



İnovatif Düşünceye Büyük Hata **SIFIRDAN BAŞLAMAK**

"Bu iyi de şu şekilde çalışsaydı daha iyi olurdu" dediğiniz bir şey varsa, inovatif bir fikriniz var demektir. Var olanı inceleyin ve üstüne koyun.

İnovatif düşünceye sıfırdan başlamak kötü bir fikirdir. Çoğu zaman yenilikçi fikirlerin veya inovasyonların (inovasyon ile yenilik aynı anlamda kullanılsa da tam karşılamaz) bir boşlukta meydana geldiğini sanıyoruz ama kazın ayağı öyle değil.

Doğadan örnek verelim: Bazı uzmanlar kuş tüylerinin sürüngen pullarından geldiğine inanıyor. Evrimle beraber pullar küçük tüylere dönüştü ve ilk başta ısınma ve yalıtma görevi görüyordu. Sonrasında bu yumuşak parçalar uçuş kabiliyeti olan tüylere evrildi. Yani hayvanlar âleminden bir akıllı çıkıp da, "Hadi sıfırdan başlayıp uçabilen hayvanlar yaratalım" demedi.

Uçuş yeteneğinin gelişimi, mevcut işe yarayan fikir veya durumların tekrarlanması ve genişlemesiyle meydana geldi.

İnsan uçuşu da keza benzer bir rotada ilerlemiştir. Modern uçuşun mucitleri genelde Orville veya Wilbur Wright olarak görülür. Ama Otto Lilienthal, Samuel Langley ve Octave Chanute gibi öncü isimleri bilmeyiz. Onların çalışmaları olmasaydı Wright'ı bugün tanıtmıyor olabilirdik. Veya bugün akıllı telefonunuz varsa Iphone veya Samsung firmalarından önce algoritmayı bulan El Harezmi'yi anmamız şarttır. Onun buluşu olmasaydı şu anda bu yazıyı

telefonunuzdan okuyamazdınız. Dünyanın en yaratıcı inovasyonları genelde eski fikirlerin yeni kombinasyonlarıdır. İnovatif akıl yaratmaz, birbirine bağlar. İlerleme kaydetmenin en etkili yolu da aslında bir sistemi yıkıp yepyeni bir şey ortaya koymak değil, zaten çalışan bir şeye ufak da olsa başka bir yenilik katmaktır.

Yani, "Bu iyi de şu şekilde çalışsaydı daha iyi olurdu" dediğiniz bir şey varsa, inovatif bir fikriniz var demektir. Var olanı inceleyin ve üstüne koyun. İnovasyon budur.

Kaynak: www.hangisieniyi.com



SEKTÖREL YENİLİKLER **AKILLI PAKETLEMEDE QR KODDAN SONRA**

International Paper, marka ve ürün bilgilerine ulaşmak için insan vücudunun doğal iletkenliğini kullanan bir kodlama yaklaşımıyla yeni bir teknoloji geliştirmiştir. Özel içeriğin kilidini

açmak için vücudumuzda doğal olarak depolanan elektriği kullanır. Ohmega Powered by Touchcode olarak adlandırılan teknoloji, kullanım kolaylığı ve dijital gizlilik koruması dahil olmak üzere hızlı yanıt (QR) kodlarının ötesinde faydalar sunar.

Aynı zamanda çevre dostudur. International Paper'ın iletken Ohmega Mürekkebinin kullanan marka sahibi, tipik olarak bir iç kapağa, fiber bazlı ambalajlara benzersiz bir kod yazdırır. Paket grafiklerinin bütünlüğünü korumak için mürekkep görünmez ve gizlidir.

Tüketiciler markayla dijital olarak etkileşim kurmak için önce paketten kodlanmış bir kart çıkarır ve ardından marka sahibinin web sitesini veya uygulamasını ziyaret eder. Ardından, yüzü aşağı bakacak şekilde koda telefon ekranlarına dokunurlar. Telefonun tarayıcısı aracılığıyla kuponlar, programlar, yarışmalar, çekilişler ve ürün montaj talimatları gibi

özel içeriklerin kilidi açılır. Kamera gerekmez.

Marka sahipleri, belirli bir tüketicinin neyle ilgilendiğine bağlı olarak, tüketici katılımını izlemek ve ölçmek ve içeriği anında düzenlemek için platformun gösterge tablosunu kullanabilir. Ticari avantajlar arasında, tüketici ilgi alanları ve davranışlarına ilişkin içgörü ile birlikte gelişmiş marka sadakati ve tüketici ilişkileri yer alır.

Ayrıca, Ohmega Powered by Touchcode, sahteciliği, sahtekarlığı ve kimlik avını önleyen güvenli bir platformdur. Ve mürekkep, paketin doğal geri dönüştürülebilirliğine etki etmez.

Kate Bertrand Connolly | Nov 10, 2021



Oluklu Mukavva Hakkında 20 İLGİNÇ GERÇEK

Oluklu mukavvanın tarihinden farklı kullanım alanlarına kadar 20 ilginç bilgiyi sizler için derledik.



1. Sir Malcolm Thornhill, 1817'de İngiltere'de ilk oluklu mukavva kutusunu yaptı.

2. İskoç mucit Robert Gere, fabrikasında binlerce kâğıt zarfı kestiğinde yanlışlıkla katlanan karton kutuları keşfetti.

3. 1840'ta Fransa'da kartonlar popüler hale geldi. Yumurtaları Japonya'ya kadar taşımak için kullanıldılar.

4. Kartonlar artık sadece paketlenme için kullanılmamaktadır. Üreticilerin %70'inden fazlası tüketici ilgisini artırmak için basılı ambalaj kullanıyor.



5. Hemen hemen her tasarım, karton kutulara basılabilir ve herhangi bir şekil veya boyutta kesilip katlanabilen tek ambalaj malzemesidir.

6. Oluklu ambalaj şu anda piyasadaki en çevre dostu ambalaj çözümüdür. Biyolojik olarak parçalanabilir, toksik değildir, geri dönüştürülebilir ve ürünlerin nakliye sırasında daha az yer kaplaması için doğru şekil ve boyutta kesilebilir.

7. Fransa'da bulunan, 'Musee Du Cartonnage et de Imprimerie' tamamen karton ambalaj ve kutulara adanmış bir müzedir.

8. Karton kutular genellikle geri dönüştürülmüş malzemelerden

yapılır, çünkü kutuların yaklaşık %70-80'i geri dönüştürülür.

9. 20. yüzyılın başlarında, kutular ahşap kasaların ve kutuların yerini alarak onları daha hafif ve pratik hale getirdi.

10. 2004 yılında Melbourne mimarı Peter Ryan, oluklu mukavvadan yaşanabilir bir ev tasarladı ve inşa etti.

11. 'Oluklu mukavva' kelimesi aslında "çeşitli güçlerde ağır hizmet kâğıdı" için genel bir terimdir.

12. ABD ve AB'de satılan tüm ürünlerin yaklaşık %80'i kartonlarda paketlenmiştir.

13. Sadece bir ton oluklu mukavvayı geri dönüştürmek 100 litre yağ, 4000kW elektrik, 17 ağaç ve 7000 litre su tasarrufu sağlayacaktır. Bu şaşırtıcı veriler, geri dönüşümün gücünü ve her vatandaş üzerine düşeni yaparsa nasıl birçok doğal kaynaktan tasarruf edebileceğimizi gösteriyor.

14. Karton kutular ve oluklu mukavva, dünyadaki en yüksek geri dönüştürülmüş ambalaj yüzdesine sahiptir. Bu, en çok geri dönüştürülen tür oldukları anlamına gelir ve en popüler paketlenme yöntemi olmalarının bir başka nedenidir.

15. Avrupa Birliği'nde her yıl oluklu mukavvanın %84'ünden fazlası geri



dönüştürülmektedir. Bu, satın aldığınız ve kullandığınız kutuların ve kartonların büyük olasılıkla geri dönüştürüleceği ve büyük olasılıkla geri dönüştürülerek yeniden kullanılacağı anlamına gelir. Çevre için en iyi ambalaj türü olmalarının nedeni budur ve en popüler ambalaj seçimi olmalarının nedeni budur.



16. Oluklu mukavva için üç yıllık ortalama geri kazanım oranı %92,3'tür.

17. Karton kutu 2005 yılında Ulusal Oyuncak Onur Listesi'ne girdi .

18. Meyveler oluklu mukavvada 48 ila 72 saat daha uzun süre taze kalır.

19. Hediye verenlerin %81'i ambalaj tasarımının verdiklerini etkilediğini söylüyor.

20. Bir tahıl kutusu , betondan daha fazla çekme mukavemetine sahiptir.





DEĞİŞİM
YÖNETİMİ

Neslihan
KAROTA

N-SİSTEM Eğitim ve
Danışmanlık Hiz. Tic. Ltd. Şti.

Kelebek etkisi denince herkesin ilk aklına matematikçi, meteorolog ve aynı zamanda Kaos Teorisi'ne katkıları olan Amerikalı Edward Norton Lorenz'in (1917 -2008) verdiği analogi örneği gelir;

"Amazon Ormanları'nda bir kelebeğin kanat çırpması, ABD'de bir fırtınanın kopmasına neden olabilir."

Kelebek etkisi, en basit tanımla, bir sistemin başlangıç verilerinde küçük değişiklikler yapıldığında öngörülemez ve büyük sonuçların doğabilmesi olarak tanımlanmaktadır.

Değişim, verimliliği arttırmak, kazaları önlemek, ürün/hizmet kalitesini iyileştirmek, maliyetleri azaltmak, problemleri çözmek, çevresel etkileri azaltmak, fırsatları değerlendirmek kısaca istenilen her konuda performansı iyileştirmek ile, kuruluş içinde iş yapış biçimlerini yalınlaştırmak, bilgi akışını kolaylaştırmak gibi birçok konuda iyileştirme odaklı yapılan çalışmalardır. Şirketlerin kalıcı olması için geleceği öngörerek değişimleri ve bu değişimleri sistematik bir yaklaşım ile yönetmeleri günümüz şartlarında bir şart haline gelmiştir. Bu nedenle değişimi iyi yönetemeyenler, kendilerini değiştirilmiş olarak bulurlar ya da yok olurlar.

Literatürel anlamda Değişim Yönetimi, kurumsal ve bireysel olarak 2 ayrı şekilde ele alınsa da kurumsal değişimin başarıya ulaşması, çalışanların da bireysel değişime ayak uydurması ile sağlanır. Çalışanların katılımı olmadan, en iyi değişiklikler bile başarısız olmaya mahkumdur. Değişim yönetimi, kurum kültürünün değişen dünyayla uyumlu hale gelmesini sağlayarak, sürdürülebilir bir değer yaratmak yolundaki en büyük adımdır. Günümüzde geleceği öngörebilen, buna kendini hazırlamak için gerekli planlamaları yapan ve değişime ayak uyduran kuruluşlar hayatta kalabilmekte ve sürekli büyümektedirler.

DEĞİŞİM YÖNETİMİ

Değişim yönetimi, kurum kültürünün değişen dünyayla uyumlu hale gelmesini sağlayarak, sürdürülebilir bir değer yaratmak yolundaki en büyük adımdır. Günümüzde geleceği öngörebilen, buna kendini hazırlamak için gerekli planlamaları yapan ve değişime ayak uyduran kuruluşlar hayatta kalabilmekte ve sürekli büyümektedirler.

Kuruluşlarda değişiklik ihtiyacı pek çok sebepten doğabilir; örneğin

- Misyon değişimleri,
- Strateji değişimleri,
- Uygunluk şartları olarak da tanımlanan yasal ve diğer şartlardaki değişiklikler,
- Üretim hatları, makine/ekipman değişiklikleri,
- Yeni bilgi ve iletişim teknolojisi kullanılması,
- Kullanılan yazılımların değişimi, ya da yeni yazılımlar kullanılması,
- İş yapış şekilleri/yöntem değişiklikleri,
- Operasyonların bazılarının dışarıya yaptırılması ile gelen değişiklikler,
- Ürün değişiklikleri,
- Ürün kalitesini etkileyen hammadde/malzeme değişimleri,
- Organizasyonel yapıdaki kritik ve köklü değişiklikler,
- Şirket yapısı değişiklikleri-şirket evlilikleri gibi.

Değişiklik ihtiyacını tespit etmek ve yönetmek genel olarak; şirket üst yönetimi ve süreç sahiplerinin sorumluluğudur.

Tespit edilen değişikliğin iyi yönetilmesi ise kaliteyi, memnun müşteriye, memnun çalışanı, güvenli çalışma ortamını, yasal gerekliliklere uyumu vb. beraberinde getirecektir.

Değişim Yönetimi, iş sonuçlarında önemli farklılıklar yaratacak girişimleri bir proje gibi yöneterek değişimin sonuçlarını ve süreçlere olan etkilerini tasarlayarak, uygulama sanatıdır. Değişim yönetiminde gerekli planlama ve faaliyetlerin seviyesi; kuruluşun büyüklüğü, süreçlerin karmaşıklığı, değişimde rol alacak kişilerin yeterliliği ve farkındalığı ve değişimin potansiyel sonuçlarına bağlı olarak değişebilmekle birlikte, genel olarak aşağıdaki 7 adımın uygulanması uygun olacaktır:

Değişiklik ihtiyacını
tespit etmek ve
yönetmek genel
olarak; şirket üst
yönetimi ve süreç
sahiplerinin
sorumluluğudur.

1. Değişim İhtiyacının ve Amacının Belirlenmesi
 2. Yetki ve sorumluluklar, zaman, finansal ve diğer kaynakları içerecek şekilde Değişim Planı'nın Hazırlanması
 3. İletişim Planının kurum içindeki ilgili kişiler, müşteriler, tedarikçiler ve diğer tarafları da dikkate alarak Hazırlanması
 4. Risk/Fırsat Yönetimi yaklaşımı ile Değişimin Sonuçlarının ve Etkilerinin Planlanması
 5. Değişim süreci ve sonrası için ihtiyaç duyulan yetkinliklerin, Organizasyonel Değişikliklerin Planlanması
 6. Değişikliğin Uygulanması, Devreye Alınması
 7. Gerçekleşen Değişikliğin planlanan şekilde yürütüldüğünün Kontrolünün Sağlanması ve Etkinliğinin Değerlendirilmesi
- Yaşamımızı kökten değiştiren, beden gücünden makinelerle geçiş simgeleyen ilk sanayi devrimi olan Endüstri 1.0'dan, üretimin önemli bir bölümünün insansız teknolojiler ile gerçekleşmesini ifade eden Endüstri 5.0'a geçişte değişimin aşamalı olarak ne kadar hızlı gerçekleştiğine hep birlikte şahit olmaktadır.
- Bu vesile ile tüm Çukurova Kağıt ve Ambalaj Grubu'nun yeni yılını kutlar, 2022 de hayatımıza ama planlayarak ama şartlar gerektirdiği için gelen değişikliklerin sistematik bir şekilde yönetilip, hızlıca içselleştirildiği bir yıl olmasını dilerim.



AYIN
KONUĞU



Pınar
TÜRKMEN

Tekfen Tarımsal Araştırma
Üretim ve Pazarlama A.Ş.
Dijital Tarım Dönüşüm ve İnovasyon Lideri

İnovasyon Gazetesi'nin bu ayki sayısında Tekfen Tarımsal Araştırma Üretim ve Pazarlama A.Ş. Dijital Tarım Dönüşüm ve İnovasyon Lideri sayın Pınar Türkmen ile inovasyon üzerine keyifli bir sohbet gerçekleştirdik.

İnovasyon Üzerine

Küreselleşen dünyada yaşanan belirsizlikler, ekonomik sorunlar ve Covid-19 pandemisi tüm ülkeleri etkisi altına alırken kurumlar ayakta kalmakta zorlanıyor, insanlar gelecek endişesi yaşıyor. Bu endişelere iklim krizi, sektörel sorunlar gibi zorluklar eklendiğinde herkesin yenilik yapma cesareti kırılabilir. Bunların yaşanması çok doğal fakat doğal olmayan bir şey varsa o da "İnovasyonun gereksiz görülmesi". İnovasyon, rekabet ve sürekli gelişim için her zaman gerekli olmakla birlikte değişimlere hazır olabilmek krizleri fırsata dönüştürmek için en önemli stratejik araçlardan bir tanesi. Bunun farkında olup inovasyon yönetimini çok iyi bir şekilde hayata geçiren kurumlar fark yaratmakta ve geleceğe hazır olabilmektedir.

İnovasyon kültürünü oluşturabilmiş bir kurum, çalışanlarının farklı düşünme, problem çözme, gelişim odaklı ve inovatif yetkinliklerinin güçlenmesi ile yaşanan her türlü değişim ve zorluklara hızlı yaratıcı çözümler üretebilmektedir. İnovasyon kültürü çalışanların sorunları ve fırsatları görmesini, araştırmasını, sorgulamasını, yenilikçi çözüm üretmesini ve değer yaratmasını besler. Vizyoner liderlik ile çalışanları mutlu olan rekabetçi ve en iyi sonuçlara ulaşan bir yapı ve kültür sağlar. İnovasyonlar fikirlerden doğar. Aykırı ve gülünç fikirler değerlidir. Ham fikirler

"İnovasyonlar fikirlerden doğar. Aykırı ve gülünç fikirler değerlidir. Ham fikirler geliştirilir ve ilk fikirden çok daha farklı bir versiyona dönüştürülerek potansiyeli yüksek seviyelere ulaştırılabilir."



Pınar **TÜRKMEN**

geliştirilir ve ilk fikirden çok daha farklı bir versiyona dönüştürülerek potansiyeli yüksek seviyelere ulaştırılabilir. Ancak, fikir üretmemek, gelişime kapalı olmak, yenilik ve değişim çabalarına engel olmak veya yavaşlatmak, herhangi bir katkı sağlamamak çalışanlarda kararsızlığa, taraf tutma durumuna ve kurumların rekabet avantajı sağlayabilecek fırsatları kaçırmalarına neden olur.

Bir fikrin neden yapılamayacağına ve nasıl olamayacağına dair çoğu kişi kolaylıkla birden fazla neden sunabiliyor. Fakat çok az kişi "Nasıl yapılabilir? Neden yapılmalı? Neler sağlarız? Nasıl daha iyi yapabilir, riskleri minimize ederiz? Kimlerle yapabiliriz" gibi cevapları arıyor ve çözüm üretiyor. Bu tarz düşünme yeteneği gelişmiş kişiler daha yenilikçi, çözüm odaklı yapıları ile inovasyon elçileri olmaya en uygun adaylar. Ancak onlarla birlikte inovatif fikirlerin hayata geçirilmesi mümkün olmaktadır.



Bir fikrin hayat bulması mutlaka zaman ve çaba gerektirir. Kimi zaman kısa vadede hızlı sonuçlar almak mümkün iken kimi zaman ise orta ve uzun vadede sonuç alınabilmektedir. Stratejilere göre inovasyon portföyünde

proje dağılımlarının dengeli bir şekilde olması sürecin devamlılığı için önemlidir.

İnovasyon, çalışanların gelişmelerine fırsat tanıyan, fikirlerine değer veren, inisiyatif kullandırıp liderliği geliştiren, hatayı tolere eden, başarıyı ödüllendiren bir sistem ve kültür oluşturulur. Böylece motivasyon ve işe bağlılığı artırır. Bu nedenle çalışanlar daha kolay uyum sağlar. Fakat orta düzey yönetimde ise inovasyona karşı bir direnç vardır. İnovasyon dünyasında orta düzey yönetim direnci inovasyon kültürünün gelişmesine en büyük engellerden biri olarak tanımlanmaktadır. Orta düzey yönetimde bilinen yoldan gitmek, mevcut işlerin devamlılığını sağlamak, sadece sorumlu olduğu alana önem vermek, yeni liderlerin oluşmasını engellemek, geleceği planlamadan kısa vadeli olarak günü planlamak daha cazip gelebilmektedir. Burada üst yönetimin desteği ve vizyoner liderlerle yeterli kaynak ile ortak hedefler belirlenerek çözüm yoluna gidilebilir. Tüm bu zorluklarla başa çıkıp fikirleri hayata geçirebilmek kurumları inovasyonlara ulaştıran en önemli deneyim yolculuğu oluyor.

Sonuç olarak inovasyon yapabilmek, kurum kültürünü bu yönde geliştirmek ve sistemi sürdürülebilir kılmak büyük bir sabır ve emek gerektiriyor. Bir filozofun dediği gibi "İnovasyon kan ve gözyaşı demektir". Ne kadar zorluklar çıkarsa çıksın bunların üstesinden gelen, çözümler üretebilen kurum ve kişiler geleceğe daha sağlam adımlarla ilerlemektedir.