



Dijital Gelecek:

“İnsansız Fabrika”

Tolga Yücel

BURSA'NIN KLİŞELERİ:

- Katma değerli üretim yapmalıyız.
- Kurumsallaşma olmalı, aile şirketleri kurumsallaşmalı.
- Markalar çıkarmalıyız, tekstilden moda, akıllı kumaşlara geçmeliyiz.
- Üniversite-sanayi işbirliği çok önemli ve sonuçlar üretmeli.
- Teknoloji bölgemizde AR-GE ve inovasyon çalışmaları yapılmalı.
- Bu yılı İnovasyon Yılı ilan ettik.
- Bursa marka bir şehir, hatta dünya markası....
- Bursa, Türkiye'nin en fazla ihracat yapan 2. kenti...
- Bursa'dan birçok ulusal marka çıkmıştır.
- Türkiye'nin, belki de dünyanın en fazla OSB'si olan kenti Bursa'dır.

BURSA HOLDİNG A.Ş.
(Ortalama 2014 Dolar Kuru 2,25)
YAKLAŞIK

2014 YILI CİROSU (İç ve Dış)

30 MİLYAR DOLAR

FORTUNE 500

102. PHILIP MORRIS INTERNATIONAL

29.767.000.000 \$ (82.500 ÇALIŞAN)

103. BURSA HOLDİNG A.Ş.

29.255.000.000 \$ (127.327 ÇALIŞAN)

TOFAŞ, OYAK RENAULT, BOSCH

8.8 MİLYAR DOLAR (18.720 ÇALIŞAN)

İHRACAT TOPLAM (\$)

6.1 MİLYAR DOLAR (2014)

BURSA TOPLAM İHRACAT (\$)

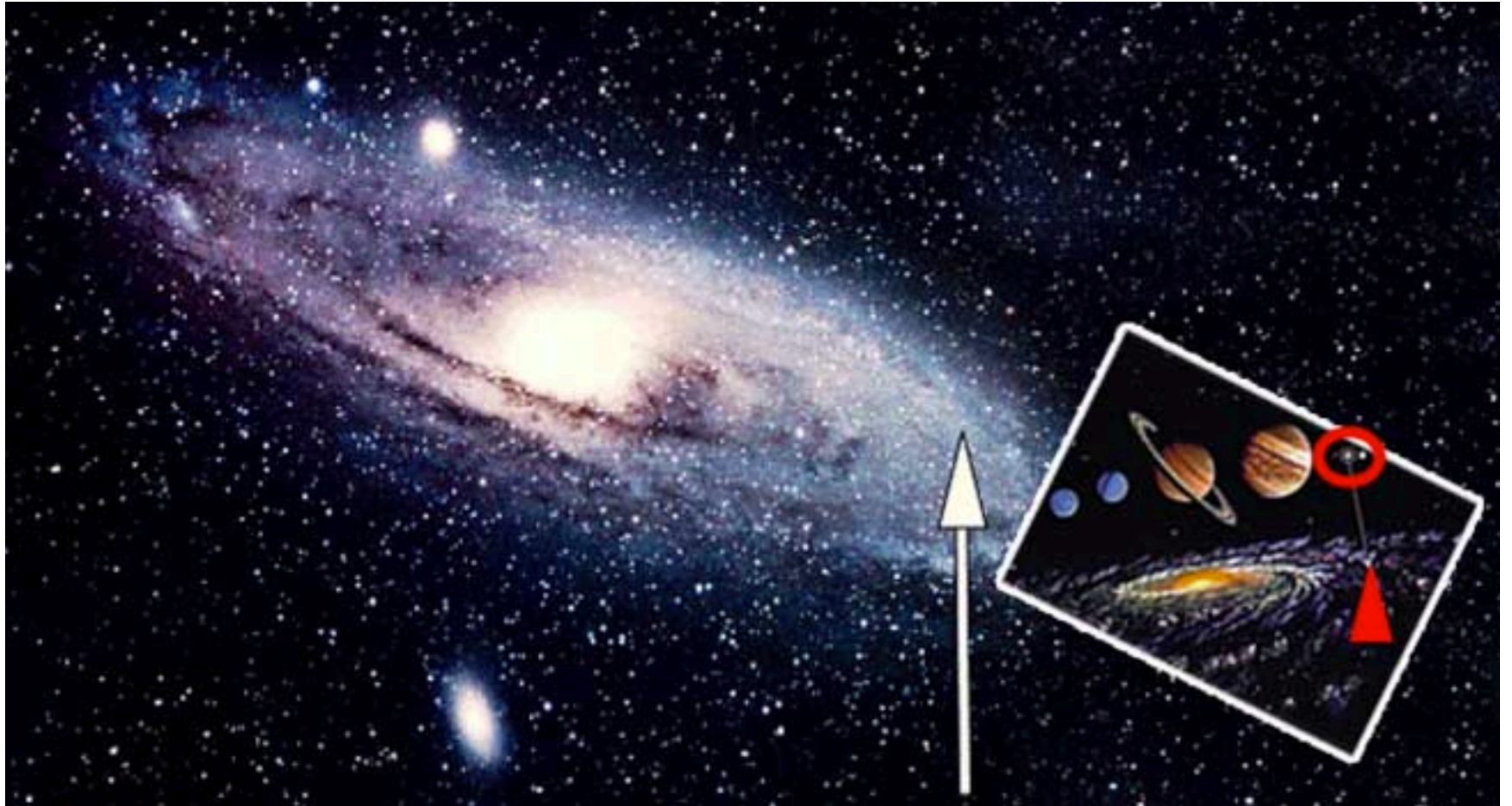
12.7 MİLYAR DOLAR (2014)

FARK 6.6 MİLYAR DOLAR

KALANI NEREDEYSE SADECE BİR GAZİANTEP

GAZİANTEP, İHRACAT (TÜİK VERİLERİNE GÖRE)

2015	6.3 MİLYAR \$
2014	6.6 MİLYAR \$
2013	6.5 MİLYAR \$
2012	5.6 MİLYAR \$
2011	4.8 MİLYAR \$
2010	3.6 MİLYAR \$
2009	2.9 MİLYAR \$
2008	3.2 MİLYAR \$
2007	2.5 MİLYAR \$
2006	1.9 MİLYAR \$
2005	1.6 MİLYAR \$
2002	620 MİLYON \$





BARCELONA 22-25 FEB 2016



AN EVENT OF
 MOBILE
WORLD CAPITAL
BARCELONA

GENEVA
INTERNATIONAL
MOTOR
SHOW
3-13 MARCH 2016

Digitus (Latince): Parmak, Çoğulu «Digitis»

1

0

Digitis: Aynı zamanda
«Parmak Hesabı»



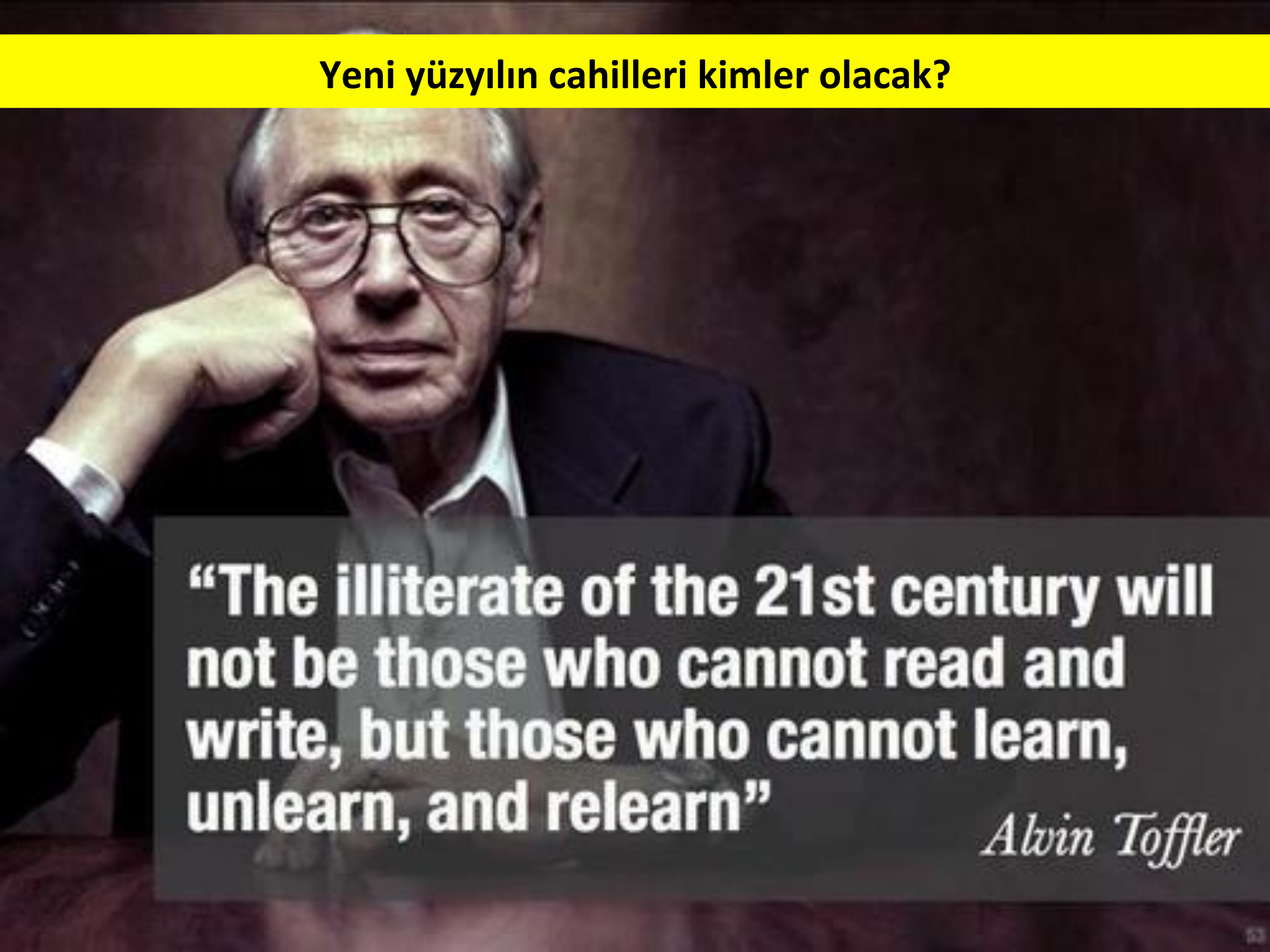
Küreselleşme – İnsan - Dijitalleşme

Mucit insanın dijital paradoksları:

- “Yalnızlık mı, kalabalık mı?”
- “Özgürlük mü, kişisel alan ihlali mi?”
- “Genelleşme mi, kişiselleşme mi?”
- “Çoğulculuk mu, özgünlük mü?”
- “Adalet mi, hakların sınırlandırılması mı?”,
“Sosyalleşme mi, bireyselleşme mi?”



Yeni yüzyılın cahilleri kimler olacak?

A portrait of Alvin Toffler, an older man with glasses, resting his chin on his hand. The background is dark and textured.

“The illiterate of the 21st century will not be those who cannot read and write, but those who cannot learn, unlearn, and relearn”

Alvin Toffler

Araf'ta: Cennet mi, Cehennem mi?



Ana Paradigma Değişikliği: Toplum mu Birey mi?



Herkese ve her şeye, her an erişim temelli bir dünya toplumlardan, bilgisayar panellerine dönüşümü hızlandıracak. Dönüşüm, bireylere ait milyarlarca ayrı tadın tutkalında dijital bir gelecek sunacak. Bu gidişatın, özellikle birey için “sonsuz özgürlük algısı” yaratan bir kokusu var; ama her anını, her yaptığını kontrol ettiğiniz bir insanı, tek başına avlamak daha rahat olacak.

4 ana eğilim

- 
- Hız
 - Esneklik
 - Entegrasyon
 - Yaratıcılık

2 temel kavram

Açıklık

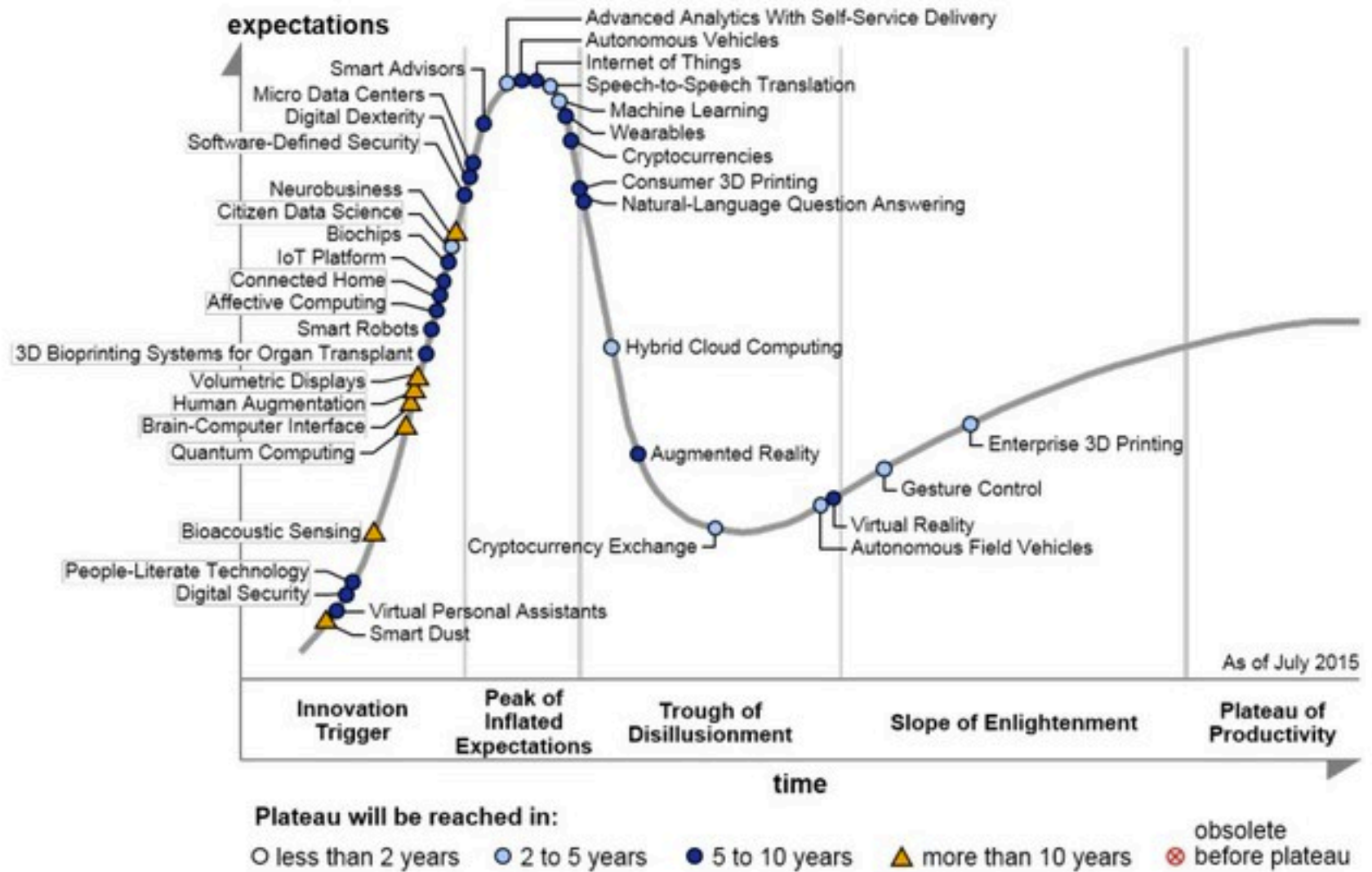
İşbirliği



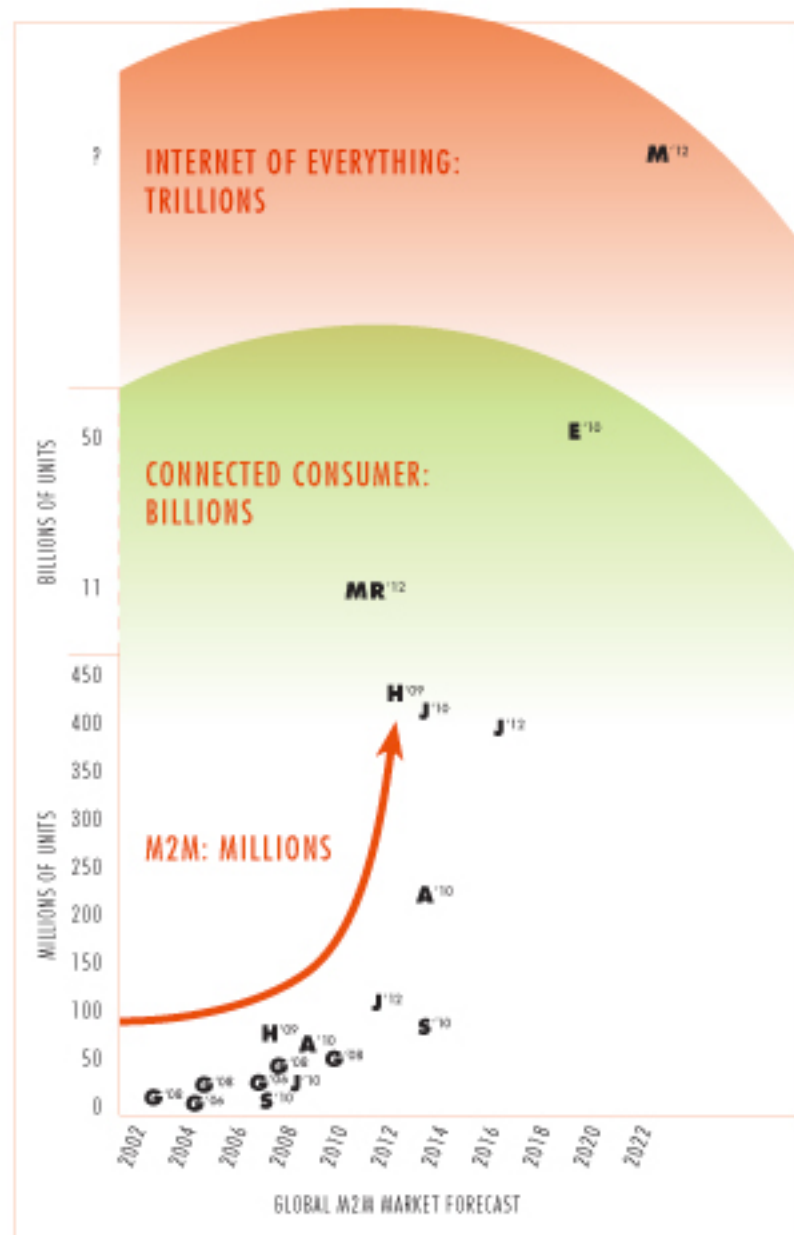
Kırılma Noktası: Hyperconnectivity (Aşırı bağlanmışlık)



Figure 2. Hype Cycle for Emerging Technologies, 2015



Source: Gartner (July 2015)



BIG DATA

ANALYTICS

SOFTWARE

TECHNOLOGIES

STORAGE

COMPLEX

INFORMATION

NETWORKS

SYSTEMS

TIME

DISK

HUNDREDS

BIOLOGICAL

EARTHQUAKE

MASSIVELY

WORKING

BUSINESS

PARALLEL

SIZE

NEEDED

PETABYTES

INTERNET

DISTRIBUTED

MANAGEMENT

SOCIAL

LARGE

EVERY

LARGER

CAPTURE

MANAGE

GROW

RESEARCH

DATABASES

SETS

EXAMPLES

APPLIED

CLAPNET

CURRENT

ARCHIVES

SENSORS

TARGET

DIFFICULTY

CITATION

RECORDS

INCLUDE

SHARED

PERFORMANCE

ALSO

RELATIONAL

TEND

CAPACITY

PRACTITIONERS

MAY

Etkileyeceği alanlar:

- Organizasyon şekilleri, yapıları, liderlik anlayışı
- Veri-Enformasyon-Bilgi-Bilgelik dönüşümü (Veri selleri)
- Açık inovasyon (Open innovation) – Açıklık/İşbirliği
- İnsan kaynağı ve kurum kültürü (bakış açıları)
- İhtiyaçlar ve beklentiler
- Hız, çeşitlilik, üretim ve pazarlama süreçleri
- M2M (konuşan makineler, konuşan körükler)
- Şehir yaşamı, ürün tipleri, satın alma reflexleri

Kırılma Noktası: Disruptive innovation (Yıkıcı inovasyon)



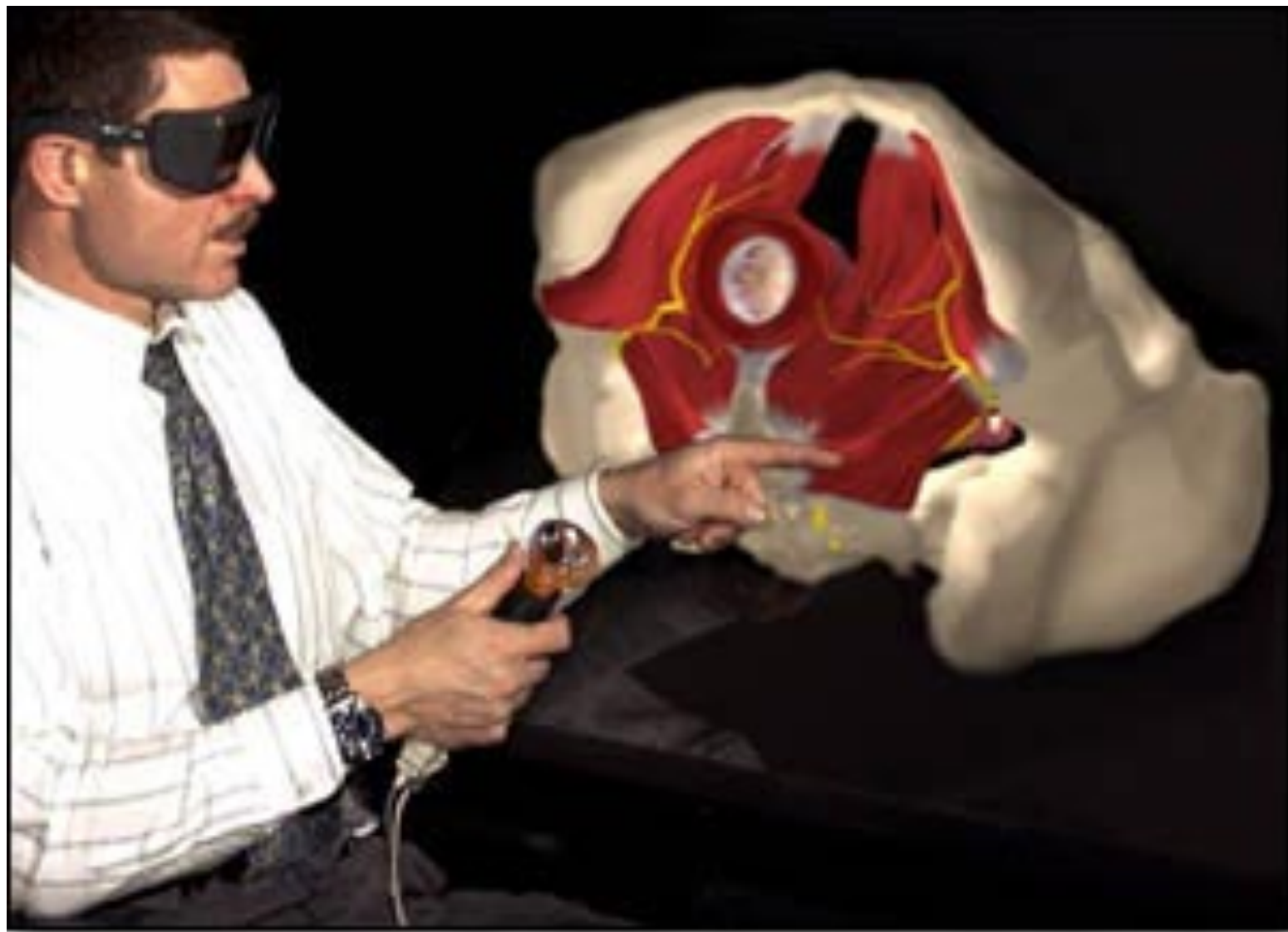














Etkileyeceği alanlar:

- AR-GE yapılanmaları (farklı akademik disiplinler)
- Gerçek üniversite ilişkileri ve orta vadeli projeler
- Çok kültürlülük, çeşitlilik
- Yeni parametreler (kâr/AR-GE, worldwide infos)
- Open innovation (farklı kişiler, farklı gruplarla entegre, patent hakkına dayalı modeller)
- Bağımsız inovasyon ekipleri
- Bakış açısı transferleri,
- Enerji, yeşil enerji, akıllı kentler, ürünler,
- İnsan kaynağı, yönetim, liderlik

Kırılma Noktası: Bilgi ve iletişim teknolojilerinin yayılımı

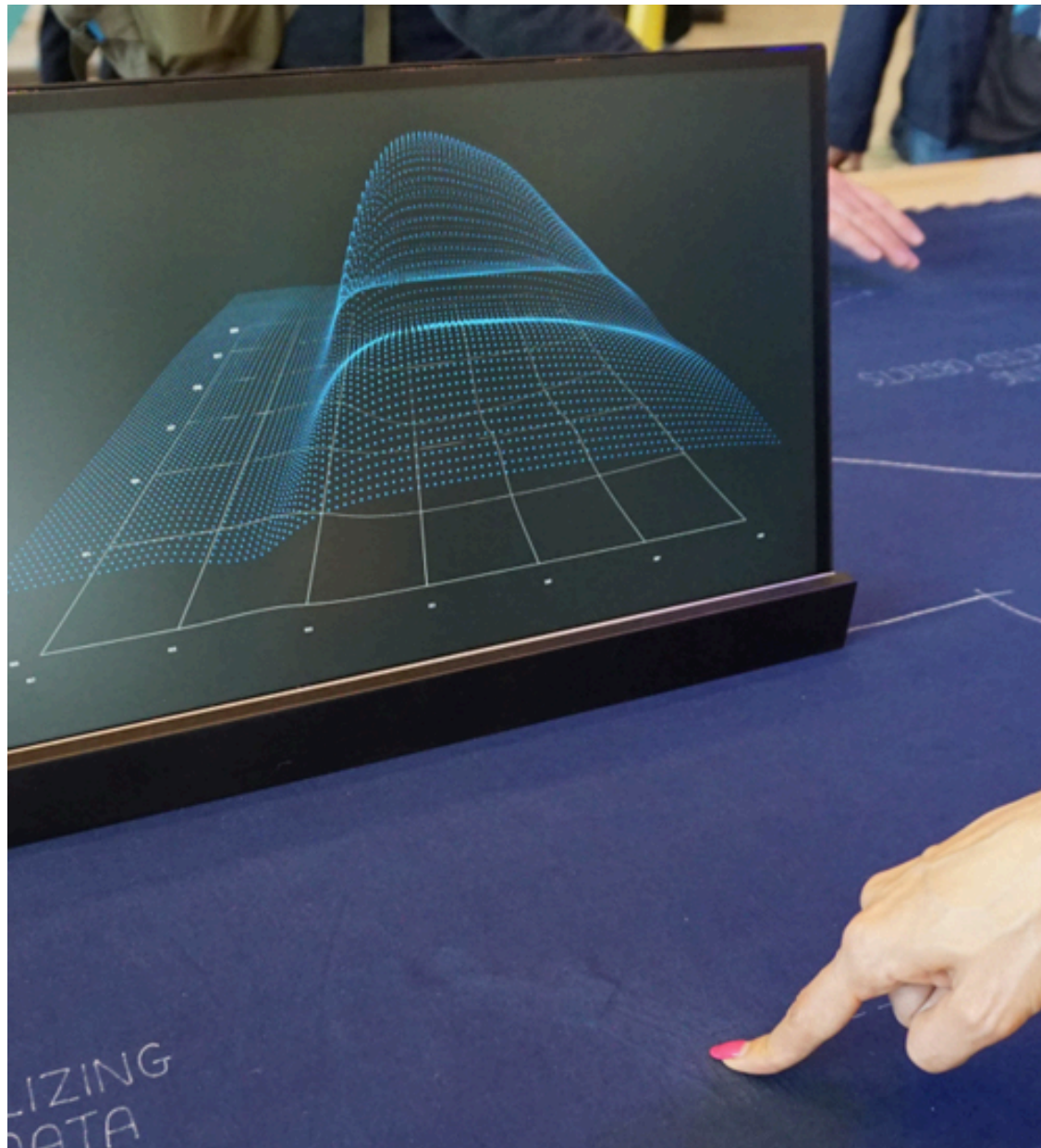


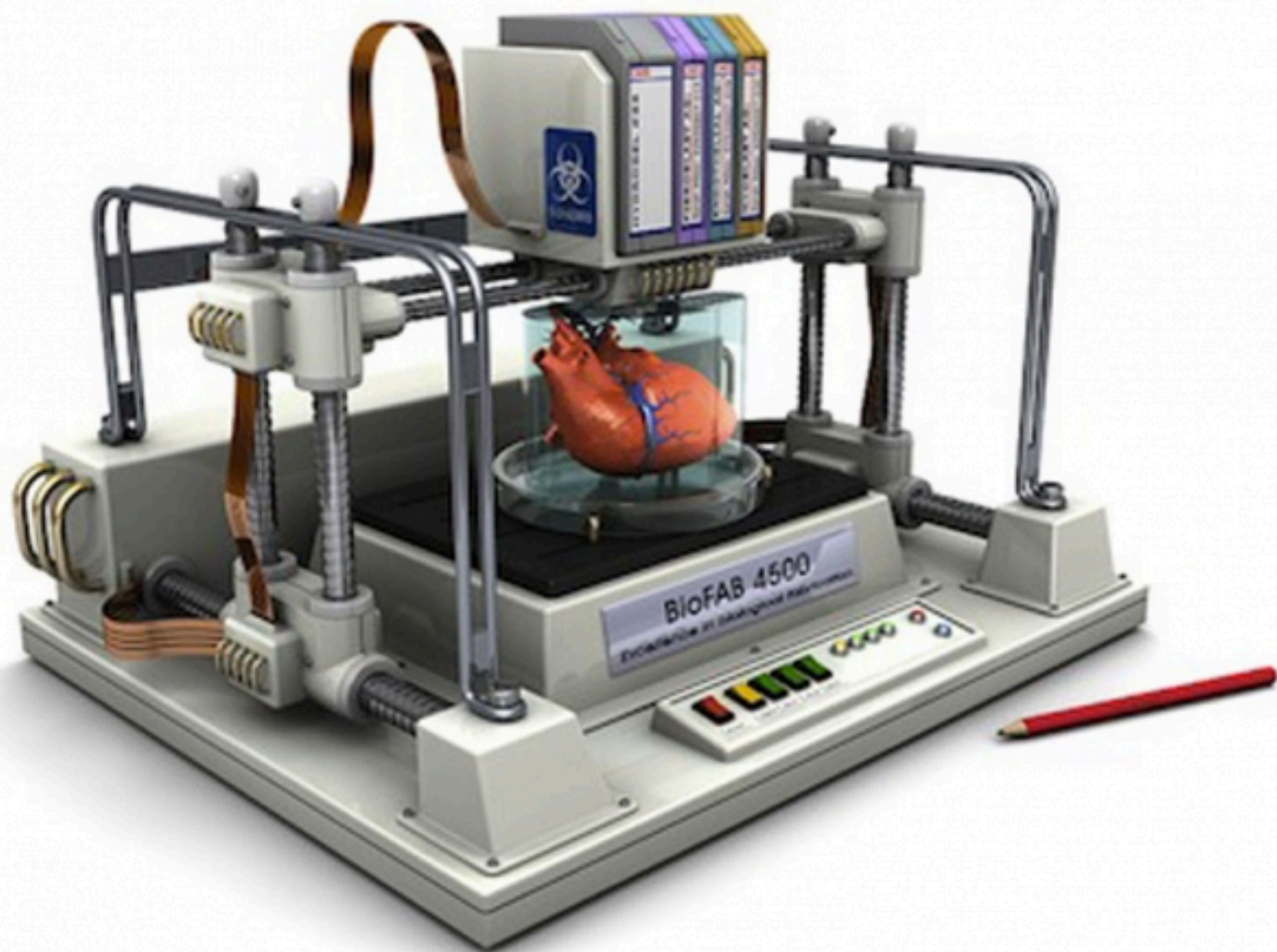
Etkileyeceği alanlar:

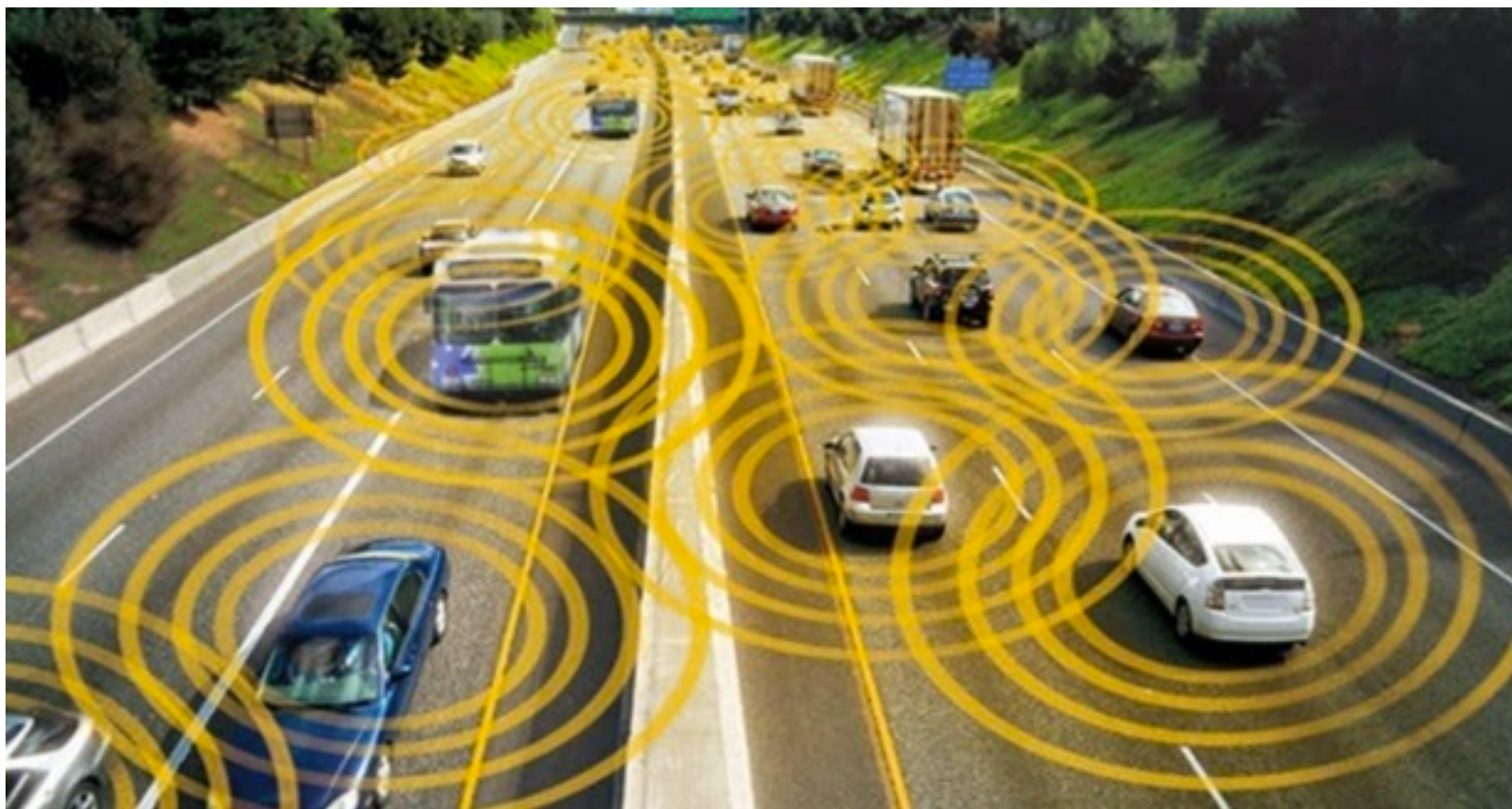
- Kent yapıları, pazar ve bölge anlayışları
- Sistemler ve süreçler
- İnsanlar-makineler-ürünler
- Lojistik ve dağıtım
- Optimizasyon limitleri
- Teknolojinin kullanımı

- Malzeme Bilimi
- Üretimin Dönüşümü
- Enerji Verimliliği











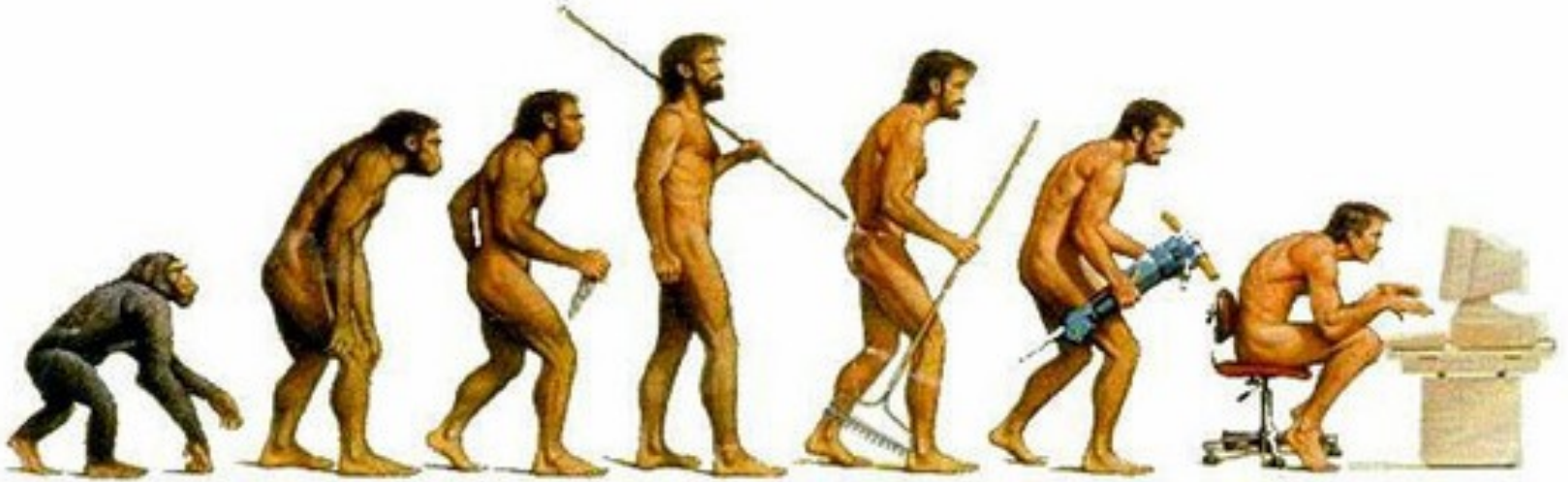




Etkileyeceği alanlar:

- AR-GE yapılanmaları (farklı akademik disiplinler)
- Üretim teknolojileri
- Üretim ve malzeme yönetimi
- Kaynak yönetimi
- Yeni kriterler ve ölçümler
- M2M, teknoloji yönetimi
- Bilinçli insan kaynağı (Uzmanlaşma)
- Farklı sektörler, farklı firmalar kıyasları (benchmarks)
- Tedarik, lojistik ve OR (Operational Research)
- Petrole dayalı ürünler

Kırılma Noktası: Sanayi sonrası toplum



Etkileyeceği alanlar:

- Algılama yönetimi
- Pazarlama yönetimi
- Ürün özellikleri ve fonksiyonları
- İnsanların tercihleri ve markadan beklentileri
- Kurumsal yapılar
- İletişim kanallarının kullanılması
- AR-GE üretim süreçleri, piyasa entegrasyonu

Kırılma Noktası: Yenicilik

Why more than ever, consumers lust after the new. And why that spells heaven or hell for brands.



Etkileyeceği alanlar:

- Statüler, değerler, bakış açıları
- Mülkiyet anlayışı (Kiralama/Sahip Olma)
- İnovasyon ve yenilenme, ürün çıkarma hızı
- Organizasyon yapıları
- Tüketici davranışları
- Ürün yaşam eğrileri (Product-Life-Cycle)
- İnsan kaynağı, müşteri beklentilerini ölçme yöntemleri, pazar payı ve intervaller

Kırılma Noktası: Z KUŞAĞI



Etkileyeceği alanlar:

- İnsan kaynakları
- Müşteri profilleri
- Kullanılacak teknolojiler
- ICT entegrasyonu
- İnternet temelli uygulamalar, RFID sistemleri, M2M, B2C, H2C
- Pazarlama yöntemleri, taktikleri
- AR-GE stratejileri
- Kurumsal yapılar, organizasyonlar

Kırılma Noktası: Sosyal(ist) şirketler



Etkileyeceği alanlar:

- Şirketin değerleri
- Sosyal(leşme) ve çevre odaklılık maliyetleri
- Müşteri satın alma davranışları
- Rekabet ve sürdürülebilirlik
- Çalışanların değerleri ve uygulamaları
- Yoğunluklu monitoring (Hyperconnectivity)

Kırılma Noktası: Ne kadar büyüğüz? Nerede olacağız?



Etkileyeceği alanlar:

- Satın almalar
- Yeni pazarlar ve paylar
- İnsan kaynakları
- İşçi-işveren ilişkileri
- Ortak faaliyetler / ortak projeler
- Çok kültürlülük
- Uzmanlaşmış küçük şirketler
- Büyük ve ölçek ekonomisinden faydalanan yapılar

Kırılma Noktası: İklim değışikliği













Etkileyeceği alanlar:

- Isı değişiklikleri (Kuraklık, emisyon, tarım, gıda, yakıt)
- İklim değişikliğine bağlı, ihtiyaçlarda değişiklik
- Kentlerin yapılarında değişiklik
- Ulaşım optimizasyonu
- Petrole dayalı ürünler
- Ulaşım araçlarında değişiklik
- Üretimde yaşanacak değişiklikler
- Ahlak anlayışında değişiklikler
- Bambaşka bir dünya

ÇOK TEŞEKKÜRLER!!!!



@stolgayucel