

Ailem ve Şirketim

EKİM 2019 / SAYI: 119

**Strateji
Niçin
Ne Zaman
Nasıl**



- 02** Strateji, Niçin, Ne Zaman, Nasıl
- 05** CGS Center'dan Haberler
- 06** Sermaye Piyasası'ndan Haberler
- 07** Teknolojiden Haberler

Bunları Biliyor Musunuz ?

Picasso bir lokantada otururken garson onu tanır... Ve ona bir kağıt uzatıp üzerine bir resim çizmesini ister. Picasso kırmaz ve hemen bir resim çizer. 5 dakika içinde kağıdı garsona verir ve bin dolar ister. Garson çok para istediğini vurgulayarak "Ama 5 dakikada çizdiniz. Bunun için bin dolar mı istiyorsunuz" diye tepki gösterir. Picasso'nun cevabı: Sadece 5 dakika değil, 40 yıl artı 5 dakika...



Strateji Niçin Ne Zaman Nasıl

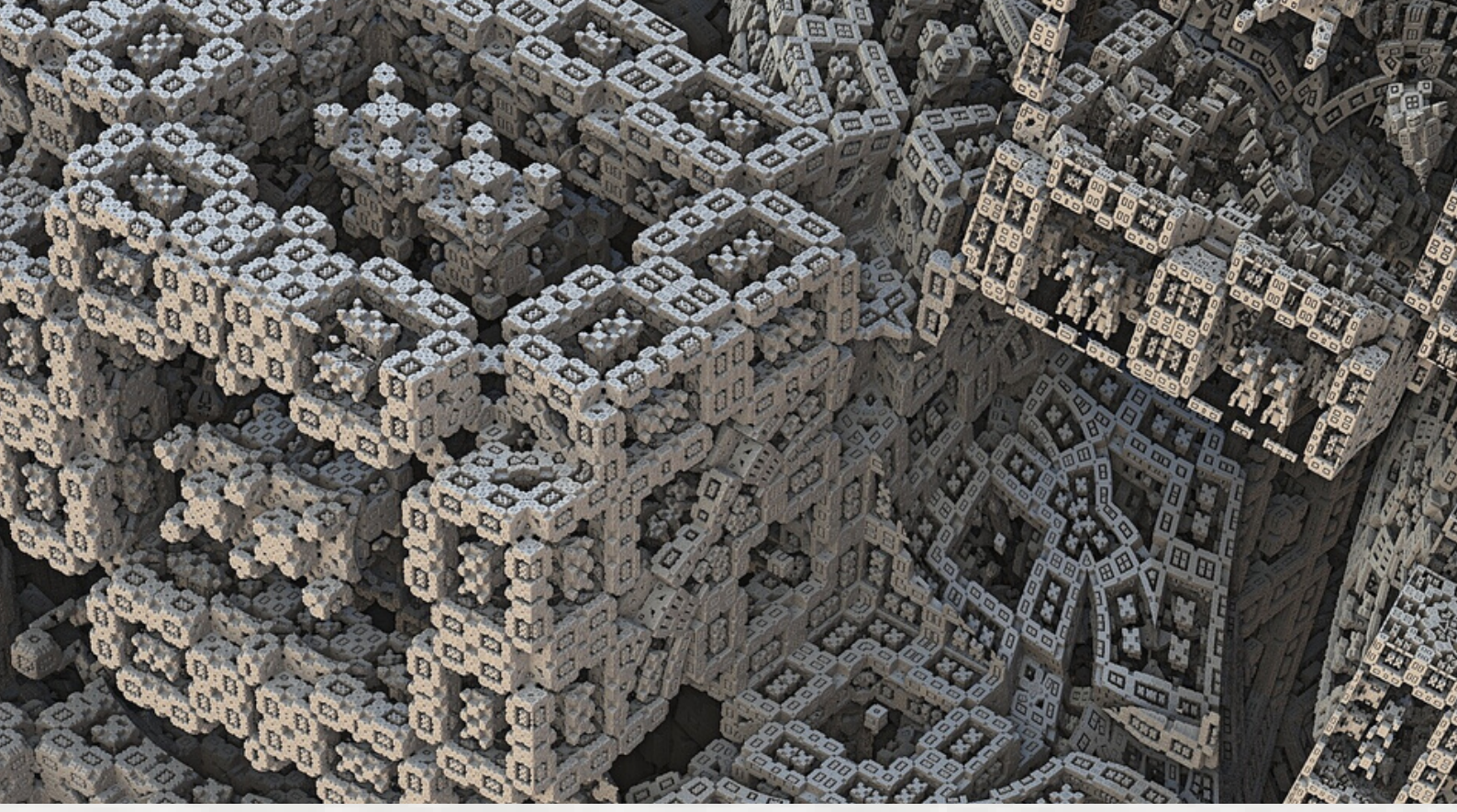
Dr. Güler Manisalı Darman

Bölüm I

*Stratejisi
olmayan işletmeler dümeni
olmayan gemiye benzer..."*

Joel Ross and Michael Kami

Strateji, yönetim kurulu tarafından oluşturulan ve herhangi bir zaman ve çevre içinde örgütlerin varlıklarını sürdürebilmelerini sağlayacak planların geliştirilmesi ve yönlerinin belirlenmesidir.



Yönetimin “**oyun planı**”;

- Müşteriyi etkilemek ve memnun etmek,
- Pazardaki konumu belirlemek,
- Başarılı rekabet,
- İşi büyütmek hedeflere ulaşmayı içerir.

Günümüzde, özellikle aile şirketlerinde ikinci veya üçüncü kuşak döneminde, şirketler üç önemli stratejik soruyu kendilerine sormalıdır.

1. Şu an neredeyiz?
2. Nereye gitmek istiyoruz?
 - a. İşimizin gelmesini istediğimiz nokta ve pazardaki yeri,
 - b. Müşterinin ihtiyaçları ve beklentilerini karşılama düzeyi,
 - c. Başarılı olabilmek için çıktılar nelerdir?
3. Varmak istediğimiz noktaya nasıl varabiliriz?
 - a. Şirketin varmasını istediğim yere nasıl varacağım?

İşte, bu sorulara verilen cevaplar şirketin stratejisini oluşturur. Hedefler ve vizyon zaman içinde değişir. Ancak bu değişimin altının doldurulması önemlidir. Bu aşamada doğru insanları seçmek, yetki devretmek ve denetlemek kritik adımları oluşturur.

Burada amaç, stratejiyi aşağıdaki başlıklara göre şekillendirmektir.

- Şirketi rekabetçi baskılardan **ayrıştırmak**,
- Sürdürülebilir rekabetçi avantajlar sağlamak için **aksiyonlar üretmek**,
- Şirketin sektöre “**yön veren**” şirket olabilmesi için en doğru ve güçlü stratejiyi tanımlarken, en doğru “**iş modelini**” belirlemek.

Stratejiyi belirlerken akıllarda tutulması gereken önemli bir konu, stratejinin analitik bir çalışma olduğu ve sadece genel kültür ve deneyimler çerçevesinde kaleme alınamayacağıdır. Şirketler önce bir stratejik analiz yapmak zorundadırlar. Stratejik analiz hem şirket içinde hem de şirket dışında yapılmalıdır.

Bu analizleri aşağıdaki şekilde sınıflandırabiliriz;

1. Dış Çevre Analizi

- a. PEST Analizi
- b. Porter 5 Rekabetçi Güç Modeli
- c. Sektör Analizi
- d. SWOT (GZFT) Analizi

2. İç Çevre Analizi

- a. Paydaş Analizi
- b. BCG Matrisi
- c. GAP Analizi
- d. Organizasyonel Yapılanma- Satış, Finans, Üretim
- e. Değer Zinciri Analizi
- f. Kurum Kültürü Analizi

İşletmelerin hemen hemen hepsi SWOT (GZFT) analizini bilirler. Ancak satış ve pazarlama ve yeni ürün geliştirme ile ilgili BCG Matrisini çok az şirketimiz bilir.

BCG Matrisi genel olarak sektörün büyüme hızıyla işletmenin pazar payının karşılaştırıldığı, işletmenin ürün portföyünü göreceli olarak değerlendirmekte kullanılan bir araçtır.

Yöneticiler bu matrisi mevcut ürün portföyünün değerlendirilmesinde, hangi ürüne daha çok ya da daha az yatırım yapılmalı kararı verirken, ürün portföyüne yeni ürün eklerken ve hangi ürün grubundan vazgeçileceği kararı verilirken kullanırlar.



Aynı şekilde Porter'ın beş rekabetçi güç modeli bir o kadar önemli dış çevre analizidir. Aksi takdirde kendimizi rakiplerle aynı kulvarda mücadele ederken buluruz ki, bunun adı da kırmızı okyanustur. Kendi mavi okyanusunuzu yaratmazsanız kazanma şansınız çok azdır.



Gelecek sayımızda bu analizleri irdelemeye ve strateji konusunu sizlere aktarmaya devam edeceğiz. Bütün bu çalışmaların amacı şirketlerimizi sürdürülebilir kılmak ve sağlıklı büyümelerini sağlamaktır.

Unutmayalım ki; ölçülemeyen hiç bir olgu kontrol edilemez.



CGS Center'dan Haberler

Nevşehir'de düzenlenen "Yeni Nesil Patronlar-Ailede Birlik İşletmede Sürdürülebilirlik" panelimizde bu kez babalar ve oğullar buluştu.

Panelimize başarılı iki şirketimiz katılmıştır. Gaziantep'den Ansa Ambalaj A.Ş.'yi temsilen Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Bozoğlu ve Yönetim Kurulu Üyesi ve Genel Müdür Bahadır Bozoğlu panelde görüşlerini belirtmişlerdir. Ayrıca, Ankara'dan FAF Vana A.Ş.'yi temsilen Yönetim Kurulu Başkanı ve Genel Müdür olan Faruk Akpınar, Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Ali Serdaroğlu ve İhracattan Sorumlu Yönetim Kurulu Üyesi Kadir Akpınar katılmıştır.

Panel'de "Aile Şirketlerinde Yönetim Kurulu", "Aile İçi İlişki Yönetimi - Çözüm Odaklı Yaklaşım", "Aile Şirketlerinde Sürdürülebilirlik: Büyük ve Küçük Ölçekli İşletmelerde Kurumsallaşma" ve "Gelecek Nesillere Yönetim Devri" konuları üzerinde durulmuştur.

CGS Center tarafından AKO Grup ikinci kuşak yöneticilere "Tedarik Zinciri Eğitimi" verildi.

Eğitim Doç.Dr. Güner Koç Aytekin tarafından verilmiştir.

Çorum'da Orta Karadeniz Kalkınma Ajansı tarafından düzenlenen programda Dura Makina ve Güven Yem'de mevcut durum tespiti ve çözüm önerileri çalışması yürütüldü.



Sermaye Piyasası'ndan Haberler

Pay Piyasasında Değerlendirme Kriterlerinde Değişiklik Yapıldı

Pay Piyasası'nda işlem gören şirket payları, benzer büyüklük, derinlik ve likidite kriterleri doğrultusunda yeniden gruplandırılmıştır. Bu şekilde oluşturulan yeni pazar yapısında, SPK'nın paylara yönelik ABCD gruplandırma düzenlemesi yürürlükten kalkacaktır. Yeni yapı ile birlikte;

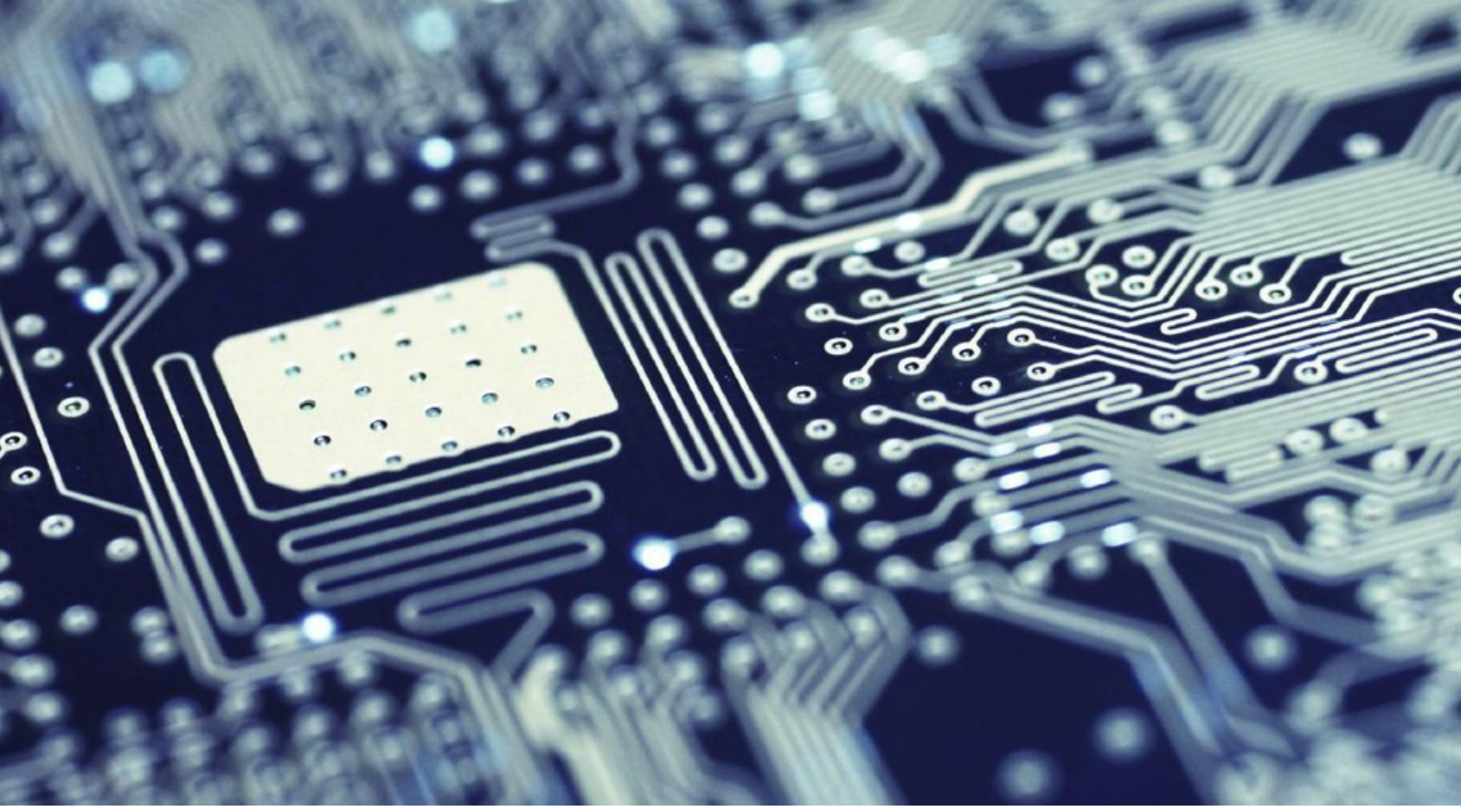
- Yıldız Pazar – **Grup 1, Grup 2**
 - Ana Pazar – **Grup 1, Grup 2**
 - Gelişen İşletmeler Pazarı (GİP)
 - Yakın İzleme Pazarı (YİP)
 - Piyasa Öncesi İşlem Platformu (PÖİP)
 - **Yapılandırılmış Ürünler ve Fon Pazarı (YÜFP)**
 - Nitelikli Yatırımcı İşlem Pazarı (NİYİP)
- şeklinde olacaktır.

Borsada işlem görececek şirketler, aranan halka arz edilen payların asgari piyasa değeri şartı, Yıldız Pazar için 100 milyon TL'den 150 milyon TL'ye, Ana Pazar için 25 milyon TL'den 30 milyon TL şeklinde revize edilmiştir.

Pay Piyasası Yeni Pazar Yapısında Uygulanacak Değerlendirme Kriterleri ve İşlem Esasları 4 Kasım 2019 tarihi itibarıyla yürürlüğe girecek olup, Yıldız Pazar ve ana pazar için işlem görme kriterleri aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Kaynak:

<https://www.borsaistanbul.com/duyurular/2019/10/02/pay-piyasasi-yeni-pazar-yapisinda-uygulanacak-degerlendirme-kriterleri-ve-islem-esaslari>



Teknolojiden Haberler

Alibaba, Kendi Tasarladığı Yapay Zeka Çipini Duyurdu

Alibaba, yapay zeka içeren çip sektörüne hızlı bir giriş yapmıştı. Hanguang 800 isimli yapay zeka çipini de geçtiğimiz çarşamba günü duyurdu. Bu çip kendi kendine öğrenebilme, çıkarımlar yapma ve kendini geliştirme gibi özellikleri barındıran bir sinir işleme birimine (NPU) sahip. Şirket, bu çipin enerji verimliliği yüksek oranda artıracığını iddia ediyor. GPU ve CPU'lar ile karşılaştırıldığında onların donanımının 10'da 1'ine ihtiyaç duyan bu çiplerin, enerji tüketimini de %50 oranında azaltacağını belirten şirket, aynı zamanda gecikmelerin de yarı yarıya azalacağını söylüyor.

Hanguang 800 şu anda şirket tarafından kullanılıyor. Ürün arama, otomatik çeviri ve kişiselleştirilmiş önerilerde kullanılan çipin, 5 dakika içerisinde saatler sürecektir olan görsel arama motoruyla yapılan işleri yapabiliyor. Bu da iş yükünün ciddi oranlarda azalması demek oluyor.

Alibaba, sadece e-ticaret sektörüne odaklanmayıp aynı zamanda bulut bilişim sektöründe de iş yaparak alanını genişletiyor. Geçtiğimiz çeyrek yıl raporuna göre ise şirketin 1,13 milyon dolar kâr ettiği görülüyor.

Kaynak. webtekno.com



Yalın Üretim E-Eğitim Programı

Yalın üretim e-eğitim programında yalın üretim felsefesi başta olmak üzere, yalın üretim ve 6 sigma tekniklerini bulacaksınız.

Programda, yalın üretimin nasıl doğduğu, temelleri, ilkeleri ve israf kavramı ele alınmaktadır. Programı izlemeniz, yalın üretimi bütünüyle anlamanıza, bütünsel olarak işletmenize ne gibi katkıları olacağına ve hangi bölümlerde hangi yöntemlerin uygulanması gerektiğine kolayca karar vermenize yardımcı olacaktır.

Yalın üretim programı, şirketinizdeki yapıyı tekrar gözden geçirmenizi sağlayacaktır. Programı, Türkiye'deki en detaylı yalın üretim e-eğitim programıdır.

Detaylı bilgi için cgscenterbussac.net/cgs-online adresimizi ziyaret edebilirsiniz.

Eğitimin Süresi: Toplam 4,5 Saat

Eğitimin Fiyatı: 550,00TL+KDV

Deneyimlerinizi paylaşın, başarı öykülerinizi, çalışmalarınızı gönderin, yayınlayalım.

Teşekkür Ederiz.

(312) 22 02220
Bağlıca, Ankara
info@cgscenter.org
<http://www.cgscenter.org/>
<http://ailemvesirketim.net/>
<https://cgscenterbussac.net/>