlendirirken en az kârlılığımız kadar önemli. Sene içerisinde devlete 1,5 milyar TL tutarında kira, vergi ve sosyal güvenlik ödemesi yaptık. 2016 yılında kombine ciromuzun yüzde 23'ünü yurtdışı faaliyetlerimiz oluşturdu. Ayrıca, yolcu konforunu artırmak ve istihdam yaratmak için 108 milyon avro yatırım yaptık.

2017 yılında toplamda hizmet verdiğimiz yolcu sayısının yüzde 4-5 arası artmasını, ciro ile FAVKÖK'ün yatay seyretmesini ve net karda önemli bir artış bekliyoruz. 2017 yılı için yatırım harcaması beklentimiz ise yaklaşık 50 milyon avro.

2016'da Gürcistan, Tiflis Havalimanı'nda yeni terminal binası ve pist rehabilitasyon çalışmalarına başladık. Medine Havalimanı'ndaki ortaklarımızdan Suudi Oger'in payının yarsına denk gelen yüzde 16,67'lik hisse alımı sürecini de yakında sonlandırmayı hedefliyoruz. Sene içinde yaşanan en önemli gelişme ise içinde bulunduğumuz konsorsiyumun Küba devleti tarafından Havana Jose Marti ve San Antonio de los Banos havalimanlarını işletmek için münhasıran görüşmelere davet edilmesi oldu. Küba havalimanlarını işletmeye başlamak için sabırsızlanıyoruz.

Önümüzdeki süreçte portföyümüzü büyütmek ve genişletmeye devam etmek için en büyük rekabetçi avantajımız yetişmiş insan kaynağımızdır. Tüm çalışanlarımıza, hissedarlarımıza ve paydaşlarımıza TAV markasına olan güvenleri ve destekleri için teşekkürü bir borç bilirim" dedi.

ÖZET FİNANSAL VE OPERASYONEL BİLGİLER

(milyon avro)	2015	2016	% değişim
Konsolide ciro*	1079.3	1092.3	%1
FAVKÖK*	621.1	597.2	-%4
FAVKÖK marjı (%)	57.5%	54.7%	-2.9 puan
FAVÖK*	488.4	445.0	-%9
FAVÖK marjı (%)	45.3%	40.7%	-4.5 puan
Net Kâr	209.7	127.1	-%39
Yolcu sayısı (mn)	102.3	104.4	%2
- Dış hat	57.6	58.5	%1
- İç hat	44.7	45.9	%3

Not: Bu bültendeki bilgiler TFRS Yorum 12 için düzeltilmiş ciro ve FAVÖK baz alınarak hesaplanmıştır.



SEKTÖREL HABERLER

Koç Holding'in 2016 Yılı Konsolide Ciroosu 70,9 Milyar TL, Ana Ortaklık Payı Net Dönem Kârı ise 3,5 Milyar TL Olarak Gerçekleşti

Koç Holding CEO'su Levent Çakıroğlu: "Belirsizlikler ve zorluklarla geçen 2016'da küresel vizyonumuz ve stratejik hedeflerimiz doğrultusunda kararlılık ve cesaretle ilerlerken, 6,2 milyar TL yatırım yaptık. İstihdamımız bir önceki yıla oranla yüzde 6,4 arttı ve 6 bine yakın yeni çalışma arkadaşımız aramıza katıldı. Tam 90 yıldır ülkemizde liderliğin, başarının ve güvenin sembolüyüz. gelecekte de dijital teknolojilerin sunduğu fırsatlardan en yüksek seviyede yararlanırken, ülkemiz için değer yaratmayı sürdüreceğiz.

Koç Holding, 2016'yı güçlü finansal performansı ve başarılı sonuçları ile kapattı. 2016 yılında Koç Holding'in konsolide ciroosu 70.9 milyar TL, ana ortaklık payı net dönem kârı ise 3.5 milyar TL olarak gerçekleşti. Koç Holding 2016 yılında 6,2 milyar TL kombine yatırım gerçekleştirirken, son 5 yılda yaptığı yatırım miktarı ise 30 milyar TL'ye ulaştı.

Koç Holding'in finansal sonuçlarını değerlendiren Koç Holding CEO'su Levent Çakıroğlu, 2016'da dünyada ve Türkiye'de tarihsel önemde gelişmeler yaşandığını belirtti. Çakıroğlu şöyle devam etti: "Siyasi tarihimize kara bir leke olarak geçen darbe girişimi, ülkemizde ve dünyanın dört bir yanında yaşanan terör olayları başta olmak üzere küresel ve bölgesel ölçekte faaliyet ortamını zorlaştıran olağanüstü gelişmelere şahit olduk."

Levent Çakıroğlu: "Uzun vadeli başarılarımızdaki en önemli faktör güçlü insan kaynağımızdır."

Tüm bu gelişmelere karşın, Koç Holding'in güçlü bilançosu ve titiz risk yönetimi sayesinde 2016'da da istikrarlı performansını devam ettirdiğine dikkat çeken Levent Çakıroğlu, sözlerini şöyle sürdürdü: "Belirsizliklerle ve zorluklarla geçen 2016'da küresel vizyonumuz ve stratejik hedeflerimiz doğrultusunda kararlılık ve cesaretle ilerlerken, 6,2 milyar TL yatırım yaptık. Topluluğumuzun uzun vadeli başarılarındaki en önemli faktör hiç kuşkusuz güçlü insan kaynağımızdır. 2016 yılında da insan kaynağımız gelişti ve büyüdü. İstihdamımız bir önceki yıla oranla yüzde 6,4 arttı ve 6 bine yakın yeni çalışma arkadaşımız aramıza katıldı. Konsolidasyona dâhil olan şirketlerimizi esas alırsak, geçtiğimiz yıl 89 bin seviyelerinde olan istihdamımız, bu yıl 95 bini aştı. Koç Holding'in farklı sektörlerden oluşan portföy yapısı, faaliyet gelirlerinin sağlandığı pazarların çeşitliliği, risklere

dayanıklı güçlü bilançosu ve istikrarlı performansı yatırımcılar tarafından da büyük takdir görüyor. Geçtiğimiz yıllarda Borsa İstanbul'daki en değerli holding şirketi olmayı başarmıştık. 2016'da ise sadece en değerli holding şirketi olmakla kalmayıp, en değerli şirket konumuna yükseldik. Teknoloji ve inovasyon odaklı büyüme stratejimiz ile faaliyet gösterdiğimiz sektörlerdeki lider pozisyonlarımızı güçlendirdik. Ülkemizde Ar-Ge ve inovasyona en çok yatırım yapan, en çok patent başvurusunda bulunan topluluğuz. Avrupa Komisyonu'nun Ar-Ge harcamalarının büyüklüğüne göre oluşturduğu '2016'da Dünyanın En Çok Ar-Ge Harcaması Yapan 2.500 Şirketi' listesinde de Koç Holding ile birlikte 3 Topluluk Şirketimiz daha yer aldı. Ayrıca, 2016 yılında dijital teknolojilerin sunduğu fırsatlardan en etkin şekilde faydalanıp, yeni büyüme alanları yaratmak üzere Koç Holding liderliğinde tüm Topluluğumuza yayılan bir 'Dijital Dönüşüm Programı' başlattık. Bu girişim ile Topluluğumuzun ürün, hizmet, iş süreçleri ve iş modellerini kökten değiştime potansiyeline sahip olan dijital teknolojilerin sunduğu fırsatlardan tüm şirketlerimizin en yüksek seviyede yararlanmasını sağlamayı, işlerimiz için ilave değer yaratmayı, hızla değişen rekabet ortamında şirketlerimizi daha da güçlendirmeyi ve yeni iş alanları yaratmayı amaçlıyoruz. Tam 90 yıldır ülkemizde liderliğin, başarının ve güvenin sembolü olarak, Türkiye'de dijital dönüşüme de liderlik etmeyi ve ülkemizin geleceğine değer katmayı hedefliyoruz."

Levent Çakıroğlu: "2016 yılında da ülkemiz ekonomisinin lokomotifi olmayı sürdürdük."

Koç Holding CEO'su Levent Çakıroğlu, Koç Holding'in faaliyet gösterdiği sektörlerde 2016 yılında da ülkemiz ekonomisinin lokomotifi olmayı sürdürdüğüne dikkat çekti. Levent Çakıroğlu, sektörler bazındaki gelişmelere ilişkin özetle şunları söyledi:

Otomotiv üretimi ve ihracatının lokomotifi olarak çok başarılı bir yılı geride bıraktık. Tofaş, fikri ve sınai haklarına sahip olduğu Egea Projesi'nde, Sedan'ın yanı sıra Hatchback ve Station Wagon üretimine hız verdi. 2016 yılında Fiat Egea Sedan Türkiye'nin en çok satılan otomobili oldu. Tofaş, 2016 yılında toplam 383 bin adet ile ülkemiz otomotiv sanayinin en çok üretim yapan şirketi ve üretiminin yüzde 70'inden fazlasını ihraç ederek sektörünün ihracat lideri oldu.

SEKTÖREL HABERLER

Ford Otosan ise 2016 yılında Türkiye’de sıfırdan geliştirilen ve üretilen ilk ve tek kamyon motoru yeni nesil Ecotorq motorun seri üretimine başladı.

Beyaz eşya pazarında dünyanın farklı bölgelerine yatırımlarımız devam ediyor. Arçelik, Beko ile Avrupa’da en çok satılan ikinci marka olma konumunu korudu. Pakistan’ın lider beyaz eşya şirketi Dawlance’i bünyesine katarak uluslararası konumunu daha da güçlendirdi. Klima üretimi konusunda LG Electronics ile ortaklığını 2023’e uzattı.

2016 yılında rafinerilerini tam kapasite çalıştıran Tüpraş, 30,3 milyon ton satış hacmi ile geçtiğimiz yıla göre toplam satışlarını yüzde 5 artırdı. Opet, istasyon yatırımlarına devam ederken, Aygaz LPG satış hacmini 2,1 milyon tonun üzerine çıkartırken, satış gelirlerini de geçtiğimiz yıla göre yüzde 5 artırdı.

Yapı Kredi 2016 yılında toplam aktiflerini 271 milyar TL’nin üzerine çıkarırken, 245 milyar TL kredi hacmiyle de ülke ekonomisine en büyük katkıyı sağlayan 3. özel banka oldu. Dijital bankacılık konusunda Avrupa’da ve ülkemizde bir ilki gerçekleştirerek, göz tarama teknolojisini müşterilerine sundu. Yapı Kredi’nin son bir yılda

mobil bankacılık hizmetlerini aktif olarak kullanan müşteri sayısı yüzde 62, internet bankacılığı müşteri sayısı ise yüzde 27’lik artış gösterdi. Levent Çakıroğlu: “Sosyal sorumluluk faaliyetleri ile ortak değer yaratmayı sürdürüyoruz.”

Koç Topluluğu olarak ekonomik kalkınma ve toplumsal kalkınmayı bir bütün olarak gördüklerini vurgulayan Levent Çakıroğlu, şöyle devam etti: “Vehbi Koç Vakfımız, eğitim, sağlık ve kültür alanlarında, Vakfımıza bağlı kurumlar tarafından gerçekleştirilen faaliyetler, sivil toplum kuruluşlarıyla kurduğu işbirlikleri ve öncü çalışmalarıyla her geçen yıl etkinliğini artırıyor. Vakfımızın ve kurumlarımızın yanı sıra, Koç Holding ve Topluluk Şirketlerimizde yürütülen sosyal sorumluluk faaliyetleri ile toplumsal değer yaratmayı 2016 yılında da sürdürdük. Uzun vadeli ve stratejik bakış açısı ile çalışanlarımız ve bayilerimizin gücüyle yürüttüğümüz projelerimizin sonuçlarını memnuniyetle izliyoruz. 2015 yılından bu yana sürdürdüğümüz Ülkem İçin Toplumsal Cinsiyet Eşitliği projemiz dikkate değer bir gelişim izliyor. Türkiye’nin dört bir yanında gerçekleşen farkındalık seminerleri ile 65 bine yakın kişiye ulaştık. Toplumsal cinsiyet eşitliği konusunda zihinlerdeki değişimi sağlayacak farkındalığı oluşturabilmek için sorumlulukla çalışmayı sürdüreceğiz.”



SEKTÖREL HABERLER

İNŞAAT SEKTÖRÜ 2017'DE YÜZDE 5 BÜYÜYECEK

Yapı-Endüstri Merkezi'nce yayımlanan Türk Yapı Sektörü Raporu 2016'da yaklaşık 2 milyon kişinin istihdam edildiği inşaat sektörünün 2017'de devam eden projeler ile birlikte yüzde 5 büyüyeceği öngörülüyor. İnşaat malzemeleri ihracatının da yükselerek 16-16,5 milyar dolar arasında gerçekleşmesi bekleniyor.

Yapı-Endüstri Merkezi'nce yapı sektörünün önde gelen firmalarının desteğiyle hazırlanan Türk Yapı Sektörü Raporu 2016 verileri Dr. Can Fuat Gürlele'sin sunumu eşliğinde sektör profesyonellerinin katıldığı bir toplantıyla açıklandı. Ekonomist-Yazar Mahfi Eğilmez, BloombergHT Genel Yayın Yönetmeni Cüneyt Başaran ve Fortune Türkiye Dergisi Yayın Direktörü Cüneyt Toros raporu değerlendirerek, dünya ve Türkiye ekonomisi ekseninde yapı sektörüne dair 2017 öngörülerini paylaştılar.

Türk yapı sektörü 2016 yılında yaşanan gelişmelerden etkilenmiş olmakla birlikte ekonominin ve diğer sektörlerin üzerinde bir performans göstermiştir. İnşaat sektörünün 2016 yılında yüzde 6 büyüdüğü öngörülmektedir. Mili gelir hesaplamasında kullanılmaya başlanan yeni yöntem ile inşaat sektörünün milli gelir içindeki payı yüzde 8'in üzerine çıkmıştır. İstihdam yıl boyunca ortalama 2 milyon seviyesinde gerçekleşmiştir. Konut satışlarında yeni bir rekor yılı yaşanmıştır. Alınan konut yapı ruhsatları geçen yılın üzerinde gerçekleşmiştir. Konut fiyat artışları ise enflasyonun altında kalmıştır. Gayrimenkul sektörü ise 2016 yılını durağan geçirmiştir. Yeni yatırımlar ötelenmiş ve kiralamalar azalmıştır. Buna bağlı olarak ticari binalar için alınan yapı ruhsatları gerilemiştir. Yurtdışı Müteahhitlik hizmetlerinde ise önemli bir gerileme yaşanmıştır.

Bu gelişmelere bağlı olarak yapı malzemeleri sektörü de dalgalı bir yıl geçirmiştir. 2016 yılında yapı malzemeleri iç pazarnın yüzde 17,6 büyüyerek 290,4 milyar TL'ye ulaştığı öngörülmektedir. Yapı malzemeleri pazarında

sürükleyici 2016 yılında da iç Pazar olmuştur. İnşaat malzemeleri ihracatı yüzde 10,2 genleyerek 15,2 milyar dolara inmiştir. İthalat ise yüzde 1,9 artarak 9,3 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. İç ve dış pazardaki bu gelişmeler bağlı olarak inşaat malzemeleri sanayi üretimi 2016 yılında sadece yüzde 0,4 büyümüştür. 2016 yılının son çeyreğinden itibaren inşaat ve konut sektörüne çok sayıda destek uygulanmaya başlamıştır. Bu destekler inşaat sektörü için 2017 yılına yönelik olarak ümit vermektedir. İnşaat sektöründe 2017 yılında yüzde 5,0 büyüme olacağı öngörülmektedir.

Yapı sektörü profesyonelleri ve basın tarafından büyük ilgiyle izlenen toplantıda Ekonomist-Yazar Mahfi Eğilmez, BloombergHT Genel Yayın Yönetmeni Cüneyt Başaran ve Fortune Türkiye Dergisi Yayın Direktörü Cüneyt Toros dünya ve Türkiye yapı sektörüne dair 2017 öngörülerini paylaştılar.



"Türk inşaat sektörü 2016'ya göre daha iyi bir yıl geçirecek"

Yapısal reformların gerçekleştirilememesinin uzun vadede Türkiye ekonomisi kalkınması önündeki en büyük engel olduğunu dile getiren Ekonomist-Yazar Mahfi Eğilmez şu değerlendirmeyi yaptı: "2016'nın kolay geçmeyeceğini biliyorduk ancak tahmin ettiğimizden de kötü geçti. Piyasalarda yaşanabilecek en büyük şokların, en kötü senaryoların gerçeğe dönüştüğü bir yıl geçirdik. Donald Trump'ın ABD'de başkanlık seçimini kazanması, darbe girişimi, Birleşik Krallık'ın Avrupa Birliği'nden ayrılma kararı alması gibi büyük sürprizler yaşandı. Dünya genelinde tüm sektörlerde beklentilerin altında kalan büyümeler kaydedildi.



SEKTÖREL HABERLER

Bu ortamdan Türkiye de olumsuz etkilendi. 2017'ye Trump'ın göreve başlaması ve doların yükselişi ile başladık. Dolar endeksi Trump'ın seçimi kazanmasının ardından 103 seviyelerine kadar ulaştı. Yılın ilk döneminde iç dinamiklerimizin de etkisiyle TL çok değer kaybetti. 2017'nin belirsizliğin hâkim olduğu bir yıl olduğunu söyleyebiliriz. ABD'nin alışıla gelen serbest ticareti geliştirme politikası karşısında Trump daha korumacı politikalar uygulamaya başladı. Buna karşın Çin Başkanı Şi Cinping ticaretin serbestleşmesini savunmaya başladı. Bu ortamda yön bulmak oldukça güç. Ancak ABD görünür bir şekilde; AB ise yavaş bir şekilde toparlanıyor. Öte yandan Çin ekonomisinin tahminlerden daha iyi bir tablo sergilemesi olumlu. Çin'den gelen ekonomik verilerin negatife dönmesi dünyayı olumsuz bir sarmala çekebilir.

Türkiye özelinde ise büyümede eksinin görülmesinin ardından toparlanma bekliyorum. Türkiye büyümesinin lokomotifi olan inşaat sektörünün 2017'de de büyümede büyük pay olacağını düşünüyorum. Kamu kesiminde yatırımların artabileceğini düşünüyorum. 2016'dan daha iyi bir manzara ve inşaat yapı malzemeleri pazarında canlanma olacaktır. Bütçe açığının kontrol altında olmak kaydıyla yüzde 2,5 çıkarılmasında bir zarar görmüyorum. Türkiye'de inşaat sektörünün 2017'de geçen yıla daha iyi olacağını öngörüyorum."

Türk Yapı Sektörü Raporu 2016 verilerine göre:

2016'nın sektör üzerindeki olumsuz etkisi önlemlerle azaltıldı

Geçtiğimiz yılın ikinci yarısında yaşanan darbe girişimi ve artan jeopolitik risklerin sonucu olarak yapı sektöründeki performansın düştüğünün ifade edildiği raporda; inşaat sektörüne sağlanan geçici teşvikler, konut alanındaki kampanyalar ve finansman tarafında sağlanan kolaylıkların olumsuz etkileri sınırlandırdığı vurgulanıyor. Konut talebi; özellikle son çeyrekte uygulanan satış, kredi ve faiz kampanyaları ile hızla yükseldi ve konut satışları yüzde 4,2 artışla 1,34 milyon adede ulaştı. Konut talebini destekleyen konut kredilerindeki büyüme, 2016 yılında yüzde 9,4 oldu ve konut kredileri stoku 157 milyar TL'ye ulaştı.

Konut fiyatlarında makul artış

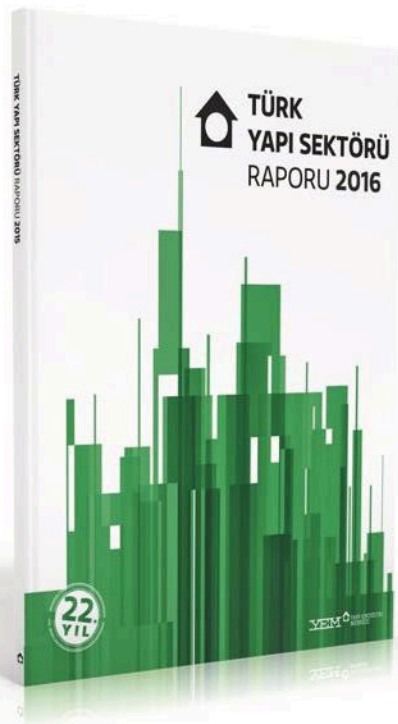
Konut talebindeki artışın sürmesine karşın yeni konut fiyatları 2016 yılında yüzde 9,4 ile makul oranda ve enflasyona paralel bir artış gösterdi. Yabancıların Türkiye'den gayrimenkul alımları 2016 yılının ilk 11 ayında yüzde 0,9 gerileyerek 3,85 milyar dolar oldu. Gerilemede, Türkiye'de yaşanan belirsizlikler kadar küresel mali dalgalanmalar ve jeopolitik gelişmelerin de belirleyici olduğu belirtiliyor.

Konut dışı binalar için alınan yapı ruhsatlarında gerileme yaşandı

İnşaat sektöründe alınan yapı ruhsatları bir dönem sonraki inşaat faaliyetleri için önemli bir gösterge olarak kabul ediliyor. Raporda yıl genelinde yaşanan belirsizlik ve dalgalanmaların alınan yapı ruhsatlarını sınırlandırdığına işaret ediliyor. 2016 yılının ilk 9 ayında alınan yapı ruhsatları metrekare bazında bir önceki yıla göre yüzde 6,1 artarken, konutlar için alınan yapı ruhsatları yüzde 10 yükseliş gösterdi. Konut dışı binalar için alınan yapı ruhsatları ise yüzde 5 düşüş kaydetti. Rapora göre; yıl genelinde bina inşaat maliyetleri yüzde 7,7, inşaat malzemesi maliyetleri ise yüzde 6,9 ile geçen yılki rakamların üzerinde; ancak enflasyonun altında arttı.

Büyük kamu yatırım projeleri sürüyor

2016 yılında kamunun devam eden büyük yatırım projeleri, inşaat ve inşaat malzemeleri sektörü için önemli katkı sağladı. 2016 yılı yatırım programında 101 milyar TL tutarında kamu sabit sermaye yatırımı planlanırken, yatırım programında yer alan 3.008 adet projeye 64,9 milyar TL ödenek tahsis edildi. Böylece ödeneklerde bir önceki yıla göre yüzde 21,3 artış sağlandı. Kamu yatırımlarında eğitim, sağlık, içme suyu ve kanalizasyon, sulama, bilim-teknoloji, bilişim ve başta demiryolu, liman, lojistik merkezleri olmak üzere ulaştırma sektörlerine öncelik verildi.



SEKTÖREL HABERLER

İnşaat malzemeleri ihracatı yükselişe geçecek

İnşaat malzemeleri ihracatında 2016 yılında gerileme yaşandı. 2016 yılında inşaat malzemeleri ihracatı yüzde 10,2 gerileyerek 15,2 milyar dolara inerken, ithalat yüzde 1,9 artarak 9,3 milyar dolara yükseldi. İnşaat malzemeleri iç pazarı ise 2016 yılında reel olarak yüzde 6,2 büyüyerek 290 milyar TL büyüklüğe ulaştı. 2017 yılında inşaat malzemeleri pazarının reel olarak yüzde 6,5-7 ve cari fiyatlarla yüzde 15 büyüyerek 335 milyar TL hacme ulaşacağı tahmin ediliyor. İnşaat malzemeleri sanayisi üretimi ise 2016 yılında yüzde 0,3 artarak yine zayıf bir performans gösterdi. 2017 yılında inşaat malzemeleri ihracatına ilişkin olarak pazar koşullarının daha uygun olacağı öngörülüyor. Enerji ihraç eden ülke pazarlarında enerji fiyatlarındaki artışa bağlı olarak inşaat işlerinin yeniden canlanmaya başlaması beklenirken, bu ülkelerden inşaat malzemeleri talebinin yeniden artacağı tahmin ediliyor. Avrupa Birliği'nde inşaat sektöründeki toparlanmanın ise ihracatı destekleyecek bir unsur olması, ABD pazarının da önemli fırsatlar sunması bekleniyor. Raporda; "ABD'de yeni yönetim; altyapı yatırımlarına ağırlık verecek, bu da inşaat işlerini artıracaktır. Rusya ile ilişkilerin düzelmeye başlaması da ihracat için ümit veriyor. İhracatta sınırlayıcı iki unsur ise Irak pazarındaki sıkıntılar ile yurtdışı müteahhitlik hizmetlerinde yeni alınan işlerin azalması olacaktır. Tüm bu varsayımlara bağlı olarak inşaat malzemeleri ihracatının 2017 yılında 16-16,5 milyar dolar arasında gerçekleşeceği öngörülüyor" ifadeleri kullanıldı.

Yurtdışı müteahhitlikte proje tutarı yüzde 64 düştü

2016'da yurtdışı müteahhitlik işlerinde önemli gerileme yaşandı. Rapora göre; 2016 yılının ilk 11 ayında alınan proje sayısı yüzde 54, proje tutarı ise yüzde 64 geriledi. Müteahhitlik işlerinin yoğun olarak alındığı ülkelerin enerji ihracatı gelirlerinin azalması ile bu ülkelerle yaşanan siyasi gerginlikler, alınan işlerin düşmesine yol açtı.

İnşaat harcamaları 2016'nın ilk 9 ayında 305 milyar TL oldu

İnşaat harcamalarının 2016 yılının olumsuz koşullarına rağmen gelişmesini sürdürdüğünün belirtildiği rapora göre; toplam inşaat harcamaları 2016 yılının ilk 9 ayında nominal olarak yüzde 12,6 arttı ve 305 milyar TL'ye ulaştı. İnşaat sektörü ise aynı dönemde yüzde 7,4 ile ekonomik büyümenin üzerinde bir performans gösterdi.

Raporun yayımlanmasına katkı sağlayan firmalar:

Ardex Yapı Malzemeleri, Dizayn Grup, E.C.A Serel, Ege Seramik, Fibrobeton Yapı Elemanları, Işıklar Yapı Ürünleri, İstanbul İnşaatçılar Demeği (İNDER), Ak Alev Manyezit Levha (Modelpan), İnper Perlit İnşaat Sanayi (Perstone), Seranit Grup, Şişecam Düzcam, Tarkett Aspen Zemin Kaplamaları, Türkiye İnşaat Malzemesi Sanayicileri Demeği (Türkiye İMSAD), Türkiye Müteahhitler Birliği (TMB), Urtim Kalıp ve İskele Sistemleri, Vitra Arterna ve YEM Fuarcılık.



SEKTÖREL HABERLER

İstihdam Seferberliğinin Ardından Yan Sanayiciye Büyük Teklif

- İstanbul Ticaret Odası, üretim ve istihdam seferberliği için ilk adımı havacılık, savunma ve ulaştırma sanayinde atıyor.

- Milli ana sanayiciler, projeleri için ihtiyaç duyduğu binlerce ürün numunesini, İTO üyesi yan sanayicinin masasına koydu. Ana sanayiciler 'Kalite uygunluğunu sağlayın, bizim için siz üretin' teklifi ile ortak çalışmaya kapı açtı.

- İTO Başkanı İbrahim Çağlar, "İTO üyelerinin üretim kabiliyetine ve kalite standartlarına güvenimiz tamdır. Yan sanayicilerimizin denizde yüzmeleri artık yeterli değil, yelkenlerini okyanus rüzgarı ile doldurmalarını sağlayacağız" dedi.

16 yıldır Türk yan sanayicisi ile Avrupa'nın ana sanayici firmalarını bir araya getiren İstanbul Ticaret Odası (İTO), üretim ve istihdam seferberliği kapsamında ikili görüşmeleri bu yıl katma değeri yüksek hassas sanayiye yönelterek çitayı yükseltti. Hedef yerli sanayicinin milli üretimde daha çok yer alması, daha çok iş ve istihdam sağlanması.

2017'yi ekonomide milli seferberlik yılı ilan eden İTO'nun bu kapsamda en büyük ana sanayici firmalarıyla binlerce yan sanayiciyi buluşturduğu Tedarikçi Haftaları, savunma ve havacılık sanayi görüşmeleriyle dün İTO'nun Eminönü Merkez Binası'nda başladı.

ÜRÜN NUMUNELERİ MASAYA KONDU

Yurtiçi ve yurtdışı projeleri için çalışan Aselsan, Havelsan, Roketsan, TAI ve THY Teknik gibi milli gururumuz olan ana sanayiciler alım görüşmeleri için İTO üyesi yetkin yan sanayicilerle masaya oturdu. Bu kapsamda milli ana sanayiciler, projeleri için ihtiyaç duyduğu binlerce ürün numunesini, İTO üyesi yan sanayicinin dikkatine sundu. Ana sanayiciler 'Kalite uygunluğunu sağlayın, bizim için siz üretin' teklifi ile ortak çalışmaya kapı açtı.



Savunma ve havacılık sanayinde ikili görüşmeler 3 Mart'a kadar devam edecek. Mart sonunda ise İDO, İstanbul Ulaşım, Otokar ve TCDD ile görüşmeler planlanıyor.

MART AYINDA 4 FİRMAYA DAVET

Savunma ve havacılık sanayinde ikili görüşmeler 3 Mart'a kadar devam edecek. Mart ayı sonunda ise İDO, İstanbul Ulaşım, Otokar ve TCDD ile görüşmeler planlanıyor.

Binden fazla İTO üyesi yan sanayicinin söz konusu savunma, havacılık ve ulaştırma sanayi devleri ile yıllık en az 2.5 milyar liralık iş yapması hedefleniyor.

İTO ÜYELERİNİN KABİLİYETİ YETER

İstanbul Ticaret Odası Başkanı İbrahim Çağlar, kalite uygunluğu, ana sanayiciye yurtiçi katkı ve rekabet kabiliyetini başarımların en önemli kriterleri sayacaklarını söyledi.

Türkiye'nin savunma ve ulaştırma gibi katma değeri yüksek sektörlerde yerli tedarikçi sayısını artırmak zorunda olduğunu vurgulayan İbrahim Çağlar, şunları dile getirdi:

"Yan sanayicimiz üretim kalitesi, fiyat, esneklik, butik üretim ve teslimat hızında kendini ispatladı. Bu anlamda İTO üyelerinin üretim kabiliyetine ve kalite standartlarına güvenimiz tamdır. Sürdürülebilir ve kalıcı istihdam artışı için, gerek milli gerekse yabancı ana sanayiciyi Türkiye'de üretilen ara mamulleri kullanmaya yönlendirmemiz gerekiyor.

Yan sanayicilerimizin denizde yüzmeleri artık yeterli değil, yelkenlerini okyanus rüzgarı ile dolduracağız. Böyle olunca örneğin THY Teknik'e iş yapan firmalarımız aynı zamanda British Airways'e de iş yapabilecek duruma gelecek. Refah, ülkemize dalga dalga yayılacak."

İTO Tedarikçi Haftaları'na Hangi Ana Sanayiciler Katılıyor?

SAVUNMA VE HAVACILIK	ULAŞIM
- Aselsan - Havelsan - Otokar - Roketsan - TAI - THY Teknik	- İstanbul Deniz Otobüsleri (İDO) - İstanbul Ulaşım - TCDD

STARTUP VADİSİ.COM

GİRİŞİMCİLİĞİN ADRESİ İSTANBUL TEKNOKENT

Görüş ve düşüncemizin, farklılık veya değişiklik isteği duyduğumuzun ifadesi: "Bir fikrim var!" Bir fikir bazen bir yeniliğin de tohumudur. "Yenilik" kavramı, çağımızın dünyası için artık daha da önemli.

Rekabetin bu kadar sert olduğu, hayata geçen iyi fikirlerin fark yarattığı bir dönemdeyiz. Böyle bir dönemde yeni bir fikrin başıyla sonuçlanıp, hem sahibine, hem de kullanıcısına yarar olması bekleniyor. Bu kriterleri göz önünde bulundurarak yürüttüğümüz "BİGGİST" projesi kapsamında duyurduğumuz çağrıya başvuruda bulunan beş yüzün üzerinde iş fikri iki aşamalı bir eleme sistemine tabi tutuldu.

İstanbul Teknokent Genel Müdürü, İstanbul TTO yöneticisi ve danışmanları, İntivist koordinatörü ve danışmanları, girişimcilik ve ticarileşme yönetimi sorumlusundan oluşan ön eleme heyeti ilk aşamada, fikrin teknoloji tabanlı olup olmadığı - form içeriğinin yeterli seviyede doldurulup doldurulmadığı kriterleri göz önünde bulundurularak ilk ön eleme gerçekleştirildi. Bu elemeyi yaklaşık 100 iş fikri geçti.

Ön elemeyi geçen iş fikirleri, teknolojik alanlara (bilgi-iletişim teknolojileri, enformasyon, sağlık,

elektrik-elektronik, veterinerlik, kimya) göre ayrılarak, girişimciler jüri heyeti önünde 10'ar dakikalık sunum yaptılar.

Jüri Heyetleri; teknolojik alanlarına göre sanayi temsilcileri, İstanbul Üniversitesi akademisyenleri, İstanbul Teknokent Genel Müdürü ve İstanbul TTO Yöneticisi'nden oluştu. Burada iş fikrinin teknolojik düzeyi ve yenilikçi yönü, iş fikrinin uygulanabilirliği, iş fikrinin taşıdığı ticari değer, iş fikrinin rekabetçi düzeyi, iş fikri ekibinin nitelikleri ve iş fikrine uygunluğu vb. yönleri değerlendirilerek ikinci ön eleme gerçekleştirildi. Bu ön elemeyi geçen iş fikri sayısı 60 olarak belirlendi.

Bundan sonraki süreç başarılı bulunan iş fikirlerinin eğitim ve mentorluk süreçlerine dahil edilerek, iş fikirlerini geliştirilmesi ile devam edecektir.

Eğitim ve mentorluk programı, haftanın bir günü eğitim (14.30 – 17.30 arası) ve bir günü mentorluk (yarım saat) olmak üzere toplamda 2 ay devam edecektir. Bu süre zarfında girişimcilerin programa en az % 70 katılım sağlaması gerekmektedir.



STARTUP VADİSİ.COM

Eğitimlerin ve mentorluğun ilk basamağı iş modeli oluşturmaya yönelik konuları kapsamaktadır. İş Modeli Oluşturma Eğitimi kapsamında; Tasarım odaklı girişim, yalın girişim ve kanvas - Müşteriyi anlamak - Değer önerisi ve ürün pazar uyumu - Müşteri kesitleri ve kanallar - Müşteri ilişkileri, gelir ve fiyatlandırma - Girişim ve yatırımcı açısından finans - Temel aktiviteler ve ortaklıklar - Temel kaynaklar, maliyet yapısı ve sürdürülebilirlik eğitim içerikleri uygulanacaktır. Eğitim ve mentorluk programının ilk basamağı 1 ay sürecek. İş modeli oluşturma eğitiminden sonra başlayacak BİGG Başvuru Dokümanı hazırlama eğitimi de 1 ay sürecek. Eğitim kapsamında Ar-Ge, Teknoloji ve Girişim Alanındaki Kamu Fon Kaynaklarına Erişim, Ulusal Ar-Ge Mekanizmalarının Tanıtımı, Proje Yazım Eğitimi, Pratik Proje Yazım Eğitimi, TÜBİTAK 1512 Proje Sunum Eğitimi konuları aktarılabilecektir.

Başvuru dokümanının doldurulması noktasında gereken eğitim ve mentorluk sürecinin sonunda BİGG programına başvuru yapmasına karar verilen iş fikirlerinin seçimi, her bir iş fikri için hazırlanacak raporun değerlendirilmesi ve girişimcilerin değerlendirme heyeti karşısında yapacakları sunumunun dinlenmesi ile gerçekleştirilecektir. Değerlendirme heyeti; girişimciler için hazırlanan rapor, girişimcilerin sunumları sırasındaki performanslarını, girişimcilerin eğitim ve mentorluk sürecine devam

durumlarını, 1512 başvuru dokümanlarının yeterliliğini ve süreç içerisindeki gelişim durumlarını göz önünde bulundurarak 1512 2.Aşama başvurusuna gönderilmesine karar verecektir.

TÜBİTAK'ın değerlendirmesi sonucunda başarılı olan girişimcilere Teknokent bünyesinde şirket kurulması sağlanarak kuluçka merkezinde ücretsiz ofis temin edilecektir. Girişimcinin şirket kurması ile birlikte teknik ve danışmanlık desteği sürecektir. Başarısız olan girişimciler, iş fikirlerine yatırımcı buldukları takdirde İstanbul Teknokent Kuluçka Merkezi'nde şirket kurabileceklerdir.

1512 2. aşama başvurusuna gönderilmemesine karar verilen girişimciler, iş fikirlerine yatırımcı buldukları takdirde İstanbul Teknokent Kuluçka Merkezi'nde şirket kurabilecekler ve Teknokent'in girişimcilere sunduğu tüm imkanlarından faydalanabileceklerdir.



'Geleceğin Geleceği' Tartışıldı

L'Oreal Kuantum Yenilik Öngörü Başkanı Sarah Davanzo:
"Yapay zekâ öne çıkacak, 3 ebeveynli bebekler doğacak"

Gelecek Gününde bir araya gelen fütüristler ve fütürist adayları, geleceğe dair öngörülerini paylaştı.

Fütüristler Derneği (TFD) öncülüğünde 2013 yılından bu yana her 1 Mart'ta kutlanan **Gelecek Günü**'nde, bu yıl '**Geleceğin Geleceği-Future of Future**' teması işlendi. Tüm insanlığın sürdürülebilir ve daha iyi bir gelecek için düşünmesi, üretmesi ve geleceğe odaklanması amacıyla tasarlanan 1 Mart Gelecek Günü kapsamında, **Fütüristler Derneği** ve **World Future Society** iş birliğiyle **Gelecek Günü Konferansı** düzenlendi. Konferansta, Türkiye'nin ve dünyanın önde gelen fütüristleri, yakın geleceğe damgasını vuracak gelişmeleri 'fütürizm merceği' ile masaya yatırdı.

Ufuk Tarhan: "Gelecek cesurları ve bozguncuları seviyor"

Fütüristler Derneği Yüksek Danışma Kurulu Üyesi ve M-GEN Dijital Ajans Başkanı Fütürist Ufuk Tarhan, Geleceğin başarılı insanı olmak için önerdiği "**T-İnsan**" modeline vurgu yaptığı konuşmasında "**Gelecek için öncelikle cesur ve bozguncu olmalıyız!**" dedi. Geleceği değiştiren RayKurzweil, Elon Musk, Easton Lachappelle gibi cesur, bozguncu ve paylaşımcı isimlerin yaşam öykülerini çarpıcı detaylarla paylaştı "**bu listelere kadınları da eklememiz şart!**" dedi. Tarhan'ın konuşmasından kısa alıntılar;

"Cesur olmak korkusuz olmak demek değil, korkmaya rağmen cesaret göstermek demek. Gelecekte de oyunda kalmak istiyorsan bozguncu

olacaksın, kodlama bileceksin, çok paylaşımcı olacaksın. Çünkü gelecek cesurları, bozguncuları, paylaşımcıları ve kadınları da teknolojiyi en az erkekler kadar benimsemiş toplumları seviyor" diyen Tarhan, "**her şey değişecek, peki biz ne yapacağız?**" sorusuna "**T-İnsan'laşacağız.** Yani hibridleşip, otodidakt yöntemle kuryasyon yapacağız. Bir yandan bugün için, bir yandan gelecek için çalışacak, versiyonumuzu yükseltmek için kendimizi sürekli güncelleyeceğiz. Ömür boyu zorunlu öğrenme moduna geçiş yapacak ve küratör/seçkici olmamız, gelecekte bize lazım olacakları tutup, kullanmadıklarımızı atacağız" şeklinde konuştu.

Tarhan daha sonra "**Geleceğe Hazırlık için 101**" olarak nitelediği ve yeni piyasaya çıkan **T-İnsan** kitabını imzaladı.

Cristina Dolan: "İnsan, teknolojinin gelişiminde rol oynuyor"

MIT Enterprise Newyork Başkanı Cristina Dolan, World Future Society'nin temsilcisi olarak Gelecek Günü Konferansı'na katıldı. Dolan, teknolojik gelişmelerin insan hayatına nasıl etkilediğini anlatırken, "İnsan teknolojinin gelişiminde rol oynuyor. Hatta insanların teknoloji ile etkileşimi sonrası teknoloji geliyor. İş yapma şeklimiz bile artık teknoloji ile iç içe" dedi.

İnternetin ortaya çıkmasıyla birlikte alışverişin ve hatta ödemelerin de şeklinin değiştiğini belirten Dolan, dijital para birimi olan Bitcoin ve işlemlerin kontrol edildiği bilgisayar ağı Blockchain'in avantajlarından şöyle bahsetti:

"Şu anda dünyada 2 milyar kişinin banka hesabı yok. Bunların yüzde 50'sinin ise cep telefonu var. Bitcoin'in işlem maliyetini azaltması, bu teknolojiyi

ön plana çıkıyor. İletişimde olan insanlar artık araya banka koymak istemiyor. Dünyanın neresine işlem yaparsanız yapın maliyeti azaltıyor. BitCoin ve altında yatan Blockchain teknolojisinde en önemli nokta, güven ortamı oluşturmaları. Şirketlerde de şeffaflık, güvenilirlik konusu ön plana çıkıyor. Bu nedenle Blockchain önem kazanacak. Blockchain'de sözleşmeler, orijinal kayıtlar gibi önemli belgeleri kayıt altına alabiliyorsunuz."



TOPLULUK YÖNETİMİ



Satınalma ve Tedarik Zinciri Yöneticileri ile başlayan topluluk ve sosyal ağ yönetimi çalışmalarımız, iş dünyasına yönelik yeni açılımlar ile devam ediyor.

Tüm medya ihtiyaçlarınızı tek noktadan yönetebileceğiniz çözümler sunuyoruz. Satınalma dergimiz, güçlü ajans ağımız ve diğer araçlarımızla hedef kitlenize etkili ve doğrudan ulaşmanızı sağlıyoruz.

MEDYA



YAZILIM & TASARIM



Dijital ekonominin yeni şartlarında rekabet edebilmenin yolu mobil ve web uygulamalarından geçiyor. Tinova olarak özellikle dijital yayıncılık, mobil dergi, mobil katalog, e-katalog, mobil içerik/haber, e-öğrenme, kişisel ve kurumsal mobil uygulama geliştirme alanlarında kusursuz çözümler sunuyoruz.

EĞİTİM & DANIŞMANLIK



Sahip olduğumuz akademik birikim ile satınalma, tedarik zinciri yönetimi, stratejik yönetim, işletme yönetimi ve bilişim teknolojileri alanlarında eğitim ve danışmanlık hizmetleri veriyoruz.

tinova

● inovasyon ● tasarım ● teknoloji

www.tinova.com.tr

STARTUP VADİSİ.COM

İstanbul Üniversitesi ve Huawei Arasında İşbirliği Protokolü İmzalandı

İstanbul Üniversitesi ile bilişim ve iletişim teknolojileri (BİT) sağlayıcısı Huawei arasındaki iş birliği protokolü, 22 Şubat 2017 tarihinde düzenlenen törenle imzalandı.

Protokol, İÜ Rektörü Prof. Dr. Mahmut Ak ve Huawei Türkiye Araştırma ve Geliştirme Merkezi Müdürü Wu Lianqing tarafından imzalandı. Protokol kapsamında İstanbul Üniversitesi, BİT kapasitesini kurma ve Türkiye’de bilgi ve iletişim teknolojileri endüstrisinin gelişimini hızlandırma için yeterli bilgi ve iletişim teknolojileri yeteneği geliştirmeyi amaçlıyor. Huawei ise protokol kapsamında en son BİT teknolojisini tanıtmak için İstanbul Üniversitesi’ne yardımcı olacak ve BİT eğitim merkezi inşa edecek.

Bilişim ve İletişim Teknolojileri Alanında Nitelikli Personel Yetiştirilecek

İstanbul Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Mahmut Ak imza töreninde yaptığı konuşmada şunları dile getirdi: “Üniversitelerin en temel amacının bilgiyi insanla buluşturmak olduğu bilinci ile ürüne ve hizmete dönüşen iş birliklerine büyük önem veriyoruz. Türkiye’nin en köklü ve donanımlı teknokentlerinden biri olan Üniversitemizin teknokenti, bilgi ve deneyimlerin ürüne dönüşmesi

bakımından önemli bir yere sahip. Türkiye’de bilgi ve iletişim teknolojilerinin geliştirilmesini sağlamak için Huawei ile yaptığımız bu iş birliği hem üniversitemiz hem de ülkemiz için büyük önem taşıyor. Bu protokol ile hem öğrencilerimiz en yeni teknolojileri öğrenecek hem de bilişim ve iletişim teknolojileri alanına nitelikli personel yetiştirilmesine katkıda bulunacağız. Öğrenciler sektörün aramış olduğu yeterlilikler doğrultusunda alacakları eğitim ile sektör tarafından daha tercih edilen nitelikli bir iş gücünü oluşturacak. İşbirlikleri ve verdikleri destek için Huawei’ye teşekkür ediyoruz.”



STARTUP VADİSİ.COM

Türkiye’de Bilişim Sektörünün Gelişimine Katkı Sağlanacak

İstanbul Üniversitesi rektörlük binasında düzenlenen tören ile sözleşmeye imza atan Huawei Türkiye Ar-Ge Merkezi Direktörü Wu Lianqing, "Huawei Yetkili Bilgi ve Ağ Akademisi (HAINA) projesini 150’den fazla ülkede faaliyete geçiriyoruz. Türkiye bilişim sektörünün gelişime katkı sağlayacak bir projeyi de Türkiye’nin ilk ve en köklü üniversitesi ile yapmaktan gurur duyuyoruz. İstanbul Üniversitesi işbirliği ile gerçekleştireceğimiz bu proje sayesinde bilişim ve iletişim teknolojileri sektöründeki nitelikli eleman gelişimine katkı sağlamış olmaktan memnuniyet duyuyoruz" dedi.

İmzalanan protokol çerçevesinde Türkiye’nin bilgi ve iletişim teknolojileri kapasitesini kurmak ve Türkiye’de bilgi ve iletişim teknolojilerinin geliştirilmesini sağlamak için İstanbul Üniversitesi’nde Huawei Yetkili Bilgi ve Ağ Akademisi (HAINA) kurulacak. HAINA’da bilim insanlarına IP Ağ Eğitim Müfredatları,

Güvenlik Ağ Eğitim Müfredatları, BT Ağ Eğitim Müfredatları, CT Ağ Eğitimi ve En Son BİT Teknoloji Online Eğitimi kapsayan ICT Teknik Eğitimi verilecek.

İlk etapta ağ ve güvenlik teknolojileri ile başlayacak eğitimler kapsamında akademi öğrencileri; ağ temelleri, anahtar ve yönlendiricilerin prensipleri, TCP / IP protokol ailesi, yönlendirme protokolleri, erişim kontrolü, ağ hatalarının giderilmesi, Huawei yönlendirme ve anahtarlama aygıtlarının kurulumu ve devreye alınması gibi teknik konularda bilgi ve pratik sahibi olacaklar. Ayrıca gelişmiş güvenlik duvarı teknolojileri, saldırı savunma teknolojisi, terminal güvenlik çözümü tasarımı, güvenli ağ altyapıları, terminal güvenliği ve servis güvenlik ağı çözümleri oluşturma konularında eğitim alma şansı yakalayacaklar.

Huawei Yetkili Bilgi ve Ağ Akademisi’nde yüzyüze eğitimlerin yanı sıra, online olarak takip edilebilecek çevrimiçi eğitimler de yer alacak. Eğitimler sonunda Huawei başarılı olan öğrencilere proje uygulama imkanı sağlayacak.



STARTUP VADİSİ.COM

E-Ticaret 2016'da da Rekor Kırdı

Geçen yıl internetten yapılan alışveriş yüzde 23,4 artarak 68 milyar 368 milyon liraya ulaştı. Avantajix.com Kurucu Ortağı Güçlü Kayral: "E-Ticaretin yüzde 400-500 büyüme potansiyeli var"

Türkiye'de geçen yıl online alışveriş yüzde 23,4 artarak 68 milyar 368 milyon liraya ulaştı.

TÜİK'in Hane Halkı Bilişim Teknolojilerini Kullanım Araştırması'na göre, 2015 yılında yüzde 33,1 olan internetten mal ve hizmet siparişi veren ya da satın alanların oranı, geçen yıl sadece yüzde 1 artarak 34,1'e yükseldi.

400'ü aşkın online mağazayı tek çatı altında toplayan Türkiye'nin ilk para iadeli alışveriş sitesi Avantajix.com'un kurucu ortağı Güçlü Kayral, müşteri sayısı çok artmasa da 2012'den beri her yıl rekor düzeyde büyüyen sektörün, geçen yıl da, 2015'e göre yüzde 23,4 artışla 68 milyar 368 milyon liralık bir ciroya ulaştığını bildirdi. 2015'te e-ticaretin cirosu 55 milyar 389 milyon liraydı.

Müşteri sayısı yerinde sayıyor

2012'de 25 milyar 178 milyon lira olan online alışveriş ve diğer işlemler karşılığı internetten yapılan kartlı ödeme miktarının 5 yıldır ara vermeden rekor seviyede büyüdüğünü anlatan Kayral, "Son 5 yıldaki büyüme yüzde 170'in üzerinde. E-ticaret 5 yıldır rekor seviyede artıyor ama TÜİK araştırmasında aktif müşteri olarak görülen yüzde 34,1'in karşılığı olan 10 milyon müşteri sayısı hep yerinde sayıyor" dedi.

TÜİK verilerine göre Türkiye'de her 10 haneden sekizinin internet erişimine sahip olduğunu anımsatan Kayral, şunları söyledi:

"Bu rakamlar ülkemizde yaklaşık 40-50 milyon kişinin e-ticaret sektörünün potansiyel müşterisi

olduğunu gösteriyor. Buna karşın, online alışveriş sitelerinin aktif kullanıcısı 10 milyona takıldı kaldı. Son 5 yıldır yüzde 20-35 arasında artan e-ticaretin aslında yüzde 400-500 büyüme potansiyeli var. Ne yapıp edip bu müşteriyi online pazara çekmemiz gerekir" diye konuştu.

Dijital alışveriş her yıl rekor kırsa da Türkiye'de e-ticaretin genel perakende içindeki payının yüzde 2'lerde kaldığının da altını çizen Kayral, şunları söyledi:

"3 milyar TL kasada kaldı"

"Sanal alışverişlerde öteden beri gelen bir güvenlik kaygısı var. Bu kaygılar aşıldıkça e-ticaretin genel perakende içindeki payı hızla dünya seviyelerine, hatta daha yukarıya çıkacaktır. Türkiye'deki bir başka sorun ise sanal alışverişlerin avantajlarının tam olarak kullanılmamasıdır. E-ticaretin çok yaygın olduğu İngiltere'de online alışverişlerin büyük çoğunluğu para iadeli alışveriş siteleri aracılığı ile yapılmakta. Bir örnek vermek gerekirse, İngiliz sitesi Quidco.com'un 5 milyon üyesi bulunuyor. Bu site üzerinden 800 milyon poundluk alışveriş yapılıyor ve bu site her yıl üyelerine 50 milyon pound dağıtıyor."

Para iadeli alışveriş sitelerinin avantajlarına da değinen Kayral, "Müşteri, online mağazaya direkt girmek yerine Avantajix.com gibi siteler üzerinden girerse, bizler komisyon alıyoruz ve bu komisyonu müşteriye aktarıyoruz. Alışverişler benzersiz şekilde ucuza gelebiliyor. Para iadeli alışveriş siteleri kullanılmadan yapılan online alışveriş nedeniyle geçen yıl müşterinin cebine girmesi gereken yaklaşık 3 milyar TL, e-ticaret sitelerinin kasasında kaldı. Aslında bu para e-ticaret sitelerinin dağıtmaya hazır olduğu promosyon tutarıydı. Ama bu parayı sadece para iadeli alışveriş sitesinden geçenler kullanabildi" diye konuştu.



YENİ FİKİRLER YENİ İŞLER 2017 DÖNEMİ BAŞVURULARI BAŞLADI!

ODTÜ TEKNOKENT tarafından organize edilen, Türkiye'nin en başarılı hızlandırma programı Yeni Fikirler Yeni İşler'in 2017 dönemi başvuruları başladı. 13. Yılında YFYİ teknoloji tabanlı fikirleri olan gençleri ve genç teknoloji şirketlerini desteklemeye devam ediyor.

Uluslararası başarılarla birlikte imza atmak ve ilk günden eğitimlerle hızlanmak üzere seni de aramıza bekliyoruz!

Girişimin ister henüz iş fikri doğrulama aşamasında olsun, isterse ticarileşme sancılan çeken bir şirket veyahut pazarında belli bir yer edinmiş ve artık uluslararası pazarlara açılmaya çalışan bir teknoloji KOBİ'si olsun her aşamasında sana uygun bir yerimiz var. Yenilenen yapısıyla YFYİ'de başvurun belirli aralıklarla değerlendirilir ve programa uygun olan

halinde T-JUMP Ventures'un sunduğu online eğitimlerle ve mentorluk hizmetleri ile girişimin desteklenmeye başlar. Türkiye'deki eğitim ve mentorluk sürecini başarılı bir şekilde tamamlarsan T-JUMP Ventures'ın Amerika Programına katılmaya hak kazanırsın. Orada alacağın eğitimlerle hızını artır, yatırımcılarla buluşursun. Türkiye'de gerçekleşecek demo gününde ise girişimcilik dünyasının önemli aktörleri ile bir araya gelir, girişimini kamuoyuna ve yatırımcılara sunarsın.

YFYİ de ilk günden eğitimlerle hızlanır, teknoloji tabanlı girişimciliğin kalbi San Francisco'da uluslararası piyasalarda ticarileşmeye başlarsın!

Kurulurken yatırım alma şansı, hızlanan ticarileşme ve uluslararası başarı hikayeni yaratmak için acele et! Son başvuru 20 Mart 2017. Başvuru için: yfyi.com



2017'de Yatırımcının Gözdesi Olacak Sektörler

Türkiye'nin ilk Silikon Vadisi merkezli girişim sermayesi fonu olan 500 İstanbul'un Yönetici Ortağı Rina Onur Şirinoğlu, 2017'de finansal teknolojiler, sağlık ve siber güvenlik gibi alanlardaki girişimlerin, yatırımcılar açısından bir adım önde olacağını söyledi. Şirinoğlu, makine öğrenimi ve yapay zeka gibi teknolojilere adapte olamayan şirketler için önümüzdeki 5 yılın son derece zor geçeceğini belirtti..

"Finansal teknolojiler, sağlık ve siber güvenlik alanları başta olmak üzere, farklı sektörlerdeki şirketlerin büyük çoğunluğu makine öğrenimi ve yapay zeka kullanmaya başlıyor" diye konuşan Şirinoğlu, "Trend olacak bu teknolojilere adapte olamayan teknoloji şirketleri için önümüzdeki beş yılın çok zor geçeceğini söyleyebiliriz. Bu akım, 4-5 yıl önceki büyük veri ve bulut akımlarına benzer özelliklere sahip. 500 İstanbul olarak yatırım yaptığımız 14 ve yatırım sürecinde bulunduğumuz 6 olmak üzere toplam 20 girişimi incelediğimizde, yaklaşık üçte birinde yapay zeka veya makine öğrenimi kullanıldığını görüyoruz. Globalde de bu alana yapılan yatırımın beş yıl öncesine kıyasla yıllık bazda

dört kat arttığı gerçeği, durumu net bir şekilde ortaya koyuyor" dedi.

Sağlık ve genetiğe yönelik yatırımlar artıyor

Sağlık teknolojileri ve genetik alanındaki yatırımların da her yıl rekor seviyelerde artmakta olduğuna dikkat çeken Rina Onur Şirinoğlu, "Bunun ana sebepleri olarak buluta geçişi, büyük veriyi ve makine öğrenimini gösterebiliriz. 500 İstanbul'a başvuru yapan 1.000'i aşkın girişim içinde, ABD'de yaşayan Türklerin kurduğu tam 20 sağlık girişimi yer alıyor. Bunlardan ikisine yatırım yaptık, dördü ise henüz değerlendirme aşamasında. Türkiye'de de benzer alanda faaliyet gösteren çok sayıda girişim göstermek mümkün. 500 İstanbul olarak bizim odağımızda şu an üçü yer alıyor" diye konuştu.

Buluta geçişin de gündemdeki diğer alanlar arasında bulunduğunu söyleyen Şirinoğlu, 500 İstanbul portföyündeki şirketlerin hemen hepsinin bulut tabanlı şirketlerden oluştuğunu, bu şirketlerinin dördünün ana hedeflerinin ise süreçlerin buluta geçişini kolaylaştırmak olduğunu sözlerine ekledi.

Lojistik ve Tedarik Zinciri Yönetimi Başarı Öyküleri

Lojistik ve Tedarik Zinciri Yönetimi alanındaki en iyi şirket uygulamaları, kitap serisi, makale ve konferanslar ile sektörle buluşuyor.

Detaylı Bilgi ve Başvuru için:
www.muraterdal.com/basari-oykuleri

Merhaba,

Sektörel bilgi ve deneyimlerin paylaşılmasına yönelik çalışmaları başlattık. İşletme operasyon ve uygulamalarının detaylı bir şekilde açıklandığı, grafik, resim, belge ve rakamlarla (maliyetler, süreler vd.) desteklendiği çalışmaları kitap, konferans sunumu ve makalelerle aktarılmasını istiyoruz. 26 Nisan 2017 tarihinde İstanbul Üniversitesi Kongre ve Kültür Merkezi'nde (Beyazıt – Büyük Salon 420 koltuk kapasiteli) LOJİSTİK VE TEDARİK ZİNCİRİ YÖNETİMİ KONFERANSI düzenliyoruz. Diğer taraftan ise sunumların kalıcı olması için kitap projesini devreye aldık. Başarı Öyküleri Kitap Serileri ile özellikle sektörde yetişen çalışanların ve üniversite lisansüstü öğrencilerinin ihtiyaç duyduğu bir gereksinimi karşılama düşüncesindeyiz.

Lojistik Başarı Öyküleri Kitabı

Şirket sorumluluğunda yürütülen başarılı bir ya da birkaç farklı lojistik kategorisindeki operasyonlarınızı; taşıma (karayolu, denizyolu, demiryolu, havayolu), intermodal, depolama, dağıtım, katma değerli lojistik uygulamaları vd. görsellerle birlikte detaylarıyla anlatınız.

- Firma Adı ve Tanıtımı
- Operasyon Adı
- Operasyonun Açıklanması (örneğin taşımacılıkta siparişin alınmasından ürünün teslimatına kadar operasyonun tüm yönleri, müşteri talepleri, operasyon süresi, zaman kısıtı vb.)
- Planlamada hangi faktörleri gözönünde bulundurdunuz?
- Taşıma / depolama ve dağıtım organizasyonunda nelere dikkat ettiniz?
- Güzergah planlama
- Operasyonel riskler ve zorluklar nelerdir ? (değişen müşteri talepleri, gümrük geçişlerindeki sıkıntılar, araç geçiş belgeleri, sürücü, vize, vd.)
- Standart operasyonlarınızdan farkını açıklayınız ? (normal taşımalardan farklı yönleri)
- Katma değerli hizmetler nelerdir? (taşımacılıkta yükleme, aktarma ve boşaltmada yürütülen hizmetler. Lojistikte müşteriden gelen özel taleplere çözüm üretme; elleçleme, tasnifleme, barkodlama vb. yeteneği)
- Yenilikçilik: Bu operasyon için geliştirdiğiniz özel bir yöntem var mı ?
- Operasyonel iyileştirmeler nelerdir ? (güzergah değişikliği, taşıma türünde değişiklik gibi)

- Toplam operasyon süresi ve maliyet azaltma oranını açıklayınız ?
- Fotoğraf ve Görseller (sahadan yükleme boşaltma fotoğrafları)
- Taşıma ve Geçiş Belgelerinden örnekler (CMR, Beyanname, TIR Karne gibi)

Başvuru Kategorileri:

- Uluslararası Karayolu Eşya Taşımacılığı
- Uluslararası Denizyolu Eşya Taşımacılığı (Konteyner ve Liman Operasyonları vd.)
- Uluslararası Havayolu Eşya Taşımacılığı
- Uluslararası Demiryolu Eşya Taşımacılığı
- İntermodal Taşımacılık
- Sektörel Lojistik Uygulamalar (Perakende, Tekstil, Gıda, Kimya, Otomotiv, Tarım vd.)
- Depolama ve Dağıtım (özel depolama uygulamaları, yürütülen operasyonlar vd.)
- Entegre Lojistik Hizmet Operasyonları
- Katma Değerli Lojistik Operasyonlar
- Forwarder Lojistik Hizmet Üretimi (Planlama ve Organizasyon)
- Proje Lojistiği ve Ağır Nakliye Operasyonu
- Soğuk Zincir Lojistiği (Taşıma, Depolama, Dağıtım)
- Tehlikeli Madde Lojistiği
- Yurtiçi Taşımacılık

Tedarik Zinciri Yönetimi Başarı Öyküleri Kitabı

Tedarik zincirine ilişkin başarı öyküsü aşağıdaki ana başlıkları kapsayacak şekilde anlatılmalıdır.

- Firma Adı/Sektör ve Firma Tanıtımı
- Tedarik Zinciri Yol Haritanızı (kararların alınması, başlangıç dönemi ve yaşanan gelişmeler) açıklayınız. Eski ve yeni işletme yapısı arasındaki farkları değerlendiriniz.
- Tedarik Zinciri Uygulamasına Geçişte Örgütsel Değişim (Liderlik, yetki ve sorumluluklar, organizasyon şemasında değişim ve yeniden yapılanma, örgüt kültürü, eğitimler, yetenek planlaması, dirençler...)
- Tedarik Zinciri Kültürünün Tüm İşletme İçerisinde Yaygınlaştırılması
Birimler Arası Koordinasyon, Eğitimler ve Farkındalık
Yükseltici Etkinlikler
- Tedarik Zinciri Uygulamasında Risk Yönetimi
Risklerin belirlenmesi ve tedbirler. Tedarikçi risk, lojistik, BT, operasyonel riskler çevre, finans, vd.
- Tedarik Zincirinin Tasarımı Nasıl Yapıldı?

Tedarikçiden Müşteriye Uzanan Süreçlerin Belirlenmesi, Ürün, Bilgi ve Para Akışları

- Planlama, Tedarik, Üretim, Taşıma, Depolama ve Dağıtım - Organizasyonunda Nelere Dikkat Ettiniz?
- Operasyonel İyileştirmeler nelerdir ?
- Genel Tedarik Zinciri Performans Kriterleri (KPI) nelerdi? Süreç KPI'larını nasıl belirlediniz ve mevcut durumda takibini ne şekilde yapıyorsunuz?
- Tedarik Zinciri Stratejiniz nedir ? Strateji için Hangi Faktörleri Gözönünde Bulundurdunuz?
- Tedarik Zinciri Uygulama Zorlukları Nelerdir ? Çıkarılan Dersler Nelerdi ?
- Tedarik Zinciri Yapılanması Sonrasında İşletmeye Sağlanan Katkıları Anlatınız...

Not: Vaka Yazımında gizli kalmasını istediğiniz kısımlarda örneğin müşteri ismi yerine A Firması, B Alıcı, C Gönderici, D Yazılım gibi isimlendirme tercih edebilirsiniz. Sayfa Sınırı: 25 sayfa maksimum (Arial yazı karakteri, 11 punto)



26 Nisan 2017

Lojistik ve Tedarik Zinciri Yönetimi Konferansı

İstanbul Üniversitesi Kongre ve Kültür Merkezi Beyazıt – Büyük Salon

Konferans gündemi: tedarik zinciri yöneticileri ile lojistik firma yöneticilerinden sahadan gelen bilgi, deneyim, operasyon / uygulama paylaşımları üzerine kurgulanmıştır. Oturumlar öğleden önce ve öğleden sonra iki olmak üzere toplam dört oturum şeklinde planlanmaktadır.



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

ARTIK, OPERASYONEL KARARLAR STRATEJİK KARARLARDAN ÖNCE GELİYOR...!

Strategos adlı general hiçbir savaşı kaybetmedi... Çünkü; yüksek bir yere çıkarak ve oradan düşmanlarının hareketlerini izleyerek... savaşı ona göre yönlendirmede bilgi ve taktiklerini kullanarak, en iyi kararı verdiği için...! hep başarılı oldu...! Strategos'un yaptığı şey neydi...? ...Yükseğe çıkmak...! Yani; geniş bir perspektiften ufku görerek büyük bir bakış açısı-vizyon ile şu an'a bakarak geleceği görebilmek.. Buna göre askerleri yönetmek ve operasyonel işlemlere göre isabetli kararlarla başarılı olmak... Hemen hemen hepimiz için başanın tek koşulu bu olsa gerek...! (geleceği görebilmek/öngörebilmek)... İşte stratejiye adını veren kişi Strategieus... stratejik bakış açısı... Vizyon.. Ve Strateji... Bir işletme yöneticisi olarak, geçmiş verileri-deneyim-öngörü ile şu ana bakarak geleceği görebilmek... Strateji; generalin sanatı... Günümüzde tüm işletme yöneticileri için oynanan strateji oyunu ve öngörebilmek yani, yaşamının (hayatta kalabilmenin) bir diğer adıdır... Belki de en iyi örnek Satrançta sadece oyundaki küçük bir hareket- piyon-kale-at... Küçük bir hareketi ile 20 hamle sonra olabilecek şah ve matı görebilmek... Elbette burada amaç oyunu kazanabilmek... ama artık tıpkı Satrançta olduğu gibi oyun içindeki küçük hareketlerin sonucuna göre oyunun kazananı ve kaybedeni belli oluyor/olacak.. O vakit küçük hareketlerin sonucu yani operasyonel süreçler oyunun stratejisini (kazananı-kaybedeni) belirliyorsa, operasyonel kararlara bağlı süreçler işletme yöneticisi için stratejik kararların önüne geçmiş demektir. Burada anlatacağımız konu tam da budur... İşletme yöneticisi olarak strateji, önceden belirlenen bir amaca ulaşmak için kaynakları uygun bir biçimde kullanma sanat ve bilimi... O halde düşünme... kurgu.. tasarım... operasyon... taktik ve de strateji...

Karar; yapılması gereken bir iş için düşünülerek en uygun çözümü (çare) bulma işlemidir. Karar, çözüm için seçenekler arasında karşılaştırmayla yapılan bir seçim işlemidir. Karar için yapılan her seçim aynı zamanda bir tercihtir. Karar verme bir bakıma kararı verene göre; doğru-yanlış, iyi-kötü,...vb arasında bir tercih yaparak kendisine göre en iyi/doğru olanı benimseme işlemidir. Yönetimde hiyerarşiye göre kararlar; Stratejik Kararlar, Taktik Kararlar, Operasyonel Kararlar şeklinde sıralanmaktadır. Karar piramidine baktığımız zaman en tepede Stratejik Kararlar, onun altında Taktik Kararlar ve en alt basamakta ise Operasyonel Kararlar yer almaktadır. Bu bağlamda üst yönetim Stratejik Kararlar, orta yönetim Taktik Kararlar ve alt yönetim Operasyonel Kararları alır ve uygulamasıyla ilgilenirler. Tüm yönetim literatüründe yer alan sıralama bu şekildedir. Ancak zamanla meydana gelen değişim bu öncelikleri ve sıralamayı da değiştirmiştir. Artık Operasyonel Kararlar, kararlar piramidinin en tepesinde, Taktik Kararlar ondan hemen sonra ve Stratejik Kararlarda en sonda yer alıyor. Elbette bir karar diğerini etkiliyor ve diğerinden bağımsız düşünülemez... Ancak Operasyonel kararların önceliği konusu, bizim şimdiye kadar yaptığımız tüm iş yapma şekillerimizi ve kararlara bakışımızı tamamen değiştiriyor... Çünkü; artık her şey (yani, başarı veya başarısızlık) bizim Operasyonel süreçlere bağlı kararlara göre iş yapma şekli ve yeteneğimize göre değişiyor... Yani bir bakıma Nasrettin Hoca'nın hikâyesindeki gibi... Hikâyede köylünün hocaya; karşıdaki köye ne kadar sürede gidebilirim? sorusuna cevap olarak Hoca'nın, biraz yürü bakalım deyip daha sonrada 2 saat demesi gibi.. Her şey, kişinin operasyonel süreçleri yönetmesine (yürütmesine) bağlı olması...



Artık dünyada önde gelen şirketlerde Operasyonel kararlar, Stratejik kararlardan önce geliyor... Operasyonel kararların stratejik kararlar üzerindeki belirgin etkisi her zamankinden çok daha fazla arttı... Çağımız artık hız çağı... Artık; zamanın, mekanının, yapılan işin ve işi yapan kişinin (işletme, kuruluş) bir önemi kalmadı.. Böyle bir dünyada operasyonel olarak tüm; bilgi, kaynak, para akışı ve hemen her şey, her an, herkesle dünyanın her yerinden mobil olarak yapılabilir... Hız çağına bağlı olarak gelişen; Bilgi hızı... İşlem hızı... Süreç hızı... Operasyon hızı... Karar hızı... ve de Yönetim hızı.. Bu, bizim için bir bakıma tümüyle paradigma değişikliği anlamına geliyor... Kuşkusuz teknolojiye hâkim olanın her şeye hâkim olduğu bir dünyada doğal olarak operasyonellik oyunun kurallarını da belirliyor.. Bu oyunda sadece bir an önce yapanlar (inovasyon, üretim, icat, organizasyon, pazarlama...) kazanıyor... Kollarınızı sıvayın ve işlerinizi bir an önce Operasyonel olarak yapın... Fakat ve ama demeden... Kazananı belirleyen en önemli değişken; yüzlerce operasyonel küçük adımın ve ilerlemenin ekosistem içerisinde birikiminin sonucuna bağlıdır inovasyon... Kurgusal olarak baktığımız zaman başarının; operasyonel olarak bu küçük adımlarla oluşan inovasyonun stratejiyle bağını kurarak sisteme, süreçlere ve taktiklere sadece bir taraftan değil her taraftan bakmayı öğrenmeye ve uygulamaya bağlı olduğunu...

Öncelikle şunu da belirtelim... işletmede üst yönetim çaba ve zamanının % 90 ve

daha fazlasını stratejik kararlara ayıracak... Üst yönetim daha az oranda stratejik kararlara çaba ve zamanının ayırıyorsa, o vakit Operasyonel Kararlar yönetimi meşgul edecek ve Operasyonel süreçlere bağlı kararlarla yöneticileri zihinleri dolacak, bedensel ve zihinsel yorgunluk ve bıkkınlık başlayacak... Yani; bir bakıma hepimiz farkında olmadan/ olarak operasyonel makine durumuna düşmüşüz/düşeceğiz... İşin ilginç tarafı da bunun farkında olduğumuzda bundan kurtulmayı çok istememize rağmen bir türlü işin içinden çıkmayı başaramamak... her türlü operasyonel işin gelip bizi bulması... Operasyonel Kararlarda süreçler çok önemli... Ve belki önemli olan da bir bakıma, Operasyonel süreçleri destekleyen rol/görev tanımlarının özellikle kilit personele aktararak onun içselleştirilmesinin sağlanmasını sağlayacak sürekli uygulama sisteminin kurulması ve süreçlerin tıkr tıkr işlenmesi... Elbette Operasyonel Kararlarda başarı için bu da yetmeyecek... Operasyonel süreçlerde takım çalışması ile analiz sonucu sürekli iyileştirme ile mükemmel operasyon ve mükemmel operasyon sonuca göre yola devam... Operasyonel süreçler için standart geliştir... Bunun için detaylara dikkat ederek operasyonel sonuca dayalı motivasyon ve finansal sonuca odaklı operasyonel yönetim anlayışı... Örneğin; bir gıda işletmesi Mc. Donald's tüm operasyonel süreçlerde geliştirdiği standartlar ile bir dünya markası olarak pazarda başarılı olmaktadır...

Belki de önemlisi, Peki bu durumu nasıl yöneteceğiz? Sorusuna vereceğimiz cevap... Operasyonel süreçlere bağlı kararlar işimizin doğası gereği var ve var olmaya devam edecek... O halde biz bunun nasıl yöneteceğiz? En başta bir yönetici olarak delege etmeyi bileceğiz... Yani **bir işi en iyi yapacak olan kişiye o işi vererek ondan en iyi sonucu almasını isteyeceğiz...**

Bunun için ne yapmalıyız?.. Şüphesiz bunun için iş ve görev tanımlarını belirleyerek insan kaynakları delegasyonu için gerekli beceriler/ beceri geliştirme programları uygulamamız gerekiyor.... Bunun için sistem devreye konarak çalışanları delegasyon için özendirme planları uyarlama ve uygulamamız şart... Tabii diğer taraftan organizasyon yapımızın mutlaka hedeflerle yönetime göre şekillenmesiyle birlikte mutlaka Performans Yönetim Modeline geçmemiz gerekiyor... Örneğin; hedef bütçe... hedef pazar... hedef kâr... gibi.. Bu model bize ortak iş sonuçları ölçümlenmeleriyle, operasyonel süreçlere bağlı taktik kararlara göre en iyi stratejik kararları vermemizi sağlayacak... Ve en önemlisi de Altı Sigma ve/ veya Yedi Sigma (milyonda 1 hata ihtimali) ile... Altı Sigma ve/veya Yedi Sigma süreçlerde Operasyonellik mükemmelliğin diğer adı... Ne fayda sağlayacak?... Altı Sigmanın işletmelere sağladığı faydalar; süreçleri iyileştirir, mal ve hizmetlerin kalitesini artırır, üretim süresini azaltır, verimliliği artırır, yenilikçi işletme kültürü oluşmasını sağlar, israfları önler, pazar payını büyütür, ürün ve hizmet geliştirmeyi sağlar, hata ve kusurları önler, maliyetleri azaltır, mal ve hizmet kalitesini yükseltir, müşteri sadakatini artırır, işletme kültür değişimini sağlar. Ayrıca operasyonel mükemmellik sonucu hataların önlenmesi sonucu; işletmede süreçlerde 4 Sigma kalite düzeyinde iyileştirme ile gelirlerin % 15-20'si, 5 Sigma kalite düzeyinde iyileştirme ile gelirlerin % 10-15'i ve 6 Sigma kalite düzeyinde iyileştirme ile gelirlerin % 10'undan az kayıp olabilecektir.

Şüphesiz biz tüm bu kararları alırken/ verirken asıl sorulması gereken soru; müşteri beklentisi/leri ne?... Bu sorunun tartışmaz cevabı; Operasyonel mükemmeliyet.....! Operasyonel mükemmeliyet: başarılı olmak isteyen işletmeler elindeki kozlardan en önemlisi.... Operasyonel mükemmeliyet, müşteri tatmin düzeyini artırarak ve bunu sürdürerek müşterinin ne istediği/istemese gerektiğini bilerek pazarlama stratejileri uyarlama ve uygulamamızı sağlar... Müşteri bin bir zahmet ve emekle ürettiğimiz/pazara sunduğumuz ürünler/hizmetler hakkında ne düşünüyor?... (düşünce), ... Ne hissediyor?... (duygu), Ne söylüyor?... (söylem), Ne yapıyor?...

(davranış)... Açıklıklar/eksiklikler var mı? Varsa neler?... Bunları belirleyenler operasyonel kararlara bağlı süreçler... Bu ve benzeri soruların en iyi cevabı, sürekli uygulamaya dayalı temel yetkinliklerle operasyonel mükemmeliyet sağlamaya bağlıdır. Örneğin; bir perakendeci için günlük, saatlik ve anlık olarak doğru operasyonel kararlar, stok verisini anlık olarak izleyebilmek ve talepteki değişime göre işlemleri zamanında yapmaktan geçer... Özellikle AVM lerde müşteri hareketleri izlenerek raf yönetimi, fiyat yönetimi ve kategori yönetimi düzenlenir. AVM lerde müşteri yoğunluğuna göre yeni kasaların satışa açılması işgücü verimliliğini ve müşteri memnuniyetini artırmakta ve promosyon dönemlerinde müşterilerce çok büyük ilgi gören ürünlerin sipariş miktarı ve mağaza içi düzenlemesiyle operasyonel olarak değiştirilebilmektedir.. Kurgusal olarak süreçlere baktığımız zaman; Dünyadan British Airways ve ülkemizden Thy başansında operasyonel mükemmeliyeti açıkça görmek mümkün... Kurallara sıkı sıkıya bağlılık ve standart süreçlere operasyonların mükemmel yönetimiyle sağlanan kalite ve hız. Bunun için öncelikle çalışma ortamının dengeli ve düzenli olması şarttır... Operasyonel mükemmeliyet için süreçlerin mutlaka kendi döngüsü içerisindeki hiyerarşik yapısına bağlı olarak işlemesi gerekir... Bunun için mutlak şart kurallara uyan itâatkar bir yapı ve takıma sadık davranışlar... ve formal bir organizasyon... Evet çoğumuz için belki de çok sıkıcı gelebilir ancak operasyonel mükemmeliyet böyle bir şey... Operasyonel süreç başarısı için olmazsa olmaz olan kurallara sıkı sıkıya bağlı ve tavizsiz uygulayan bir takım ve tıkr tıkr çalışan bir sistem... Bir yönetici olarak biz; işletmede mevcut kaynakları en iyi biçimde kullanarak personeli işletme amaçlarını gerçekleştirmek için etkin ve verimli çalıştırmak zorundaysak bununla ilgili tüm operasyonel kararları da en iyi şekilde yönetmek zorundayız. Burada hata yapma lüksümüz yok..!

Unutmamalıyız ki işimiz; insan yönetme sanatı ve bilimidir. Yani; insan ve insan davranışları... Dünyanın en zor işi olan bu sanatın, sanatçısı ancak operasyonel süreçleri yaşayarak çok değerli tecrübelerle doğru stratejik kararlara sahip olan kişilerden çıkıyor. Yöneticilik, yönetim işini başarılı bir şekilde yapmak... Bu da büyük ölçüde, yaşanan tecrübeyle kazanan doğru kararlar almaya bağlı... Bu tecrübe; hiçbir yerden satın alınmıyor... öğrenme maliyetleri çok yüksek olan bu süreçler, ancak yaşanarak öğreniyor... Artık buna göre kararlarınızı gözden geçirmenin tam zamanı... Ne dersiniz?... Sevgiyle ve sağlıklılıkla kalın..

Coşkun GÜZER
Genel Satınalma Bşk. (İç Satınalma Md.)
Uzman
Turkish Airlines
cguzer@thy.com



TEDARİK ZİNCİRİNDE SANAL BUNALIM

Teknolojinin gelişmesi ile teknolojik meteryallerin yaşamımıza çok daha fazla girdiği bir dönemden geçmekte olduğumuz malum. Sosyal ve iş yaşamımızda sıklıkla bu cihaz ve aletleri kullanıyor, bu cihaz ve teknolojiler ile yaşamımızı kolaylaştırıp tüm iletişimimizi gerçekleştiriyoruz.

Ancak bunu yaparken bu teknoloji ve sanal temeller üzerine kurulmuş olan sistemler, insanları belirli bir süre sonra kendi sanal boşluğun içine çekmektedir.

Günümüz iş yaşamında şirketlerin en önemli kar merkezlerinden biri olarak gösterilen, hizmet ve destek merkezli Tedarik Zinciri/Satınalma departmanında bu tehdit altında olduğunu düşünüyorum. Aslında yaptığı işin çıktısını bizzat göremeyen, elle tutup değerlendiremeyen, manevi olarak tatmin olmayan tüm iş gruplarını bu risk dairesine dahil edebiliriz.

Şöyle ki;

Bir meslek erbabı yaptığı işin neticelerini ve değerlendirmesini aynı anda görmekte ve hissetmektedir. Fırıncı ürettiği ekmeği, marangoz kesip biçtiği ağacı, aşçı pişirdiği yemeği, temizlik görevlisi silip süpürdüğü odanın değerlemesini anlık olarak görüp değerlendirmektedir. Kazandığı para dışında ürettiğini, ortaya koyduğu somut eser ile tatmin olmaktadır.

Birde uluslararası bir şirkette, Tedarik Zinciri içerisinde her gün ofiste çalışan bir satınalma görevlisini, sadece teorik bilgiler ve yaklaşımlar ile 3-5 seneden beri iş yaşamında olduğunu düşünelim. Bu görevli kendisinden tedarik edilmesi istenen bir mal/hizmeti iş hayatı boyunca onlarca kez alıyor ve görevini tamamlıyor. Ancak bu mal veya hizmeti kendi büyük yapısı içinde ne talep edenini ne üreticisini ne de satıcısını tanıyor. Daha kötüsü talebin temin edilmesi noktasına kadar tanımadan sanal olarak muhatap olduğu bu süreç, temin edilen mal veya hizmetinde ne olduğunu bilmeden devam ediyor.

Bu durum belirli bir zaman sonra motivasyonun düşmesine, yaptığı işten soğumaya, işe ve sürece konsantre olamama sorunları doğuruyor. İşin tekdüzen halini alması işi sıkıcı, süreci gereksiz görme sonucunu doğuruyor.

Uluslararası bu şirkette görmediği bir lokasyondan, görmediği bir kişinin oluşturduğu bir talebi, hiç görmediğin bir kişi yada firmadan temin ediyor, hiç görmediğin nakliyeciler vasıtası ile uzun bir yolculuğa çıkıyor ve görmediğin bir katma değer oluşturuluyor. Hatta döngü devam ediyor, bunlar karşılığında, sadece banka hesabında olduğunu rakamlardan bildiği bir kartın içinde, görmediği bir para kazanıyor gelir elde ediyor diye devam ettirebiliriz. İş ve sosyal yaşamımızda bir çok konu için aynı döngü bulunmakta ve bu süreç devam etmektedir.

Bunu engelleme noktasında; Tedarik ve Satınalma personellerini belirli zaman aralıkları ile farklı lokasyonlarda saha ziyaretleri yaptırmak, kendisinin içinde bulunduğu, emeği ile alınan bir malzemenin sistem içinde nasıl çalıştığını görmek, en başta monotonluğu kaldıracak, motivasyon sağlayacak, iş hazzını ve tatminini getirecektir.

Belirli periyotlarda iş ilişkisi kurduğu firmaların fabrikasında, üretim atölyesinde ziyaret ederek uzmanlığını geliştirebilecek ve sonraki alımlar için fikir oluşturmasını sağlayacaktır.

Aynı şekilde hizmet verdiği iç müşteriler dahilindeki depoları, antrepoları, açık sahaları, depolama şekillerini yerinde görmesi, alım sürecinde işin çok daha fazla içine girerek ve çözüm önerileri üretebilmesi imkanı verecektir.

Mümkün olduğu kadar sanal bu zincirden çıkan, olumlu insan ilişkisine sahip olan her satınalmacı, kendi çözüm yollarını arayacak, belirli bir tecrübe sonrası bu çözüm yollarını önerebilecektir ve katma değer oluşturabilecektir.

Galiba MESLEKİ Tecrübe denen şey bu olsa gerek...

Startup Vadisi

www.startupvadisi.com
www.facebook.com/startupvadisi
www.twitter.com/startupvadisi

Start-up Vadisi.com, yeni ekonomi içerisinde yer alan tüm aktörleri bir araya getirmektedir. Yeni iş fikirleri, yeni girişim proje ve ürünleri, teknokentler, üniversiteler, melek yatırımcılar ve firmalar aynı çatı altında buluşuyor.



Startup Vadisi'nde Yerinizi Alın !

Yeni Girişimler
Teknokentler
Üniversiteler
Melek Yatırımcılar
Hızlandırma Programları

Startup Vadisi'ne üye olarak firma ve ürünlerinize özel sayfalar oluşturabilirsiniz.



Girişimcilik Dünyası Cebinizde !



Çeşitli kategorilerde haber, makale ve diğer içeriklere rahatlıkla erişebilirsiniz, en yeni gelişmeleri takip edebilirsiniz.



Ülkemizden ve dünyadan yeni iş fikirleri ve modelleri konusunda araştırmalar gerçekleştirebilirsiniz.



Fon ve danışmanlık ihtiyaçlarınızla ilgili destek alabilir, melek yatırımcılar ve yatırım fonları ile iletişim kurabilirsiniz.



Girişimcilere yönelik etkinliklere rahatlıkla ulaşabilir, işinizi ve iş fikrinizi geliştirecek yeni bağlantılar kurabilirsiniz.

Bülten Gönderimi ve İşbirlikleri
0 (212) 509 56 56
editor@startupvadisi.com
www.startupvadisi.com

Adres:
Tinova Bilişim Teknolojileri A.Ş.
İstanbul Teknokent B Blok
Ofis No:105 34320 Avcılar / İstanbul

Arş. Gör. Adil ÜNAL

İstanbul Üniversitesi

Tinova Bilişim Teknolojileri A.Ş. Kurucu Ortağı

adil.unal@tinova.com.tr



Kurumsal Girişim Sermayesi (CVC) Programları ve Türkiye Girişimcilik Ekosistemi İçin Önemi

Dergimizin Mart sayısında sizlere son yıllarda girişimcilik ekosisteminde sıkça konuşulan konuların başında gelen bir konuya değinmek istiyorum: Kurumsal Girişim Sermayesi Programları. Her ne kadar satınalma ve tedarik zinciri alanında çalışan bir akademisyen olsam da girişimci yönüm bu sayıda hazırlayacağım yazıyı şekillendirdi diyebilirim. **StartupVadisi.com** Girişimci Dünyası projemizin yayına başlaması ve mobil uygulamaları üzerinden tüm girişimcilik ekosistemine ulaştığı ay olması da bu sayıda girişimcilik alanında bir yazı hazırlamam konusunda motivasyonumu arttırdı. Henüz Startup Vadisi mobil uygulamasını indirmediyse iOS ve Android tabanlı cihazlarınıza ücretsiz indirebileceğinizi hatırlatmış olayım.

Kurumsal Girişim Sermayesi (Corporate Venture Capital=CVC) şirketlerin özel işletmelere yatırım gerçekleştirdikleri programlardır. Hemen

her gün organizasyon yapısı içerisinde CVC birimi oluşturan holding, banka veya büyük ölçekli işletme haberleri okumaktayız. Katma değerli ürün ve hizmetler üreten yenilikçi işletmelere yatırım yaparak belirli bir oranda pay sahibi olan bu işletmelerin sayısının artması ekosistem açısından çok önemli.

Belirli sayıda Girişim Sermayesi (Venture Capital=VC) şirketi ve bazı melek yatırım ağları dışında ekosistemde üçüncü bir grubun yer alması girişimcileri olduğu kadar henüz iş fikrini hayata geçirmemiş tüm bireyleri heyecanlandırıyor. Ülkemiz nüfusunun büyük bir bölümünün 18 ile 40 yaş arasındaki bireylerden oluştuğu hepimizin malumu. Projesi için kaynak bulamayan veya büyük bir işletmenin çatısı altında faaliyetlerini genişletmek ve büyümek isteyen girişimciler bu işletmelere de tıpkı VC firmalarına yaptıkları gibi başvuruyor ve belirli seçme kriterlerine göre değerlendirmeden geçiyorlar.



Bu ön bilgilendirmeden sonra CVC programlarının bazı özelliklerine değinmekte fayda görüyorum. Konuyu akademik çerçevede ele alarak çok sayıda kavram ve değişkenle de karşılaştığımızı göreceksiniz.

Tüm CVC yatırımları için bazı ortak özellikler söz konusudur. İlk olarak finansal getiri önemli bir husus iken CVC faaliyetlerini güdüleyen stratejik hedefler de bulunmaktadır. Yatırım yapılan firmalar yasal vb. diğer koşullar bakımından bağımsız işletmelerdir. Son olarak yatırım yapan firma, yatırım yapılan girişimde azınlık bir paya sahip olmaktadır.

CVC programları işletmelerin gelirleri, karlılığı ve yenilikçiliğini arttırmayı hedefleyen aşağıdaki diğer faaliyetleri ile karıştırılmamalıdır:

- Sermayeye dayalı olmayan işletmeler arası ilişkiler
- Sermayeye dayalı olan diğer işletmeler arası ilişkiler (örneğin; ortak girişimler veya kamu şirketlerine yapılan yatırımlar gibi)
- İç girişimcilik faaliyetleri
- Spin-out şirketlere yapılan yatırımlar (şirketten ayrılan çalışanların kurduğu şirketlere yapılan yatırımlar)

Bunlara ek olarak finansal portföylerini çeşitlendirmeye yönelik yapılan yatırımlar ile Girişim Sermayesi (Venture Capital=VC) fonları

ile yapılan yatırımlar CVC kapsamı dışında değerlendirilmektedir.

Tarihsel Gelişim

CVC faaliyetlerinin tarihsel gelişimi dört ana dönem halinde değerlendirilmektedir.

1. Dönem: 1960'lı yılların ortalarında işletmeler kurumsal ihtiyaçları doğrultusunda CVC programlarını uygulamaya başladılar. DU Pont, GE, Exxon gibi şirketler yatırımlar ile yeni girişimlere fon sağlamıştır.

2. Dönem: 1980'li yılların ilk yarısında mevzuattaki değişiklikler, teknoloji odaklı ticari fırsatlarda önemli artış ve olumlu kamu piyasaları, girişim sermayesi pazarını bir bütün olarak canlandırmıştır. Kimya ve metal sektörlerinden önde gelen şirketler CVC programları oluşturmuşlardır. Analog Devices, Control Data Systems ve Hewlett-Packard gibi teknoloji firmaları ile Johnson & Johnson gibi ilaç endüstrisinden firmalar yeni girişimlere finans sağlamak üzere çalışmalar gerçekleştirdiler. 1987 yılındaki krizin hem bağımsız girişimlerde hem de CVC faaliyetlerinin gerçekleştirilmesinde bir durgunluğa yol açmasıyla bu periyot sonlanmaktadır.

3. Dönem: 1990'lı yıllar kapsamaktadır. Bu dönem, teknolojik ilerleme, internetle ilgili yeni girişim yaratmada artış ve girişim sermayesi yatırımlarında bir artış ile karakterize edilmektedir.



4. Dönem: 21. yy ile birlikte CVC programları sayısında büyük bir artış meydana gelmiş ve işletmeler durgun ekonomik koşullar söz konusu olduğu durumlarda bile CVC yatırımlarına devam etmişlerdir. İnternet tabanlı girişimler, yenilenebilir enerji üzerine çalışmalar hem bağımsız hem de kurumsal girişim sermayesi programlarının ilgisini çekmektedir. Bu dönem yapısal bir değişimi de beraberinde getirmiştir. Çok sayıda işletme CVC programlarını inovasyon stratejilerinin önemli bir bileşeni olarak görmektedir. Programların ömrü incelendiğinde bu durum açık bir şekilde görülmektedir. Geçmiş dönemlerde CVC programlarının ömrü 3 yıldan daha az iken günümüzde zorlu ekonomik koşullarda bile işletmeler CVC yatırımı yapmaya devam ederek bu programlara verdikleri önemi göstermektedir.

Burada hemen şunu belirtmek gerekir. CVC programlarının önem kazanması bir gecede gerçekleşen bir durum değildir. CVC programı açılmasının arkasındaki ilk motivasyon parlak bir işletmeye yatırım yapıp proje olgunlaştığında yüksek oranda yatırım geri dönüşünü sağlamak olsa da başka konuları da değerlendirmek gerekmektedir. Aşağıda bu başlıklara devam ediyoruz.

AR-GE departmanı ile CVC birimi çatışır mı?

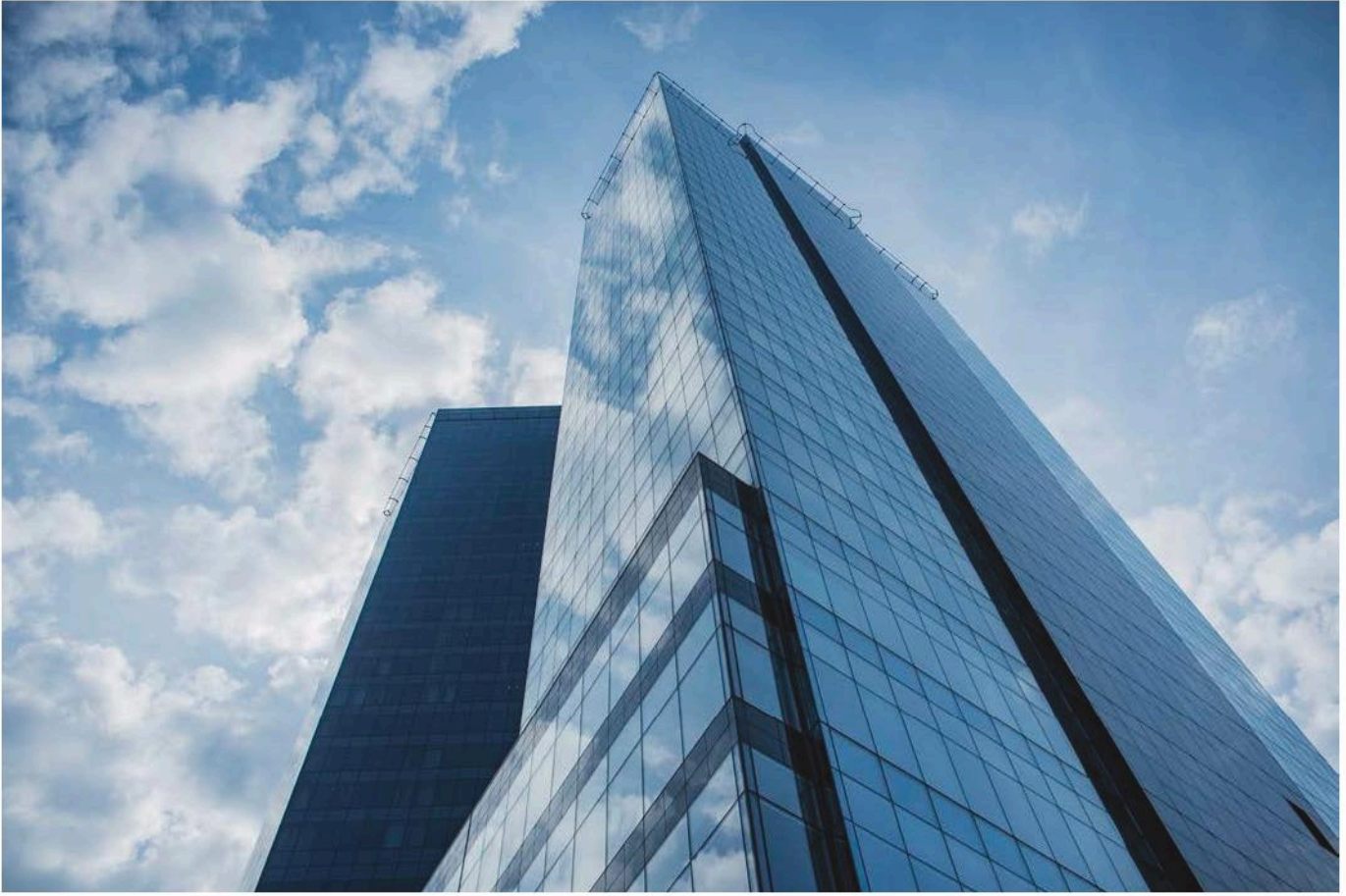
Bazı CVC yapılanmalarında asıl amacın işletme içindeki AR-GE çalışmalarını desteklemek olduğu görülmektedir. İşletmeler AR-GE yönü güçlü mikro ölçekli işletmelere veya küçük ekiplere yatırım yaparak kendi AR-GE çalışmalarına yön verme niyeti ile hareket edebilmektedir.

Burada NOT INVENTED HERE sendromu olarak bildiğimiz duruma değinmeden geçemeyeceğim. Genel olarak işletme dışında üretilen bir teknoloji veya teknik bir bilginin işletme içerisinde kullanılmasına olan direnç olarak belirtebileceğimiz bu durum CVC birimi ve AR-GE birimi arasındaki ilişkide de ele alınabilir.

AR-GE departmanının yatırım yapılan işletmeden transfer edilen bir teknolojiye veya teknik bilgiye olan direnci, CVC birimi ile AR-GE birimi arasında organizasyon içi çatışmalar yaşanabilmesini kolaylaştırmaktadır.

İşletme içindeki AR-GE çalışmaları yerine CVC birimi üzerinden gerçekleştirilen ve finansal getiri yanında dış AR-GE çalışmaları olarak dışarda geliştirilen bir teknolojinin içeriye transferi AR-GE departmanı tarafından bazı soru işaretlerine yol açabilmektedir. Bu nedenle CVC programlarının uygulanması esnasında titizlikle hareket edilmelidir.





CVC programları ile ilgili bir diğer konu girişimcilerin marka, patent ve tescilli olan ürün, teknoloji, ve teknik yeteneklerinin büyük işletmelerce kopyalanması ve günün sonunda yatırım yapılan işletmenin ticari ömrünün sonuna gelmesi olarak belirtilebilir.

"Swimming with Sharks" olarak belirtebileceğimiz bu durum bir çok ömekte ortaya çıkmıştır. Genellikle yatırım yapan işletme yatırım yapılan işletmede yönetim kurulunda bir sandalye talep etmekte ve işletme stratejilerinin şekillenmesinde rol oynamaktadır. Mentörlük açısından çok önemli olan bu duruma karşı bazı işletmeler direnç gösterebilmektedir. Yukarıda belirttiğimiz durumun gerçekleşmesi ihtimaline karşı yatırım almış olsalar bile işletme içindeki stratejilerinin ve teknik konuların başka bir işletme ile paylaşılması konusunda mesafeli durmaktadır.

Etik dışı bir konuya değinerek CVC konusunun bu bölümünü tamamlamış olalım. Bazı işletmelerin yatırım yapma niyeti olmamasına rağmen bünyelerinde bir CVC birimi oluşturdıkları tüm dünyanın bir gerçeği. Sadece yeni fikir ve proje toplayarak trend takibi yapan bu tür işletmeler CVC birimini dışardan yeni fikir, proje ve inovatif ürün çalışmalarını toplayan birimler olarak kullanmaktadır.

VC'ler, melek yatırım ağları ve CVC'ler, alternatif fonlama ve mentörlük kaynakları olarak girişimcilik ekosistemimizin olmazsa olmaz oyuncularını. Üretken ve yenilikçi fakat kaynağa erişim sorunu olan çok sayıda girişimimiz var. Sahip olduğu uzmanlıklar ile yatırım yaptıkları işletmeye parasal değer yanında işletmecilik yeteneklerini de aktaran bu yapılar, yenilikçi projeleri ve girişimleri ekonomiye kazandırarak ülkemiz açısından milli bir misyonu da yerine getirmektedir.

Ülkemiz son dönemde teknolojiyi tüketen değil aynı zamanda üreten ve dünyaya ihraç eden girişimleri çıkarmaya başladıysa bu ekosistemin tüm oyuncularının ortak desteğiyle mümkün olan bir durumdur.

Son olarak paylaşmadan geçemeyeceğim. Üretken ve yenilikçi girişimcilerimiz dışında Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, KOSGEB, TÜBİTAK, Teknoparklar, Yatırımcılar ve Hızlandırma Programlarının aynı ortak paydada buluştuğunu görmek akademisyen ve aynı zamanda bir girişimci olarak çalışmamızı ve motivasyonumuzu artırıyor.

TEMESİST

TÜRKİYE VE BÖLGE ULAŞTIRMA PROJELERİ-II



Siz üretmeye ve büyümeye devam edin... Biz bu yükü yerde bırakmayız!...



1. Tuna Nehri Projesi

Avrupa'da karayolu yük taşımacılığına alternatif oluşturacak nehir yolu taşımacılığı projesidir. Tuna Nehri'ni taşıma koridoru olarak kullanarak Fransa'nın kuzeyinden Almanya'ya ve Karadeniz'e ulaşmak hedeflenmektedir.

Yükler Fransa Maubeuge'den, Almanya Waghausel'e ve Almanya Passau'dan Bavyera'ya karayolu ile getirilerek nehir gemilerine yüklenmekte; buradan Bulgaristan'ın Vidin şehrine ulaştırılmaktadır. Daha sonra karayolu ile Sofya ve Bükreş'e dağıtılmaktadır. Bazı dönüş yolculuklarında Romanya otomobil fabrikalarında üretilen araçların yükleme yeri olan Russe, kalkış limanı olarak kullanılmaktadır.

2. Kvarken Boğazı Projesi

Botni körfezinde Finlandiya Vaasa ile İsveç Umea arasında kısa mesafeli feribot geçişlerini kapsamaktadır. Proje 2004 yılında hayata geçirilmeden önce, iki ülke arasında taşımalar karayolu araçları ile yapılmaktaydı. Projenin hayata geçirilmesi ile oluşturulan yeni güzergah kullanıcılar tarafından tercih edilmekte, hatta daha fazla ve daha büyük karayolu aracı taşıyacak gemiler talep edilmektedir.

3. Marocco Denizyolları Projesi

Proje İtalya'dan İspanya'nın güneyindeki Algeciras'a karayolu ile taşınan yüklerin Akdeniz'de deniz yolu ile taşınmasını

amaçlamaktadır. Bununla birlikte Avrupa'daki tüm limanlara hizmet verilebilmektedir. Hat üzerinde genellikle tüketim malları taşınırken, makine aksamaları da taşınmaktadır.

Aynı zamanda İtalya – Fas ve İspanya – Fas arasında taşımalar da yapılmaktadır. Fas'taki fabrikalara hammadde gönderilmekte ve üretilen nihai ürünler aynı güzergahla geri taşınmaktadır. Karayolu taşımacılığına göre daha ucuz ve hızlı bir alternatif oluşturulmaktadır.

4. Körfez Akıntısı (Gulf Stream) Projesi

İspanya'nın kuzeyi ile İngiltere'nin güneyi arasında Ro-Ro gemilerinin hizmet verdiği alternatif deniz otobanı güzergahıdır. Böylelikle karayolu araçları trafikten çekilmektedir. Her hafta sonu İspanya'nın Santander Limanı ile İngiltere'nin Poole Limanı arasında Ro-Ro operasyonları devam etmektedir. Bu sayede hafta sonlarında ağır vasıtaların karayollarını kullanması önlenmektedir. Hizmetten en fazla yararlanan kullanıcılar İspanyol, Portekiz, İngiliz ve İngiltere'de bulunan İrlandalı nakliyecilerdir.

5. Baltık Denizi Mekik Sefer Projesi

Almanya, Baltık ülkeleri, Polonya ve Rusya'ya yüklerin deniz yolu ile taşınması projesidir. Almanya'nın Rostock limanı ile Letonya'nın Liepaja ve Ventspils limanları arasında yapılmaktadır. Amaç; Ventspils limanını Avrupa'nın kuzeyinde İskandinavya'daki faaliyetlerde merkez liman haline getirmektir.



6. Fransa'yı Ro-Ro ile Geçme (Ro-Ro Past France) Projesi

Fransa karayollarında tıkanıklığı önlemek amacıyla geliştirilen projedir. İspanya Bilbao'dan, Belçika Zeebrugge Limanı'na 200 treyler kapasiteli Ro-Ro gemileri ile haftada üç sefer düzenlenmektedir. Yük taşıyan karayolu araçları, kombine taşımacılık sistemi içinde varış noktalarına ulaşmakta, karayollarında trafik yoğunluğu yaşanması engellenmektedir.

İspanya'nın Bilbao Limanı'nda gemiye bindirilen karayolu araçları; Belçika, Hollanda, Lüksemburg (Benelüks Ülkeleri), Almanya'nın kuzeyi, İngiltere ve İsveç'e ulaştırılmaktadır. İngiltere ve İsveç'e gidecek olan treylerler Zeebrugge limanına vardıklarında, buradan başka bir Ro-Ro gemisi ile varış limanına taşınmaktadır. Diğer treylerler karayolunu kullanarak, varış noktalarına devam etmektedir.

7. ETS Elbe Projesi

Almanya ve Çek Cumhuriyeti arasında yer alan Elbe Nehri'nde Almanya'nın Hamburg ve Bremerhaven limanlarına giden pek çok taşıyıcının kullandığı güzergahtır. Elbe Nehri'nin belirli dönemlerde su seviyesinin azalması nedeniyle kullanılan gemilerin su çekimi ve taşıma kapasitesi kısıtlıdır.

8. Fransa'yı Ro-Ro ile Geçme (Ro-Ro Past France) Projesi

Fransa karayollarında tıkanıklığı önlemek amacıyla geliştirilen projedir. İspanya Bilbao'dan, Belçika Zeebrugge Limanı'na 200 treyler kapasiteli Ro-Ro gemileri ile haftada üç sefer düzenlenmektedir. Yük taşıyan karayolu araçları, kombine taşımacılık sistemi içinde varış noktalarına ulaşmakta, karayollarında trafik yoğunluğu yaşanması engellenmektedir.

İspanya'nın Bilbao Limanı'nda gemiye bindirilen karayolu araçları; Belçika, Hollanda, Lüksemburg (Benelüks Ülkeleri), Almanya'nın kuzeyi, İngiltere ve İsveç'e ulaştırılmaktadır. İngiltere ve İsveç'e gidecek olan treylerler Zeebrugge limanına vardıklarında, buradan

başka bir Ro-Ro gemisi ile varış limanına taşınmaktadır. Diğer treylerler karayolunu kullanarak, varış noktalarına devam etmektedir.

9. ETS Elbe Projesi

Almanya ve Çek Cumhuriyeti arasında yer alan Elbe Nehri'nde Almanya'nın Hamburg ve Bremerhaven limanlarına giden pek çok taşıyıcının kullandığı güzergahtır. Elbe Nehri'nin belirli dönemlerde su seviyesinin azalması nedeniyle kullanılan gemilerin su çekimi ve taşıma kapasitesi kısıtlıdır.

10. Batı Akdeniz Köprüsü (Westmed Bridge) Projesi

Akdeniz'de İtalya (Roma) ve İspanya (Barcelona) arasında Ro-Ro seferleri yapılması için oluşturulan güzergahtır. Böylelikle İtalya, Fransa, İspanya sahil yollarındaki karayolu araç trafiği hafifletilmektedir.

Galileo Programı

Galileo Programı, üç yörüngeye yerleştirilmesi planlanan toplam otuz adet uydudan oluşur; AB'nin ekonomik ve sosyal alanlarında kullanacağı iletişim sistemidir.

Trafik yönetimini ve TEN-T kullanıcıları ile beraber taşımacılık dışındaki sektörlerdeki çok sayıda uygulamaya bilgi sağlamak için oluşturulmuş küresel bir projedir. Galileo, radyo navigasyonlu bir uydu alıcısının algıladığı sinyalleri bir dizi uyduya ileterek, aynı zamanda boylam, enlem ve yüksekliği dikkate alarak kesin pozisyon bilgisi sağlayan bir teknolojidir (European Commission, 2001).

Avrupa'da ilk kamu, özel sektör ortaklığı ve AB ülkelerinin ilk ortak altyapı çalışmasıdır. Galileo; kullanıcıların konumlarını istenilen zamanda ve yüksek hassasiyet derecesinde belirleyebilmekte; Avrupa'nın küresel rekabetini ve AB içindeki serbest dolaşımı uydu takip sistemiyle sağlamaktadır (The European Space Agency, 2011). Uydu takip sistemleri, tüm taşıma operasyonları hizmet süreçlerinin tam zamanlı ve güvenli işletilmesi olanağını sunmaktadır.

Kaynak: Murat Erdal, Mehmet Saygılı, Küresel Lojistik, Utikad Yayınları.



Hizmetlerimiz

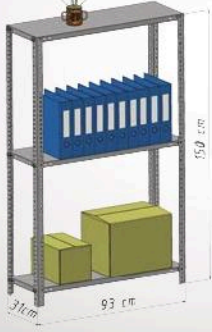
- Proje ve ağır yük taşımacılığı
- Denizyolu taşımacılığı (FCL & LCL)
- Karayolu taşımacılığı (FTL & LTL)
- Havayolu taşımacılığı
- Transit taşımacılık
(Mersin ve İstanbul üzerinden Irak, İran, Afganistan ve Türkiye Cumhuriyetleri)
- Vinç kiralama hizmetleri
- Yük sabitleme ve survey hizmetleri
- Kuru yük ve Ro-Ro taşımacılığı
- Transit gümrükleme
- ISO Tank ve Flexi Bag
- Yurt içi taşımacılık
- İkinci el konteyner satışı

19 Mayıs Mahallesi İnönü Caddesi Kozyatağı İş Merkezi No:94 2.Kat Kozyatağı Kadıköy / İstanbul

T: 0 (216) 403 13 75 F: 0 (216) 403 13 84 info@dpl.com.tr

www.dpl.com.tr





CİVATALI RAF 3 RAFLI

31*93*H:150

63 ₺ + KDV



CİVATALI RAF 7 RAFLI

31*93*H:200

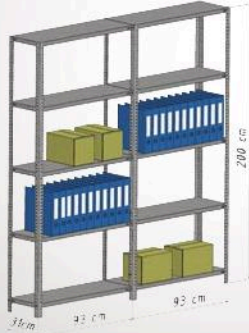
85 ₺ + KDV

ÇELİK CİVATALI RAF ÖZELLİKLERİ

- Ürünler 1. Sınıf Dkp Sacdan İmal Edilmektedir.
- Çelik Raf Profilleri 40*40*1,5 Veya 2Mm dir.
- Raf Tablaları 0,70 Ve 1Mm Sac Kalınlığıdır.
- Elektro Statik Toz Boyalıdır.

HAFİF YÜK DEPO RAF ÖZELLİKLERİ

- 1. Sınıf Kutu Profilden İmal Edilir.
- Et Kalınlıkları 1,5 Ve 2mm dir.
- Tablalar 0,70 Ve 1Mm Sacdan İmal Edilir.
- Tırnaklı Geçme Sistemidir. Kolay Montaj Edilir.
- Elektrostatik Toz Baoyalıdır.



DOSYA RAFI 5 RAFLI

31*186*H:200

130 ₺ + KDV



HAFİF YÜK

40*90*H:200

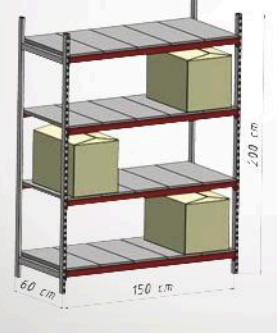
290 ₺ + KDV



**HAFİF YÜK DEPO
RAFI**

50*120*H:200

344 ₺ + KDV



**HAFİF YÜK DEPO
RAFI**

60*150*H:200

430 ₺ + KDV



**HAFİF YÜK DEPO
RAFI**

60*249*H:200

675 ₺ + KDV



**HAFİF YÜK DEPO
RAFI**

50*120*H:200

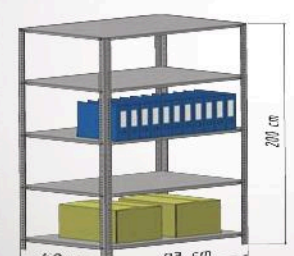
361 ₺ + KDV



**HAFİF YÜK DEPO
RAFI**

50*120*H:200

298 ₺ + KDV



CİVATALI RAF

59*93*H:200

158 ₺ + KDV

SATINALMA VE TEDARİK ZİNCİRİ YÖNETİMİ

PROF. DR. MURAT ERDAL

3. BASKI



Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.
Narlıbahçe Sokak Damga Binası
No: 11 Cağaloğlu

Beta

Tel : (0-212) 511 54 32 - 519 01 77
Fax: (0-212) 511 36 50

www.betayayincilik.com

Lütfi İNCİROĞLU
ÇSGB. E. Çalışma Genel Müdür Yardımcısı
İş Hukuku, Sendikalar Hukuku ve Sosyal Güvenlik
Hukuku Danışmanı
www.inciroludanismanlik.com



İSTİHDAM TEŞVİKLERİNDE SON DURUM

1. GİRİŞ

Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin en önemli ve öncelikli konularının başında işsizlik ve istihdam gelmektedir. Ekonomik gelişmişlik seviyeleri ne olursa olsun istihdam tüm ülkeler için ayrı önem taşıyan hassas bir konudur. Ülkemizde yeterince istihdam yaratılamaması, bir takım yapısal sorunlar ve ekonomik krizler istihdam edilenlerin sürekli veya konjonktürel olarak işsiz kalabilmesi sorununu içinden çıkılamayacak boyutlara getirmektedir.¹

Siyasi iradenin işsizliği azaltıp istihdamı artırmak amacıyla yeni tedbirler öngörmesi kaçınılmaz bir durumdur. Bu kapsamda ülkemizde özellikle 2008 yılından itibaren istihdamı teşviklerinde devamlılık arz eden bir uygulamanın varlığından söz etmek mümkündür. Teşvik düzenlemelerinin temel amacı elbette ki istihdamı artırmaktır. Ancak önemle belirtmek gerekirse, işverenin üzerindeki istihdam yükünün azaltılması kadar üretimi artırmayı özendirici tedbirlerin de alınması bir o kadar önemlidir.

2. BUGÜNE KADAR UYGULAMAYA KONULAN İSTİHDAM TEŞVİKLERİ

5763 sayılı Kanun ile 01/10/2008 tarihinde 5 puan işveren sigorta primi indirimiyle başlayan teşvik uygulaması, Yurtdışına Götürelen Sigortalılar İçin Sağlanan Teşvik, 1. Bölge İçin 1 Yıl Daha Uzatılan ve En Az 10 İşçi Çalıştırma Koşulunun Kaldırıldığı Belirli Bölgelerde

Sigortalı Çalıştıranlara Sağlanan Teşvik, Engelli İstihdam Eden İşverenlere Sağlanan Teşvik, Kültür Yatırımı Yapan Ve Asgari Personel Şartlarını Sağlayan İşverenlere Sağlanan Teşvik, Araştırma Ve Geliştirme, Tasarım Faaliyetlerine Yapılan Yatırımlara Sağlanan Teşvik, Kadın Ve Genç İşsizlerin İstihdamı Halinde Sağlanan Teşvik Ve Mesleki Yeterlilik Halinde Sağlanan Teşvik, İşsizlik Ödeneği Alanları İstihdam Eden İşverenlere Sağlanan Teşvik, Yatırımlarda Devlet Yardımları Teşviki, İşbaşı Eğitim Programlarını Tamamlayanlar İçin Teşvik, Asgari Ücret Desteği, SGK Primlerinin Ertelenmesi ve nihayetinde Sigorta Primi, Gelir ve Damga Vergisi Desteği gibi teşvikler yaşanan her kriz döneminde torba kanunlarda yapılan düzenlemelerle hayata geçirilmiştir. 2017 yılında uygulanmak üzere yürürlüğe konulan teşviklerden birisi Prim Erteleme, diğeri ise Sigorta Primi, Gelir Ve Damga Vergisinin İşsizlik Sigortası Fonundan Karşılanmasıdır.

3. İŞVEREN SİGORTA PRİMLERİNİN ERTELENMESİ

6770 Sayılı Türkiye Cumhuriyeti Emekli Sandığı Kanunu İle Bazı Kanun Ve Kanun Hükmünde Kararnamelerde Değişiklik Yapılmasına Dair Kanunun 28 inci maddesi ile 5510 sayılı Kanuna aşağıdaki geçici 72 nci madde eklenmiş ve işveren sigorta primlerinin ilk 3 aylık kısmı aynı yılın son üç ayında ödenmek üzere ertelenmiştir.

¹Özay Mehmet, Cem Kılıç, Çalışma Ekonomisi Teorisi, Ankara, Gazi Kitabevi, 2009, s. 47.



Geçici 72 nci maddeye göre, Bu Kanunun 4 üncü maddesinin birinci fıkrasının (a) bendinde belirtilen sigortalıları çalıştıran özel sektör işverenlerinden, 2016 yılı Aralık ayı için geçici 68 inci, 2017 yılı Ocak ve Şubat ayları için geçici 71 inci madde kapsamında Hazine katkısına müstahak olanların, anılan maddeler uyarınca Hazine katkısı hesabında ilgili aylarda dikkate alınacak prim ödeme gün sayısının günlük 60 TL ile çarpımı sonucu bulunacak sigorta primine esas kazanç tutarı üzerinden hesaplanacak 2016 yılı Aralık, 2017 yılı Ocak ve Şubat aylarına ait sigorta prim tutarlarını, sırasıyla 2017 yılı Ekim, Kasım ve Aralık ayları içerisinde Kurumca belirlenecek tarihe kadar ödemeleri halinde bu aylara ilişkin primler süresinde ödenmiş sayılır. Bu maddenin uygulamasında, 2016 ve 2017 yılı içerisinde ilk defa bu Kanun kapsamına alınan işyerleri için sigorta primlerini yasal süresinde ödeme şartı aranmaz.

4. İŞVEREN SİGORTA PRİMİ, GELİR VE DAMGA VERGİSİ İNDİRİMİ

Son istihdam teşvik uygulaması 9/2/2017 tarihinde yürürlüğe giren 687 sayılı Kanun Hükmünde Karamame ile gerçekleştirilmiştir².

Yeni getirilen teşvik hem sigorta primleri ve hem de vergi bakımından parasal

avantajlar içeriyor. Yapılan düzenlemeyle 4447 sayılı İşsizlik Sigortası Kanununa eklenen geçici 17 nci madde ile sigorta primi desteği, geçici 18 inci madde ile de gelir vergisi stopaj desteği ile damga vergisi desteği verilmesi kararlaştırılmıştır. Özel sektör işverenlerine sağlanan destek unsurları için bir bölge ve işçi sayısı sınırlaması bulunmamaktadır.

Buna göre;

31/12/2017 tarihine kadar işe alınan her bir sigortalı için geçerli olmak üzere, 1/2/2017 tarihinden itibaren özel sektör işverenlerince İş-Kur'a kayıtlı işsizler arasından işe alınanların; işe alındıkları tarihten önceki üç aya ilişkin SGK'ya verilen aylık prim ve hizmet belgelerinde veya muhtasar ve prim hizmet beyannamelerinde kayıtlı sigortalılar dışında olmaları ve 2016 yılı Aralık ayına ilişkin aylık prim ve hizmet belgelerindeki sigortalı sayısına ilave olmaları kaydıyla işe alındıkları tarihten itibaren 31/12/2017 tarihine kadar geçerli olmak üzere sigortalının aylık prim ödeme gün sayısının 22,22 TL ile çarpılması sonucunda bulunacak tutar, bu işverenlerin SGK'ya ödeyecekleri sigortalı hisseleri dahil tüm primlerden mahsup edilmek suretiyle işverene destek ödemesi yapılacaktır. Bu destek tutarı İşsizlik Fonundan karşılanacaktır.

²RG.9/2/2017/29974.





Aynı zamanda bu kapsamda çalıştırılacakların ücretlerinin 2017 yılında uygulanan asgari ücretin aylık brüt tutarının prim ödeme gün sayısına isabet eden tutarı üzerinden hesaplanan gelir vergisinin asgari geçim indirimini uygulandıktan sonra kalan kısmı, verilecek muhtasar beyanname üzerinden tahakkuk eden vergiden düşülecektir. Başka bir deyişle, 1 Ocak 2017 tarihinden itibaren yürürlükte bulunan asgari ücret üzerinden hesaplanan gelir vergisi 226,63 TL olup, bekar bir işçi için hesaplanan AGİ (asgari geçim indirimi) 133,31 TL düşüldükten sonra kalan 93,32 TL gelir vergisi stopajı, işverenin beyan etmiş olduğu ilgili döneme ilişkin muhtasar beyanname üzerinden tahakkuk eden vergiden terkin edilecektir.

Bu kapsam işe alınan işçilere yapılan ücret ödemelerine ilişkin damga vergisinin aylık brüt asgari ücretin prim ödeme gün sayısına isabet eden kısmı (13,49 TL) beyan edilmeyip, ödenmeyecektir.

5. İSTİHDAM TEŞVİKİNDEN KİMLER YARARLANAMAZ

İşverenlerin aylık prim ve hizmet belgelerini veya muhtasar ve prim hizmet beyannamelerini yasal süresi içerisinde vermediği, sigorta primlerini yasal süresinde ödemediği, yapılan kontrol ve denetimlerde çalıştırdığı kişileri sigortalı olarak bildirmediği veya bildirilen sigortalının fiilen çalışmadığı durumlarının tespit edilmesi, Sosyal Güvenlik Kurumuna prim, idari para cezası ve bunlara ilişkin gecikme cezası ve gecikme zammı borcu bulunması hallerinde bu teşvik uygulanmayacaktır.

Ancak Sosyal Güvenlik Kurumuna borcu olmakla beraber bu prim, idari para cezası ve bunlara ilişkin gecikme cezası ve gecikme zammı borçlarını 6183 sayılı Kanunun 48 inci

maddesine göre tecil ve taksitlendiren veya ilgili diğer kanunlar uyarınca yapılandıran işverenler bu taksitlendirme ve yapılandırma devam ettiği sürece teşvikten yararlanılacaktır.

Bu teşvik kapsamında yapılan ücret ödemelerine ilişkin düzenlenen kâğıtlara ait damga vergisinin aylık brüt asgari ücretin prim ödeme gün sayısına isabet eden kısmı beyan edilmeyip, ödenmeyecektir.

Sigorta primi ve vergi konusundaki her iki teşvik de,

- Kamu idarelerine ait işyerleri,
- Genel bütçeye dahil daireler, katma bütçeli idareler, döner sermayeler, fonlar, belediyeler,

il özel idareleri, belediyeler ve il özel idareleri tarafından kurulan birlik ve işletmeler, sosyal güvenlik kurumları, bütçeden yardım alan kuruluşlar ile özel kanunla kurulmuş diğer kamu kurum, kurul, üst kurul ve kuruluşları, kamu iktisadi teşebbüsleri ve bunların bağlı ortaklıkları ile müessese ve işletmelerinde ve sermayesinin %50'sinden fazlası kamuya ait olan diğer ortaklıklarda,

- 2886 sayılı Devlet İhale Kanunu'na, 4734 sayılı Kamu İhale Kanununa ve uluslararası anlaşma hükümlerine istinaden yapılan alım ve yapım işleri ile 4734 sayılı Kanundan istisna olan alım ve yapım işlerine ilişkin işyerleri,

- Sosyal güvenlik destek primine tabi emekli çalışanlar,

- Yurt dışında çalışan sigortalılar hakkında, Uygulanmayacak.

Bu maddeyle düzenlenen destek unsurundan yararlanmakta olan işverenler; aynı sigortalı için aynı dönemde diğer sigorta primi teşvik, destek ve indirimlerden yararlanamayacaktır.



6. SONUÇ

Teşvik uygulamasından özel sektör işverenleri, 31/12/2017 tarihine kadar 2016/Aralık ayına ilişkin aylık prim ve hizmet belgelerindeki sigortalı sayısına ilave aldıkları her bir sigortalı için dolayı bu teşvikten yararlanacaklardır.

İşverenlerin 01/02/2017 tarihinden itibaren mevcut çalışanlarına ilave alacakları sigortalıların; İŞKUR'a kayıtlı işsiz olmaları ve işe alındıkları tarihten önceki üç aya ilişkin Sosyal Güvenlik Kurumuna verilen aylık prim ve hizmet belgelerinde veya muhtasar ve prim hizmet beyannamelerinde kayıtlı sigortalılar dışında olmaları gerekmektedir.

Bugün için bir çalışanın işverene maliyeti 2.177 TL'dir. (SGK tarafından uygulanan 5 puanlık prim indirimi sonrasında işveren maliyeti 2.088,56 TL olmaktadır.)

Uygulanacak teşvikle işverenler, mevcut çalışanlarına ilave olarak işe alacakları her 1

sigortalı için sadece 1.404 TL ödeyecek olup, geriye kalan 773 TL tutarındaki prim ve vergi yükümlülükleri devlet tarafından karşılanacaktır. Başka bir deyişle, ilave istihdam edilen her 1 kişi için işverenlerin maliyeti 773 TL azalacaktır. Teşvik uygulaması 31/12/2017 tarihine kadar geçerli olacaktır.

Ayrıca, işverenlerin sigorta prim ertelemeleriyle ilgili olarak ta, 2016 yılı Aralık ayı ile 2017 yılı Ocak ve Şubat ayları için asgari ücret hazine katkısına müstahak olanların prim ödeme gün sayısının günlük 60 TL ile çarpımı sonucu bulunacak sigorta primine esas kazanç tutarı üzerinden hesaplanacak prim tutarları, 2016 yılı Aralık ayına ait ertelenen sigorta prim tutarını, 2017 yılı Ekim, 2017 yılı Ocak ayına ait ertelenen sigorta prim tutarını 2017 yılı Kasım, 2017 yılı Şubat ayına ait ertelenen sigorta prim tutarını 2017 yılı Aralık ayı sonuna kadar ödemeleri halinde, bu aylara ilişkin primler süresinde ödenmiş sayılacaktır.



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

Başakşehir Mh. Süleyman Çelebi Cd. Evla Sitesi No: 24 A-1-1/17 Nolu Dükkan
Başakşehir / İstanbul / TÜRKİYE www.azimistekstil.com



Sefa EZGİN
Gökbora Lojistik Pazarlama ve Satış Müdürü
sefa.ezgin@gokbora.com

HİZMET PAZARLAMASINDA İLETİŞİMİN ROLÜ

Ekonomide belirli sektörler üzerinden kurulmuş bir sistemden söz edilebilir. Bu sistemler üç temel sektör üzerine yoğunlaşmaktadır; tarım, sanayi ve hizmet... Hizmet sektörü, tarım ve sanayi sektörünün önüne geçerek bilhassa gelişmiş ekonomilerde ön plana çıkmıştır. Sunduğu fırsatlar sayesinde hizmet sektörü sadece gelişmiş ekonomilerde değil gelişmekte olan ekonomilerde de dikkatleri çekmeyi başarmıştır. Bu nedenle, pek çok ülke hizmet ticaretinden elde edilen gelirleri arttırmak amacıyla hizmet sektörüne yönelmiştir.

Pazarlama literatürde hizmetin ne olduğuna ilişkin tanımlar incelendiğinde, "Üretildiği anda alıcıya değer aktaran soyut bir ürün" olarak ifade edildiği görülmektedir. Hizmetin ortasında yalnızca bir "vaad" vardır, dolayısıyla bu vaadin satın alınmadan önce deneyimlenmesi mümkün değildir. Ayrıca hizmetin somut ürünler gibi belirli bir süre geçerli olma garantisi yoktur. Soyut bir kavram olan hizmet, üreticiden kullanıcıya geçen süre içinde taşınmaz, depolanamaz ve

her an bozulabilir niteliktedir. Hizmet şeklinde malların tanımlanması genellikle kolay değildir, çünkü, oluşmaları, satın alınmaları ve tüketilmeleri aynı zamanda gerçekleşmektedir. Bir dışçıyı ya da avukatı deneyerek seçemediğimiz gibi, bir hizmetinde kendi değer sisteminin de analiz edilmesi belirli bir süreç içinde gerçekleşmektedir. Haliyle, hizmet alıcı ve satıcı tarafından farklı şekilde değerlendirilmektedir.

"Hizmet sektörü" bir çok sektör arasında dünyanın en zorlu çalışma alanı olarak tanımlanmaktadır. Buna rağmen, global şirketleri incelediğimizde gelirlerinin neredeyse %40'ı imalat ve üretim değil, hizmet gelirlerinden oluşmaktadır. Dünya ekonomisi perspektifinden değerlendirildiğinde ise hizmet sektörünün dünya ekonomisinin %64'ünü oluşturmaktadır. Konuyla ilgili öne çıkan uzmanlardan Gary Armstrong ve Philip Kotler'in 2014 yılı için yapmış olduğu tahminlere göre, Amerika'da her 10 çalışandan 7'si hizmet sektöründe görev almaktadır.



Diğer taraftan, yayınladığı zenginler listeleri ile bilinen Forbes dergisinin hazırladığı "Forbes 500" listesinde yer alan büyük üreticilerin yarısından fazlası aslında temelde hizmet satmaktadır. Örneğin, Puma bir spor ayakkabıları üreticisi olarak bilmesine rağmen aslında sadece ayakkabı tasarımı yapmakta, bunların düzenli sevkiatelarını gerçekleştirmekte ve pazarlamaktadır, aslında içerik olarak tamamen bir hizmet şirketidir.

Hizmet pazarlamasına ilişkin günümüz ekonomik sistemlerdeki değişiklikler pek çok tanımlama ve açıklamayı beraberinde getirmiştir. Lovemarks (Aşk Markası) kavramının yaratıcısı Kevin Roberts, Hizmet Pazarlamasına ilişkin otaya attığı "yeni pazarlama değer sistemi" kavramıyla bu alanda öncü yazarlardan biri haline gelmiştir. Kevin Roberts'a göre artık büyük sözler dönemi kapanmıştır ve tüketici çamaşır makinesinin çamaşır yıkadığını, deterjanın beyazlattığını çok iyi tahayyül edebilmektedir. Bu bağlamda, tüketiciye çamaşır makinesinin ne kadar iyi yıkadığını, çamaşır deterjanının ne kadar çok beyazlattığını anlatmaya gerek yoktur. Roberts, pazarlamanın düşüncü/davranış kalıplarını gittikçe daha fazla öne çıkarmak yerine, daha "işsel ve ilişkiye dayalı" bir sistem olduğunu özetlemektedir.

Bu noktada, hizmet satışında "ilişkinin rolü" üzerine düşünmek isabetli olacaktır. Konuyla ilgili Danimarkalı piyanist ve komedyen Victor

Borge'ninde dediği gibi "Gülümseme iki insan arasındaki en kısa mesafedir." Bu yüzdendir ki, müşteriye dokunabilmek ve onları kendi müşterileri yapabilmek için samimiyeti ilişkinin merkez noktasına alarak hareket etmekle gerçekleştirilebilir. Hizmet satışında, müşterilerin hizmetin kendisine sağlayacağı yararları öğrenip, takdir etmesi beklenir. Dolayısıyla, genellikle de uzmanlık satıldığı varsayılır. Halbuki, müşteriler genellikle satın alma eylemini gerçekleştirecekleri zaman, uzman olan kişiler arasından tercih yaparken, hangisinin kendisiyle daha iyi anlaştığına, yani "daha iyi ilişki" kurduğuna bakacaktır. Özellikle, bizim gibi duygusal özellikleri ile ön plana çıkan toplumlarda ilişki kavramı belirleyicidir. Aslında, müşterilerin gerçekte satın aldıkları bir deneyimdir. Bu deneyimi satın alan müşteriler, ilişki kurduğu kişinin karizmasına, yakınlığına, hoş sohbetine ve işlerindeki maharetlerine göre kararını sonuçlandıracaktır. Kadınlar için sohbetini sevdikleri kuaförlerin iş yerlerini değiştirince bile fazladan yola katlanarak alışkanlıklarını sürdürmeleri şaşırılmaması gereken bir şeydir. Bundan başka alışkanlıklar üzerine pek çok örnek verilebilir. **Özetle; İnsanlar, hizmetinden mutlu olduğu kişilerle ilişkisini devam ettirebilmek için fazladan harcama yapmaya devam edebilir.** Hizmet satışı işinde yer alanlar ancak kendi hayranlarını meydana getirebildikleri, başka bir deyişle müşterilerini kendilerine "sadık kalmayı" sağlayabildikleri derece başarılıdır.



Günümüzde neredeyse bütün reklamlar insanların duygularına dokunabilmeyi ve samimi bir ilişki kurabilmeyi hedeflemektedir. Böylece, onların ürünü ya da hizmeti normalden daha fazla içleştireceklerini bundan dolayı satın alacaklarını düşünürler. **Hizmet satışı da -aynen reklamlar da olduğu gibi- müşterisiyle samimi bir ilişki kurmaya çalışmalıdır.** İşte bu yüzden ki, uzmanlara göre hizmet satıcıları en zorlu satış grubundadır. Verilen hizmetin başlangıcından, sona ermesine kadar geçen sürede kaliteli ve iyi olması şüphesiz büyük önem taşır. Diğer taraftan, en önemlisi ise müşterinizin size güvenmesi ve içtenliğine inanmalıdır. Bunu gerçekleştirebilmek, hiçbir endişeye kapılmadan yalnızca tecrübeniz çerçevesinde insanlara yardımcı olmaya çalışmanızdır.

Müşteri ile ilişkiyi ilerletmenin en önemli yollarından biri **"müşterinize hızlı geri dönmek"** dir. Yapılan bir çağrıya ya da e-posta'ya hızla geri dönmemeniz müşteri nezdinde ilgisizlik olarak yorumlanabilir. Müşterilerin sizin yoğunluğunuzu veya meşguliyetinizi bilemeyebilir. Dolayısıyla, altın kurallardan biri müşterinize müsait olunan ilk zamanda

geri dönmektir. Müşterilerin sizi aradığından ulaşabilmesi bazen o problemi çözmenizden daha önemli olabilir. Genellikle satışçıdan beklenen hemen o an problemi halletmesi değil, sadece ilgilendiğinizi hissettirmektir. İlgilenmek veya dinlemek için mazeretiniz olamaz. Müşterinize hızlı dönüş ile aslında onu rahatlatmak, konuyu çözüm için girişimde bulunduğunuzu düşündürtecektir. Ve zihninde sizin o işi bitirebileceğiniz algısı oluşacaktır.

Bu bilgilerin ışığı altında, Hizmet satışı işinde, ne zaman, kim tarafından ve nasıl iş yapılacağını ön görmek zordur. **Harry Beckwith'in "Görünmeyi satmak"** adlı kitabında örneklediği gibi, Müşterilerin çoğu bir hizmet firmasını seçerken onun referanslarını, ürününü ya da sektördeki pazar payını satın almaz. Onlar, tıpkı yaşamımız boyunca olmaya devam ettikleri gibi, yani kişilik veya dostluk satın alırlar. Size istedikleri an ulaşabileceklerine ve onların dertlerine hemen koşacağınıza inanmaları, siz böyle söylediklerinde değil ancak gerçekten bunu hayata geçirebildiklerinde mümkün olabilir. İnsanlar sizinle birlikte olmaktan keyif alıyorsa sizden satın almaktan da keyif alacaklardır.





matsis

Matbaa Hizmetleri San. ve Tic.Ltd.Şti.

**SİZ HAYAL
EDİN BİZ
GERÇEKLEŞTİRELİM...**

Kağıt Çanta •

Dosya •

Katalog •

Dergi •

Ajanda •

Davetiye •

Stand •

Kitap •

Broşür •

Bülten •

Dönkart •

Kurumsal •

Faaliyet Raporu •

Takvim •

Zarf •

Öğr. Gör. Kemal ŞAHİN
Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi
kemalsahin@gmail.com

Bilişim Sektöründe Yapılan Sözleşmeler

Yazılım geliştirme sürecini ve sonunda elde edilen ürünün kapsayan çok çeşitli sözleşme tipleri vardır. Fakat en kaba haliyle genel olarak bakıldığında zaman 2 ana kategori altında toplanabilir. Bunlardan birincisi satıcının herkes için ortak hazırladığı bir sözleşme tipidir. Sahip olduğu kriterler geneldir. Teklif yazılım satıcısı tarafından hazırlanır. İkinci kategoriye giren sözleşmeler ise alıcının belirlediği ihtiyaçlara göre özel olarak değerlendirilen ve hazırlanan yazılımlar için hazırlanan sözleşmelerdir. Bunda teklif alıcı tarafından hazırlanır.

Sözleşme tiplerine baktığımız zaman;

1. Ürün sözleşmesi, garanti ve lisans sözleşmeleri: Bu sözleşmeler ürün sahibi ile alıcı arasında yapılan anlaşmalardır. Satın alınan donanım ürününün garantisi, yazılım lisansları bu sözleşme türüne birer örnektir. Bu sözleşmeler alıcı tarafından imzalanmaz. Ürünü aldığı takdirde veya yazılımı kullanmaya başladığı andan itibaren geçerli olan sözleşmelerdir. Alıcının detaylı ihtiyaçlarını kapsayan özel ürünler için kullanılmaz. Genel amaçlı satın alma süreçleri için geçerli değerler barındırır.

2. Ürün tedarikçisi için sözleşmeler: Bu sözleşmeler alıcı için belirli bir ücret ve şartlar içermektedir. Tedarik sözleşmeleri bu nedenle yazılım distribütörü veya yazılım tedarikçisi ile alıcı arasında yapılan anlaşmalardır. Satış sürecine odaklanır, ürünün fiyatı, temini, ödeme biçimi gibi maddeler barındırır. Garanti veya lisans üzerine herhangi bir şart barındırmaz. (Bu sözleşmeler direk yazılım üreticisi ile alıcısı arasında yapılan anlaşmalardır. 1. Tip anlaşmalar)

3. Ürün tedarikçisinin hizmet sözleşmeleri: Alıcının ihtiyaçlarına yönelik hazırlanmış hizmetleri kapsayan sözleşmelerdir. Birçok farklı tipi vardır.

a. Tek seferlik hizmete hazır hale getirme (one-time deployment services): Bir sefere mahsus yazılımın kurulumu ve hizmete hazır hale getirilmesi sürecini kapsayan sözleşmelerdir. Gerekli ayarların ve donanım optimizasyonunun yapılması içerir.

b. Tek seferlik eğitim hizmeti (one-time training services): Alıcı firmanın çalışanları için tek seferlik verilen kuruma özelleştirilmiş eğitim içeriğinin barındırır.

c. Yönetim Hizmeti (managed Services): Alıcının IT altyapısına yönelik bakım ve ihtiyaç analizlerini kapsayan süreçler üzerine yapılan anlaşmalar için kullanılan sözleşmelerdir. Bu sözleşmelerde alıcı firmanın hem yazılım hem de donanım altyapısına yönelik iyileştirmeler ve bakım ihtiyaçları karşılanır.

d. Dış tedarik hizmetleri (outsourced services): Alıcı firmanın kendi hizmet içi ihtiyaçlarına yönelik alınan hizmetler için yapılan sözleşmelerdir.

e. Yazılım Bakımı (software maintenance): Kullanılan yazılımın bakım ihtiyaçlarını kapsayan sözleşmelerdir. Hem özelleştirilmiş yazılımların hem de paket yazılımların bakım ve ihtiyaç gereksinimlerini karşılar.

Hizmet sözleşmeleri yapıldığı bölgeye göre ve hizmetin içeriğine yönelik özelleştirilmiş şartlar içerebilmektedir. Ama genellikle ücret, işin tanımı, temini, varsayımlar, gereksinimleri, öngörülen çalışma takvimini ve gerekli yasal süreçleri üzerine ilgili şartlar ve maddeleri barındırır.

4. İhtiyaca yönelik özel geliştirme veya destek çözümleri için sözleşmeler: Bu sözleşmeler satıcıların alıcılar için yapacağı özel işlerin yapılabilmesi için gerekli maddeleri barındırır. Genellikle birkaç sözleşmenin birleşmesinden meydana gelir. (hizmete hazır hale getirme sözleşmesi + ürün tedarik sözleşmesi gibi). Bakıldığı kadar da basit değildir. Çünkü hem alıcı hem de satıcı yakın temas çalışmak zorundadır. Gerekli ihtiyaçlar net bir şekilde tanımlanmalı ve sorumluluklar taraflar arasında eşit niteliklerde paylaşılmalıdır. Yapılan işin entelektüel sahibinin hangi taraf olacağı net olarak belirtilmelidir. Çünkü kullanım hakkı ile sahiplik hakkı aynı değerleri taşımaz.

Bir de mühendislik tabanlı geliştirme süreçlerini barındıran anahtar teslim projeler için hazırlanmış sözleşme formatları vardır.

1. Sabit Fiyatlı Sözleşmeler (lump sum contract/ fixed fee contract): Kapsamı net olarak tanımlanmış projeler için kullanılan sözleşmelerdir. Proje kapsamı yeteri kadar tanımlanabildiği için gerekli olan çalışma takvimi ve ücreti net olarak belirlenebilir.

2. Birim Fiyat Sözleşmeleri (unit price contract): Projenin sahip olduğu niceliklere göre tanımlanan sözleşmelerdir. Bu nicelikler üzerinden çalışma takvimi hazırlanır. Pey der pey geliştirilen projeler için uygun olan sözleşmelerdir. Her adım ayrı tanımlanır ve şartlandırılır. Ona göre sözleşme bazlı olarak proje tamamlanır.

3. Ek ücret sözleşmeleri (cost plus contract): Proje içerisinde öngörülmeyen ve geliştirme sürecinde projeye dahil edilen tüm malzeme veya iş gücü ihtiyaçlarının ekstra olarak hesaplanması için yapılan sözleşmelerdir. Bu sözleşme proje durumuna göre farklı tiplerde gerçekleştirilebilir.

- a. Cost + Fixed Percentage Contract
- b. Cost + Fixed Fee Contract
- c. Cost + Fixed Fee with Guaranteed Maximum Price Contract
- d. Cost + Fixed Fee with Bonus Contract
- e. Cost + Fixed Fee with Guaranteed Maximum Price and Bonus Contract
- f. Cost + Fixed Fee with Agreement for Sharing Any Cost Savings Contract

5. Teşvik Edici Sözleşmeler (Incentive Contracts): belirlenen hedefe, bütçeye veya çalışma takvimine göre performans değerlendirmesi üzerine yapılan sözleşmelerdir. Bu sözleşmelerin 2 ana kategorisi vardır.

a. Fixed Price Incentive Contracts: belirli bir ücretin üzerine belirli bir performans gösterilmesi beklenen sözleşmelerdir.

b. Cost Reimbursement Incentive Contracts: tarafların görüşerek karar verdikleri bir ücret, gösterilecek olan ekstra performans ile ilgili olarak bir formül geliştirilir. Bu formül ile minimum ve maksimum limitler belirlenir. Proje sonunda da gösterilen performansa göre bu formül uygulanır.

TURQUALITY Nedir?



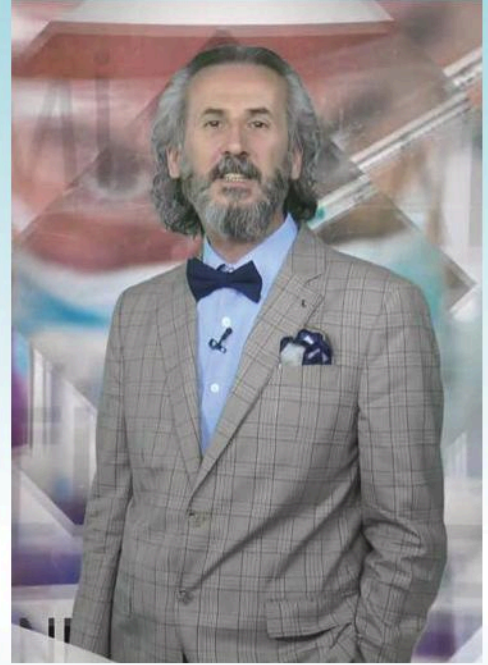
TURQUALITY® Nedir?

Turquality Denetiminde göz önüne alınan başlıca önemli konular aşağıda özetlenmiştir.

Stratejik Planlama ve Kurumsal Performans Yönetimi

► Stratejik Plan

1. Marka' nın 5 Yıllık detaylı yol haritası hazırlanacak. 5 yıl içinde;
 - Hangi pazarlara girilecek?
 - Hangi stratejilerle girilecek?
 - Hangi ürünler veya ürün grupları ile girilecek?
 - Hangi pazarlarda büyüme gerçekleşecek?
 - Hangi pazarlarda küçülme ve geri çekilme gerçekleşecek?
 - Pazar araştırmaları nasıl yapılacak ve hangi ülkeleri kapsayacak?
 - Rakip analizleri nasıl yapılacak, hangi detaylarda olacak ve hangi rakipleri kapsayacak?
 - Ar Ge bütçesi ne olacak?
 - 5 Yılda Ar Ge'de ne kadar istihdam sağlanacak?
 - 5 yılda iç ve dış pazarlara ne kadar yeni ürün sunulacak?
 - Mevcut ürünler ve ürün grupları nelerdir?
 - Mevcut Ürünler ne kadar yeni ürün eklenecek?
 - 5 yıl içinde hangi ulusal ve uluslararası fuarlara katılım sağlanacak? (Yıl bazında aylık kısımlı detaylandırılacak).
 - 5 yıl içinde hangi pazarlarda reklam ve tanıtım faaliyetlerinde bulunulacak? (Yıl bazında aylık kısımlı detaylandırılacak. Ayrıca detaylı Medya İletişim Planı oluşturulacak ve bütçelendirilecek).
 - 5 Yıl içinde ne kadar bir insan kaynağına ihtiyaç olacak? (Departmanlar bazında insan kaynağı planlaması yapılacak ve bütçelendirilecek).
 - Genel Organizasyon yapısı nasıl şekillenecek?
 - Hangi yetkinlikte insan kaynağına ihtiyaç olacak?
 - 5 yıl içinde ülkesel, ürünsel, cirosal vb. hedefler ve oranlar ne olacak? (Yıllık bazda ve her yıl kendi içinde aylık bazda oluşturulacak ve bütçelendirilecek).
 - Vb. Amaç ve hedeflere ulaşmak için izlenecek yollar ve kullanılacak yöntemler (Stratejiler ve faaliyetler) nelerdir?



Namık Kemal SEZEN

Turquality ve Yönetim Danışmanı
kemalsezen@outlook.com

► Vizyon, Misyon ve Temel Değerler

1. Marka'nın bu gün bulunduğu konum belirlenecek.

- Neredeyiz?

1. 5 yıl sonra nerede olacağı belirtilecek.

- Nereye gitmek istiyoruz?

• Gitmek istediğimiz yere nasıl ulaşabiliriz?

• Başanmızı nasıl izler ve değerlendiririz? (stratejik plan uygulamasının sistematik olarak takip edilmesi ve raporlanması şarttır. Ayrıca uygulama sonuçlarının amaç ve hedeflere kıyasla ölçülmesi ve söz konusu amaç ve hedeflerin tutarlılık ve uygunluğunun analiz edilmesi gerekmektedir. Amaç ve hedeflerin gerçekleştirilmesine ilişkin gelişmeler, belirli bir sıklıkla raporlanmalı ve ilgili taraflar ile birim içi ve birim dışı mercilerin değerlendirme-sine sunulmalıdır).

1. Kuruluşun varoluş nedeni veya nedenleri nelerdir?

2. Kuruluşun faaliyetlerine yön veren Temel değerler ve İlkeler nelerdir?

► Stratejik Hedefleri İçeren Doküman

1. Ulaşılması için çaba ve eylemlerin yönlendirileceği genel kavramsal sonuçlar olarak tanımlanabilecek amaçlar nelerdir? (Ülke ülke, Ürün ürün, departmanlar bazında hedefler ve oranlar belirlenecek. 5 Yıllık, her yıl kendi içinde aylık bazda oluşturulacak ve bütçelendirilecek).

► İş Planları

1. Tüm departmanların yıllık faaliyetleri planlanacak ve bütçelenecek.

2. Hedef Pazarlar Bazında Müşterilerin, Ürünlerin ve Dağıtım Kanallarının Analizi yapılacak.

- Müşteri Segmentasyon Analizi,

- Ürün Kategorileri Analizi,

1. Dağıtım Kanalları Analizi,

- Hedef Pazarlar Bazında Rakip

Analizleri yapılacak.

1. Pazara Giriş Stratejileri belirlenecek.

2. Marka Stratejisi Belirlenecek.

3. Satış ve Pazarlama Planları oluşturulacak.

4. Stratejinin nasıl uygulanacağı planlanacak (Operasyonel Plan)

5. Departman Bütçeleri oluşturulacak (Finansal Plan).

6. Şirket yönetimine, gerçekleşen performans ile iş planında hedeflenen performansı karşılaştırma raporu sunulacak.



► Yurtdışı Pazarlara Giriş Stratejileri

1. Hedef pazarlar?

- Hangi tarihte hangi hedef pazara girilecek?

- Hangi stratejilerle girilecek?

- Hangi ürünler veya ürün gruplarıyla girilecek?

► Gelir ve Gider Bütçesi

1. Tüm bütçeler oluşturulacak ve yönetime onaylatılacak.

► Bütçe Takip Raporları

1. Tüm bütçeler için aylık bazlı kontrol ve raporlama sistemi oluşturulacak.

2. Ay ay sapma paylarına bakılacak ve sapmalara göre revizeler yapılacak.

► Finansal Raporlar

1. Firmanın tüm finansal raporları beyan edilecek.



Kurumsal Performans Yönetimine İlişkin Ölçütler

1. Kurumun KPI'ları belirlenecek.

- Likidite Rasyoları,
 - Cari rasyo,
(Toplam Döner Varlıklar/Toplam Kısa Vadeli Borçlar)
 - Asittest (Çabuk) rasyosu,
(Toplam Döner Varlıklar Stoklar/Toplam Kısa Vadeli Borçlar)
 - Net İşletme Sermayesi, rasyosu,
(Döner Varlıklar-Kısa Vadeli Borçlar)
 - Kârlılık Rasyoları,
 - Brüt Kar Marjı (Net Satışlar SMM / Net Satışlar)
 - Net Kar Marjı (Net Kar / Net Satışlar)
 - Öz kaynak karlılığı (Net Kar / Özkaynak)
 - Toplam aktif karlılığı (Net Kar / Toplam Aktifler)
 - Kaldıraç Rasyoları,
 - Toplam Borçlar/Özsermaye rasyosu,
 - Toplam Borçlar/Toplam Aktifler rasyosu,
 - Kısa Vadeli Borçlar/Toplam Aktifler rasyosu,
 - Uzun Vadeli Borçlar/Toplam Aktifler rasyosu,
 - Özkaynaklar/Toplam Aktifler rasyosu,
 - Faizleri Karşılama Rasyosu = FVÖK / Faiz Ciderleri
 - Devir Hızı (Etkinlik) Rasyoları,
 - Alacak Devir Hızı Rasyosu = Kredili Satışlar / Ticari Alacaklar,
 - Alacakların Ortalama Tahsil Süresi = Ticari Alacaklar / Yıllık Kredili Satışlar * 365,
 - Stok Devir Hızı = Satılan Malın Maliyeti / Ortalama Stok,
 - Aktif Devir Hızı = Net Satışlar / Toplam Aktifler,
 - Vb.
- ### 2. Departmanların KPI'ları belirlenecek.
- Her departman için hedefler konulacak.
 - Hedefler için başarı yüzdeleri belirlenecek.
 - Yeni kazanılan müşteri sayısı,
 - Kesintisiz hizmet süresi,
 - Beklemekte olan tahsilatlar,
 - Yıllık gelir artış oranı,
 - Arıza ıslah ve çözüm süresi,
 - Müşteri verilerinin sistemlere doğru girilmesi oranı,
 - İkna edilen ve elde tutulan müşteri sayıları,
 - Vb.



Marka Yönetimi

- Kurumsal Kimlik El Kitabı hazırlanacak (standartlar ve ölçütler mutlaka beyan edilmeli),
- Marka Stratejileri belirlenecek,
- Markaya ilişkin yapılan araştırmaların raporları beyan edilecek,
- Marka performansı niceliksel ve/veya niteliksel olarak ölçülüyorsa, performans ölçütlerini ve sonuçlarını gösteren doküman hazırlanacak,
- Çalışanlara marka kimliği konusunda eğitimler verilecek,
- Marka iletişim planı hazırlanacak. (Minimum geçmiş 3 yıl beyan edilecek),
- Kampanya / promosyon planlama ve performans takip dokümanları hazırlanacak. (İş akış şemaları hazırlanacak),
- Private Label ile yapılan satışların toplam satışlara oranı beyan edilecek,
- Dolaylı satış kanalları ile ilgili bilgiler verilecek,
- İhracat Yaptığı Her Ülke İçin İlgili Markanın Pazar Payı belirtilecek,
- İlgili Pazardaki Organizasyonun Tanımlanması yapılacak,
- Marka Performans Ölçütleri belirlenecek,

Yeni Ürün Geliştirme

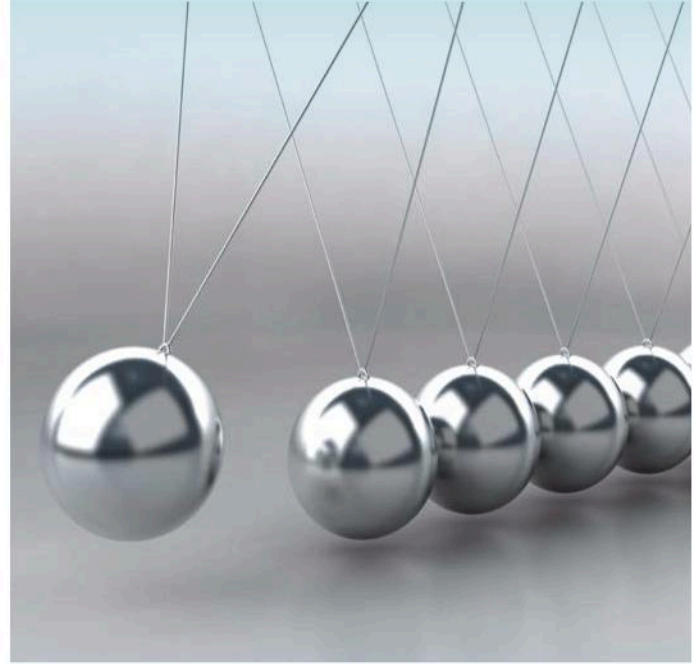
- Ürün tasarım ve geliştirme strateji dokümanı hazırlanacak,
- Strateji geliştirme sürecine ilişkin prosedür yazılacak,
- Yeni Ürün Geliştirme Performans Ölçütleri belirlenecek,
- Ürün Tasarım ve Sunum Stratejisi hazırlanacak,

Pazarlama, Müşteri Ve Ticaret Yönetimi

- Pazar Araştırma Raporları hazırlanacak,
- Rakip Analizleri yapılacak,
- Yıllık Pazarlama Planı hazırlanacak. (Geçmiş yılın pazarlama planı da beyan edilecek),
- Tüketici/Müşteri Segmentasyonu çıkartılacak,
- Tüketici/Müşteri Veri Kaynakları beyan edilecek,
- Müşteri Bilgileri Detay Raporu hazırlanacak,
- Sadakat Programları yazılacak,
- Satış ve Pazarlama Planı Örnekleri beyan edilecek. (Minimum geçmiş 3 yıl),
- Varsa CRM uygulaması tanıtılacak. Mevcut çalışmalardan örnekler beyan edilecek,
- Varsa SSH süreci anlatılacak. Mevcut çalışmalardan örnekler beyan edilecek,

Tedarik Zinciri Yönetimi

- Tedarik Zinciri Stratejisi Dokümanı
- Tedarik zinciri politikalarına ilişkin doküman
- Tedarik Zinciri Stratejisi Ana Öncelikleri



İnsan Kaynakları

- İnsan Kaynakları Strateji dokümanı
- İnsan Kaynakları Stratejik hedefleri
- Etik ve Ahlakî Değerleri içeren doküman

Kurumsal Yönetim

- Aile anayasası
- Yıllık faaliyet raporu
- İç denetim rapor örnekleri
- Sosyal sorumluluk projelerinin örnekleri

Bilgi Sistemleri

- Stratejik Planı
- Bilgi sistemlerinin (BS) kurum stratejisini nasıl desteklediğine ilişkin doküman
- Performans ölçümünde kullanılan ölçütlerin, performans ölçümleri ve raporlar
- Kurumsal kaynak planlaması



Ahmet CORA
Lojistik Uzmanı
twitter.com/acora76

LOJİSTİK İNSANIN KENDİNE YAKIŞANI TAŞIMASIDIR

Türk Dil Kurumu sözlüğünde "Karada, havada, suda bir yerden bir yere gitmek için aşılan uzaklık" olarak tanımlanır "yol" kelimesi.

Bu uzaklığı aşmak için insanın yaptığı mekan değişikliklerine yolculuk/seyahat denir. İnsanın değil, malzemenin bir yerden başka bir yere aktarılması ise "nakliye" olarak adlandırılır.Yani lojistik'in temelinde yol vardır. Aşılması gereken mesafeler, nakliye kavramını doğurmuştur.

İlk zamanlar ticaret yapanların kendi nakliye araçları vardı.Örneğin Şam'lı bir tüccar Yemenli alıcısına malzemeleri kendi kervanlarıyla götürür teslim ederdi. Eğer anlaşması Şam'da teslim ise Yemenli tüccar kendi kervanlarıyla gider malları Şam'dan alırdı. Denizyolu'nda taşıma yapan gemiciler hep vardı ama karayolundaki nakliyecilik, sonradan doğan bir meslektir.Gerçi gemiciler de gittikleri yerlerden ucuz buldukları malları alır ve uğradıkları diğer limanlarda satarlardı ama asıl meslekleri gemi taşımacılığı idi.

Bunlar, şimdilik bir kenarda dursun.
Hiç düşündünüz mü, dünyada "mal ve hizmet hareketleri" olmasaydı ne olurdu?

Yani herkes kendi bölgesinde üretilen sebze ve meyvaları yeseydi, kendi bölgesinde üretilen giysileri giyseydi, eşyaları kullansaydı şu an yaşadığımızdan çok farklı bir dünyada yaşamaz mıydık ?

Domates salatası yemek için Amerika kıtasına bir ziyaret yapmamız, bir fincan kahve için Habeşistan'a, bir dilim kakaolu kek için Hint adalarına gitmemiz gerekebilirdi.

Aynı şekilde giydiğimiz kot kumaştan yapılan giysileri sadece Fransa'ya gidenler alıp giyebilecekti.(Amerika'ya da ilk Fransadan gitmiş).

Belki tamamen yerli imkanlarla araba motoru üretilmediğimiz için hala at arabalarıyla yurtiçinde seyahat edecektik.

Birinci dünya savaşında; bir taraf otomatik silahlar kullanırken, diğer taraf kılıç ve oklarla karşılık verebilirdi.

Örnekler çoğaltılabilir.

Sözün özü; lojistik olgusunu doğuran "ihtiyaç" ve "bizde de olsun" düsturundan başka bir şey değildir.

İthalat, ihracat, depolama, dağıtım vs. tüm organizasyonlar bu düsturlar için geliştirilmiş eylemlerdir

"Peki, yazının başlığının kulağa komik gelmesi dışında bir anlamı var mı?" diye soracak olursanız, şunu söyleyebilirim; Lojistik ile ilgili yapılan bütün bilimsel analizler, üniversitelerde açılmış kürsüler, eğitim programları vs. tek bir basit amaca hizmet eder; O da insan ihtiyaç ve/veya lükslerinin karşılanmasındaki süreçlerin kolaylaşmasıdır



Tedarik Zinciri Yönetimi Yüksek Lisans Programları



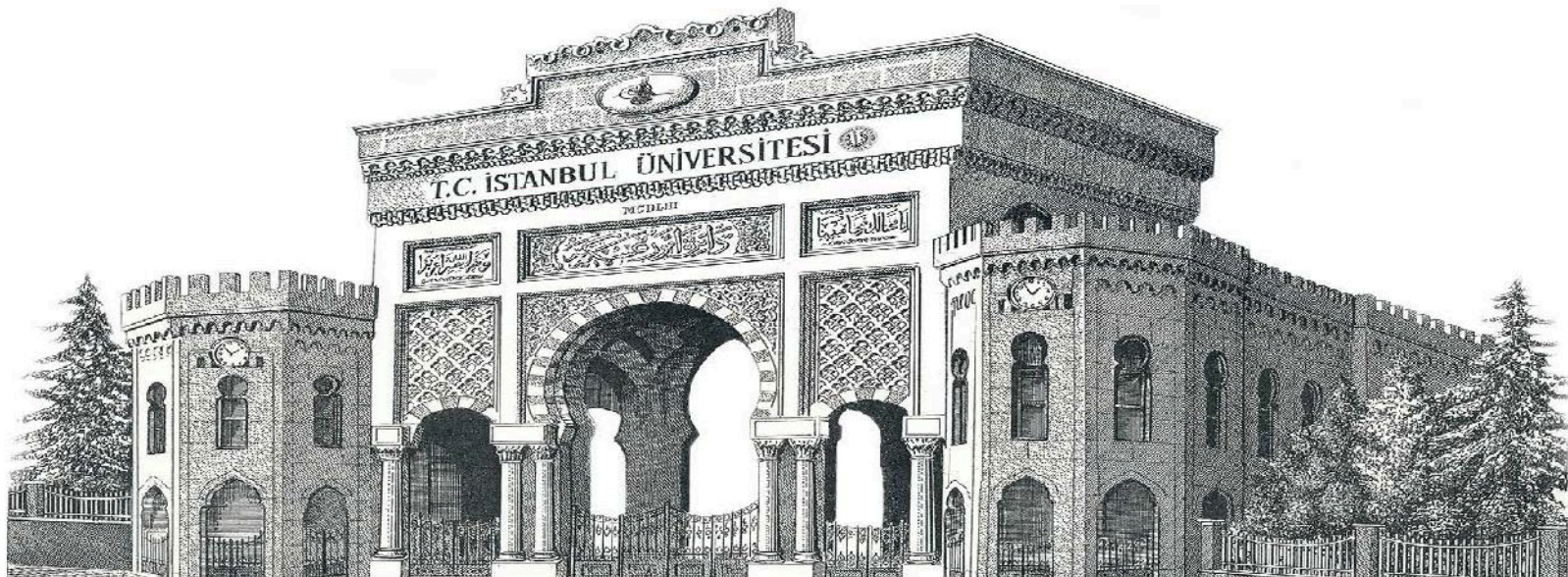
Satınalma ve Tedarik Zinciri Yöneticileri Tedarik Zinciri Yönetimi Yüksek Lisans Programında Yetiştiriyor

İstanbul Üniversitesi Tedarik Zinciri Yönetimi II. Öğretim Tezsiz Yüksek Lisans Programı için başvurular Mayıs ayında başlıyor.

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

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

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



İmdat BEŞİKÇİ
imdatbesikci@gmail.com

KOBİLERDE SATINALMA GERÇEĞİ

Ülkemizde kurumsal firma adı altında çok fazla firma yok, eğer 20 tane kurumsal firma varsa 5000 tane normal firma var (Kobi), dolayısıyla her şeye kurumsal firma çatısı altında bakmak gerçeği yansıtmıyor, satınalmanın başan kriterini de kurumsal firma gözüyle değil normal bir firma gözüyle bakmak daha gerçekçi olacaktır.

Kobilerin ERP, MRP programlarını kullanıyor olmaları da onları kurumsal firma yapmıyor, gerçekte nasıl kullanılıyor, doğru kullanılıyor mu? bunlar da çok önemli.

Bunu örneklerle siz okuyuculara aktarmak istiyorum.

Öncelikle satınalma birimi

olarak elinizde olmazsa olmaz donelerin olması gerekiyor, bunları şu şekilde sıralayabiliriz.

1- Tedarikçi Listesi

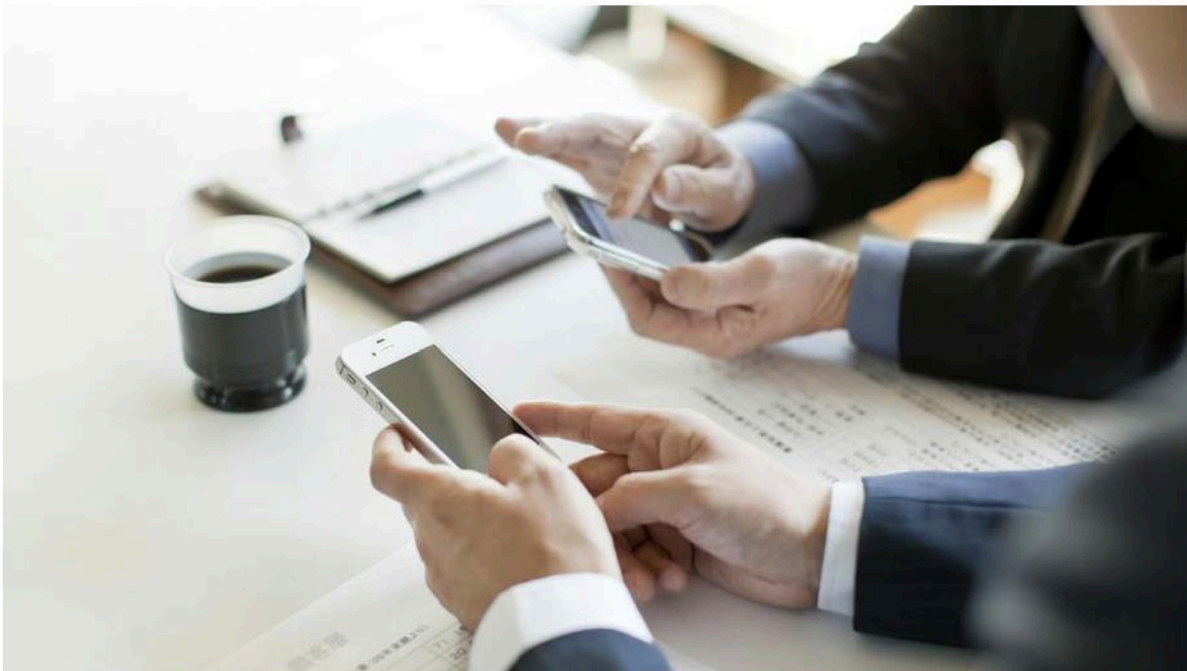
Bu liste ne yazık ki çoğu firmanın elinde yok, hazırlanması da ciddi zaman gerektiriyor, listeyi hazırlarken doğal olarak muhasebe programından faydalanmanız gerekiyor, bunun dışında satınalma biriminde çalışan arkadaşlardan ve depo görevlilerinden doğru bilgiyi almanız gerekiyor.

Bu liste önce oluşturulmalı sonrasında ise sürekli güncellenmeli.

Listeyi firmanın yaptığı işe göre oluşturmak gerekiyor,

örneğin firma yurtdışına bir malzeme gönderecek ve sizden bir sandık yaptırmanız isteniyor, listeye baktınız, 10 tane orman ürünleri tedarikçisi var, bunların içinden hangisi sandık yapıyor, hepsi sandık yapabilir ama hangisi onaylı kaşe vurma yetkisine sahip? bu gibi kriterleri yaptığınız listede aynı bir sütunda belirtirseniz işiniz daha kolay olacaktır.

Listede sürekli görüşülen tedarikçi firma satış yetkilisinin cep numarası, e-mail adresi, tedarikçi firmanın hangi ürünlerinden sorumlu olduğu ve buna benzer kriterlerinde olması önemli, olabildiğince çok bilgi olması ve süzdüğünüzde doğru bilgiyi görüyor olmanız gerekiyor.



2- Malzeme Listeleri (Reçeteler)

Malzeme listeleri özellikle üretim yapan firmalar açısından çok önemli, bu listelerin oluşturulmasından ve güncel tutulmasından satınalma yetkilisi sorumlu olsa da güncel bilginin satınalma birimine iletilmesinden Arge yetkilileri ve üretim müdürleri sorumludur.

Bu listelerin güncel olmaması sizin satınalma planlarınızın doğru olmamasına, ürünü zamanında alamamanıza neden olduğundan direk üretim sürecini etkiler, üst yönetiminde bu doğrultuda işleyişi takip etmeleri çok önemlidir.

Diyelim ki listeniz sürekli güncel, fakat 2 proje önce yapılan aynı işte, liste farklıydı, bu farklı listenin ilgili proje dosyasına eklenmesi gerekiyor, bundan da varsa proje sorumlusu veya arge yetkilisi sorumludur, bu listeyi proje bitiminde sizden istemeli ve dosyaya eklemelidir.

3- Üretim esnasında değişen parçalar

Satınalmanın en çok karşılaştığı sorunların başında gelir, normalde 3 ay süren bir

üretim sürecinde siz aylık bazda üretime göre çalışıyorsanız, en uzun süren tedarik listesine göre önceden başlayarak malzemeleri temin edersiniz, örneğin bazı ürünler 2 ayda temin ediliyordur, bazıları 1 ayda bazıları da 1 günde, siz bu duruma göre planınızı yaparsınız, tam üretim esnasında temini 2 ay süren bir ürün istenirse ve siz de temin edemezseniz bu durum sizin başansız görülmenize neden olabilir.

Bu gibi durumlarda önlem olarak şunlar yapılabilir;

a- Ürünün yıl içinde kullanılabilme ve aksilik olması olasılığını göz önüne alarak 1-2 set daha fazla ürün sipariş etmek. (eğer 5-6 çeşit ürün üretiliyorsanız, her bir ürüne ait farklı olan ürünleri sipariş etmek) tabi burada tedarik edilecek ürün grubunun maliyetini göz önüne alıyoruz, yani yüksek maliyetli ve temini uzun süren ürün gruplarından bahsediyoruz.

b- Tedarikçi firma ile yıllık bazda anlaşmalar yapıp, kullanılan ürün gruplarının tedarikçinin deposunda bulunmasını sağlamak.

Eğer aynı ürün grubu müşteri talebine göre

değişiklik arz ediyorsa (farklı markalar) tedarikçiye bu sözü veremiyorsunuz, dolayısıyla (a) bendindeki yolu izlemeniz gerekiyor.

Ama gerçekte kobilerde bu iki durumda da kabul edilmez, nedeni bellidir, az sermaye, borçlar vs.

Tedariği uzun süren, sürekli kullanılan düşük maliyetli ürünler;

Aslında baktığınızda bir sorun olarak görünmese de siz zamanında sipariş etmenizle tedarik adetleri yüzünden sorun yaşayabiliyorsunuz,

Yıllık kullanım adedi, Servis biriminin talep etme olasılığını

Göz önüne aldığınızda toplam adette maliyeti yüksek görüldüğü için üst yönetim adetleri düşürmenizi isteyebiliyor. Adedi mecburen az tuttuğunuz için sürekli adetleri takip etmek zorunda kalıyorsunuz, oysa ki yüksek adette alsanız;

Hem yıl içindeki fiyat artışlarından etkilenmeyeceksiniz,

Hem de adetlerini sürekli takip etmek zorunda kalmayacaksınız.





birakılıyor, oysa ki depo başlı başına ayrı bir birimdir, satınalma ile ilişkili olması, bu birimi satınalma yetkilisinin yöneteceği anlamına gelmez, hadi yönetiyor diyelim maaşlarınızda bununla ilgili de bir artış olmaz.

Peki nasıl olmalı?

Kobilerde satınalma yetkilisi depo biriminden değil de finans biriminden de sorumlu olmalı, yani hem satınalma hem de finans yetkilisi olmalı, bence ülkemiz kobileri için en gerçekçi durum bu olur.

Acil, çok acil, süper acil, ultra acil

Eğer satınalmacıysanız bu kelimeyi daha çok duyacaksınız demektir, özellikle kobilerde her şey çok acildir, satınalma birimi varsa bu böyledir, siz ne kadar düzenli alım yaparsanız ilk defa alınacak bir ürün, matkap, civata, somun, aklınıza gelecek ne varsa hep acildir.

Siz satınalmacı olarak bu düzeni değiştirmelisiniz, talep edilen ürünün en az 1 gün sonra alınabileceği konusunda ısrarcı olmalısınız, 10 tl lik bir ürünün acil alımda bir araçla sırf onun için gidileceğini size maliyetinin 40 tl olabileceğini anlatmalısınız.

Gerçekten acil mi? acil denilen ürünün 1-2 saat sonra iptal edildiğine veya vazgeçilip başka bir ürün isteneceğine çok şahit olacaksınız.

Satınalma-Finans Anlaşmazlığı

Bu iki birim kobilerde, genelde sürekli çatışma halinde, bir sipariş alınır yada aylık üretimde üretilecek ürünler bellidir, toplantılar yapılır ama o toplantılarda hiç bir zaman Finans Yetkilisini göremezsiniz, bu durum satınalma için dezavantaj bir durumdur.

Kobilerin çoğunluğunda satınalma bütçeleri oluşturulmaz, her şey yapılır, proje hazırlanır

yada bellidir, her şey dört dörtlüktür, sizin alacağınız ürünler bellidir, hatta "aman çok dikkat et, zamanında teslim edilmesi gerekiyor, yoksa cezası var" denir ama hiç bir zaman finansmana gerekli ödeneği hazırlayın denmez.

Finans ödemeleri kendi planına göre ayarlar, sizin görüşmeniz tedarikçiyle vadelerde anlaşmanız finansı bağlamaz, siz iki arada kalırsınız.

Satınalma-Depo gerçeği

Kobilerde son zamanlarda depo işlemleri de satınalmaya

Satınalma ve Finans Yetkilisi olduğunuzda; finasta kurumsal firmalardaki gibi aşın iş yükünüz olmayacağı ve genelde size muhasebe bölümü destek vereceği için hem finansı hem de satınalmayı daha iyi yönetebilirsiniz.

Ülkemizde genelde muhasebe yetkilileri satınalma birimine geçiyor, yani satınalmacıların muhasebe bilgisi oluyor, dolayısıyla satınalmacı bu durumdan çok fazla etkilenmeyecektir ve finans-satınalma dengesini daha iyi kurabileceklerdir.



MART 2017 FUAR TAKVİMİ

SAMSUN MOBİLYA DEKORASYON 2017 Samsun Mobilya Dekorasyon Fuarı 2017 Mobilya, İç Mimarî, Halı... 07.03.2017 / 12.03.2017 Tüyap Samsun	KAPI Eurasia DOOR Avrasya Kapi 2017, 9. Uluslararası Kapi, Kepenk, Kilit, Panel, Pano, Bölme... 08.03.2017 / 11.03.2017 Tüyap İstanbul	CAM Eurasia GLASS Avrasya Cam Fuarı 2017, 7. Cam Ürünleri ve Uygulamaları, Üretim ... 08.03.2017 / 11.03.2017 Tüyap İstanbul	PENCERE Eurasia WINDOW Avrasya Pencere 2017, 18. Uluslararası Pencere, Panjur, Cephe Sistemleri... 08.03.2017 / 11.03.2017 Tüyap İstanbul	Diğer Organizatör Fuarı PETROLEUM İSTANBUL 2017 13. Uluslararası Petrol, LPG, Madeni Yağ, Rüzgarın Enerjiye Dönüştürülmesi ve Teknoloji Fuarı Petroleum İstanbul 2017, 13. Uluslararası Petrol, LPG, Madeni Yağ... 30.03.2017 / 02.04.2017 Tüyap İstanbul
Diğer Organizatör Fuarı Otomasyon EURASIA Win Otomasyon 2017, 24. Endüstriyel Otomasyon Fuarı 16.03.2017 / 19.03.2017 Tüyap İstanbul	Diğer Organizatör Fuarı CeMAT EURASIA Win Cemat Eurasia 2017, 16. Taşıma, Depolama, İstifleme ve Lojistik Fuarı 16.03.2017 / 19.03.2017 Tüyap İstanbul	Diğer Organizatör Fuarı Electrotech EURASIA Win Electrotech 2017, 18. Enerji, Elektrik ve Elektronik Teknolojileri... 16.03.2017 / 19.03.2017 Tüyap İstanbul	Diğer Organizatör Fuarı Hydraulic & Pneumatic EURASIA Win Hydraulic & Pneumatic 2017, 14. Akışkan Gücü Teknolojileri Fuarı 16.03.2017 / 19.03.2017 Tüyap İstanbul	Diğer Organizatör Fuarı REW İSTANBUL Rew İstanbul 2017, 13. Uluslararası Geri Dönüşüm, Çevre Teknolojileri ve Atık... 16.03.2017 / 19.03.2017 Tüyap İstanbul
Diğer Organizatör Fuarı İSG İsg Avrasya 2017, 3. İş Sağlığı ve Güvenliği Fuarı 16.03.2017 / 19.03.2017 Tüyap İstanbul	BURSA KİTAP FUARI Bursa 15. Kitap Fuarı 18.03.2017 / 26.03.2017 Tüyap Bursa	Konya 2017 Tarım Konya Tarım 2017, 15. Tarım, Tarımsal, Mekanizasyon ve Tarla... 21.03.2017 / 25.03.2017 Tüyap Konya	BURSA EĞİTİM FUARI Bursa Eğitim Fuarı 2017, 13. Yurtiçi-Yurtdışı Eğitim Fuarı 21.03.2017 / 26.03.2017 Tüyap Bursa	SAMSUN İNŞAAT FUARI 2017 Samsun İnşaat Fuarı 2017, 3. Yapı, İnşaat Malzemeleri, Tesisat, Isıtma, Soğutma... 23.03.2017 / 26.03.2017 Tüyap Samsun
Diğer Organizatör Fuarı İdeal home by züccaciye EV EŞYALARI, ZÜCCACİYE VE ÇEYİZ FUARI İdeal Home 2017, 12. Uluslararası İdeal Homex Ev Eşyaları, Züccaciye... 23.03.2017 / 26.03.2017 Tüyap İstanbul	Diğer Organizatör Fuarı asansör İSTANBUL 2017 Asansör İstanbul 2017 Uluslararası 15. Asansör Fuarı 23.03.2017 / 26.03.2017	INTER BUILD EXPO Interbuild Yapı Fuarı 2017, 31. Uluslararası Yapı ve Yapı Malzemeleri Fuarı 29.03.2017 / 01.04.2017	expomed eurasia Expomed Eurasia, 24. Uluslararası İstanbul Tıbbi Analiz, Teşhis, Tedavi... 30.03.2017 / 02.04.2017 Tüyap İstanbul	la3tech med Labtechmed 2017, Uluslararası İstanbul Medikal Laboratuvar... 30.03.2017 / 02.04.2017 Tüyap İstanbul

KİTAPLIK

SİYAH KUĞU

Bir yıl önce gerçekleştirdiğimiz Yöneticiler İçin Karar Alma seminer hazırlıklarında Prof. Dr. Enis Sınıksaran hocamız bir okuma listesi vermişti. Siyah Kuğu kitabını o liste içerisinde görüp hemen temin ettim ve okudum. Enis hocama yönlendirmesi için bir kez daha teşekkür ediyorum.

Kitabı bu köşe için tekrar raftan indirdim ve göz gezdirdim. Bugün farkına vardım ki seminer takviminde tavsiye edilen dört kitabı hızlı okumuşum.

Bazı bölümleri daha sakın okumam gerekiyormuş.

Kitapta yer alan Vasatistan ve Aşıristan özellikleri, ölçeklenebilir işler ve ölçeklenemeyen işlerin karşılaştırılması ve çan eğrisi ile ilgili görüşler hayli ilgi çekici. Yazar, gerçek hayat koşullarında başarı ile gerçekleşmeyen (duyulmayan ya da çöp olmuş) projelere, kitaplara vb. eserlere de vurgu yapıyor. Bu noktada "şans" faktörünü bir adım öteye taşıyor.

İnsan davranış ve seçimlerinde risk almaya pek istekli. Fakat bu risk alma davranışı, altyapı olsun olmasın her zaman hayal edildiği gibi verimli sonuçlar doğurmuyor. Yazar bu konuyu risk sermayecilerinin girişimcilerden, yayıncıların yazarlardan, araçların sanatçılardan fazla kazandıklarını belirtiyor.

Özellikle genç kuşakların meslek seçimlerinde ölçeklenemeyen işlere doğru bir yönelme artışını söyleyebiliriz. Unutulmamalıdır ki, burada büyük riskler de söz konusu.

Siyah Kuğu düşünmeyi, matematiği ve felsefeyi seven kişiler için bire bir diyebilirim. Benim gibi felsefe okumalarında mesafe almak isteyenlere göre biraz dokunabilir. Okudukça referans verilen otoriteler ve düşüncelerini muhakeme etmek isteyince durum karışabiliyor. Kitabın sonunda 30 sayfa kaynak var. O kadar çok yazar ve incelenmesi gereken metin olunca kendi okuma eksiklikleriniz yüzünüze çarpıyor. Biraz da kızılıyorsunuz. Yaşadığımız zamanı daha etkin ve verimli okumalar için kullanabilirdim diyebilirsiniz. Taleb bu durumu kitabında birçok noktada açıkça belirtiyor. Ölçeklenemeyen bir işte çalışmanın getirilerini (ve tabi riskleri) kendi perspektifinden aktarıırken okuma yapmak için yeterli zamanı oluşturmasından memnun gibi.

"Siyah Kuğu" Olasılıksız Görünenin Etkisi, Nassim Nicholas Taleb,
Varlık Yayınları Sayı:1332, Mayıs 2015. (<http://www.varlik.com.tr>)



PROF. DR. MURAT ERDAL

Kitaptan Güzel Sözler

- o Karar vermek için (bilemeyeceğiniz) olasılıktan ziyade, (bilebileceğiniz) etkilere odaklanmak gerektiği fikri, belirsizliğin ana fikrini teşkil eder.
- o Hindi için bir Siyah Kuğu, kasap için bir Siyah Kuğu değildir.
- o Yaşamda şansın rolünü genel olarak azımsarken, şans oyunlarında fazlasıyla abartma eğilimi gösteririz.
- o Kriterlerinizi kendiniz belirlediğinizde hayatınız üzerinde çok daha fazla kontrol sahibi olursunuz.
- o Yalnızca hayatta olmanın olağanüstü bir şans, muazzam büyüklükte rastlantısal bir olgu olduğunu çabuk unutuyoruz.
- o Bir treni kaçırmak ancak peşinden koşarsanız acı verici olur !

Bölümle ilgili düşüncelerinizi ve tavsiyelerinizi merdal@istanbul.edu.tr paylaşabilirsiniz.
Keyifli okumalar...

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.

*Siz üretmeye ve
büyümeye devam edin...
Biz bu yükü yerde
bırakmayız!..*



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

İstanbul Merkez Ofis
Keresteciler Sanayi Sitesi,
Barbaros Hayrettin Caddesi 15.Sk.
14/A Blok, KAT-1-2-3-4 / 36-37-38
Başakşehir/ İSTANBUL
Tel : 0 212 495 32 32
Tel : 444 0 559
Fax : +90 212 495 37 00
info@temesist.com

Akdeniz Bölge Müdürlüğü
Kemal Özüku İş Merkezi
Atatürk İş Merkezi No:902 Kat:9
Seyhan / ADANA
Tel : 0322 456 11 24
Tel : 444 0 559
akdeniz@temesist-raf.com

Temesist Statik
Çamlık Mah. Şenol Güneş Blv.
No:38/1 Umraniye / İstanbul
Tel : 0216 639 42 03
Tel : 444 0 559

Fabrika
Bilecik Organize Sanayi Bölgesi
Hürriyet Mah.
İstanbul Asfaltı No: 38 Bilecik
Tel : 0228 216 00 58
Tel : 444 0 559

Buyer Network

Pazaryerinde Olmanın Ayrıcalıkları İle Tanışın

Ticaretinizi Artırın. Ürün Alın-Satın, Teklif Toplayın. Buyer Network iş dünyasında yer alan 7.500 + firma ve yöneticiler gibi Pazaryeri'nde firma sayfanızı kolaylıkla oluşturup ticaretinizi geliştirebilirsiniz.

İşinize ve Markanıza Doğrudan Güç Katıyoruz

Pazaryerinde olmak sizi karar vericilere yakınlaştırır. Firma ve yöneticilere özel fırsat ve kampanya geliştirme imkanlarından yararlanırsınız.

Yeteneklerinize Uygun Yol Haritasını Birlikte Hazırlıyoruz

Kariyer seçeneklerinizi ve rekabet avantajınızı artırın. Benson & Partners işbirliği ile oluşturulan Yönetici Yerleştirme Programı'na katılın. Profil bilgilerinizi ve özgeçmiş sayfalarınızı güncelleyin.

İŞ ve TİCARET PLATFORMU

FİRMA SAYFASI

Kurumsal pazarda görünürlüğünüzü yükseltirsiniz. Ürün, hizmet, sertifika, katalog ve referanslarınızı kolaylıkla yükleyebilirsiniz. Hızlı bir şekilde güncelleyebilirsiniz.

B2B PAZARYERİ

Firma sayfanıza eklediğiniz her ürün ve hizmet, kurumsal pazaryerinde görünerek satışlarınızı artırır. Pazaryerini aktif kullanmanız büyümenizi sağlar.

TEKLİF TOPLAMA

Firma ihtiyaçlarınız için hızlı teklif toplayın. Ürün ve hizmet alım taleplerinizi rahatlıkla girebilirsiniz.

İNSAN KAYNAKLARI

İnsan kaynakları sayfanızdan iş ilanı eklediğinizde üst menüde İş Dünyası sayfalarında tüm Platform üyeleri tarafından görünür hale gelir.

YÖNETİCİ YERLEŞTİRME PROGRAMI

Benson & Partners işbirliği ile oluşturulan Yönetici Yerleştirme Programına katılın.

ÖĞRENME MERKEZİ

Buyer Network Öğrenme Merkezi'nde yer alan tüm eğitim notu, doküman ve sunumları indirebilirsiniz.

KAMPANYALAR

7.500 + firma ve yöneticinin profil sayfasında ayrıcalıklı bir şekilde kampanyanızın görünmesini istiyorsanız **Business Programına** kaydolmanız gerekmektedir.

BONUSLAR

Aktif üyelerimiz referans oldukları 1 tedarikçi ve 1 müşteri firmasını sisteme ücretsiz ekleme (öneri) hakkına sahiptir.

İletişim

(0212) 509 56 56

www.buyernetwork.net
support@buyernetwork.net

7.500+ Firma ve Yönetici İş ve Ticaret Platformu

Ürün, firma, kişi, ilan, eğitim ara...

Q Ara

Pazaryeri

B2B pazaryerinde ürün alın, satın.

Sektörler

Sektörlere göre firmaları inceleyin.

Firmalar

Tüm firmaları görüntüleyin.

Talep Ekleyin

Firma ihtiyaçlarınız, satınalma talepleriniz.

Nasıl Çalışır?

1

Firma & kişi bilgilerinizi doldurarak hızlıca Buyer Network hesabınızı oluşturun. **7500'den fazla profesyonelin** olduğu iş ve ticaret platformuna katılın.

Platformun gücünden yararlanmak için **üyelik paketlerimize** göz atın.

2

Pazaryerinde ürün alın-satın, **alım taleplerini** inceleyin, eğitimlere katılın, **öğrenme merkezinde** kendinizi geliştirin.

Yönetici yerleştirme ve insan kaynakları danışmanlık hizmetlerinden yararlanın.

3

Buyer Network'ün tüm özelliklerini kullanarak ticaretinizi geliştirin, firmanızı büyütün, yeni iş bağlantıları edinin, **işinize güç katın.**

Buyer Network

Konferans ve Eğitimlerimizde Mesleki Gelişime Katkı Sağlıyoruz

Her konferans bizim için bir şölendir. Yüz yüze sohbet etmenin gücüne inanırız. Yönetici ailesi olarak bir araya gelir, sektörel başarı örneklerini inceleriz. Yeni iş fırsatları ve güzel fikir alışverişleri için güzel ortamlar sağlıyoruz.

Uzaktan Eğitimin Adresi “Buyer Network Öğrenme Merkezi”

Öğrenme Merkezi'nde yüzlerce mesleki sunum, makale ve yönetici eğitim vakalarını inceleyebilirsiniz. Size fayda sağlayacak dokümanlara ulaşarak zamanınızı etkin yönetirsiniz. Firmanızın İnsan Kaynakları bölümü ile iletişime geçerek onlara eşsiz bir kütüphane kazandırabilirsiniz.

İŞ ve TİCARET PLATFORMU KURUMSAL ÜYELİK PAKETLERİ

Standart Paket

365 TL / Yıl KDV Dahil

Paket Özellikleri

- ✓ Firma Sayfası
- ✓ Katalog, Görsel ve Video Ekleme
- ✗ İş (Personel) İlanları Yayınlama
- ✗ Pazaryeri, Ürün ve Hizmet satışı
- ✗ Satış Kampanyası Düzenleme



İnsan Kaynakları Paketi

500 TL / Yıl KDV Dahil

Paket Özellikleri

- ✓ Firma Sayfası
- ✓ Katalog, Görsel ve Video Ekleme
- ✓ İş (Personel) İlanları Yayınlama
- ✗ Pazaryeri, Ürün ve Hizmet satışı
- ✗ Satış Kampanyası Düzenleme



B2B Buyer Network

Ticaretinize **güven** getiriyoruz

Buyer Network

Sektörel ve Akademik Danışma Kurulları İle Gelecek Vizyonu

Sektörün önde gelen kurum ve yöneticileri ile yakın ilişkiler geliştirerek geleceğin iş dünyası konusunda güncel kalan platformda yer alırsınız.

Değer Yaratan Network'te İş Çevrenizi Genişletiyoruz.

Buyer Network ailesi günden güne büyüdü ve zenginleşti. Aktif yönetici ve etkin firma kimliğinizle sizi de "Değer Yaratan Buyer Network"te görmek isteriz.

İŞ ve TİCARET PLATFORMU KURUMSAL ÜYELİK PAKETLERİ

Ticaret Paketi

750 TL / Yıl KDV Dahil

Paket Özellikleri

- ✓ Firma Sayfası
- ✓ Katalog, Görsel ve Video Ekleme
- ✓ İş (Personel) İlanları Yayınlama
- ✓ Pazaryeri, Ürün ve Hizmet satışı
- ✓ Satış Kampanyası Düzenleme



Premium Paket

Ticaret Paketi ve 10 Profesyonele Kadar Avantajlı Şirket Paketi için 1.950 TL ödemek yerine Premium pakete 1.750 TL'ye sahip olabilirsiniz.

1.750 TL / Yıl KDV Dahil

Paket Özellikleri

- ✓ Firma Sayfası
- ✓ Katalog, Görsel ve Video Ekleme
- ✓ İş (Personel) İlanları Yayınlama
- ✓ Pazaryeri, Ürün ve Hizmet satışı
- ✓ Satış Kampanyası Düzenleme
- ✓ İlave 10 Profesyonel Üyelik Avantajı



B2B Buyer Network

Ticaretinize **güven** getiriyoruz

Buyer Network



Satınalma ve Tedarik Zinciri Konferansı



Satınalma ve Tedarik Zinciri Ödülleri

İŞ ve TİCARET PLATFORMU BİREYSEL ÜYELİK PAKETLERİ

Profesyonel Üyelik

20,83 TL / Ay KDV Dahil

- ✓ Firma Araştırma
- ✓ Ürün/Hizmet Araştırma
- ✓ Satınalma Talepleri Ekleme
- ✓ Özgeçmiş (CV) Ekleme - İş İlanlarına Başvuru
- ✓ Konferanslara Katılım Hakkı (Ücretsiz Olanlar İçin Geçerlidir)
- ✓ Kampanyalardan Yararlanma
- ✓ Araştırma Raporlarına Erişim
- ✓ Öğrenme Merkezi ve Uzaktan Eğitim İmkânı
- ✓ Açık ve Kurumsal Eğitimlerde İndirim Hakkı
- ✓ Yönetici Yerleştirme Hizmetlerinden Yararlanma



10 Profesyonele Kadar Avantajlı Şirket Paketi

100 TL / Ay KDV Dahil

Şirket içerisinde 10 çalışan için 2500 TL üyelik bedeli yerine tek ödemede 1200 TL tahsil edilir.

- ✓ Firma Araştırma
- ✓ Ürün/Hizmet Araştırma
- ✓ Satınalma Talepleri Ekleme
- ✓ Özgeçmiş (CV) Ekleme - İş İlanlarına Başvuru
- ✓ Konferanslara Katılım Hakkı (Ücretsiz Olanlar İçin Geçerlidir)
- ✓ Kampanyalardan Yararlanma
- ✓ Araştırma Raporlarına Erişim
- ✓ Öğrenme Merkezi ve Uzaktan Eğitim İmkânı
- ✓ Açık ve Kurumsal Eğitimlerde İndirim Hakkı
- ✓ Yönetici Yerleştirme Hizmetlerinden Yararlanma



B2B Buyer Network

Ticaretinize **güven** getiriyoruz

Buyer Network



Kişisel Gelişim ve Liderlik Konferansı
Ali Sami Yen Spor Kompleksi



Dış Ticaret ve Lojistik Konferansı
Beşiktaş JK Stadyumu - Konferans Salonu

İŞ ve TİCARET PLATFORMU BİREYSEL ÜYELİK PAKETLERİ

Öğrenci Üyelik

@edu.tr uzantılı e-posta adresi veya öğrenci kimlik kartı gereklidir.

12,5 TL / Ay KDV Dahil

- ✓ Firma Araştırma
- ✓ Ürün/Hizmet Araştırma
- ✓ Satınalma Talepleri Ekleme
- ✓ Özgeçmiş (CV) Ekleme - İş İlanlarına Başvuru
- ✓ Konferanslara Katılım Hakkı (Ücretsiz Olanlar İçin Geçerlidir)
- ✓ Kampanyalardan Yararlanma
- ✓ Araştırma Raporlarına Erişim
- ✓ Öğrenme Merkezi ve Uzaktan Eğitim İmkânı
- ✓ Açık ve Kurumsal Eğitimlerde İndirim Hakkı
- ✓ Yönetici Yerleştirme Hizmetlerinden Yararlanma



Tinova Bilişim Teknolojileri A.Ş.
İstanbul Teknokent No:105 Avcılar/İstanbul
www.tinova.com.tr | info@tinova.com.tr
(0212) 509 56 56

Kalite Toptan Değer Konferans Pazarlama
Kariyer İş Dünyası Üretim Lider
ihale Kampanya Tedarik Zinciri Araştırma Satınalma
Pazaryeri Müşteri
Avantaj ilan B2B Endüstri Fuar Değer Ticaret
Satış OSB Yönetici

Buyer
Network