



Bosch Sanayi ve Ticaret A.Ş.
Genel Müdür
M. Gürcan Karakaş

Yeniliklerle gelişiyoruz

Değerli okurlarımız,

Tüketiciler marka tercihlerini artık sadece ürün özellikleri, fiyat gibi unsurlarla yapmıyor. Bir firmanın düzenli olarak yeni ürünler sunması, geliştirmesi kısacası yenilikçilik özelliği, onu rakiplerinden öne çıkartan unsurlardan biri haline geldi.

Bosch, AcNielsen tarafından 13 ilde 1211 tüketici ile yüz yüze ve 101 profesyonel ile telefonda yapılan araştırmada, son bir yıl baz alındığında en yenilikçi firmalar arasında yer aldı. Aslına bakıldığında, inovasyon köklerimizde, genetik kodumuzda ilk kurulduğu günden beri mevcut. Şirketimizin kurucusu Robert Bosch yola ilk çıktığında "Şirketlerin uzun vadeli yaşayabilmesi için yenilikçilik ruhunu korumak gerek" diyerek; o dönemde binlerce deney, araştırma yapmış ve bir şeyi yılmadan üşenmeden tekrar tekrar geliştirmenin ne kadar önemli olduğunu kavramış. Robert Bosch'a başarıyı getiren bu yaklaşım, bugün bir dünya devi haline gelen şirketimiz için hâlâ geçerli. Bu doğrultuda, 2005 yılında, Ar-Ge çalışmalarına 3 milyar Euro'dan fazla, yani 41.5 milyar Euro'luk gelirimizin %7.4'ünü harcadık. Yoğun araştırma geliştirme harcamaları bir yerde fikir, patent ve entelektüel sermayenin gelişimine fayda sağlıyor. Bunu rakama dökersek, geçen sene Bosch tarafından gerçekleştirilen 2803 tane patent çıkıyor karşımıza. Otomotiv teknolojilerinde bizden daha fazla kayıt yaptıran yok. Saat başı ortalama bir patent başvurusu gerçekleştiriyoruz.

Yenilikçiliğin sadece icat demek olmadığını düşünüyoruz. Herhangi bir projenin daha iyi, daha farklı yapılması da inovasyona götüren bir yol olabilir. Beyinde üretilenler, rekabetçiliği artırmada önemli bir unsur olarak ön plana çıkıyor. Bunun bir örneği, tüm dünyadaki Bosch'larda kullanılan "İyileştirme Önerileri Sistemi". Bosch'un tüm çalışanları; motivasyon, maliyet avantajı, süreçlerin hız kazanması gibi pek çok alanda akıllarına gelen fikirleri sistem üzerinden yöneticilere bildirebiliyor. Çalışanların yoğun ilgisinin olduğu bu sistemde, binlerce yeni insan "Bu nasıl daha iyi olabilir?" diye düşünüyor. Bu fikirler damlıyor, damlıyor, iş mükemmelliği birimleri değerlendiriyor, önerilerin şirkete kazancı belirleniyor. Şimdiye kadar iyileştirme önerilerinden çift basamaklı milyon Euro'lar değerinde

avantaj sağladık. Buna, çalışma ortamındaki samimiyeti ve rahatlığı geliştirerek ulaşıyoruz. İyi fikirler her zaman olabilir ama ifade etmeye cesaret edilemeyen bir iş ortamı varsa inovasyonu hayal etmemek gerek.

Çalışanların teşvik edilmesi dışında, müşteriye yakın olmak da yenilikçi olmanın temel unsurlarından biri. Hedef kitlenize, ürünü sunmak istediğiniz müşterinizin ihtiyaçlarına yakın değilseniz, onları göremiyorsanız, yönlendiremiyorsanız yeni bir fikir, ürün geliştirme ya da yeni bir yaklaşım getirme şansınız yok. Çünkü uzaktan kumandayla bu iş olmaz.

Bütün bunlara paralel, firmamızdaki son gelişmeleri, yenilikleri sizlerle paylaşmak istiyorum. Bosch bünyesinde yer alan ve araç içi multimedya konusunda dünyanın önde gelen şirketlerinden biri olan Blaupunkt, navigasyon ürünlerini Türk pazarına sundu. Yol tarifi sorulmasını tarihe gömen bu yenilik sayesinde, şimdilik Türkiye'de iki ilde ve dünyanın birçok ülkesinde özgürce dolaşabileceksiniz.

Bunun dışında, yeni yıl ile birlikte, şirketimizde yeni bir dönem daha başlıyor. 40 yıldır Türkiye'de Bosch için hizmet veren ve hepimizin yakından tanıdığı, sevdiği Elektrikli El Aletleri Ülke Satış Direktörümüz Sn. Heinz Gebauer, yıl sonunda emekliye ayrılıyor. Yerini, yeni bir arkadaşımıza, Sn. Tuna Çağla'ya bırakıyor. Huzurlarınızda, Sn. Heinz Gebauer'e Bosch Türkiye'nin gelişimine katkılarından ve uyguladığı onlarca yenilikten dolayı teşekkür ediyorum.

Sn. Tuna Çağla'ya ve Blaupunkt Ülke Satış Direktörlüğü'ne atanan Sn. Murat Kurtlar'a da yeni görevlerinde başarılar diliyorum.

Sürekli gelişime inanan ve yenilikleri heyecanla kucaklayan bir firma olarak, 2007 yılının hepimize sağlık, mutluluk ve başarı getirmesini dilerim.

Saygılarımla,

M.Gürcan Karakaş