

FABRİKAMIZDA İYİ UYGULAMA ÖRNEĞİ



Ekim ayında gerçekleşen nişasta mutfağı ile ilgili projemizin fikir sahibi Oluklu Formenimiz **Ali Özen**'dir. Proje yürütücüsü, **Hikmet Murat Tezcan** ve ekip üyeleri **Hasan Soyugüzel** ve **Kaplan Karadamar**'dan oluşmaktadır.

Proje; Nişasta mutfağımızdan nişasta üretime özel ve normal hat olmak üzere 2 ayrı bölümden iletilmektedir, bu çalışma ile normal hattın pompası arıza yaptığında, normal hattın nişastasını özel hattın pompası ile üretime gönderilmektedir. Böylece pompa kaynaklı sorunlarda üretimi durdurmak yerine, bu şekilde çalışmaya devam edilmektedir.

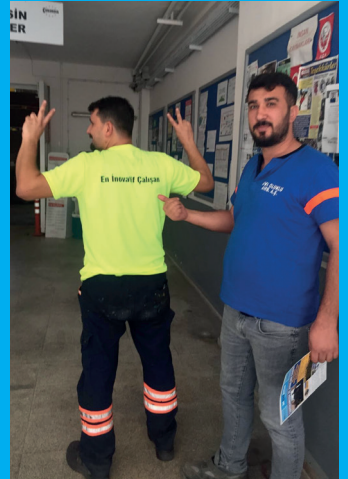
FİKİRLERİNİZE DEĞER VERİYORUZ



Fabrikamız "Fikir Yönetim Sistemi" kapsamında gelen fikirleri değerlendirmeye devam ediyoruz.

Mürekkep mutfağında çalışan arkadaşımız **Cumali Güleşçi**, yılın 3. diliminde en çok fikir veren çalışan olmuştur.

Fikir yönetim sistemine katkılarından dolayı Cumali arkadaşımıza çok teşekkür ediyoruz.



BİR UZMAN
GÖZÜYLE

**Ceyda Aşkun
MİSİRLİOĞLU**
Danışman - Mentor

SEKTÖREL YENİLİKLER

Kellogg's, Avrupa genelinde görme engelliler için erişilebilir paketler sunuyor.

Kellogg's UK kısa süre önce, başarılı bir denemenin ardından, görmeyen ve kısmen gören kişilerin erişebilmesi için Avrupa'ya bağlı tüm tahıl kutularına yeni akıllı paketleme teknolojisinin kalıcı olarak ekleneceğini duyurdu.

Alerjen ayrıntıları gibi gıda ambalajlarına ilişkin önemli bilgiler, genellikle görmeyen veya kısmen gören kişilerin okuması zor olan bir

yazı tipiyle yazılabilir. Yeni kutular, akıllı telefonun paket üzerindeki kodu kolayca algılamasını ve alışveriş yapanlara etiket bilgilerinin aktarılmasını sağlayacak. Teknoloji, akıllı telefonların paket üzerindeki kodu 3 metreye kadar mesafeden almasına olanak tanır. Daha sonra telefonu uyarır ve alışveriş yapan kişi, içerik, alerjen ve geri dönüşüm bilgilerinin kendisine yüksek sesle

okunmasını ve erişilebilirlik araçlarını kullanarak cihazlarında okumasını seçebilir.



Eski Köye YENİ ADET

İnovasyonda “eski köye yeni adet getirmeme” anlayışının hâkim olduğu yerlerde yeni fikirler pek tutmaz. Çünkü her şeyi en iyisini yine biz biliriz. Yeni yetme bir mühendis nereden bilecek ki 40 yıldır yaptığınız işi. Ar-Ge & İnovasyon birbirlerini pozitif yönde etkileyen kavramlardır. Ar&Ge’de geri kalmamız inovasyonu da olumsuz etkilemektedir.

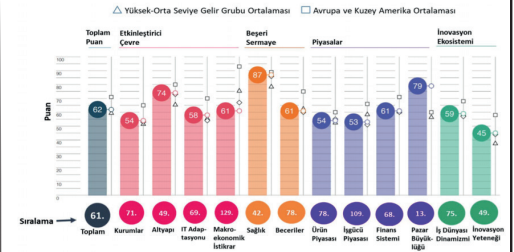
İnovasyon faaliyetlerine ayıracak çok fazla kaynağımız yoktur. Ülkemizin teşvik sistemi gelişmiş olmasına karşın inovasyon projeleri yeterince anlaşılamamakta, hibe alamamaktadır. Bu konuda destek veren kuruluşların biraz daha aktif olması yararlı olacaktır. Kurumlarımızda tepe yöneticiler genellikle kendileri ile aynı düşünceyi paylaşan kişilerle çalışırlar.

Hemen herkes aynı kafada olunca farklı bir düşünce ortaya çıkmaz, patron/müdür ne derse o olur. Eleştirel düşünceyi hafta severiz ama özde uygulamayız, işimize gelmez. Bu durum işletme

İNOVASYONUN ÖNÜNDEKİ ENGELLER

Personel uzun zaman aynı işyerinde çalışmanın getirdiği monotonluk ve beklentilerinin karşılanmaması nedeniyle maalesef işini kolaylaştırıcı (Süreç inovasyonu) ya da ürünle ilgili inovasyon yapma fikrinden uzaklaşmaktadır.

körlüğü dediğimiz kavram ile de yakından ilintilidir. Eğitim sistemimiz test çözme makineleri yetiştirdiğinden beynin sağ bölümünü kullanan hayal gücü yüksek mucitlerimizin sayısı azdır. Eğitim eğitim eğitim! Parlak zeki öğrencilerimizin önemli bir çoğunluğu gelecekte iş kaygısı yaşamamak için üniversitelerde garanti meslekleri tercih ederler. Kendi istekleri çoğunlukla ikinci planda kalır. Bugün üniversite sınavlarında ilk 1000’e giren öğrencilerin önemli bir bölümü tıp yazmaktadır. Bu tercih önemli oranda gelecekteki gelir beklentisiyle ilgilidir. Nitekim haksız da sayılmazlar. Bugün yeni mühendislerin neredeyse asgari ücret ile işe başladığı düşünülürse öğrenciler doğru bir seçim yapıyor diyebilir miyiz? Tüketici alışkanlıklarını değiştirmek yeni kuşaklar için olmasa bile eskiler için zordur. Bu da ürün hizmetlerin yerinde sayması demektir. Çalışan personelin işe tam kendini adayamaması ve bunun getirdiği verilen



iş yaparım gerisi beni ilgilendirmez düşüncesi. Personel uzun zaman aynı işyerinde çalışmanın getirdiği monotonluk ve beklentilerinin karşılanmaması nedeniyle maalesef işini kolaylaştırıcı (Süreç inovasyonu) ya da ürünle ilgili inovasyon yapma fikrinden uzaklaşmaktadır.

Ar-Ge ve teknolojiye-bilimde geri kalmış olabiliriz, sanayi devrimine ayak uyduramamış olabiliriz, kısır siyasi iç çekişmelerle çok vakit kaybetmiş olabiliriz. İşte bütün bu «ahval ve şerait içinde dahi vazifen...

ESKİ KÖYE YENİ ADET GETİRMEKTİR...



BİR GÖRÜŞ

Nadir GÖKAY
Grafik Tasarım

Sanırım 1987 yılının Eylül ayıydı. Eylül ayı olmasını, babamın ceketinin içine giydiği bordo T-Shirtten hatırlıyorum. Eve gelip, “ceket giyince sıcak oluyor giymeyince üşüyorum” demesi hala aklımda. Yıl 2021 dertler aynı. Babam büyük bir gururla salonun ortasına bir kutu koydu ve kenara çekildi. “Açın bakalım” dedi. Pandoranın kutusu açılıyor, içinde ne olduğuna dair en ufak bir fikrimiz olmadan kutunun üzerindeki bantları heyecanla yırtıyorduk. Gözlerimize inanamamıştık; babamsa muzaffer bir komutan edasıyla çayından bir yudum alıp ağabeyime döndü ve dedi ki: “**Hadi bakalım kurun şu televizyonu da izleyelim**”.

Kılıçık antenimizi taktırdık, yükselticimizi bağladık ve İTT Schaub Lorenz marka, 51 ekran, 8 kanallı, kanal ayarlama çubuklu, tüplü televizyonumuzu açtık. 2 kanaldan birisi olan TRT-2 kanalında Perihan Abla dizisi vardı.

Keyifle izledik. Ertesi gün babam boşta karıncalı yayın yapan 6 kanalı düşünerek: “**8 kanala ne gerek var ki, zaten 2 tane kanal var toplamda. Ne gereksiz işler bunlar**” demişti. “Baba” demiştim, “**Belki ileride başka kanallar da olur**”. Döndü dedi ki: “**Sebepten? Niye başka kanallar olsun ki, işte yeter bu**”. Babama inat teknoloji hızla ilerliyordu. Artık kanal sayısı artmaya “siz yerinizden kalkmayın, televizyonunuzu oturduğunuz yerden kontrol edin” diye uzaktan kumandalar çıkmaya başlamıştı. Teknoloji yakından takip eden (!) babamsa hemen uzaktan kumanda kitini televizyonumuza taktırmıştı. Ama düşüncesi hala aynıydı. “**Ee... Taktırdık da, ne gerek var. Zaten toplamda 8-10 kanal var**”.

Yıl 2021. RTÜK verilerine göre ulusal ve yerel bazda; kablolu ve uydudan yayın yapan 872 lisanslı televizyon kanalı var. Televizyonlarımız

artık 16K, USB, HDMI, Bluetooth girişi, her türlü IP TV erişimine uygun halde. İzleyici artık kendisine verileni değil istediği içeriğe istediği zaman erişebiliyor hem de kaldığı yerden devam edebiliyor. Televizyon dediğiniz şey artık size “şah damarınız kadar yakın”.

1903 yılında Wright Kardeşlerin ilk uçağı, 1928 yılında bulunan Penisilin ya da 1950 yılında “kullanım amacını arayan icat” olarak alay konusu olan Lazer doğru ellerle ve inovatif bakış açısıyla yoğunlaşmayı patenti alınan ama raflarda toz içinde kalan birer isimden öteye gidemeyecekti.

Teknoloji, süreklilik, sürdürülebilirlik gibi kavramlar ve birim zamanda üretimin önemi arttıkça inovasyona direnen ve görmezden gelenlerin “raflarda toz içinde kalacağı” gün gibi ortada.

İNOVASYONA DİRENEN ADAM:

BABAM



HAYAT SAYISIZ RENK TAŞIR İÇİNDE

Renklerin; hayatımıza, alışkanlıklarımıza, düşünme biçimimize ve yaratıcılığımıza sayısız etkisi olduğunu söylesek...

F. Kaan
BAYHAN

ACC-Yönetici-Takım Koçu (ICF)
Kurumsal Eğitimci/Kariyer Danışmanı
Access Bars ve Kozmik Enerji Uzmanı.
Ramada Plaza İzmir By Wyndham İzmir GM

Okuduğumuz her kitapta, tanıdığımız her insanda, gördüğümüz her şehirde, baktığımız gökyüzünde, yediğimiz her yemekte ya da bir renk ya da bir mana buluruz. Kimisi bembeyaz bir iz bırakır zihnimizde, kimisi oldukça siyahtır ama muhakkak her şeyin bir rengi vardır. Bir zamanlar sadece sevildikleri için seçilen renklerin bireylerdeki psikolojik etkileri üzerine yapılan bilimsel araştırmalara göre, renkler kişinin psikolojik ve sosyolojik durumu ya da karakteri hakkında ciddi ipuçları verebilmektedir.

Yaratıcı, Mutlu, Coşkulu Sarı!

Son derece dikkat çekici, zekanın, aklın, bilginin ve keyfin rengidir.

Sarı renk psikolojisi, umut, mutluluk, neşe ve eğlence sunan, canlandırıcı ve aydınlatıcı, göz kamaştırıcı en parlak ışık huzmesidir. Beynin bilgi birikiminden ve zekadan sorumlu olan kısımlarını mükemmel bir şekilde uyarır.

Zor bir sorunu çözemiyorsanız veya birçok şeyi hatırlamak istiyorsanız sarı elbiseler giyin, kendinizi bu renge sarın.

Sarı karakterdeki kişiler ise özgür ruhu ortaya koyar. Eğlenmeyi ve eğlendirmeyi çok severler. Genellikle insanları motive eden kişilerdir. Yaratıcılıklarını kullanacakları eğlence sektöründe yer alabilir, iletişim alanında insanlarla kolayca bağ kurabilir, sezgilerini ve deneyimlerini iş dünyasındaki adaptasyon süreçlerinde kullanabilirler. Fakat sarı renginin ilgi çekiciliği kalıcı değil, bir anlık kısa süre etkidir. Bu yüzden büyük firmalar sarı rengini logosunda kullanmak istemezler.

Doğal, Sağlıklı Yeşil!

Belki de hayatın en anlamlı rengidir. Yeşil karakterli kişiler sorumluluk üstlenmekten ve risk almaktan hoşlanmayan kişilerdir. En çok motivasyona bu kişiliklerin ihtiyacı vardır. Barışçıl, planlamacı ve organizasyonel bir yapının içinde yer alabilir. Takımlarına uyumlu bir çalışma biçimi benimserler, dağınıklık onlara göre değildir ve çalışma ortamlarının düzenliliğini kendileri sağlarlar. Kimi insanlar da hayatta bu renk gibidir işte. Değişik versiyonlarıyla hayatımıza anlam katarlar. Hep bizleri mutlu etmeye uğraşırlar. O mutluluk ki, hiç bitmesin o renk hiç solmasın isteriz.

Heyecan Verici, Cesur, Güçlü, Tutkulu Kırmızı! Asaleti, soyu-sopu, değer vermeyi açıklar. Kırmızı her ortama hayat enerjisi verir.

Sevgililer gününde tüm şehrin sokaklarının kırmızı balonlarla dolmasının sebebi de aşkı, tutkuyu ve dinamizmi ortaya çıkarmasıdır. Kırmızı karakterli kişiler, baskın ve lider sınıf kadrosunun içinde yer alır. Zorlayıcı ortamlarda konuya egemen olma davranışını benimser. "Zorluklara rağmen" başarmayı sever ve motivasyonunu başarma duygusunun verdiği hazdan alır.

Güven, Sadık, Barışçıl, Zeki Mavi!

Belki denizin belki de gökyüzünün rengi olduğu için ne zaman huzur, dinginlik, sakinlik ve özgürlük aransa akıllara mavilikler gelir. Mavi rengin beyni uyardığı, dolayısıyla para ve iyi şans getirdiği söylenir. Sezgiyi geliştirir ve mevcut zor durumlardan daha hızlı bir çıkış yolu bulmaya yardımcı olur. Ayrıca mavi rengin strese iyi geldiği de bilinir. Bu nedenle iş hayatında yoruluyorsanız ya da odanızda çalışırken strese giriyorsanız dekorasyonunuzu mavi renklerden oluşturabilirsiniz. Bu sayede daima sakin ve huzurlu kalabilirsiniz...

Mavi karaktere sahip kişiler; kurallara bağlı, disiplinli, mantıklı ve uyumlu bir yapının içinde yer alırlar.

Daima kurallara uymaktan yanadırlar. O yüzden bu karakterdeki birini motive etmek istiyorsanız işi ayrıntıları ile planlı ve programlı bir şekilde anlatmalısınız. Onlara işi mükemmel ve düz gün bir şekilde yapacakları hissini vermelisiniz. Çünkü biraz karamsar kişilerdir ve riskleri önceden görürler.

Temizlik, Saflık, Ferahlık Beyaz!

Hayatın her alanında saflık ve temizliği ifade eder. Tertemiz duyguların, saflığın, düzenin simgesidir. Öyle insanlar tanımıyor muyuz, karıncayı bile incitmekten ürkecek kadar çekingen ve bir o kadar da saf, temiz, masum?

Beyaz rengini kıyafet seçiminizde kullanarak karşı tarafın bilinçaltına iyi bir insan olduğunuz mesajını verebilirsiniz. Doktorlar da beyaz önlük giyerek hastaların rahatlamasını sağlamaya çalışır.

Prestij, Otorite, Zarif, Entelektüel Siyah!

Resmîyettir, kimliktir, kararlılığı da ifade eder, asilliği vardır. Siyah sadece kötü zamanlarda giyilmemektedir.

Bu bir stil standardıdır, önemli bir şeyin başlangıcını sembolize eden güçlü bir renktir. Onsuz hayat kurnasız, düzensiz yaşamak olur. İşte kimi insanlar vardır ki böyle ciddi, düzenli ve kurallı yaşamayı seçerler. Siyah genellikle kendine

güvenen, kendi yolunu çizerek ilerleyen kişilerin rengidir. Bazen dersiniz ki, bu insan olmadan hayat olmaz. Bu şehvetli bir renk, bu yüzden siyah giysiler romantik toplantılar ve dinlendirici tarihler için uygundur. Kırmızı ve siyahın birlikte kullanılması durumunda insan aurası üzerinde iyi bir etkisi olduğunu unutmayın.

Kahverengi! Hayatın zorluklarına benzetirim.

Kahverengi denildiğinde akla ağaç ve toprak gelir. Psikolojide ise kahverengi sağlamlık, güçlülük ve güven vermeyi ifade eder. İkili ilişkilerde özellikle ilk tanışmada kahverengi kıyafetlerin tercih edilmesi karşı tarafa güçlü olduğunu düşündürür. Kahverenginin psikolojik anlamlarının yanı sıra moda dünyasında da anlamı vardır. Kıyafet ve çanta seçiminde özellikle düşük bütçe ile kaliteli alışveriş yapmak ve zengin duruş sergilemek istiyorsanız kesinlikle kahverengi seçimlerde bulunmalısınız.

Eğlenceli, Maceracı, Başarılı, Sosyal Turuncu!

Turuncu, renklerin içinde en çok enerji hissettirenlerden bir tanesidir. Dikkat çekiciliği ile tercih edilen bu renk, insanın içinin kıpır kıpır olmasını sağlar. Özellikle yaz aylarında kıyafet seçiminde sıklıkla tercih edilen turuncu, kırmızıdan sonraki en sıcak tondur. Dekorasyonda turuncu renginin kullanılması ortama neşe ve enerji katar. Turuncu rengini seven kişiler hareketli ve dışa dönüktür. Genel olarak girdikleri her yere uyum sağlayarak gözde haline gelirler.

Hayalperest, Asil, Hırslı, Bilge Mor!

Mor rengi ile ilgili bilmeniz gereken ilk şey, zekilerin rengi olduğu. Evet yanlış duymadınız! Yapılan araştırmalara göre mor zeki kişilerin en sevdiği renk. Mor renginin bir de asalet ile doğrudan ilişkisi vardır. Zenginlerin tercihi olan mor renginin lüks hayatı da simgelediği bilinir. En sevdiği rengin mor olduğunu söyleyen kişiler duygusal ve romantik kimselerdir.

Hayatınız renklerle dolsun, çevrenizde renkli ve aynı zamanda önemli insanlar olsun.

Ve insanlara renkli kişiliğinizi tanıtmaları için bir sebep verin... Güçlü ama çok güçlü olsun... Unutmayın!

"Her medeniyet çöküş sebeplerini kendi içinde taşır." – Cemil Meriç



AYIN
KONUĞU



Müjgan
ÇETİN

İnovasyon Yönetimi Danışmanı
Türkiye İnovasyon Yönetimi Ayna Komite Başkanı

İnovasyon Gazetesi'nin bu ayki sayısında İnovasyon Yönetimi Danışmanı, Türkiye İnovasyon Yönetimi Ayna Komite Başkanı Sayın Müjgan Çetin ile inovasyon ve verimliliği konuştuk.

Verimlilik ve İnovasyon

İnovasyon sadece ürün ve hizmette veya iş modelinde uygulanan yenilikler olmayıp, süreçlerde de sağladığı farklılıklar ile yaşama değer katan bir kavramdır. Güncel tanımı ile, İnovasyon yenilik ve değer birliğinde gerçekleşmesidir. Bu yenilik; ürün, hizmet, süreç, model, yöntem vb olabilir. İnovasyon ile ortaya çıkan değer; finansal olabileceği gibi finansal olmayan (tasarruf, verimlilik, sürdürülebilirlik, memnuniyet, yüreklendirme, deneyim, güven) konularda da gerçekleştirilebilir. Pandemi sonrası değişen hayatımıza sürdürülebilirlik ve verimlilik anlamında değer katacak önemli bir İnovasyon çeşidi de süreç inovasyonudur. Süreç inovasyonu, iş süreçlerinin daha iyi sonuç alabilecek şekilde yenilenmesidir. Süreç inovasyonları verimliliği arttırmaya, maliyetleri azaltmaya, teslimat veya üretim sürelerini kısaltmaya odaklanmışlardır. Daha önce bilinen yollar yerine, daha kestirme ve daha az enerji-maliyet, daha hızlı teslimat süreleri, daha çok kaynak verimliliğini amaçlayan keçi yollarına sapılmasıdır.

Son yıllarda hayatımıza giren 4. Sanayi Devriminin getirdiği yeniliklerle digitalleşme akımının da devam etmesi, verimlilik ve İnovasyon kavramlarını daha önemli hale getirmiştir. Ancak; süreç inovasyonu; 2000 li yıllar ile hayatımıza giren Re-engineering, Yalın üretim, KAİZEN, 6 Sigma, Toplam Kalite ve Mükemmeliyet modelleriyle karıştırılmaktadır. Süreç iyileştirme projelerinden süreç inovasyonun temel farkı; rekabette fark yaratacak yenilikçi stratejik alan ve hedeflere odaklanmasıdır. Kuruluşun rekabette tıkanıp noktalar belirlenerek,

“Pandemi sonrası; oluklu mukavva üretiminde çevreyi ve doğayı korumanın önemi artmıştır. İnsanlık; küresel salgının yarattığı sağlık sorunlarını aşmaya çalışır iken, küresel ısınmanın yıkıcı sonuçları ile yüzleşmek zorunda kalmıştır.”



Müjgan ÇETİN

yeniden-çarpıcı-radikal çözümlerdeki farklılıklar ile kuruluşun verimlilik ve etkinlik sonuçları sürdürülebilir şekilde geliştirilmesidir.

Süreç inovasyonlarının mevcut iyileştirme ve geliştirme çalışmalarından temel farkı; süreçteki kullanılan metodlar, araçlar ve yöntemler ile kullanılan teknolojilerden muhakak birinin yeni olmasıdır. Tekniklerde, yaklaşımlarda, ekipmanda ve/veya yazılımda önemli değişiklikler içerir. Yepyeni bir süreç de olabilir. Süreç inovasyonu, iş süreçlerinin daha iyi sonuç alabilecek şekilde yenilenmesidir. Sürekli iyileştirme ve geliştirme çalışmalarının hepsi; ürün veya süreçlerdeki MEVCUT performansı, kaliteyi geliştirmek, daha iyi duruma gelmek için yapılır. Mevcut ürünlere ilişkin süreçleri kapsar. Mevcut yaklaşım, metodlar ve çözümler kullanılarak yapılır. Mevcut hedef kitlenin memnuniyetini sağlamak ve arttırmak için harekete geçilir. Süreç İnovasyonunda ise; temelde odaklanılan konu, inovasyon ile elde edilecek değer gerçekleştirilmesidir.



Mevcut hedef kitlenin ifade ettiği ihtiyaçlarına ek olarak, ifade edilmeyen ihtiyaçların yarattığı problemleri çözmeye ve değer yaratmaya ya da yeni bir pazara yönelik yeni ve radikal yenilikler sunmaya odaklanır. Süreç inovasyonu, radikal olabileceği gibi arttırımsal da olur. Radikal süreç inovasyonu, daha büyük belirsizlik ve risk (pazar, düzenlemeler, mevzuat, teknoloji, organizasyon,

kaynaklar) içerir, daha önce var olmayan bir süreç-model geliştirmeye odaklanır. Pandemi sonrası; oluklu mukavva üretiminde çevreyi ve doğayı korumanın önemi artmıştır. İnsanlık; küresel salgının yarattığı sağlık sorunlarını aşmaya çalışır iken, küresel ısınmanın yıkıcı sonuçları ile yüzleşmek zorunda kalmıştır. Tüketicilerin sağlık, hijyen hassasiyetleri ve erişim kısıtları nedeni ile elektronik ticaretin yaygınlaşması, kalabalık şehirler yerine doğaya yakın ve sakin yerleşim yerlerine taşınmasıyla yeni fırsatlar ortaya çıkmıştır. Ayrıca, küresel ticaretteki lojistik kısıtları da ürünlerin arz zincirindeki akışının değiştirmiştir. Büyük verinin önemi ortaya çıkmış, yapay zeka uygulamaları artmıştır. Artan maliyetler ve işsizlik yanında ekonomik zorluklar büyümüştür. Bütün bu yeni eğilimler, oluklu mukavva üretimine de önemli İnovasyon fırsatları sunmaktadır. Kuruluşların uzun yıllardır sürdürdüğü üretimde verimlilik ve kalite iyileştirme çalışmalarının önemi bir kez daha kendini hissettirmiştir. Ancak, mevcut üretim süreçlerinde sürekli iyileştirme çalışmaları zorunlu olmakla birlikte artık yeterli olmamaktadır. Bu sebeple, sadece üretim süreçlerine odaklanmak yerine, siparişten sevkiyata bütünsel arz zinciri sürecinin, yenilikçi yaklaşımlar ve teknolojilerle süreç inovasyonu çalışmaları yapılarak yeniden tasarlanması, hayata geçirilmesi önem arz etmektedir. Böylece pandemi sonrası tüketicinin değişen eğilimleriyle ortaya çıkan yeni ihtiyaçları karşılanarak değer yaratabilecek süreç inovasyonu ile verimlilik ve etkinlik sonuçları fark yaratıcı biçimde artacaktır.

Yaşamı ve doğamızı koruyacak, sürdürülebilirlik ilkelerine uygun şekilde sürekli gelişmemize olanak sağlayacak süreç inovasyonu çalışmalarınızda başarılar dilerim.