

İNOKSAN DÜNYA MARKASI YOLUNDA İLERLİYOR

Geleceğe yönelik umutlarla girdiğimiz 21. yüzyılın daha yeni başlarında iken Dünyada ve çevremizde yaşananları hep birlikte izliyoruz. Terör ve yakın geçmişte yaşanan savaşın olumsuz etkileri bir türlü dinmiyor. Küreselleşme ve serbest piyasa ekonomisinin etkin olarak işlediği dünyamızda oluşan ekonomik istikrarsızlık ve globalleşen ekonomilerin yarattığı rekabet sanayi ve ticaret dünyasında derin yaralar açmaya devam ediyor. Türkiye uzun süredir yaşadığı güven bunalımı, krizler ve ekonomik istikrarsızlıkla dünyada yaşanan sorunlardan çok daha fazla etkilenmeye devam ediyor. **1980’li ve 1990’lı yıllarda dünya ekonomisine finansal krizler damgasını vurmuştur. Dünya ekonomik konjonktürüne bağlı olarak Türk bankacılık sektöründe de 1980’li yıllardan 2000’li yıllara kadar geçen sürede bir dizi önemli bankacılık ve finans odaklı mali krizler yaşanmıştır. Bu krizlerin başlıcaları; 1982 Bankerler Krizi, 1990 Körfez Krizi, 1994 5 Nisan Krizi, 1997 Asya ve 1998 Rusya Krizleri ve 2000 Kasım ve 2001 Şubat Krizleridir.**

Kriz durumlarında etkili bir yönetim, işletmenin kayıp ve kazançlarının büyüklüğüyle yakından ilgilidir. Yani işletmenin karşı karşıya kaldığı fırsat ve tehlikeler, kriz yönetiminde belirleyici rol oynar.

Kriz öncesinde ve anında uygulanabilecek bazı stratejik yönetim teknikleri bulunuyor.

SWOT Analiz Senaryo Analizi Arama Konferansı Benchmarking Küçülme (Downsizing) Rightsizing Dış Kaynaklardan Yararlanma (Outsourcing) Esnek Üretim Modeli Kütlesel Yalın Organizasyon Modeli Kademe Azaltma (Delaying)

Çalışanları Güçlendirme (Empowerment) Tasarımda Kalite Otomasyon Sürekli Eğitim

“Krizi fırsata dönüştürmek” lafı kriz dönemlerinde pek sarf edilir. Şu son günlerde de sıklıkla duyuyoruz farklı çevrelerde.

Peki Türkiye’nin krizi fırsata dönüştürmesi mümkün mü? Sorunun yanıtı insan kaynağını katma değere dönüştürebilme ve doğru stratejiler oluşturabilme yeteneğinde yatıyor. Ve maalesef bugüne kadar yığınla kriz yaşayan Türkiye bunları fırsata dönüştürebilmeyi başaramadı; biri hariç, 2001 krizi bankacılık sisteminin reformuna ve güçlendirilmesine yaradı. Küçük bireysel başarılar dışında, bir ya da birkaç alanda Türkiye’nin rekabet gücünde sıçrama yaptırabilecek bir atılım ise yaşanmadı ne yazık ki.

İçinde yaşadığımız değişim çağı ve ekonomik kriz hepimize yepyeni bakış açıları ve yaklaşımlar talep ediyor. Bugün artık kullana geldiğimiz usul, yöntem, tarz ve süreçlerin eskiden olduğu kadar işe yaramadığı bir dönemdeyiz. Zira çevremiz o kadar hızlı değişiyor ki bu değişime uymak bile yetmemekte, değişimi değiştirmek gerekmektedir. Her yanımızın belirsizliklerle kuşatıldığı bu çağda belirsizliği aşmanın temel yolu ise yenilik yapmaktan, yani “yenilikçilikten” geçmektedir. Çevredeki belirsizlik ve değişiklik durumu, örgütleri sürekli olarak beklenmedik tehlike veya fırsatlarla karşı karşıya bırakmaktadır. Örgütlerin varlığını devam ettirebilmeleri, bu tehlikelerden korunmalarına veya fırsatları değerlendirebilmelerine bağlı kalmaktadır. İster tehlike olsun, ister fırsat olsun beklenmeyen ve önceden sezilmeyen olaylar, örgütleri plansız değişmeye zorlamakta ve hatta krize sevk edebilmektedir. Diğer taraftan rekabet ortamında varolabilmek ve gelişebilmek için şirketlerimiz sürekli yeni yönetim modellerini geliştirmek ve etkin olarak uygulamak yönünde çeşitli stratejiler geliştirmiyor.

İşte bizler; İNOKSAN AİLESİ OLARAK 1980’li yıllardan itibaren yukarıda ifade ettiğim, Dünyadaki olumsuzluklar ile Türkiye’de yaşanan olumsuz sürece rağmen sahip olduğumuz **sevgi-güven ve yenilikçilik** gibi değerlerimizle ulusal sanayiye ve Endüstriyel Mutfak sektöründe ilklerin yaratılmasında öncülük ettik. İnoksan, uzun yıllar bu anlayışı çerçevesinde kendi ile yarıştı ve sektörün lokomotifleri olarak çalışanlarımız, hissedarlarımız, tedarikçilerimiz, müşterilerimiz yani tüm paydaşlarımız sürekli bununla gurur duyduk.

Tabii ki yaratacağımız yeni değerleri ve yenilikleri; sevgi ortamının yaratıldığı çalışanları, hissedarları, müşterileri ve tedarikçilerden oluşan paydaşların desteği ve güveniyle oluşturmak mümkün olacaktır. Diğer taraftan, küresel ölçekte hızla yükselen belirsizlik ortamında yenilikçilik, gelecek açısından yaşamsal önemi hiçbir şekilde tartışılmayacak bir kavram olarak önümüzde durmaktadır. Ayrıca güven ise insan ilişkilerinin olduğu kadar kurumsal arası ilişkilerin de sağlıklı gelişmesinin temelidir. Dünya küçüldükçe kurumlar arası ilişkiler ve karşılıklı bağımlılık artıyor. Başarının önemli kaynaklarından biri ise paylaşımdan ve bu ilişkileri geliştirmekten geçiyor. İşte bu nedenle güvenilir olmak hayati önem taşıyor. Her şey değişiyor, oyun artık çok farklı bir oyun.

Buradan hareketle verimlilik ve kaliteyi sürekli artırıyoruz. Organizasyon tazeliyor, güçlendiriyoruz. Stratejik planlarımızı hazırlıyoruz. Dünyanın önde gelen sektörde birkaç firmanın kullandığı ileri ve yeni teknolojilerle Türkiye’yi buluşturuyoruz. Arge bölümlerimizde yoğun bir heyecan yaşanıyor, müşterilerimizi yeni ürünlerle tanıştırmaya çalışıyoruz. Satış, Pazarlama ve Satış Sonrası Hizmetler birimlerimiz öncelikli müşteri odaklı çalışarak en iyi hizmeti verme gayreti içindeler.

Globalleşen Dünya ile artan rekabet koşulları kuruluşları ayakta kalabilmek için farklılaşmaya ve fark yaratmaya zorluyor. Bugün bulunduğu konu ile yetinen kurum ve kuruluşların uzun vadede olmaları çok zor hatta imkansız. Ancak işletmeler ve kuruluşlar uzun vadeli kalıcı politikalar ve stratejiler oluşturmak bunları periyodik olarak gözden geçirmek yerine her zaman olduğu gibi kriz öncesi hazırlıklı olmak yerine hemen kriz tedbirleri almaya ve talimatlarla krizin etkilerini azaltmaya çalışırlar.

Ancak buradaki ana problem bu yaklaşımlar maalesef planlı ve önceden hazırlıksız konulardır ve değişime hemen gereksinim vardır. Bu ise zaman gerektirmektedir.

Diğer taraftan kriz dönemlerinde verilen konferans veya eğitimlerde bazı düşünürler bir takım modeller geliştirerek bazı kavramları ortaya atarlar. Krizden çıkış bunlara bağlıdır. Örneğin; süreçlerle yönetim süreçlerinin iyileştirilmesi farklı yöntemler ve özgün tasarımlar bunlardan bazılarıdır.

Aslında tüm bu kavramları bünyesinde barındıran sürekli değişim ve gelişim odaklı Toplam Kalite Yönetimi (TKY) felsefesi kriz öncesi ve sonrası işletmeler için bir pusuladır.

Kriz öncesi işletmelerde yapılmayan çalışmalar yoğun bulutlu bir mevsimde şemsiyesiz sokağa çıkmaya benzemektedir yada “Şimdi kriz var TKY’ne başlayamayız” veya “Şu kriz bir bitsin sonra devam ederiz” krizde (TKY)’ne ara verdik. Tüm bunlar işin özümsemişinin sonucu toplam kalite yönetiminin süreklilik gerektirdiğinin bilinmemesinden kaynaklanmaktadır.

TKY “Müşteri tatmini, çalışanların tatmini ve toplum üzerindeki etki konularında başarı, strateji ve planlamanın çalışanları, kaynakları ve süreçleri etkin bir liderlik anlayışı ile yönlendirmesi ile sağlanabilir ve böylece iş sonuçlarında mükemmelliğe ulaşabilirler” diye mükemmellik modeli ile tanımlanabilir.

2000’li yıllarda ilerlerken içe dönük ülke ekonomilerinin bile uluslararasılaşmaya yöneldiği bu dönemde bizde hazırlıklarımızı yurtdışı pazarlarda rekabet gücü oluşturacak şekilde yapmalı, Toplam Kalite kavramına uygun çalışmalarla birlikte nitelikli insan gücüne önem vermeli, yeni teknolojilerin edinilmesi yönünde çalışmalar yapmalıyız.

İnoksan size ve Türkiye’ye hizmet etmeye devam edecektir ve İnoksan bir Dünya markası olma yolunda ciddi adımlar atmaktadır.