



YEAR 7 YIL / NO 81 SAYI / TEMMUZ 2015 JULY / 10 TL (KDV dahil)

ISSN 1309-4599

TermoKlima

ISITMA, SOĞUTMA, KLİMA, HAVALANDIRMA, YALITIM, POMPA, VANA, TESİSAT, SU ARITMA VE GÜNEŞ ENERJİSİ SİSTEMLERİ DERGİSİ

İklimlendirme sektörü ve sosyal medya





Yüksek Verimli, Sessiz & Dekoratif Aspiratörler

RES ENERJİ SİSTEMLERİ A.Ş.

Güvencesi ile TÜRKİYE'DE



Merkez

Barbaros Bulvarı No:68
34349 Beşiktaş
İSTANBUL
Tel: (0212) 356 06 33
Faks: (0212) 275 00 62
info@resenerji.com

Maytag Showroom

Barbaros Bulvarı No:58/A
Ufuk Apt. 34349
Beşiktaş - İSTANBUL
Tel: 0 212 356 06 54
Faks: 0 212 275 00 62
maytag@resenerji.com

Ankara Bölge

Akay Caddesi
Büklüm Sk. No:2/9
Kavaklıdere - ANKARA
Tel: (0312) 223 19 00
Faks: (0312) 223 19 01
ankara@resenerji.com

İzmir Bölge

1201/1 Sokak No:4/A
Temsil Plaza
Yenişehir - İZMİR
Tel: (0232) 422 29 00
Faks: (0232) 421 01 06
izmir@resenerji.com

Antalya Bölge

Çaybaşı Mahallesi
Ali Çetinkaya Caddesi
No: 152 ANTALYA
Tel: (0242) 311 61 40
Faks: (0242) 311 61 39
antalya@resenerji.com

VRS4

Arçelik VRS4 Klima Sistemleri Enerji Verimliliği İle Fark Yaratıyor.



- All Inverter Teknolojisi ile Daha Yüksek COP!
(10 HP Modelde EER : 4.79 , COP : 5.28)
- Hipor™ Özel Yağlama Sistemi ile Kompresör Verimliliğinde Artış
- Aktif Soğutucu Akışkan Kontrol Sistemi ile Sistem Verimliliğinde Artış
- Buhar Enjeksiyonu ile Düşük Dış Sıcaklıklarda Daha Güçlü Isıtma
- Geniş Çalışma Frekansı Aralığı (15-150 Hz)





GOHL

ALMANYA

SU SOĞUTMA KULELERİ

JACIR

FRANSA

Yüksek Performans



Binaların kalbi, ETNA ile atıyor!



TS EN 12845 veya NFPA 20 normlarına
uygun yangın hidrofor sistemleri



Drenaj ve foseptik
pomparları



Kuru ve ıslak rotorlu
frekans kontrollü sirkülasyon pomparları



Uçtan emisli yüksek kapasiteli
santrifüj pompar



Sabit veya frekans kontrollü
hidrofor sistemleri

- 35 yıllık üretim tecrübesi • Geniş ve kaliteli ürün grubu • Rekabetçi fiyat politikası
- Hızlı teslimat • Profesyonel satış sonrası hizmetler



Detaylı bilgi için
www.etna.com.tr



0850 455 38 62
müşteri hizmetleri

High
Efficiency
Solutions.

CAREL



CAREL: Dünyanın her yerinde Soğutma, Klimatizasyon ve Nemlendirme için entegre çözümler sunuyoruz.

Biz yüksek performanslı entegre çözümlerle, enerji tasarrufuna ve yüksek verimliliğe odaklanarak, HVAC/R & Nemlendirme sektörünün lider profesyonel oyuncularının partneriyiz.

EN YÜKSEK COP DEĞERLERİNE SAHİP,
EN İYİ SEMİ HERMETİK KOMPRESÖR = COPELAND STREAM.



DIAGNOSTICS



SÜRDÜRÜLEBİLİR YÜKSEK PERFORMANS SİZİN İÇİN NE KADAR ÖNEMLİ?

Akıllı elektronik kontrollere; enerji tasarrufu, maliyet optimizasyonu ve sistemin uzun yıllar sorunsuz hizmet verebilmesi açısından her geçen gün daha da önemli bir hale gelmektedir. Emerson hepimizin ihtiyacı olan bu hedefleri yakalamak için, yüksek performans ve güvenli çalışma sürdürülebilirliğini arttıran eşsiz CoreSense teknolojisini geliştirdi ve bunu standart bir özellik olarak tüm Stream kompresör serisine ekledi. CoreSense, Emerson patentli algoritmalarını kullanarak akıllı, işlevsel ve kullanıcı dostu hata tanımlama özelliği sunar. CoreSense elektronik modülü, kompresörü bir sensör gibi kullanarak, sistemi ve elektriksel bilgileri (akım, basma sıcaklığı, motor sıcaklığı, ON/OFF sayısı, vs) anlamlandırır, tanımlar ve açıklar. Kullanıcıların sahada veya supervisor sistemleri ile uzaktan, sorunları hızlı ve doğru

bir şekilde tespit edebilmelerini sağlar. Sistemlerin arıza riskini azaltarak, gıda kayıplarını önler. Sistemin performans ve güvenilirliğini arttırarak, genel sistem verimliliğini yükseltir, enerji, zaman tasarrufu sağlar, giderleri düşürür.

Coresense, yenilikçi yüksek performanslı Stream serisinin, semi hermetik kompresörlerin yeni ölçütü olmasını sağlayan Emerson teknolojilerinden sadece biridir. CoreSense teknolojisine sahip Stream kompresörler, Semi Hermetik pazarında sürekliliği en iyi sağlayan performansı verir ve bu da HVAC-R uygulamalarının yıllar boyunca sorunsuz çalışmasını sağlar.



Copeland™
brand products

CFM SOĞUTMA VE
OTOMASYON
CFM Soğutma ve Otomasyon San. Tic. A.Ş.

A.O.S.B 10041 Sokak No: 8 PK: 35620 Çiğli - İZMİR / TÜRKİYE
Tel: (+90) 232 459 08 88 (pbx) • Fax: (+90) 232 459 34 35
www.cfmsogutma.com • info@cfmsogutma.com

EMERSON™
Climate Technologies

EMERSON. CONSIDER IT SOLVED.™

Vitoclima.

Viessmann'dan her ihtiyaca uygun klima programı.



Vitoclima ürün programı:

Vitoclima 100-S/Vitoclima 200-S/
Vitoclima 200-S/HE
Bireysel ve ticari tip split klimalar

Vitoclima 300-S/HE
Free Joint çoklu
sistem klimaları

Vitoclima 333-S
ALL DC INVERTER
VRF Klima sistemleri



Efficiency Plus

Viessmann 2,6-18 kW kapasite aralığında Vitoclima 100-S, 200-S ve 200-S/HE serisi bireysel ve ticari tip split klimalar, 5 iç üniteye kadar tek dış üniteye bağlanabilen Vitoclima 300-S/HE Free joint DC Inverter çoklu sistem klimaları ve maksimum 248 kW (88 HP) dış ünite kapasitesine sahip Vitoclima 333-S ALL DC INVERTER VRF klima sistemleri ile eksiksiz bir klima ürün programı ve her ihtiyaca uygun çözümler sunmaktadır.

www.viessmann.com.tr

VIESSMANN

climate of innovation



Editör'den

mehmetoren@termo-klima.net



Siz bu dünyayı "like"ladınız mı?

Bir sektörel dergi editörü ile internet sitesi editörünün sosyal medya mecraları üzerine tartışmaları... Kimliklerinin önemi yok.

- Sağlıklı rakamlar vermek pek mümkün görünmüyor çünkü çok hızlı büyüyor bu dünya...
- Kayıtsız kalmak mümkün değil.
- Herkes bir şekilde bir sosyal medya takipçisi, bu insanlara ulaşmanın yolu bu.
- Bu dünyayı kategorize etmek bir yere kadar mümkün.
- Kaç kişi kullanıyor, kaç kişi takipte, kaç kişi "like"ladı...
- Bunlara ulaşabiliyoruz fakat ortada bir nitelik – nicelik sorununun olduğu gerçeği ile yüzleşmek gerekiyor.
- Oysa geleneksel mecra da konuya ilgi duymayan zaten dönüp bakmaz bile...
- İyi ya şimdiye kadar ilgisiz olanlara da bilgiler ulaşır. Toplumun bilinç düzeyi artar.
- Benim itirazlarım, denetimin olmamasında, firma yanıltıcı bilgiler verdiğinde ne oluyor? Herhangi bir fenomen, bir firma için haksız bildirimlerde bulunursa ne oluyor? Sektörel dergi mensuplarına zaman zaman sorulan, "o firmanın ürünleri sahte, onun haberlerine ve reklamlarına neden yer veriyorsunuz?" eleştirileri bu dünyada nasıl bir yankı buluyor?

Tartışma bu şekilde uzayıp gitti. Fakat kanaatimiz, bu dünya ile ilgili tartışılacak konunun, firmanın dijital dünyada nasıl ve ne şekilde yer alacağı, bu mecralardan nasıl daha verimli bir şekilde yer alınacağıdır.

Nesnelerin internetinin konuşulduğu, nüfusun önemli bir kesiminin hemen her işini internet üzerinden gerçekleştirdiği şu günlerde, hangi konuda olursa olsun pazarlama faaliyeti yürüten bir firmanın dijital dünyaya uzak kalması tartışılacak bir konu bile değil. Fakat bir gerçeğe de dikkat etmek gerekiyor, daha internet sitesini verimli bir şekilde oluşturamayan firmalarımızın olduğunu düşünürsek, bu dünyaya dalmakta çok geride kalan firmalarımızın sayısı hiç de azımsanmayacak durumda...

Biz de bu ayki dosyamızı hazırlarken, bu firmalara örneklik teşkil etsinler düşüncesiyle sosyal medyayı en verimli şekilde kullanan firmalara kulak kabartmaya çalıştık. Herkese ulaşamadınız kesin, tıpkı sosyal medyanın herkese ulaşamadığı gibi.

İÇİNDEKİLER

38 SEKTÖR GÜNDEMİ

- 38- Trakya Üniversitesi Bahar Konferansları'nda "İklimlendirme Sektörünün Bugünkü Durumu" konuşuldu
- 40- Rüzgâr enerjisi sektörü, 8-10 Ekim 2015'de İzmir'de buluşuyor
- 42- Aktif Grup 20. yılını kutladı
- 44- Asal – Hitachi ilk iş ortakları toplantısını büyük bir katılımıla gerçekleştirdi
- 46- 17 ülke, Bosch Termoteknik Türkiye tarafından yönetiliyor
- 48- Danfoss, HVAC sektörünün geleceğini değiştirecek yeni ürünü NovoCon™S'i tanıttı
- 51- Duyar, TURQUALITY Kapsamında
- 52- Üniversiteliler, bitirme projelerini sergilediler
- 54- ESCON, "Sanayide Enerji Verimliliği" eğitiminin 5.sini gerçekleştirdi
- 56- Isıdem yalıtım yeni yatırımıyla ihracatta büyüyor
- 58- Isı giderlerinde faturayı azaltmanın yöntemi
- 60- Klimada "yüksek performans, düşük fatura" nasıl sağlanır?
- 70- Wavin Academy 1. Yılını kutladı

76 SEKTÖREL SÖYLEŞİ

- 76- Anel Grup Yönetim Kurulu Üyesi Bülent Batukan: Anel Grup mekanik taahhüt sektörünün önemli oyuncularından biri
- 102-Asal İklimlendirme Teknoloji AŞ'nin Yönetim Krl. Başkanı ve Genel Müdürü Turhan Karakaya: Hitachi'yi Hitachi yapan şey; klima sistemlerinin kalbi olan kompresörler tamamen kendi üretmesi ve bu konuda 400'den fazla patent sahibi olması"
- 124-Armacell hızlı başladı



UÇTAN UCA İKLİMLENDİRME



► Klima Santralleri



► Havuz Nem Alma Santralleri



► Paket Hijyenik Klima



► RoofTop Üniteleri



► Gizli Tavan Tipi Fan Coil Üniteleri



► Kabinli Fan Coil Üniteleri



► 4 Yöne Üflemeli Fan Coil Ünitesi



► Yüksek Basıncılı Fan Coil Ünitesi



► Hava Soğutmalı Soğutma Grubu



► Su Soğutmalı Soğutma Grubu



► Freecooling Soğutma Grubu



► Soğutma Grubu Performans Test Laboratuvarları ve Araştırma Merkezi



Cihazın ilk çalışmadaki tüm risklerini unutun



Gerçek şartlarda cihazın tüm performansını önceden bilin



Cihazın daha zorlu koşullardaki limitlerini görün



"Her bir kW'tan emin olun!"



► RoofTop ve Fan Coil Üniteleri Test Laboratuvarları ve Araştırma Merkezi



ÜNTES®

ISITMA KLİMA SOĞUTMA HAVALANDIRMA

MERKEZ / FABRİKA : İstanbul Yolu 37. Km, 06980 Kazan - ANKARA
ÜNTES-RHOSS FABRİKA : İstanbul Yolu 24. Km, Sarayköy - Kazan - ANKARA
SATIŞ & ANKARA Bölge : 53. Cd. 1450. Sk. Ulusoy Plaza No: 9/50, 06520 Çukurambar
İSTANBUL Bölge : Atatürk Mah. M.Kemal Cd. Üntes İşm.i No: 11, 34758 Ataşehir
İZMİR Bölge : Teknik Malz. İş Mer. 1348. Sk. No: 5, 35110 Gıda Çarşısı Yenisehir
ADANA Bölge : Fuzuli Cd. Galeria İş Merkezi 2. Kat No: 212, 01120 Adana

T: (312) 818 63 00 (pbx) F: (312) 818 61 50
T: (312) 818 63 00 (pbx) F: (312) 818 61 50
T: (312) 287 91 00 (pbx) F: (312) 284 91 00
T: (216) 456 04 10 (pbx) F: (216) 455 12 90
T: (232) 469 05 55 (pbx) F: (232) 459 12 92
T: (322) 459 00 40 (pbx) F: (322) 459 01 80

f UntesKlima

www.unt.es.com



İÇİNDEKİLER

80 GÜNDEM

80- “Verimlilik Stratejisi ve Eylem Planı” yayımlandı

82- İSO Haziran Meclisi’nde “Türkiye’nin 500 Büyük Sanayi Kuruluşu” konuşuldu

86- Türkiye İMSAD ‘21 Sanayici Üyesiyle’ İSO 500 Büyük Sanayi Kuruluşu arasında yer aldı

88- Ankara için “Jeotermal Tarım” çağrısı...

90- Samsung, Kurumsal Forum 2015 ile geleceğin teknolojilerini iş dünyasıyla buluşturdu

108-Hasan Besim Korur: Kalite

110-Erol Koç: Bankalar, Kobi dostu mudur?



116 AYIN DOSYASI

İklimlendirme sektörü ve sosya medya

116-Alarko Carrier Reklam ve Halkla İlişkiler

Müdürü Hüdayi Öztürk: Yakın gelecekte her türlü iletişimin temel mecrası internet platformları olacak

122-Daikin Türkiye CEO’su Hasan Önder: “Farklı kanallardan farklı hedef kitlelerimizle buluşmak bizim için önemli”

123-Domedya & Dodiji.Co CEO’su Nilgün Karataş: “Sosyal medya markalara çift yönlü bir iletişim ortamı sağlıyor.”

130 PROJE

130- Plus Hotel Bostancı, Solfin Enerji Çözümleri ile hem akıllı hem yeşil

134- Teknoklima, Otonomi’yi Samsung DVM S’le hayata geçiriyor

137 TEKNİK

1364-Hayati CAN / Makina Mühendisi / Friterm İş Geliştirme Müdürü: Yeni Seri Üiversal Kondenserlerde Konstrüksüyon

154 GEZİ

Serhat Şehri Edirne



BATMAN TPAO BÖLGE MÜDÜRLÜĞÜ “WOLF” DİYORSA BİR BİLDİĞİ VARDIR!

- Benzeri olmayan, su geçirmez, derin çekme tekniğiyle üretilmiş, birleştirmesiz tek parça alüminyum kasa dizaynıyla,
- Cam geçirgenliğinde %95,4 ile rakipleri arasında tek oluşuyla,
- Absorbsiyon oranında %97 ile en yüksek verimliliğe sahip oluşuyla,
- 10 bar maksimum çalışma basıncı ve 198°C maksimum çalışma sıcaklığıyla ve daha pek çok fark yaratan özelliğiyle 330 adet Wolf güneş kolektörü Batman TPAO Bölge Müdürlüğü'nün Yeşil Projesi için kullanıldı.

Siz de ömür boyu Alarko Carrier güvencesiyle kullanımı kolay, üstün Alman teknolojisine sahip Wolf Güneş Kolektörlerini tercih edin, verim ve kazançta öne geçin.



ALARKO CARRIER SANAYİ VE TİCARET A.Ş.

alarko-carrier.com.tr



İSTANBUL Gebze Organize Sanayi Bölgesi, Şahabettin Bilgisu Cad. 41480 Gebze-KOCAELİ
ANKARA Sedat Simavi Sok. No: 48 06550 Çankaya-ANKARA
İZMİR Şehit Fethibey Cad. No: 55 Kat: 13 35210 Pasaport-İZMİR
ADANA Ziyapaşa Bulvarı Çelik Apt. No: 19/5-6 01130 ADANA
ANTALYA Mehmetçik Mah. Aspendos Bulvarı No: 79/5 07300 ANTALYA

Tel: (0262) 648 60 00
Tel: (0312) 409 52 00
Tel: (0232) 483 25 60
Tel: (0322) 457 62 23
Tel: (0242) 322 00 29

WOLF
Enerji tasarrufunda uzman marka



CONTENTS

38 INDUSTRY'S AGENDA

- 38-"Current State of Climate Industry" was discussed at Trakya University Spring Conferences
- 40-Wind energy sector will meet in Izmir at 8-10 October 2015
- 44-Asal - Hitachi performed their first partners meeting with a large participation
- 46-17 countries are directed by Bosch Thermotechnology Turkey
- 48-Danfoss has introduced its new product Novocon S™ which will change the future of the HVAC industry
- 56-ISIDEM Insulation Company is growing with its new investments in export
- 60-How is "high performance yet low bills" achieved at an air conditioner
- 66-Oventrop Academy programs has begun
- 70-Wave Academy celebrates 1st year

80 AGENDA

- 90-Samsung Business Forum 2015 brought the technology of the future and the business World together
- 110-Erol Koç: Banks, Are They SME Friendly

SECTORAL INTERVIEW 76

Anel Group Board Member -76
Bülent Batukan: Anel Group is one of the key players in the mechanical contracting industry

Air Conditioning Technology AŞ -102
Prime Chairman and CEO Turhan King:

"What makes Hitachi Hitachi is producing the air conditioning systems' hearts; compressors by itself and having more than 400 patents in this regard"

Armacell has jump-started -124

FILE OF THE MONTH 116

Air-conditioning industry and social media

Alarko Carrier Hüdai Öztürk: -116

In the near future, internet platforms will be the main channel for all kinds of communication

Daikin Turkey CEO Hasan Önder: -122

"It is important for us to meet our different target audiences of different channels

Domedia & Dodiji.co CEO -123

Nilgun Karatas: Social media provides a bi-directional communication space for brands

REKLAM İNDEKSİ

3 S NORM	43	CLOOS	23	LÖSEV	133
ACS KLİMA	45	COŞKUNÖZ RADYATÖR - COPA	15	MAKRO TEKNİK	65
AKANTEL	31	CVSAIR	A.K.	MAKROTEST	79
AKUT	139	ÇUKUROVA ISI	33	PANEL SİSTEM	101
ALARKO	11	DANFOSS	21	RAL CRC 2015	111
ALP POMPA – ETNA	3	DİPAZ	85	RES ENERJİ	Ö.K.İ.
ARÇELİK	1	DUYAR VANA	160	SENTE MAKİNA	73
ARMACELL – ONEFLEX	27	E-GAZ	83	SETFİL	71
ASAL İKLİMLENDİRME	59	ERBAY	39	STANDART POMPA	13
ASTEKNIK	95	FRİGODUMAN	61-63	SUMAK DALGIÇ POMPA	97
ASTRAL POOL	109	GIACOMINI	87	TEKNOKLİMA	49
AYDIN GLOBAL-PREIS	67	HAVAK	47	TMS ENDÜSTRİYEL	19
BAHÇIVAN	55	ISKAV	136	TROX	17
BAYMAK	29	İMEKSAN	35	ULIBTK 2015	115
BERROS KLİMA	A.K.İ.	İSİB	146	ÜNTES	9
BG MÜHENDİSLİK	107	KLEPSAN	69	VENTAS	57
BGS DANIŞMANLIK	93	KARYER ISI	53	VENTEK	75
BOSCH TERMOTEKNİK	37	KLAS	89	VESTEL	25
CFM SOĞUTMA	4-5	KLİMA TEKNİK	2	VISSMANN	6

SABİT BASINÇ ALTINDA GERÇEK KONFOR



yaşamı koru! save life!



CDLF tipi hidrofor pompaları, frekans kontrollü panolarıyla sadece ihtiyacı kadar enerji harcayarak verimliliğinizi artırır. Yüksek basınçta sessizce çalışır.

Sıvıyla temas eden tüm yüzeyler paslanmaz çelik olup bina sistemlerinde güvenle kullanılır. Dik tasarımı sayesinde yerden de tasarruf etmenizi sağlar.

Standart Pompa, çevreye duyarlı üretimiyle uluslararası kalite standartlarında ürünler sunuyor.

Teknolojik gelişme ve ekonomik büyümenin yeni motoru – İnovatif (Yenilikçi) Arge



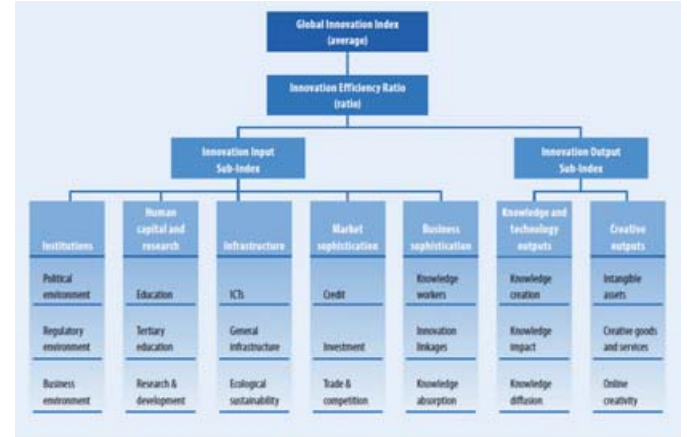
on 50 yıl içerisinde teknolojik gelişmeler ülke sanayilerinin hedeflerini ve amaçlarını önemli şekilde etkilemiştir. Sanayide yeni yapılanma sürecine yönelik önlemler ABD ve Japonya'da 1980 lerde başlamış, bunun sonucunda ileri teknolojiye yönelik yatırımlar hızlanmış, ARGE ve mesleki eğitim harcamaları artmıştır. Aynı dönemde sanayi yapısındaki bunalım nedeniyle AB ülkeleri, yeni teknolojiye dayalı sektörlere yeterince yatırım yapamamış, rekabet güçleri geri kalmıştır. Bu açığı kapatabilmek ve çağı yakalayabilmek için günümüzde AB ülkeleri birleşerek ortak fonlar yaratmış, AR-GE faaliyetlerine yönelik harcamaları artırarak, Avrupa Çerçeve Programları gibi bir dizi araştırma ve uygulama projelerini faaliyete geçirmiştir. Ülkemizin de bu bağlamda, teknolojinin hızla değiştiği çağımızda, sanayinin, ülke kaynaklarını ve olanaklarını göz önüne alarak çağdaş teknolojiyi yakalayabilmeyi hatta üretebilmeyi hedef alması zorunlu hale gelmiştir.

Prof. Dr. Hasan A. Heperkan

Güçlü ekonomi, üretmekle, katma değer yaratmakla oluşur. Ülkenin doğal kaynaklarının, insan potansiyelinin, öz yeteneklerinin ve bilgi birikiminin en iyi şekilde kullanılması, organizasyonu ve yönetilmesi gerekir. Bunun için teknik alt yapısı kuvvetli, konusuna hâkim, muhakeme yeteneği güçlü kadroların iş başında olması ve sürekli değiştirilmemesi çok önemlidir. Batı toplumları bugünkü refah seviyelerini ve teknolojik üstünlüklerini bu şekilde elde etmişlerdir.

Dev adımlarla ilerleyen iletişim sistemlerinin ışıığında küreselleşen dünyanın yaşadığı bir süreçte Türkiye'nin de yerini alabilmesi, yenilikleri yakından takip edebilmesi ve yeni teknolojileri hızla adapte ederek uygulayabilmesi ölçüsünde gerçekleşebilecektir. Bugün sadece üretmek yeterli olamamakta, teknoloji üretemeyen, yenilikçi olmayan toplumlar artık ekonomik bağımsızlıklarını koruyamamaktadırlar. Teknoloji üretebilmek uzun bir süreçtir, bir günde oluşturulamaz. Bilimi temsil eden üniversitelerin, teknolojiyi temsil eden sanayi ile işbirliği ve uyum içinde çalışması sağlanmalıdır. Bu amaca yönelik alt yapının en kısa zamanda kurulması ve etkin şekilde yönlendirilmesi gerekir. Araştırmacı, mühendis ve şirket için yenilikçi olmak zordur. Sadece istemekle ya da reklam ile gerçekleşmez. Entelektüel yaratıcılık, çok çalışma, çok yatırım, kararlılık ve inovatif ARGE gerektirir.

Bütün bu faaliyetleri kısaca inovasyon kavramı altında birleştirerek ele alabiliriz. İnovasyon, Latince köklü bir kelimedir, hem yenileme sürecini hem de bu sürecin sonunda ortaya çıkan bilgiyi, teknolojik süreci veya ürünü ifade eder. İnovasyon kavramında "tekrar" veya "tekrarlamak" anlamı yoktur. Yenilikçi bir süreç veya ürün muhakkak yerini aldığı sürece veya ürüne göre önemli ek özellikler getirmelidir. Bilimde olsun, teknolojik gelişmede veya üretimde olsun, inovasyon bir önceki duruma göre önemli karşılaştırmalı üstünlükler getirmelidir. İnovasyonda değişim ve değişimi zaman içerisinde yönetme vardır. Yeni bir ürün ya da hizmette yeni fikirler kullanılması, ürünün ya da hizmetin sunulmasında yenilik, mevcut bir ürünü yaratıcı bir şekilde pazarlamak, iş modelini değiştirmek gibi yöntemleri kapsar.



Şekil 1 İnovasyon Göstergesinin Çerçevesi [1].

İnovasyon değerlendirmesi yapılırken dünya üzerindeki 143 ekonomi incelenir ve 7 ayrı grupta (Şekil 1) 81 kriter kullanılır.

En karakteristik gruplar

1. İnovasyon aktörleri (drivers, yürütücüler),
 2. Bilgi üretimi
 3. Girişimcilik (entrepreneurship),
 4. Uygulama, sanayide kullanım,
 5. Entelektüel mülkiyet (know how).
- ve bu gruplar içerisinde ele alınan 81 kriterden en önemli bazıları şu şekilde sıralanabilir.
- Bir ülke nüfusunun 20-29 yaş aralığında her bin kişide bilim ve teknoloji dallarında yüksek lisanslı sayısı
 - 20-24 yaş aralığında her yüz kişide lise diplomalı sayısı
 - Üniversite mezunlarının sayısı



copa

konforundan
copamayacaksınız



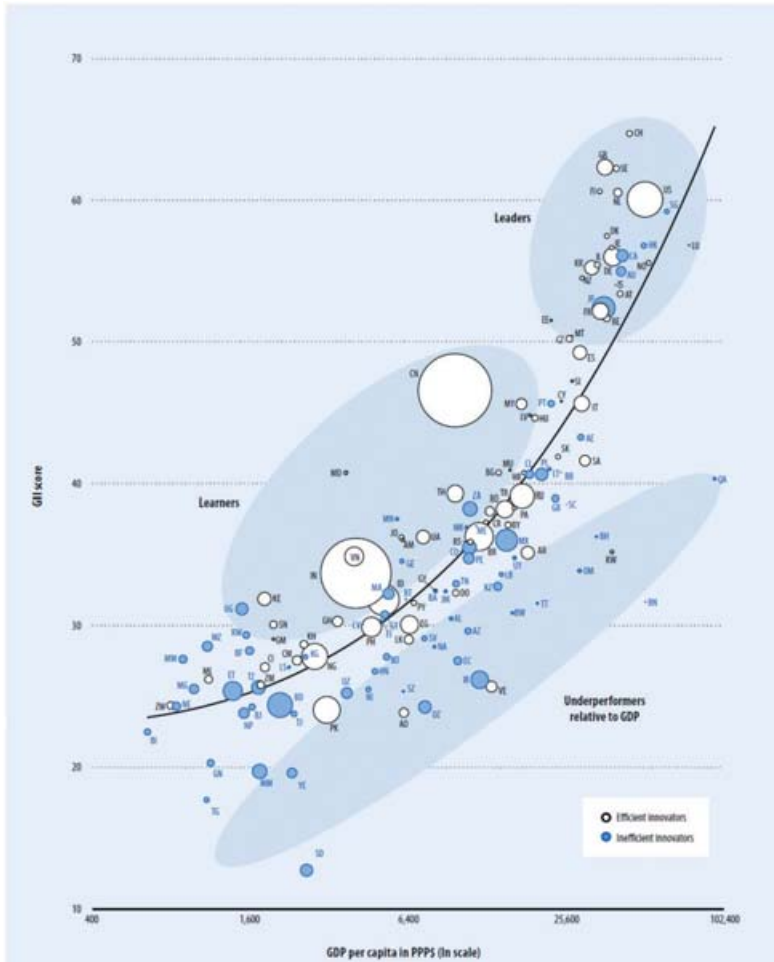
Tel: +90 224 219 74 00
www.copa.com.tr



**COSKUNÖZ
HOLDING**
*sürdürülebilirlik

görüŖ

- Ülke nüfusunda internete bağılılık oranı
- Yaşam boyu eğitime katılım oranı
- GSMH içinde kamu ve özel ARGE harcamaları yüzdesi
- İnovasyon için kamu desteğı alan şirketlerin oranı (TEYDEB, TTGV gibi)
- İnovasyona katkıda bulunan KOBİ yüzdesi
- Bu KOBİ'ler içinde diğerk KOBİ'lerle ortak çalışanların yüzdesi
- Toplam istihdam içinde yüksek teknolojide çalışanların yüzdesi
- Toplam ihracat içinde yüksek teknoloji ihracatı yüzdesi
- Bir milyon nüfus için patent başvurma sayısı



Şekil 2 2014 Yılı İnovasyon Göstergesi (Endeksi) [1].

Şekil 2, 2014 yılı için ülkelerin (Romanya (RO), Bulgaristan (BG), ABD (US), Japonya (JP), İsviçre (CH), Hırvatistan (ME), Norveç (NO), Türkiye (TR), Hindistan (IN), Kore (KR), Mısır (EG), Arjantin (AR), vb.) inovasyon alanındaki yerlerini gösteriyor. Şekillerde düşey eksen yukarıda önemli birkaçı belirtilen 81 ölçüt kullanılarak oluşturulan inovasyon endeksini, yatay eksen ise bu kapsamda ülkelerin yaptığı yatırımı (kişi başına gayrisafi yurt içi hâsıla, GSYİH), potansiyeli temsil ediyor. Böylece grafikten hem bir ülkenin inovasyon skalasındaki yerini,

hem de inovasyon potansiyelini açık bir şekilde görebilmekteyiz. Ayrıca söz konusu ülkelerin inovasyon endekslerini karşılaştırmak ve küresel tablodaki yerlerini görmek mümkündür [1].

Rekabetçi bir piyasada sürdürülebilir büyüme inovatif araştırma ile mümkündür. Türkiye'ye baktığımızda, ARGE yatırımlarında projelere verilen teşviklerde büyük bir artış olduğunu görürüz. Bu sayede küresel inovasyon endeksi sıralamasında 2011 de 65. sıradayken, 2014 de 54. sıraya çıkmıştır. Ancak burada kurulan alt yapının (Teknoparklar, Tübitak ve Sanayi Bakanlığı'nın verdiği projeler, vb.) etkisi vardır. Ne yazık ki yapılan araştırmanın çoğu inovatif değildir. Reddedilen projelerin çoğu özgün değer ve yenilikçi yön kriterinden geçememişlerdir.

Grafikten görüldüğü gibi bizim de üyesi olmaya çalıştığımız Avrupa Birliği ülkeleri açısından, İsveç, Finlandiya, İsviçre, Almanya, İngiltere, Danimarka, ABD ve Japonya'dan oluşan bir grup "yenilikçi liderler" olarak sınıflandırılmıştır. Bu ülkeleri yakından izleyen grubun içinde, İtalya, Fransa, Belçika, Çek Cumhuriyeti, Avusturya, Macaristan ve Estonya vardır. İnovasyon açısından geride kalan ülkeler içinde Romanya, Hırvatistan, Sırbistan, Bosna Hersek ve Ukrayna yer almaktadır.

Grafikten izleyebildiğimiz gibi Türkiye'nin bu panoramadaki yeri, Avrupa ülkeleri esas alındığında çok iyi değildir, ancak 2005 e göre büyük mesafe kat etmiştir. AB ülkeleri içinde hem inovasyon endeksi en düşük olan hem de inovasyon potansiyeli en zayıf ülkelerden biridir. Diğerk ölçülen ülkeler içinde ortalama çizgi üzerinde iyi bir yere sahiptir. Gelir düzeylerine göre kötü ve inovasyon potansiyeli zayıf ülkeler ise daha çok petrol ve hammadde zengini ülkelerdir. Herhangi bir inovasyon sürecinin arkasındaki temel unsur insandır. Bazı ülkelerin bu konuda diğerklerinden önde olduğunu görebiliriz. Bu ülkelerde, inovasyon faaliyetlerine katılan bireylerin kalitesi dikkat çekmektedir. Teknoloji ve maddi kaynaklar da önemli faktörlerdir, ancak onlar da insanla yakından ilişkilidir. Toplumun her seviyesindeki insanın yetiştirilmesi inovasyon temelini kuruluması için gereklidir. Bu alt yapı gelişmiş ülkelerde günümüzde iki aşamada gerçekleştirilir. Öncelikle ülke, okullar, üniversiteler ve çeşitli araştırma enstitüleri açarak kendi toplumunun hem teknolojik, hem de teknoloji dışı konularda bilgilenmesini sağlar. İkinci aşamada ise dünyanın diğerk bölgelerindeki yetenekli bireyleri çeşitli teşviklerle kendi ülkesine çeker ve araştırma faaliyetlerinde kullanır. Bugün bu durum bizim için aleyhimize işlemekte, yetenekli, araştırma potansiyeli yüksek elemanlarımız burslar, ikili projeler, iş olanakları, vb. kanallarla yurt dışına gitmektedirler. En yetenekli araştırmacıları ülkesine çekebilen uluslar başarılı olmaktadır. Buna en iyi örnek ABD dir. Kurdukları teşvik sistemi ve alt yapı ile bugün



Yenilikçi. Verimli. TROX.

X CUBE



Klima santrali üstün teknolojisinden etkileneceksiniz:

- Esnek ve projeye özel yapılandırılabilir ekipmanları
- Dayanıklı, uzun ömürlü, yüksek kapasiteli
- Eurovent ve RLT sertifikalı
- Yüksek enerji tasarruflu
- Benzersiz konstrüktif yapısı sayesinde maksimum hijyenik özellikli
- Montaj ve bakım kolaylığı
- Modern kontrol sistemlerine kusursuz entegrasyon
- Dış hava şartlarına dayanıklı konstrüksiyon tasarımı
- 1.200 den 86.000 m³/h e kadar ulaşan debi aralığında üretim imkanı



www.trox.com.tr

TROX® TECHNIK

The art of handling air

dünyadaki en iyi beyinleri kendi ülkelerine çekebilmektedirler. Amerikan üniversiteleri, konularında öne çıkmış bilim adamlarını kadrolarına alarak güzel bir ekosistem oluşturmuşlar ve dünyadaki en büyük organizasyonları yaratan girişimcileri yetiştirmeyi başarmışlardır. Ön yargıları bir kenara bırakarak, bu tip insanların her zaman önlerini açmışlardır.

İnovasyona etki eden parametrelerin saptanabilmesi için çalışmalar devam etmektedir. İnovasyon ekosistemi oluşturmada etkili parametreler arasında, enstitüleri, endüstriyi, akademisyenleri, devleti, ARGE finansmanını, alt yapıyı, danışmanlığı, ARGE kuluçka merkezlerini ve piyasa şartlarını sayabiliriz. Bütün bunların orta noktasında ise işin ruhu, birleştiricisi ve amacı olarak insan yer alır. Çıkarmamız gereken sonuç açıktır. Yenilikçi, teknoloji üreten bir ülke olmak istiyorsak, insanlarımızı eğitmeliyiz ve hayallerini gerçekleştirebilmeleri için onlara yeterli kaynağı ve teşviğı sunmalıyız. Günümüzde en iyi örneklerden biri Hindistan'dır. Ancak genç ve sürekli artan nüfusuyla bunu ne kadar daha sürdürebileceğı merak edilmektedir. Yetersiz eğitim sistemleri, gelişmekte olan ülkelerin önündeki en büyük engeldir. Mühendislik, temel bilimler ve sanat öne çıkan disiplinlerdir.

İnsanlar asırlar boyunca hayat şartlarını hep inovatif faaliyetlerle geliştirmişlerdir. Sosyal ilerlemenin ve ekonomik büyümenin temelinde yenilikçi düşünce yatar. Başarı, yetenekli, deneyimli ve kapasiteli bireylerin bir araya gelerek önce birbirlerini, daha sonra da diğerlerinin istek ve hayallerini anlamalarıyla gelir. Yetenek, en az maddi olanak ve teknoloji kadar gereklidir. Eğitimin rolünü tekrar hatırlamakta yarar var; sadece devlet değil, özel teşebbüs de elini taşın altına koymalıdır. Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki son yıllarda sağlanan gelişme, geleneksel eğitim sistemini değiştirerek, daha etkili, ucuz ve yaygın hale getirmiştir (uzaktan eğitim, açık öğretim, vb.). Birçok başarılı şirketin uyguladığı, iyi bir ödüllendirme sistemi, sadece uzun vadede değil, kısa vadede prim şeklinde çıktıların paylaşılması süreci hızlandırır, motivasyonu artırır.

Sanayi devrimi sırasında ekonomik avantaj doğal kaynaklara dayanıyordu; bugünkü dijital çağda ise akıllı, hırslı, girişken her yerde bulunabilen bireylere. Bilgi ve inovasyon günümüzde hiçbir kişi, topluluk, şirket yada ulusun tekelinde değildir. Bu nedenle büyük şirketler araştırma ve geliştirme merkezlerini sadece kendi ülkelerinde değil, dünyanın farklı bölgelerinde kurmaktadır. Bu sayede hem uluslararası platformda yetenekleri cezbetmekte, hem de küresel pazarlara daha yakın konumlanmaktadır. Gelişen ekonomiler, Çin ve Hindistan en iyi örneklerdir. Böylece gelişmekte olan ülkeler kendilerine uyan ürün ve hizmetlere kavuşmakta, istihdam artmakta, en son teknolojiye ulaşabilmektedirler. Doğal olarak şirketler de yeni pazarlara sahip olmaktadır.

Gelişen yeni piyasa şartlarında, düşük gelirli ülkelerin şirketleri de sadece teknoloji transfer eden, kopyalayan yapıdan kurtularak, inovasyon sahnesine çıkmaktadır. Zengin ve orta sınıf ülkeler arasındaki teknolojik fark her geçen gün kapanmaktadır. Fikirden ürüne geçiş sürecinin karmaşıklığı anlaşıldığından, teknolojik olmayan, organizasyon yapısı, yeni pazarlama yaklaşımları, öğrenen organizasyonlar gibi inovatif fikirler de değer kazanmıştır. Disiplinler arası çalışmalar, uluslararası değişim programları her zamankinden fazla rağbet görmektedir. İnovasyon fırsatları artık zengin ve gelişmiş ülkelerin tekelinden çıkmıştır. Sanayinin ve piyasaların buna göre tavır alması başarı için kaçınılmazdır.

İnovasyonun önemli araçlarından bir tanesi de ARGE çalışmalarının yapılacağı ortamın oluşturulmasıdır. Bu ortamın dünyadaki ortak adı araştırma laboratuvarı veya enstitüsüdür. Bu türden laboratuvarlarda ilgilenilen konudaki en ileri teçhizat, donanım, ölçme aletleri ve sayısal çözümleme olanakları bulunur; bunlar sayesinde ilgilenilen konu derinlemesine araştırılabilir. Teknoparklar akademisyenleri sanayi ile buluşturarak bu yapıya katkı sağlar.

İnovasyonun bir ayağı üniversitelerde ve araştırma kurumlarındaki araştırmanın mükemmeliyeti ise diğer ayağı da bu türden çabaların sanayide (veya daha genelde şirketlerde, iş dünyasında) gördüğü yankı ve saygınlıktır. Yenilikçi teknolojik süreçler ve ürünler şirketler tarafından pazara sürülür ve ekonomik üstünlük kazanır.

Ülkemizde inovasyon eksikliği; alınan eğitimin yetersizliği, yeni konularda derslerin açılabilmesi; hocaların araştırma yapamamaları; maddi sorunlar; altyapı yetersizliği (araştırma laboratuvarı ve enstitüsü); Araştırma heyecanı, sevgisi, metodolojisinin verilememesi; birlikte çalışamaması; araştırmalarda çalışan doktoralı eleman eksikliği; proje başvurularının kişisel ya da tek kurumlu olması, ulusal konsorsiyumun kurulamaması; uluslararası organizasyonlara katılım eksikliği; doktora sürelerinin çok uzun olması ve bu koşullarda yeni teknolojiyi üretmenin hatta takip etmenin imkansız hale gelmesi kaynaklı olarak görebiliriz. Son olarak ise sanayinin ilgisizliğini sayabiliriz.

KAYNAKLAR

1. The Global Innovation Index 2014, INSEAD Raporu
2. TESKON 2007 ARGE Paneli, 25-28 Ekim 2007, İzmir
3. İnovasyon, RVC Dergisi, Sayı 6, Nisan 2009
4. The Innovation Index, Measuring the UK's Investment in Innovation and its effects, NESTA, Kasım 2009.

Endüstriyel Soğutma Sistemlerinde Profesyonel Çözüm Ortağınız

TMS
INDUSTRIAL REFRIGERATION



VKS - SERİSİ
VINÇ
KABİN
SOĞUTMA
ÜNİTELERİ



HSK - SERİSİ
HAVA/SU
SOĞUTMALI
ENDÜSTRİYEL
KLİMA
ÜNİTELERİ



HSC - SERİSİ
HAVA/SU
SOĞUTMALI
PROSES
CHILLER
ÜNİTELERİ



TKS - SERİSİ
TAHİL
SOĞUTMA
VE
KURUTMA
ÜNİTELERİ



PFC - SERİSİ
PLASTİK
FİLM
SOĞUTMA
ÜNİTELERİ



GKS - SERİSİ
PNÖMATİK
TAŞIMA HAVASI
SOĞUTMA
VE KURUTMA
ÜNİTELERİ



ATEX - SERİSİ
EX - PROOF
KLİMA VE
SOĞUTMA
ÜNİTELERİ

Tailor **M**ade **S**olution

www.tmsgroup.com T: +90 262 290 86 21 pbx
info@tmsgroup.com F: +90 262 290 86 24

İSİB Geleneksel Sektörel Dernekler ve Basın Buluşması

İSİB tarafından geleneksel hale getirilen, sektörel dernekler ve sektörel basınla buluşma etkinliğinin 4. 11 Haziran 2015 Perşembe günü Levent Gelik Restaurant'ta gerçekleştirildi. Sektörel Dernekler, İSİB buluşmasının iklimlendirme sektöründe sorunların tartışılması ve sektörel birlikteliğin geliştirilmesi konularının ele alındığı etkinlikte İSİB Yönetim Kurulu Başkanı S. Zeki Poyraz İSİB tarafından gerçekleştirilen çalışmalar hakkında bilgileri verdi. Poyraz konuşmasında; İhracatçılar birliğinin gelişip, üye sayılarının arttığını, İSİB olarak derneklerin faaliyetlerine destek verdiklerini, Çalıştayların devam ettiğini, 16-19 Nisan'da Antalya'da yapıldığını, 2. İklimlendirme Sanayi Ürün ve Mühendislik Tasarımı Yarışması'nın ilk üç sırayı alan proje sahiplerinin ödülleri 16 Nisan 2015 tarihinde Antalya'da gerçekleştirilen ödül töreninde verildiğini, yurt dışı faaliyetlerine devam ettiklerini belirtti. İSİB üyelerinin ve sektör basın kuruluşlarının katılımıyla gerçekleşen toplantı yemeği, sektörün gelişimine dönük sohbetler ile devam etti.



SOSİAD üyeleri Yaza Merhaba kahvaltısında buluştu



SOSİAD'ın (Soğutma Sanayii İş Adamları Derneği) üyeleri arasındaki beşeri ilişkilerin geliştirilmesi, devam ettirilmesi, SOSİAD ailesi olarak hep birlikte bir Pazar sabahı hoşça vakit geçirebilmek amacıyla düzenlediği Yaza Merhaba Kahvaltı organizasyonu 31 Mayıs 2015 Pazar günü İstanbul Kaşibeyaz Bosphorus Restaurant'ta gerçekleştirildi.

SOSİAD'ın her yıl Mayıs ayının son Pazar günü düzenleyerek geleneksel hale getirmeyi düşündüğü kahvaltıya eşleri ile birlikte katılan üyeleri kışın yorgunluğunu çıkararak Yaza Merhaba dediler. Sıcak bir ortamda geçen organizasyona katılım oranı yüksekti. Bu yıl 10. Yılı kutlayan SOSİAD, yıl içerisinde düzenleyeceği çeşitli etkinliklerde üyelerini bir araya getirecek. Kahvaltı sonunda tüm üyeler başka bir organizasyonda buluşabilmek dileğiyle ayrıldılar.

Alarko Carrier'dan, Manisa Büyükşehir Belediyesi teknik personeline Dalgıç Pompa eğitimi



İklimlendirme sektörünün öncü firması Alarko Carrier, Manisa Büyükşehir Belediyesi Su ve Kanalizasyon Müdürlüğü'ne bağlı 17 ilçede görevli toplam 70 personele, geçtiğimiz gün-

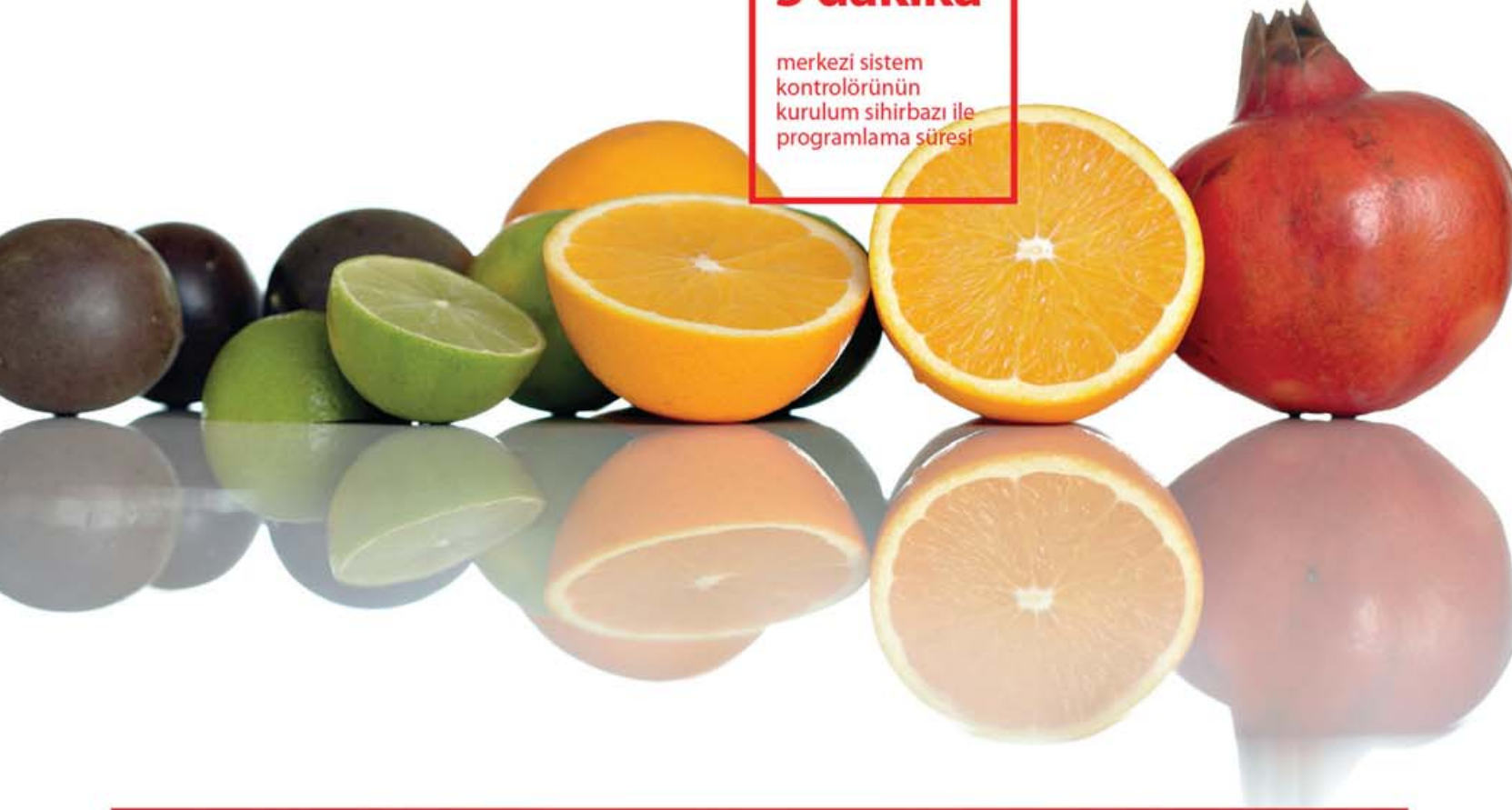
lerde Dalgıç Pompa eğitimi verdi. Manisa Holiday Inn Otel'de gerçekleştirilen eğitim semineri kapsamında, katılımcılara; "Dalgıç Pompa Seçim Kriterleri", "Ekonomik Açıdan Dalgıç Pompa Seçim Uygulamaları" ve "Dalgıç Pompa Arızaları" hakkında teknik bilgiler aktarıldı, uygulamada karşılaşılan sorunlara ilişkin çözüm yolları sunuldu.

Alarko Carrier Dalgıç Pompa Bölge Sorumluları Orkun Akhisarlı ile İsmet Aktepe tarafından organize edilen seminer, Dalgıç Pompa Türkiye Satış Müdürü Yüksel Pinar ve Dalgıç Pompa Ürün Müdürü Cüneyt Bulca tarafından verilen yaklaşık 6 saatlik eğitimle son buldu. Görevli personel dışında seminere iştirak eden Manisa Su ve Kanalizasyon İdaresi Genel Müdürü Yakup Koç, verimli geçen eğitimin ardından Alarko Carrier'a teşekkürlerini sundu.

AK-PC 551 ile merkezi soğutma sistemlerinin kontrolü artık **çok daha kolay**

5 dakika

merkezi sistem
kontrolörünün
kurulum sihirbazı ile
programlama süresi



- Hızlı ve kolay kullanımlı kurulum sihirbazı
- Türkçe menü
- Kurulum sihirbazı ile bir merkezi sistem kontrolü kurarak programlama süresini azaltan enerji tasarrufu özellikleri
- Optimize edilmiş kontrol algoritmaları ve fabrika ayarları ile güvenli kontrol
- Ticari soğutma için yaygın olarak kullanılan HFC paket uygulamalarını kapsar



Yannın çözümlerinin bugünden nasıl hazır olduğunu görün:
www.danfoss.com.tr

ENGINEERING
TOMORROW

Danfoss

İSİB Frigair 2015 Fuarı'nda Info Stant ile yer aldı

İklimlendirme Sanayi İhracatçıları Birliği (İSİB), 3-5 Haziran 2015 tarihlerinde Güney Afrika/Johannesburg'ta düzenlenen ve iklimlendirme sektörünün ilgili ülkede en büyük fuarı olan FRIGAIR 2015 Fuarı'na info stant ile katılım sağladı. Fuara 2 Türk firması stantla ve 1 firma da bayisi

aracılığıyla katılım sağlamıştır. Fuar süresince ülkenin en önemli iklimlendirme derneklerinden olan SAIRAC (Güney Afrika Hava Şartlandırma ve Soğutma Enstitüsü) ile pazarda büyük bir etkinliğe sahip BBC (Siyahi İşadamları Konsesi) ile toplantılar gerçekleştirilmiştir.



Standart Pompa eğitim seminerlerine devam ediyor



Standart Pompa; daha çevreci ve daha bilinçli bir sektör yaratmak için "Yaşamı Korum / Save Life" sloganıyla eğitim vermeye devam ediyor. Eğitim seminerlerinin sonuncusu 28 Mayıs 2015'te Ordu Su ve Kanalizasyon İdaresi'nin (OSKİ) katılımı ile gerçekleşti. OSKİ'den 50'ye yakın çalışanın katılımıyla verilen seminerde, sektörün genel özellikleri ve enerji

verimliliği konuşuldu. Standart Pompa İş Geliştirme Müdürü Hamdi Nadir Tural'ın İçme Suyu ve Atık Su uygulamaları için çözümleri paylaştığı ilk sunumda, firmanın uluslararası referanslarına da değinildi. Su temini, içme suyu artımı, isale ve terfi pompaları konusunda güncel standartlar ve gelişmeler aktarıldı. Dünyanın farklı yerlerinde yapılan uygulamalar ve örneklerle detaylı analizlere yer verildi. Özellikle enerji ve su kullanımında verimliliğin kritik önem arz ettiği şehir şebekelerinde pompaların seçimi, işletilmesi ve bakımı konularında anlatımlar yapıldı. Seminer Standart Pompa Enerji Verimliliği Uzmanı Metehan Karaca'nın "Pompalama Sistemleri Ömür Boyu Maliyet ve Enerji Verimliliği" başlıklı sunumuyla tamamlandı. Ayrıca, OSKİ Genel Müdür Yardımcısı Suat Olgun yaptığı konuşmada "Standart Pompa'nın Ar-Ge'ye önem veren, teknoloji üreten ve ülkemizi sadece yurtiçinde değil yurtdışında da çok güzel temsil eden %100 yerli üretici olması nedeniyle tebrik ediyorum" diyerek, Standart Pompa'nın çalışmalarını desteklediğini belirtti.

AFS Akademi, 2. Dönem Eğitimleri Eylül'de Başlayacak

Havalandırma alanında standartları yükseltmeyi hedefleyen AFS Akademi, 24 Haziran 2015'te eğitimlerine ara verdi.

Temmuz- Ağustos dönemi eğitimlerine ara veren AFS Akademi, yeni dönem için farklı eğitim konu başlıkları üzerinde çalışıyor. 2 Eylül 2015'te yeni eğitim dönemine başlayacak olan AFS Akademi, programına "Kapalı Otoparklarda Havalandırma ve Jet Fanlar" konusunu dâhil edecek.

AFS Akademi eğitimleri; bir hafta İstanbul, bir hafta Ankara'da olmak üzere iki farklı lokasyonda her hafta Çarşamba günü 09.30-16.30 saatleri arasında devam edecek. Sektörün katılımına açık ve ücretsiz verilen AFS Akademi eğitimlerinin sonunda yapılan sınavlarda 70 ve üzeri puan alanlar, başarı sertifikasına hak kazanıyor. Eğitimlere katılmak isteyenler <http://www.afsakademi.com> adresi üzerinden başvuruda bulunabiliyor.



İklimlendirme sektöründe bilgi seviyesini, buna bağlı olarak iş kalitesini ve verimini artırmayı amaçlayan AFS Akademi, insana yatırıma önem veren bir anlayışla eğitimlerini sürdürüyor.



Kazan imalatı için kaynak otomasyonu

GIROX®

Doğru çözüm ortağıyla üç adımda imalat:
Kur, programla, üret.

Tek bir tedarikçiden. Akıllıca, değil mi?

www.cloos.com.tr / 0262 751 41 62 / info@cloos.com.tr



CLOOS

Weld your way.

Armacell, EPA Makina İnşaat ile yeni iş birliği anlaşması yaptı



Armacell Yalıtım A.Ş.'nin yeni iş ortağı ve bayisi, EPA Makina İnşaat Taahhüt ve Gıda San. Tic. Ltd. Şirketi oldu. Oneflex elastomerik kauçuk yalıtım ürünleri ve Armacell'in Türkiye yatırımları sonrasında yeni teknik ürünlerinin bayiliği ve sektöre kazandırılmasında etkin rol oynayacak EPA Ltd, 1998 yılından bu yana yalıtım sektöründe faaliyet gösteriyor. Bu süre zarfında İstanbul, Zeytinburnu, Demirciler Sitesi'ndeki merkezinde ısı, su, ses ve yangın yalıtım malzemelerinin bayilik bazında temini ve uygulamaları konularında hizmet veriyor. Stok hacmi yaklaşık 1,200 m³ olan merkezin önemli bölümü kauçuk ve polietilen malzemeden mekanik tesisat yalıtımı-

na yönelik. EPA Makina İnşaat Taahhüt ve Gıda San. Tic. Ltd. Şirketi Ortağı Çetin Yılmaz; "Demirciler Sitesi'ndeki stok hacmimiz yaklaşık 1,200 m³ olup bunun önemli bölümü kauçuk ve polietilen malzemeden mekanik tesisat yalıtımına yöneliktir. Mekanik tesisat ekiplerinin ihtiyacına eksiksiz cevap verebilmek için hemen her çap ve kalınlıkta boru yalıtım malzemesi ve bunun yanı sıra tüm kalınlıklarda levha yalıtım malzemesini stoklarımızda yer almaktadır. Kauçuk yalıtım malzemelerinin depomuzdan satışında halen desteğini almakta olduğumuz Oneflex'in, sektörün öncülerinden Armacell ile birleşmesi beraberinde rekabetçi teknolojileri getirecektir. Bu avantajların özellikle proje satışlarında firmamıza ivme kazandıracığı inancındayız." dedi.

Armacell Yalıtım A.Ş. Satış ve Pazarlama Direktörü Koray Sarı ise, "Yeni iş ortağımız EPA ile verimli bir çalışma

yapacağımızdan kuşkuymuz yok, değerli ve tecrübeli mühendisler Çetin Yılmaz ve Ferhat Direk uzun yıllar mekanik tesisat, ses yalıtımı, akustik ve gürültü kontrolünde uygulama ve satış hizmeti veriyorlar. Yeni iş ortağımız ile çalışmaktan mutlu olacağız" dedi.

Elastomerik kauçuk köpükleri ile talepleri karşılayacak ürün gamına sahip olan Oneflex elastomerik kauçuk köpüğü yalıtım ürünleri, marka projeler dahil olmak üzere yurt içi ve yurt dışında binlerce tesiste tercih ediliyor. Konfor, sağlık ve hijyen şartlarına uygun ürünler, Armacell Yalıtım A.Ş. tarafından Bursa fabrikasında üretilmektedir. Üstün teknolojiye sahip teknik ürünleri ve mühendislik köpükleriyle Armacell Yalıtım A.Ş. ülkemiz ve yakın coğrafyalardaki ülkeler için ürün çeşitliliği ile iklimlendirme, inşaat, enerji, ulaşım, marin, beyaz eşya gibi çok çeşitli sektörlerde hizmet vermektedir.

Caldera 40.000'ci döküm kazanını üretti

6 yıldır Türkiye'nin en çok tercih edilen Kazan ve Kat Kaloriferi markadan Caldera, 40.000'ci döküm kazanını geçtiğimiz günlerde Bursa'daki üretim tesislerinde düzenlenen tören ile banttan çıkardı.

Caldera, ısıtma sektöründeki öncülüğünü devam ettiriyor. Döküm kazan üretimine başladığı 2009 yılından beri 40.000'ci döküm kazanı üreten Caldera, çalışanlarının da katıldığı tören ile üretim bantından çıkardı. Caldera Firması Ortaklarından F. Murat Gedik ve 40.000'ci döküm kazan üretiminde görev alan çalışanları, Bursa üretim tesislerimizde yaptığımız bir tö-

ren ile kutladı. Törende konuşma yapan F. Murat Gedik böyle bir süre içinde 40.000 döküm kazan üretilip sattıkları için çok mutlu olduklarını belirtti. Caldera müşteri ve çalışanlarına teşekkür eden Gedik, "Bugün 40.000 döküm kazanımızı banttan çıkarıyorsak bu, tabi ki müşterilerimizin bize olan güveni ile çalışanlarımızın özverili çalışmaları sayesinde olmuştur. Bizi 6 yıldır tercih eden ve bize güvenen müşterilerimize çok teşekkür ediyor, kazanlarımızın yapımında emek ve alın teri ile görev alan tüm Caldera çalışanlarının ellerine sağlık diyorum" diye konuştu.

Seradens Kombilerin KDV'si Alarko'dan

Alarko Seradens tam yoğuşmalı kombilerin KDV'lerini Alarko Carrier ödüyor. Alarko Seradens kombiler şimdi KDV'siz fiyatlarıyla müşterilerini bekliyor. 24 Haziran 2015, itibarıyla başlayan ve 15 Temmuz'a kadar sürecektir olan kampanyada Alarko Seradens Kombilerin, KDV tutarlarını Alarko Carrier müşterileri adına ödeyecek. Tam yoğuşmalı kombi Seradens, en son teknoloji kullanılarak yüksek kalitede üretildi. Tasarruflu kullanımıyla standartları değiştiren Seradens, sa-

dece 133 watt enerji tüketimi yaparak %108 verim sağlıyor. LCD dijital çalışma ve arıza gösterge paneliyle ekstra konfor sunan Seradens, dış hava sıcaklığına göre otomatik çalışma özelliğiyle, istenilen ortam sıcaklığını kolaylıkla sağlayabiliyor. Opsiyonel kablosuz uzaktan kumandası, kullanım konforunu ve verimliliğini artırıyor. Derinliği, yüksekliği ve hacmi en düşük kombilerden biri olan Seradens, en dar mutfağın dolaplarına bile rahatlıkla monte edilebiliyor.



VESTEL **TEKNOLOJİSİNİN** **YENİ ÜYESİ:** **VRF KLİMA** **SİSTEMLERİ**

Son teknoloji ürünlerden profesyonel bir hizmet alabilmek için iklimlendirme sistemlerinde kusursuzu tercih edin. Vestel güvencesindeki VRF sistemleriyle enerjinizden ve zamanınızdan tasarruf sağlayın.



VestelVRF@vestel.com.tr

Vaillant Tüketici Club üyeleri kazanmaya devam ediyor



Vaillant Türkiye'nin hayata geçirdiği Vaillant Tüketici Club Batman üyeleri tavsiyeleri sonucu kazandıkları hediyelerini Tüzün Doğalgaz'da yapılan bir törenle teslim aldılar. Törene, Vaillant Güney ve Doğu Bölgeler Müdürü Fatih Tuna ve Tüzün Doğalgaz yetkilileri ve Tüketici Club üyeleri katıldı.

Törende bir konuşma yapan Fatih Tuna; "Tüketici Club üyelerimizin ürünleri kullandıktan sonra tavsiye etmeleri hem ürünlerimizden hem de satış sonrası hizmetlerimizden memnun kaldıklarının bir göstergesidir. Tüm tüketicilerimize Vaillant Ailesinin daha da genişlemesine sağladıkları katkıdan ötürü teşekkür ederiz." dedi.

Tüketici Club üyeleri yaptıkları tavsiyeler sonucunda kazandıkları hediyeleri yetkililerden alırken, Vaillant gibi bir markayı tercih ettikleri için çok memnun olduklarını dile getirdiler.

Vaillant Türkiye'nin yüzde yüz tüketici memnuniyetini sağlamak amacıyla 1994 yılında hayata geçirdiği Vaillant Tüketici Club'e tüm Vaillant kullanıcıları ücretsiz olarak üye olabiliyor. Türkiye'ye özgü olan Vaillant Tüketici Club'ünün Türkiye genelinde 350 bini aşkın üyesi bulunuyor. Vaillant Tüketici Club üyeleri, Vaillant ürünlerini tavsiye ederek yeni müşteri kazanılmasını sağladıklarında puan kazanıyor ve bu puanlarıyla çeşitli armağanlara sahip oluyorlar.

Makro Teknik çalışanları iftarda bir araya geldiler

Makro Teknik çalışanları ve iş ortakları 29 Haziran akşamı, iftar yemeğinde bir araya geldiler. Dudullu Osman Gazi Korusu içerisinde yer alan Ziya Şark Sofrasında düzenlenen iftar yemeğine Makro Teknik Genel Müdürü Nurettin Özdemir ve diğer yetkililer de katıldı.



İmeksan'dan kum filtreli dış hava panjurları

İmeksan KFP modeli kum tutuculu dış hava panjurları bina dış cephelerindeki taze hava alışı ve egzost açıklıklarını korumak, ses iletimini engellemek ve kum tanelerinin penetrasyonuna mani olmak için tasarlanmıştır. 100mm genişliğindeki "U" bölmeler iki sıra halinde şaşırtmalı olarak ve 50'şer mm aralıkla yerleştirilmişlerdir. "U" bölmelerin iç taban kısımlarında bulunan delikler, santrifuj kuvvetle



havadan ayrılan kum parçacıklarını dışarı atarlar. Konstrüksiyonun tamamı galvaniz saçtan yapılmaktadır. Tek olarak sipariş edilebileceği gibi DHP modeli panjurlarla fabrika akupeli olarak ta sipariş edilebilirler.

Habaş Aliağa'da Mas-Daf tarafından pompa bilgilendirme toplantısı gerçekleştirildi



Türkiye'nin en büyük demir çelik üreticilerinden Habaş'ın Aliağa tesislerinde

teknik personelinin katılımıyla Pompa bilgilendirme toplantısı yapıldı. Katılımın yüksek olduğu toplantı iki bölüm olarak gerçekleştirildi. Birinci bölümde İş Geliştirme Müdürü Ahmet Yılmaz "Genel kullanım pompa sistemleri ve pompalarda maksimum enerji verimliliği" konularında bilgi aktarımın-

da bulundu. Kahve molasından sonra devam eden ikinci bölümde Teknik Servis Müdürü Hüseyin Takmaz'ın sunumuyla "Pompa montajındaki incelikler ve sahada bakım sırasında karşılaşılan problemler" konularından bahsedildi. Katılımcıların yoğun ilgisiyle karşılaşılan toplantı soru-cevap ardından sona erdi.



armacell®

oneflex®
oneflex.com.tr



Elastomerik
Kauçuk Köpüğü
Yalıtım Levhaları



Elastomerik
Kauçuk Köpüğü
Yalıtım Boruları



Kauçuk Esaslı
Ses Yalıtım
Levhası

**DÜNYANIN
HER YERİNDE
FARK YARATIR**

Armacellular Yalıtım A.Ş.

Fabrika

Barakfakih Mah. Barakfakih Sanayi Bölgesi

16. Cad. No:13, 16450 Kestel / Bursa

T: 0224 411 17 62-63 | F: 0224 411 17 64

www.armacell.com | www.oneflex.com.tr

Merkez Ofis

Halkalı Merkez Mah. Basın Ekspres Yolu Capital Tower

No:9 Ofis:29 34303 Küçükçekmece / İstanbul

T: 0212 603 68 60 | F: 0212 603 68 61

AFS'den İspanya'ya 5 Milyon Euroluk Yatırım



AFS Boru Sanayi A.Ş., İspanya'nın Barcelona şehrine 5 milyon euroluk yatırım ile flexible hava kanalı üretim tesisi kuruyor. Türkiye'de iklimlendirme sektöründe çeyrek asırdır faaliyet gösteren AFS, flexible hava kanalı üretim kapasitesini ve yurtdışı pazarlardaki etkinliğini artırma projesi kapsamında 5 milyon euroluk yatırım anlaşması imzaladı. AFS, flexible hava kanalı üretim kapasitesini İspanya'da 5 milyon euroluk yatırım ile hayata geçirdiği üretim tesisi ile güçlendirecek. AFS Genel Müdürü Zeki Poyraz ile Katalonya Sanayi ve Ticaret Bakanı Felip Puig arasında 9 Haziran'da İstanbul'da ger-

çekleştirilen toplantıda 5 milyon euroluk yatırım anlaşması imzalandı. Puig, her türlü yardıma hazır olduklarının altını çizdi.

12 bin metrekare alan üzerine kurulan AFS üretim tesisi ile ilgili görüşlerini dile getiren AFS Genel Müdürü Zeki Poyraz, yatırımın tamamen üretim ve satış odaklı olduğunu vurguladı. Üretim kapasiteleri ve ürün yelpazelerini her geçen gün genişlettiklerini belirtip, ihracatta artışa yönelik çalışmalarına öncelik verdiklerini açıkladı.

Flexible hava kanallarından fanlara, ısı geri kazanım cihazlarından hava perdelerine kadar pek çok ürünü bünyesinde barındıran AFS, flexible hava kanalı üretimi ve satışındaki iddiasını İspanya'ya taşıdı.

TİM 2015 Mayıs ayı verilerine göre 10 milyar 819 milyon ihracat payına sahip olan Türkiye'de iklimlendirme sektörünün 298 milyon olduğunu dile getiren Poyraz, Türkiye'de iklimlendirme sektörünün ihracat payının artması gerektiğini kaydetti. 2015 yılının ilk 5 ayında sektörün büyümeye devam ettiğine dikkat çeken Poyraz, kurdukları üretim tesisi ile başta Avrupa ülkeleri olmak üzere tüm dünyada ihracat oranlarını artırmayı hedeflediklerini bildirdi.

Avrupa'nın en büyük flexible hava kanalı üretim merkezi olmayı hedefleyen AFS, İspanya'da açtığı üretim tesisi ile ihracat oranlarını artırmayı planlıyor.

Alarko Carrier, Lüleburgaz Tarım Fuarı'na katıldı

İklimlendirme sektörünün öncü firması Alarko Carrier, Lüleburgaz'da 27-30 Mayıs tarihleri arasında yapılan "4. Trakya Tarım, Hayvancılık, Süt Ürünleri ve Tohum Fuarı"nda yerini aldı. 400 bin m²'lik alanda gerçekleştirilen fuara yetkili satıcısı Hür Sondaj ile katılan Alarko Carrier, 60 m²'lik standında 4" ve 6" dalgıç pompalarını sergiledi.

Lüleburgaz Belediye Başkanı Emin Halebak tarafından açılan fuara, 110'a yakın firma katıldı. Fuar; yurtiçi ve yurtdışından 30 binin üzerinde, tarımla bire bir ilgili çiftçi, bayi, distribütör ve firma sahibine ev sahipliği yaptı.



Toyotetsu Fabrikası'nda Mas Pompa cihazları tercih edildi



2001 yılında Kocaeli, Çayırova'da temelleri atılan Toyotetsu Otomotiv Parçaları Sanayi ve Ticaret A.Ş. fabrikasında Mas Pompa ürünleri tercih edildi.

2001 yılından beri otomotiv sanayine hizmet veren ve 100.406m² açık alan, 34.279m² kapalı alana sahip firmada enerji verimliliği ön planda tutularak frekans kontrollü kuru rotorlu sirkülasyon pompaları ve kullanım suyu hidroforu, NFPA20'ye uygun yangın pompa grubu ve atık su pompaları kullanılmıştır.

7 yıl garanti ve enerji tasarrufuyla bu yaza *damgasını vuracak* klima

yepyeni



BAYMAK ELEGANT KLİMA

*Yeni sezonsal verimlilik standartlarına göre soğutmada A+ enerji seviyesi

**R410A gazlı yeni nesil inverter

- İyonizer teknolojisiyle ferahlatıcı hava sirkülasyonu • Mekanda bulunduğunuz yerde hissetmek istediğiniz sıcaklığa erişim imkanı sunan 'I feel Teknolojisi'
- Ortam sıcaklığını okuyabilen LCD uzaktan kumanda • Akıllı Temizleme Fonksiyonu'yla klimanın iç ünitesini olası tozlanma ve kokudan arındırma imkanı
- Gümüş İyon ve Aktif Karbon filtreleme sistemi • Favori Kullanım ve Turbo Mod gibi istediğiniz konfor şartlarına kolay ulaşmak için tasarlanmış kısayol tuşları



444 0 235 **7x24**
7x24 çağrı merkezi
hizmetimiz bulunmaktadır.

baymak
BDR THERMEA GROUP

Tel: 0216 581 65 00

www.baymak.com.tr

BONUS YAZ
3340'A YOLLA
BONUS'UN
SANA GELSİN!

Bonus'a özel peşin fiyatına 9 taksit

Kampanya 31 Ağustos 2015 tarihine kadar Garanti Bonus üyesi Baymak bayilerinde geçerlidir. Kampanyadan yararlanabilmek için 100 TL ve üzeri taksitli harcama yapılması gereklidir. Kampanya kapsamında 2-3 taksitli işlemlere +6 taksit eklenecektir. Kampanya artı taksit eklenmiş olarak 9 taksit ile sınırlıdır.

Garanti
I ♥ bonus
bonus.com.tr f /bonuscard

Frigo Mekanik Süt Dünyası ile bir araya geldi



İzmir Tire’de üçüncüsü gerçekleşen 3. Tire Süt Sempozyumu 11 Haziran 2015’de Tire Organize Sanayi Bölgesi konferans salonunda düzenlendi. Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı İzmir İl Müdürlüğü, Ege Üniversitesi Tire Kutsan Meslek Yüksekokulu, Tire Süt Kooperatifi, Tire Belediyesi, İzmir Veteri-

ner Hekimler Odası, TMMOB Ziraat Mühendisleri Odası İzmir Şubesi ve TMMOB Gıda Mühendisleri Odası İzmir Şubesi işbirliği ile organize edilen “3. Tire Süt Sempozyumu”na süt sektörü ve üreticileri katıldı. Türkiye Süt üretiminde 1. sırada olan İzmir bu sempozyum ile “Süt Sektöründe İnovasyon” konusuna ışık tuttu.

Türkiye’nin pek çok ilinden süt işletmeleri ve bu işletmelere yönelik üretim yapan firmaların katıldığı sempozyumda Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı yetkilileri, ilgili Oda Temsilcileri ile Üniversite ve Özel sektörden yetkililer ‘Süt sektöründe İnovasyon’ konusunda gündemi belirleyecek sunumlar yaptı. Panel Sistem’in Frigo Block markasıyla sponsorlar arasında yer aldığı etkinlikte, Frigo Mekanik Yönetim kurulu başkanı Sn. Cemal Yılmaz da “Süt soğutmanın önemi ve Süt soğutma teknolojileri” üzerine yaptığı sunum, katılımcılar tarafından büyük ilgi gördü.

“Oventrop Buluşmaları”

Oventrop, 10 Haziran’da “Oventrop Buluşmaları” kapsamında iş ortaklarına ve basın mensuplarına Rixos Pera Park Şamdan Restaurant’ta düzenlediği akşam yemeğinde buluştu. Yemeğe sektörün önde gelen mekanik taahhüt firmalarının ve inşaat şirketlerinin yetkilileri ve basın mensupları katıldı. Oventrop Türkiye Genel Müdürü Osman Doğru, Satış Mühendisi Oğuzhan Mandacı ev sahipliğinde gerçekleşen akşam yemeği ile Oventrop, iş ortaklarına güzel bir İstanbul akşamı yaşattı.



Daikin Türkiye yeni genel müdürlüğüne taşındı



Daikin Türkiye 2011 yılından beri faaliyet gösterdiği Kartal’daki Genel Müdürlük merkez ofisini Ataşehir’de yer alan Röneseans Tower’a taşıdı. Röneseans Tower, İstanbul Anadolu Yakası’nın önemli iş merkezlerinden biri olan Kozyatağı-Ataşehir’de, E-5 ile TEM bağlantı yollarının kesiştiği stratejik bir noktada yer alıyor. A plus ofis konsepti ile inşa edilen Röneseans Tower’ın özelliklerine ek olarak yüksek verim ve enerji tasarruf oranları ile öne çıkan Daikin-McQuay sistemleri tercih edildi.

Daikin Türkiye Genel Müdürlüğü’nün yeni adresi; Küçükbakkalköy Mahallesi, Kayışdağı Caddesi, Röneseans Tower No:1 34750 olurken, 0216 671 06 00 numaralı faks ve 0216 453 27 00 numaralı telefonu ise değişmedi.

Mas Pompa cihazları Plastifay’da



1965 yılından beri faaliyet gösteren ve Plastifiyan üretimini başlatan firma olan Plastifay’da Mas Pompa cihazları kullanılıyor. “Türkiye’nin ikinci 500 Büyük Firması” arasında yer alan firmanın yeni yatırımında minimum enerji tüketimi adına frekans kontrollü kuru rotorlu ve ıslak rotorlu EEI ≤ 0,17 olan sirkülasyon pompaları, frekans kontrollü kullanım suyu hidroforları, atık su pompaları ve genleşme tankları kullanıldı.



AxiCool: Soğutma için doğru seçim



Evaporatörler ve soğutma üniteleri için gerçek bir sistem çözümü sunan AxiCool, soğutma prosesinin hijyenik ve gıdalar için sağlıklı olmasını garanti etmek üzere dizayn edilmiştir. Entegre edilmiş hava yönlendirici sayesinde uzun hava atış mesafesi sunan bu ürün, aynı zamanda homojen soğuk hava dağılımını sağlar. Ebmpapst'ın patentli dizaynı olan menteşeli ve davlumbazlı yapı sayesinde evaporatör yüzeyinin temizlenme gayretini ve defrost sürelerini minimuma düşürmektedir. Verimli çalışma ve dayanıklılık odaklı bu ürün ile alakalı daha fazla bilgi için: www.ebmpapst.com.tr

Partner of
akantel ebmpapst

10007 Sk. No.6 A.O.S.B. Çiğli - İZMİR
Tel : 0232 328 20 90 (Pbx) Fax : 0232 328 02 70
e-posta : akantel@akantel.com.tr / satis@akantel.com.tr

Form A.Ş., VRF ve paket klima teknolojilerindeki yeni ürünlerini tanıttı



Form Şirketler Grubu, 14 Mayıs 2015 tarihinde Yapı Endüstri Merkezi'nde gerçekleştirdiği seminerde VRF ve Paket Klima teknolojilerindeki yenilikçi ve verimli ürünlerini tanıttı. Form Şirketler Grubu Yürütme Kurulu Başkanı Tunç Korun, yaptığı açılış konuşma-

sında, Form Şirketler Grubu'nun tarihçesini, gelişmelerini, yatırımlarını, temsilciliklerini ve yenilikçi ürünleri içeren bilgiler aktardı. Korun sunumunda, "50 yıllık deneyim, 2014 yılı sonu itibarıyla 200'e yakın çalışan, Gebze Organize ve İzmir Pancar'da 2

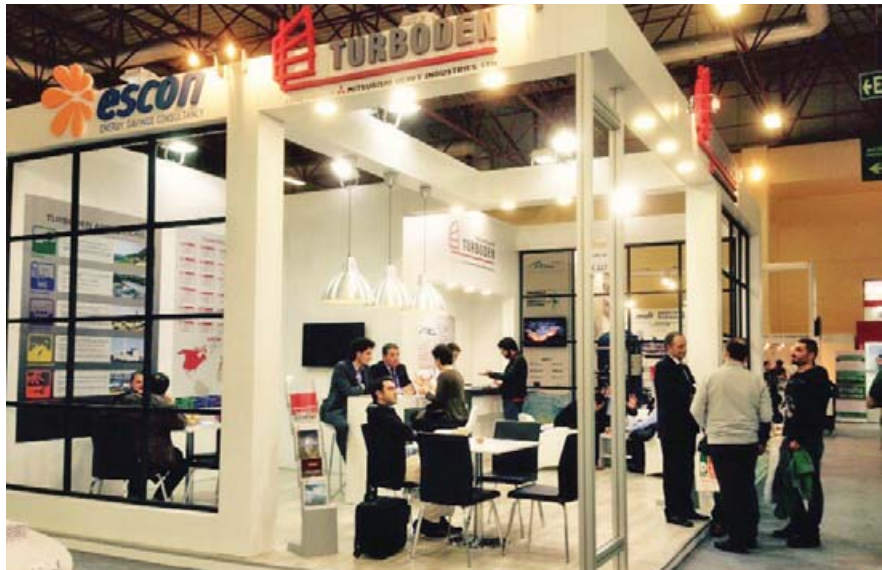
fabrika, İstanbul, Ankara, Bursa, Adana ve İzmir satış ofisleri yaklaşık 200 milyon TL konsolide ciro, merkezi ve VRF klima toplamında ciro bazında Türkiye'nin en büyük 2. klima firmasıyız." dedi. Korun sunumunda ayrıca merkezi klima, VRF sistemleri, temiz enerji, fotovoltaik, endüstri tesisleri, Munters-Form ve referansları hakkında katılımcıları bilgilendirdi. Seminerde konuşmacı olarak Form VRF Sistemleri Genel Müdür Yardımcısı Selahattin Teller 'Klima Pazarına ve VRF Sistemlere Genel Bakış', Form VRF Sistemleri Satış Koordinatörü Zafer Sarı ise 'KXZ VRF Sistemleri', Jean Pierre Coletta 'Lennox Yeni Enerji Serisi' ve Bruno Vilaseca ise 'Lennox firması Genel Tanıtım ve Tarihçesi' başlıklı sunumlarıyla yer aldı. Toplantı düzenlenen kokteyl ile sona erdi.

ESCON, ICCI Fuarı'na Turboden ile katıldı

21. ICCI Uluslararası Enerji ve Çevre Fuarı'nda AB Enerji politikaları gibi konuların yanı sıra; Kojenerasyon, Yenilenebilir Enerji, Atık Yönetimi, Geri Dönüşüm Sistemleri, Çevre Teknolojileri gibi teknik konulara da yer verildi. Türkiye'nin ilk enerji danışmanlık şirketi olan Escon, ICCI-2015 Fuarı'na temsilciliğini yaptığı İtalyan Turboden firması ile birlikte katıldı. Fuarda Turboden Organic Rankine Cycle (ORC) sistemi detaylı olarak gelen ziyaretçilere anlatıldı. Burada biyokütle, atık ısı, jeotermal ve solar termal güç uygulamaları ile elektrik üretimi yapan ORC çevreye duyarlı ve geri kazanımı olan sistemlerle ilgili ziyaretçilere bilgi verildi.

TURBODEN ORC Sistemi Nedir?

Geleneksel metodlarla düşük sıcaklık-taki ısı kaynaklarından faydalanmak çeşitli zorluklar içermektedir. Bu koşullardaki ısı kaynaklarından enerji üretmek için Organik Rankine Çevrimi kullanılır. Organik Rankine Çevrimi ısı'nın sabit basınçta, bir akışkana aktarıldığı termodinamik bir prosestir. Akışkan önce gazlaştırılır, daha sonra jeneratöre bağlı bir türbinde geliştirilir ve bu iş-



lem sonucunda elektrik üretilir. Organik Rankine Çevrimi'nde kaynama noktası suyunkinden daha düşük moleküler ağırlıklı, organik akışkanlar kullanılır. Bu akışkan, biyokütle, endüstriyel atık ya da jeotermal ısı gibi düşük sıcaklık kaynaklarındaki ısıyı geri kazanma özelliğine sahiptir. Turboden – İtalya'dan uzman ve yetkililerinde katıldığı fuar-

da; Filippo Vescovo ve Diego Albrigo üç gün süresince Turboden standında ziyaretçilerin sorularını yanıtlamışlardır. Ayrıca, Turboden' den Joseph Bonafin, Kongre içerisinde düzenlenen panelde ORC sistemleri konusunda Jeotermal uygulamaları ile ilgili sunum yapmıştır. Turboden standına üç gün boyunca ziyaretçiler yoğun ilgi göstermişlerdir.

ÇUKUROVA ISI

*Mekanınızdaki Buzları
Çukurova Isı ile Eritin...*



- Benzersiz Estetik Tasarım
- Yüksek Tasarruf
- Paslanmaz Çelik Yapı
- Rüzgardan Etkilenmeyen Yapı
- Yüksek Verim
- Kolay Montaj İmkânı

E.C.A. bayileri iftar davetinde buluştu

Isıtma sistemleri sektörünün öncüsü E.C.A.'nın İstanbul Adile Sultan Sarayı'nda düzenlediği iftar yemeği E.C.A. çalışanlarını ve bayilerini bir araya getirdi. Elginkan Vakfı Yönetim Kurulu Başkanı ve Elginkan Topluluğu İcra Meclisi Başkanı Gaye Akçen'in ev sahipliğini yaptığı geceye Türkiye genelinde hizmet veren E.C.A. Bayileri katıldı.

Sektöründeki 30 yılı aşkın deneyiminin verdiği güvenle hizmet veren E.C.A., her yıl düzenlediği iftar davetlerini bu sene de Adile Sultan Sarayı'nda gerçekleştirdi. Türkiye'nin dört bir yanında hizmet veren 500'ü aşkın bayi ve çalışanın katılım

sağladığı yemeğe Elginkan Vakfı Yönetim Kurulu Başkanı ve Elginkan Topluluğu İcra Meclisi Başkanı Gaye Akçen ile Emas Makina San. A.Ş. Genel Müdürü Mehmet Özokumuşoğlu ev sahipliği yaptı.

Bu yıl ilk kez düzenlenen iftar davetinde konuşan Elginkan Vakfı Yönetim Kurulu Başkanı ve Elginkan Topluluğu İcra Meclisi Başkanı Gaye Akçen, E.C.A.'nın öncülüğünde gerçekleşen böyle güzel bir davette herkesi bir arada gördüğü için çok memnun olduğunu söylerken Emas Makina San. A.Ş. Genel Müdürü Mehmet Özokumuşoğlu ise, "Ramazan ayı dolayısıyla her sene düzenlediğimiz



iftar davetlerimize uzak yakın demeden katılım sağlayan ve büyümümüzde büyük rol oynayan çalışanlarımız ve bayilerimize teşekkür ediyorum" dedi.

E.C.A., düzenlediği geleneksel iftar davetleri ve motivasyon etkinlikleri ile tüm bayi ve çalışanlarını buluşturmaya devam ediyor.



Gelişmiş teknolojisi ve sektörün en üst segmentinde yer alan klima modelleri ile kullanıcılarına enerji verimliliği yüksek, konforlu bir iklimlendirme sunan Daikin, yeni sezona indirimle başlıyor. "Daikin'de yüzde yüz serinlik yüzde 25'e varan indirimle" sloganıyla yeni sezonun açılışını yapan Daikin, yazı serin serin karşılamak isteyenlere indirim fırsatı sunuyor.

Daikin'den yazı karşılama kampanyası

İklimlendirme konforu yaşamak isteyen herkesi klima sahibi yapmak isteyen Daikin, 15 Temmuz 2015 tarihine kadar sürecektir olan kampanya ile en beğenilen modellerinden Tegora, Shira ve yeni Emura II split klima modellerinde yüzde 25'e varan indirim uyguluyor.

Bu kampanya ayrıca, yaz hazırlığına başlayan Garanti Bonus Card sahiplerine hem indirim hem de taksit olanağı sunuyor. Garanti Bonus Card sahipleri 15 Temmuz 2015 tarihine kadar Daikin Tegora, Shira ve yeni Emura II split klimalarına peşin fiyatına 9 taksit ile sahip

olabiliyor. Kampanya kapsamında yüksek konfor ve yüksek verimlilik değerleri ile öne çıkan Tegora Seasonal Serisi klimalardan biri ile serinlemek isteyenler, ihtiyaçları olan kapasiteye (Btu/h) göre 495 TL ile 1.181 TL arasında daha az ödüyor. Gerek enerji tasarrufu gerekse kullanıcı konforunu artıran özellikleri ile öne çıkan Shira, 15 Temmuz'a kadar 798 TL ile 2.135 TL arasında indirim avantajıyla alınabiliyor. Ödüllü şık tasarımı ile teknolojiyi birleştiren Emura II ile yazı karşılamak isteyenler ise 920 TL ile 1.656 TL arasında indirim avantajından yararlanabiliyor.

Yazın en sıcak kampanyası "DemirDöküm'den Tabii ki"

61 yıldır evleri sıcak birer yuvaya döndüren Türkiye'nin en köklü markalarından biri olan DemirDöküm, yeni reklam kampanyasında "Türkiye'nin kombisi DemirDöküm Tabii ki" sloganını çocukların kalbinden geçenlerle birleştiriyor ve onların dilinden sesleniyor.

Türkiye'nin dört bir yanından çocukların, "Türkiye'nin en sıcak yeri neresi?" sorusuna verdikleri şaşırtıcı ve samimi cevaplar kampanyanın ana sloganında birleşiyor. DemirDöküm bu kampanya ile birlikte hem çocukların hem ailelerin kalbine dokunmayı hedeflerken; sıcak, samimi, dinamik ve yenilikçi yüzünü tüketiciye yeniden buluşturuyor.

Yönetmenliğini Özer Feyzioğlu'nun yaptığı reklam filmi 2 günde tamamlandı. Türkiye'nin farklı coğrafi bölgelerini temsilen farklı şehirlerden 20 çocuk ile 15 ayrı sette çekimler gerçekleştirildi. Çocuklar, "Türkiye'nin en sıcak yeri neresi?" sorusuna hem kendi yörelerini hem de DemirDöküm sıcaklığını öne çıkaran yanıtlar verdi. Çocuklar oyunlarını oynarken doğal kareler yakalanmaya özen gösterildi, yorulmadan, sıkılmadan eğlenceli bir şekilde çekimleri tamamlamaları sağlandı. Filmin dış sesi ve şarkısı ise pop müziğinin usta ve sıcak sesi Yaşar tarafından seslendirildi.



**IMEKSAN**

Yüksek enerji sınıfında, ısıtma, soğutma,
havalandırma ve klima ekipmanları

**ORTAMI KLİMATİZE EDERKEN
AYNI ANDA ISI GERİ KAZANIM YAPAN
ve TAZE HAVA İHTİYACINI KARŞILAYAN**

IHRA-HP

IHRA-HP, ısı pompalı ısı geri kazanım üniteleridir.

750, 1000, 1500, 2000, 3000 ve 4000 m³/h olarak

6 farklı modeli bulunmaktadır.

Plakalı ısı geri kazanım veya döner tamburlu ısı geri kazanım
ünitelerini bünyesinde barındırır.

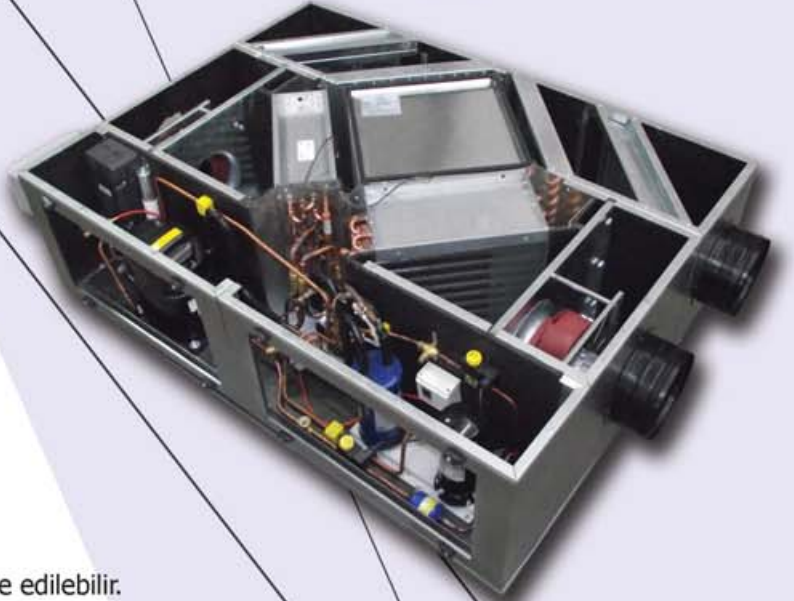
Dışarıdan alınan taze havayı ekstra bir klimatizasyon işlemine
ihtiyaç duymaksızın konfor şartlarına getirir.

Gerekli duyulduğu hallerde giriş veya çıkışına elektrikli ısıtıcı ilave edilebilir.

Böylelikle ortamı klimatize ederken aynı anda ısı geri kazanım yapıp,

taze hava ihtiyacını karşılar. Kasası profil ya da sacdan imal edilebilir, tamamen kompakt

bir cihazdır, ihtiyacı olan tüm üniteleri bünyesinde barındırır.



Hastane Havalandırmasında Hijyen Projesi'nin startı verildi



İSKİD Basın Yayın Komisyonu, Merkezi İklimlendirme Sistemleri Komisyonunun da desteği ile "Hastane Havalandırmasında Hijyen" konulu projenin çalışmalarına başladı. 4 Haziran'da Esentepe'de bulunan TOBB binasında gerçekleştirilen "Arama Konferansı" İSKİD üyesi firmaları ve sektörün diğer paydaşlarını bir araya getirdi.

Prof. Dr. Ahmet Arısoy'un oturum başkanlığını yürüttüğü konferansın "Değerlendirme Kurulu"nda ise; İSKİD geçmiş dönem başkanlarından ve Merkezi İklimlendirme Sistemleri Komisyonu Üyesi Vural Eroğlu, İnşel'den Metin Kenter, Demta'dan Ersin Gökbudak ve Acıbadem Proje Yönetim'den Bora Atay yer alıyor.

İSKİD Yönetim Kurulu Başkanı Sayın Cem Savcı konferansın açılış konuşmasında hastane havalandırmasında hijyenin önemi ve İSKİD olarak bu konuyla ilgili yapılacak çalışmaları desteklediklerini belirtti.

İSKİD Basın Yayın Komisyonu Başkanı Ezgi Temoçin ise yaptığı konuşmada "Arama konferansı ile toplumumuzun yaşam

kalitesini doğrudan ilgilendiren hijyen konusuyla ilgili sorunları tespit edip, ortak akıl oluşturmayı hedeflediklerini bu nedenle konferansta sektördeki tasarımcıları, uygulamacıları, hijyenik klima santrali üreticilerini, işletmecileri ve validasyon şirketlerini dinleyerek hastanelerdeki hijyenik havalandırma ile ilgili sorunların çözümü için projenin yol haritasını çıkarmayı planladıklarını belirtti". Toplantının sonunda söz alan İSKİD Merkezi İklimlendirme Sistemleri Üyesi Ozan Atasoy İklimlendirme sektörünün hastanelerdeki havalandırma sistemleri konusunda hangi noktada olduğunu içeren bir konuşma yaptı.

Sektörün tüm paydaşlarının katkı sağladığı konferansta; Türkiye'deki hastanelerin havalandırma sistemleri, sistemlerin yeterliliği, bu konuda yaşanan aksaklıklar ve normlar görüşüldü. Konunun tüm paydaşları, mevcut durumu kendi perspektiflerinden değerlendirme ve çözüm önerileriyle ortak hedef üzerinde görüş bildirme fırsatı buldu.

Hastane Havalandırmasında Hijyen konusu ile başlayan etkinlikler elde edilen veriler doğrultusunda çizilen yol haritasına göre planlanacak yeni etkinliklerle devam edecek.



Baymak'ın yeni yüzü Orange Store'ların ilki İstanbul'da açıldı



Baymak'ın sektöre farklı bir soluk getirdiği yeni bayi organizasyonu Orange Store'ların ilki İstanbul Kayışdağı'nda faaliyete başladı. Modern mağaza tasarımı ve ürün teşhiri, eğitimli montaj ve uygulama ekipleri, tüketicilere gerekli teknik bilgiyi sağlayan makine mühendisleri ve güler yüzlü mağaza personeli bir araya getiren Orange Store, sektördeki bayi anlayışına yeni bir soluk getiriyor. Açılışta konuşan Baymak Genel Müdürü ve Yönetim Kurulu Üyesi Ender Çolak, Türkiye genelinde yüzde 10 büyüyerek yıl-

sonuna kadar 100 Orange Store'a ulaşmayı hedeflediklerini belirterek, şunları söyledi: "Bu çarpıcı projeyi daha kağıt üzerinde gördüğümüz anda bizi etkilemişti, ancak bugün görüyorum ki hayata geçmiş hali çok daha güzel ve etkileyici. Ürünlerin teşhirinden logo tasarımına, iç mekanda kullanılan aksesuarlardan bina dış cephesine kadar bu projenin her detayı tek tek düşünüldü. Daha çizim aşamasındayken bile Türkiye çapında bayilerimizden Orange Store olmak için gelen talepler oldukça fazlaydı. Bu önemli yapılmayı elbette biz de her yerde kurmak istiyoruz. Projemizin Türkiye genelinde 100 noktaya ulaşmasını hedefliyoruz. İstanbul ve İzmir haricinde Ankara, Adana, Mersin, Elazığ, Sivas, Diyarbakır ve Kahramanmaraş yoğun taleplerin geldiği illerimiz." Orange Store, bayilere sunulan satın alma ve taahhüt avantajları ile kolaylık sağlarken geniş ürün gamı ile 12 ay satış yapabilme olanağı da sunuyor.



MULTI V™

En yüksek verimle çalışan LG Multi V teknolojisi, yapıların performansı ve kullanıcıların konforu düşünülerek tasarlandı. En iyi tasarımlara yakışan verimlilik oranları LG'de.



Ustaca
tasarlamak sizden,
verimliliği yenilemek
bizden.

Enerji Verimliliği
7,3'e kadar COP değeri

7,3

Tasarım Verimliliği

Kritik hat borulama mesafesi: 225 m
Toplam borulama: 1000 m

1000 m

Alan Verimliliği

%50 daha az yer kaplayan
VRF sistem dış üniteler

%50



www.4mevsimLG.com

444 9 474

Bosch Termoteknik Isıtma ve Klima Sanayi Ticaret AŞ

LG Klima Sistemleri Türkiye yetkili distribütörüdür.

Trakya Üniversitesi Bahar Konferansları'nda “İklimlendirme Sektörünün Bugünkü Durumu” konuşuldu



14 Mayıs 2015 günü Trakya Üniversitesi Mühendislik Fakültesi Makine Mühendisliği Bölümü ve Türkiye Makine Mühendisleri Odası Edirne Şubesi tarafından düzenlenen XXIV. Bahar Konferansları etkinliğinde “İklimlendirme Sektörünün Bugünkü Durumu” konuşuldu. TMMOB Edirne Şube’sinde gerçekleştirilen konferansa TMMOB Yönetim Kurulu Başkanı Mehmet Soğancı, TMMOB Edirne Şubesi Başkanı Yaver TETİK, ISKAV adına Yönetim Kurulu Üyesi Hüseyin Vatansever ve Vakıf Müdürü Elif Akmeahmet katıldı.

Yıllar önce mezun olduğu üniversitesinin genç mühendis adaylarına sunum yapmaktan ötürü duyduğu mutluluğu belirten Hüseyin Vatansever, iklimlendirme sektörünün geçmişi ve bugünkü koşullarına karşılaştırmalı olarak değindi. Sektörün büyümesine ve gelişmesine paralel olarak nitelikli insan kaynağına ihtiyacın her geçen gün arttığını vurguladı. Elif Akmeahmet, üniversite-sanayi birlikteliğine örnek olarak ISKAV ile Yıldız Teknik Üniversitesi arasında sürdürülen iklimlendirme dalı sertifikalandırma ve burs çalışmaları programına değindi. Konferans, öğrencilerden gelen sorulara ve yorumlara verilen cevaplarla son buldu.

ISKAV Yön. Kur. Üyesi Mak. Yük. Müh. Hüseyin Vatansever: “Türkiye’nin her bölgesinden üniversitelerin makine mühendisliği bölümünde okuyan öğrencileri nitelikli stajlar aracılığıyla sektöre yönlendirebileceğimizi bir kez daha gözlemlemiş oldum.”

Bahar Konferansları etkinliğinde “İklimlendirme Sektörünün Bugünkü Durumu” hakkında Mezun olduğu okulda yıllar sonra geleceğin genç mühendislerine sunum yapan ISKAV Yön. Kur. Üyesi Mak. Yük. Müh. Hüseyin Vatansever’e izlenimlerini ve görüşlerini sorduk.

Konferans hakkındaki görüşlerinizi alabilir miyiz?

Öncelikle 28 yıl sonra mezun olduğum üniversitemin genç mühendis adaylarıyla bir araya geldiğim için mutlu oldum ve oldukça heyecanlandım. Uzun yıllar bu tür konuşmaları yapmama rağmen Üniversitemden genç arkadaşlar ilk kez böyle bir heyecanı hissetmeme se-

bep oldular. Staj konusunda talepleri vardı. Özellikle, nitelikli staj yerleri bulmakta zorluk çektiklerini ifade ettiler. Bireysel olarak firmamda yardımcı olup olamayaçağımı sordular, memnuniyet duyacağımı ifade ettim. ISKAV olarak, öğrencilerin nitelikli staj yeri ihtiyaçlarını giderme konusunda çalışmamız gerektiğini gördüm. Üniversite ayrımı yapmaksızın Türkiye’nin her bölgesinden üniversitelerin makine mühendisliği bölümünde okuyan öğrencileri nitelikli stajlar aracılığıyla sektöre yönlendirebileceğimizi bir kez daha gözlemlemiş oldum. Bu manada üniversiteler ile işbirliği protokolleri yapılabilir, staj konusu da dâhil, sektörün ihtiyacı olan nitelikli mühendisler bu işbirliği neticesinde iklimlendirme sektörüne kazandırılabilir kanaatindeyim.

Bu konferanstan ne gibi sonuçlar çıkarılabilir?

Konferans sonrası katılımcılar ile yapmış olduğumuz görüşmelerde iki konu öne çıktı. Bunlardan birincisi, Üniversite içerisinde kurulacak ve hem öğrencilere, hem de geleceğin enerji yöneticilerine hizmet verecek enerji laboratuvarı kurulması. Kocaeli, Ankara ve İzmir’de olduğu gibi Edirne’de de bu konuda çalışma yapılması gerekliliği ifade edildi. İzmir’deki deneyimlere dayanarak laboratuvar kurulması konusunda hem firmam hem de şahsen özel olarak destek vereceğimi ifade ettim kendilerine. Bir diğer öne çıkan husus; belki de Edirne’nin merkeze uzak, bir sınır şehrimiz olması nedeni ile sektörel derneklerin yaptığı çalışma ve eğitimlerden yeterince yararlanamaması. Bunun üzerine, öğrencilerin ve eğitimcilerin birlikte katılabileceği şekilde 2015 yılı sonbahar aylarında yapılmak üzere Temel Psikometri eğitimi verilerek bu çalışmalara başaklanabileceğini konuştuk. Bu eğitim için Makina Mühendisi Haluk SEVEL büyüğümüzün bu eğitimleri İzmir’de verdiği, benzer eğitimlerin Edirne’de de verilebileceğini görüştük. Haluk beyin yazdığı ‘Psikometri’ kitaplardan bir seçki hazırlayarak Makine Mühendisleri Odası Edirne Şubesi ve Trakya Üniversitesi Mühendislik Fakültesi Dekanlığına gönderdik.

GENÇ MÜHENDİS ADAYLARIMIZA DENEYİMLERİMİZİ PAYLAŞMA İMKÂNI BULDUK

Bahar Konferansları adı ile düzenlenen bu etkinlik sayesinde ISKAV’ın Edirne’de tanıtımını gerçekleştirdik. Makine Mühendisleri Odası Edirne Şubesi ile ilerleyen zamanda yapılabilecek olası işbirliklerini görüştük. Sektörümüzün bugünü ve yarınını dair hedeflerini paylaştık, İSİB’in hazırladığı ‘İklimlendirme Sektörü Tanıtım Filmini’ katılımcılar ile paylaştık, genç mühendis adaylarımıza deneyimlerimizi paylaşma imkânı bulduk. Emeği geçenlere çok teşekkür ediyorum.



Savunma Sanayisinde

ERBAY DAMGASI



Marin Tip Vidalı Kompresörlü Soğuk Su Üretici Gruplar



Marin Tip Pistonlu Kompresörlü Soğuk Su Üretici Gruplar



Marin Tip Klima Cihazları



Shell & Tube Deniz Suyu Kondensörleri

Rüzgâr enerjisi sektörü, 8-10 Ekim 2015'de İzmir'de buluşuyor



İzmir'de üçüncü kez düzenlenen Rüzgâr Sempozyumu ve Sergisi çalışmaları hakkında detaylı bilgi almak için etkinlik sekreterleri Fatih Efe Çiçek ve Mustafa Serdar Çınarlı ile bir söyleşi gerçekleştirdik.

Bu yıl üçüncüsü gerçekleştirilecek olan İzmir Rüzgâr Sempozyumunun geçmişi hakkında bilgi verir misiniz?

Mustafa Serdar Çınarlı: Elektrik ve Makina Mühendisleri Odaları İzmir Şubeleri, yeni teknoloji ve uygulamaları içeren bilgi birikiminin tüm meslek alanlarında olduğu gibi, rüzgâr enerjisi alanında da yaygınlaşmayı sağlamak amacı ile ilk kez 5-7 Nisan 2001 tarihinde Alaçatı'da Sempozyum ve Sergi gerçekleştirdi.

Sempozyumda, rüzgâr enerjisi konusunda deneyim kazanmış yerli ve yabancı konuşmacılar birikimlerini katılımcılarla paylaşmış ve bu sunumlar bildiriler kitabı olarak yayımlanmıştı. Rüzgâr enerjisi teknolojisinin gelişimine katkıda bulunan kurum ve kuruluşlar ile bu alanda bilgi, hizmet ve ürün talep eden kamu-özel sektör yetkilileri ve ilgililer bir araya gelme şansı yakalayıp doğrudan bilgilendirmenin ve etkileşimin sağlanacağı bir ortam oluşturulmuştu.

Ülkemizde rüzgâr enerjisi yatırımlarının başlangıç aşamasında düzenlenen böyle bir organizasyon, sektör temsilcilerinden yoğun ilgi görmüş ve 300 dolayında katılım gerçekleştirilmişti. Bugün rüzgâr enerjisinin geldiği seviyeyi gördüğümüzde o gün yapılan çalışmanın ne kadar isabetli olduğunu daha iyi anlıyoruz. Ardından 23-24 Aralık 2011 tarihinde 2. İzmir Rüzgâr Enerjisi Sempozyumu'nda 26 bildiri sunuldu ve 685 sektör temsilcisi katılım sağladı. Oluşan bu yoğun talep üzerine geçen yıl yönetim kurullarımız, artık beklenen bir organizasyon haline gelen İzmir Rüzgâr Sempozyumu'nun üçüncüsünü 8-10 Ekim 2015 tarihlerinde düzenleme kararı aldılar ve hazırlık çalışmalarına başlanıldı.

Sempozyum hazırlık çalışmaları hangi aşamada ve beklentilerinize cevap veriyor mu?

Fatih Efe Çiçek: Hazırlık çalışmalarına 1,5 yıl önce başlanılan sempozyum için Yürütme Kurulumuz 12 toplantı gerçekleştirerek program hazırlık çalışmasını büyük ölçüde tamamladı.

Bu yıl sempozyum için 54 bildiri özeti geldi ve bu özetlerden 26 bildirinin tam metni sekreterimize ulaştırıldı. Geçmiş yıllarla kıyasladığımızda çok yüksek bir rakamda olan bu bildirilerin sunumları paralel salonlarda gerçekleştirilmesi planlanmaktadır. Üç gün sürecek Sempozyumda, farklı başlıklar altında toplanmış önemli sunumların yapılacağı yoğun bir programın oluşturulduğunu şimdiden söyleyebilirim. Sektörün sorunları ve gereksinimleri farklı platformlarda masaya yatırılarak tartışma ortamının yaratılması hedeflenmektedir.

3. İzmir Rüzgâr Sempozyumu kapsamında ortaokul öğrencileri arasında Resim Yarışması düzenlenmesine kararlaştırıldı. "Yenilenebilir Enerjinin Ülkemiz ve Dünyamız Açısından Önemi" konusunda farkındalık oluşturmak, öğrencilerin "Rüzgâr", "Güneş" ve "Su", gibi yenilenebilir enerji kaynakları ve bunlardan nasıl yararlanılarak temiz enerji üretilebileceği hakkında bilgi sahibi olmalarını sağlamak amacıyla düzenlenen yarışma, öğrencilerden yoğun ilgi gördü. Sonuçları sempozyumda açıklanacak olan yarışmaya katılan öğrenci ve öğretmenlerimize gösterdikleri duyarlılık için çok teşekkür ediyoruz.

Şu ana kadar 18 kurum ve kuruluşun desteğini alan Rüzgâr Enerjisi Sempozyumu'nda ortaya çıkan görüş ve öneriler sonuç bildirisi olarak toplanarak kamuoyu ile paylaşılacak.

Sempozyumun paralelinde ayrıca sergi gerçekleştirilecek. Bu aşamada sektör temsilcilerinden beklentileriniz nelerdir?

Mustafa Serdar Çınarlı: Üyelerimizin gelişimi için düzenlediğimiz bu tür etkinliklerde etkinliğin denk bütçe ile gerçekleşmesini ve Şube bütçelerine ek yük getirmeden tamamlanması amaçlanmaktadır. Sempozyum ile birlikte düzenlediğimiz sergiye sektörde yer alan firmaların katılımı için çalışmalarımız sürmektedir. Sempozyuma 5 ay kalmasına karşın şu ana kadar sergi alanımızın yarısı için firmalarla sözleşme imzalanmış durumdadır. Yaz döneminde, sergide yer alacak bütün firmaları belirlemeyi hedefliyoruz.

Firmalar, sempozyumu delege olarak izleyenlere yönelik hazırlanacak olan bellek, çanta, not defteri gibi alanlarda yer alarak etkinliği destekleyebilirler.

Son olarak söylemek istediğiniz bir şey var mı?

Fatih Efe Çiçek: Sektördeki bilgi birikiminin paylaşarak ortaklaştırılması ve sorunların çözülmesine ilişkin görüş oluşturulması açısından önemli bir platform olan İzmir Rüzgâr Sempozyumu'na tüm üyelerimizi ve ilgilileri bekliyoruz. 8-10 Ekim 2015 tarihlerinde MMO Tepekule Kongre ve Sergi Merkezi'nde buluşmayı arzuluyoruz.



tmmob
elektrik mühendisleri odası
izmir şubesi



tmmob
makina mühendisleri odası
izmir şubesi

3. İZMİR RÜZGÂR SEMPOZYUMU ve SERGİSİ

8-9-10 Ekim 2015

**MMO TEPEKULE
KONGRE VE
SERGİ MERKEZİ**



İLETİŞİM

TMMOB MAKİNA MÜHENDİSLERİ ODASI İZMİR ŞUBESİ

MMO Tepekule Kongre ve Sergi Merkezi

Anadolu Caddesi No: 40 K: M2 Bayraklı - İZMİR Tel: (232) 462 33 33/121-152 Faks: (232) 462 43 77

asansor.mmo.org.tr // asansorsempozyumu-izmir@mno.org.tr

asansor.emo.org.tr // asansorsempozyumu-izmir@emo.org.tr

RÜZGÂR SEMPOZYUMU KATILIM FORMU

Adı Soyadı : _____
Kuruluş : _____
Görev ve Ünvan : _____
Oda Üye No : _____
Telefon : _____
Faks : _____
Fatura Bilgileri : _____
Vergi Dairesi/No : _____
e-Posta : _____
Katılım Şekli : ☐ Delege ☐ Kursiyer
Delege Katılım Ücreti : ☐ 200.00 TL ☐ Kurs Katılım Ücreti: 20.00 TL

*Sempozyum kapsamında gerçekleştirilecek kurs; katılımcı sayısı 20 kişi ve üzerinde olduğunda açılacaktır.
Kursiyerlerin delege olması zorunludur.

Banka Hesap No : T. İş Bankası Yenişehir Şubesi (4218)

Hesap No: 5994223 (IBAN: TR 79 0006 4000 0014 2185 9942 23)

Not: Banka Dekontunun fotokopisi başvuru formuyla birlikte bim-izmir@mno.org.tr mail adresine gönderilmelidir.

Aktif Grup 20. yılını kutladı



1995 yılından bu yana 3 farklı firmasıyla yurt içi ve yurt dışında iklimlendirme sektöründe hizmet sunan Aktif Grup 20. Yılı'nı Grand Cevahir Otel'de geleneksel iftar davetiyle kutladı. Aktif Grup bünyesinde bulunan şirketlerin yöneticilerinin firmaları hakkında verdikleri bilgiler sonrasında konuşan Aktif Grup Yönetim Kurulu Başkanı Halim Özdemir, Aktif Grubun kuruluş ve gelişmesinin hikayesini misafirleriyle paylaştı. Özdemir konuşmasının devamında; "Çevreci ve pratik çözümler konusunda araştırmalarını sürdüren Aktif Grup; bugünlere taşıdığı müşteri memnuniyeti ve adı gibi aktif yapısıyla sağlam adımlarla ilerlemeye devam ediyor. Aktif Grup'un önceliği insana verdiği önemdir. Kazancının paylaşarak artacağına inanmıştır. Bu inançtan yola çıkarak çok ortaklı bir yapının devamında; çalışanlarını, tedarikçilerini ve müşterilerini de iş ortakları olarak görmektedir. Aktif Grup, bu hızlı ve sağlam gelişmeleri, asla taviz vermediği kuruluş ilkelerine borçludur." açıklamasında bulundu. Özdemir'in konuşmasının ardından Aktif Grup 20. Yıl filmi salondaki misafirlere izletildi. Ardından da Aktif Grup'un bayiliğini yaptığı markalar; Vesbo, Duyar, Mimsan Grup, Borusan Manesmann, E.C.A. Serel, Rehau ve Ode'nin sponsorluğunda gerçekleştirilen gecede katkılarından dolayı bu markaların yetkililerine plaketler sunuldu. Törenin ardından iftar yemeğinde bir araya gelen misafirlere çekilişle çeşitli hediyeler verildi.

2007 yılında başlattığı 'Üreticiler ve İş Ortaklarımız El Ele' toplantılarının 3.sünü Aktech, Airfel, Duyar, Hsk, Isısan, Ode, Sifonik, Standart ve Vesbo'nun katılımıyla 03 Haziran 2009 tarihinde İstanbul Dede-man Hotel'de gerçekleştirdi.

Toplantı, açılış ikramı ve devamında Aktif Isı A.Ş. Yönetim Kurulu Başkanı Halim Özdemir'in yaptığı konuşma ile başladı. Halim Özdemir konuşmasında,

Aktif Isı'nın yeni markaları olan Aktech ve Sifonik'in pazardaki başarısı üzerinde durdu. Özdemir, güven, hizmet ve kalite politikasından 14 yıldır taviz vermelerinin başarılarının altında yatan en önemli unsur olduğunu vurguladı.

Toplantı, Aktech, Airfel, Duyar, Hsk, Isısan, Ode, Sifonik, Standart ve Vesbo'nun yaptığı sunumlarla devam etti. Tüketiciler, istek ve şikâyetlerini üretici firma yetkililerine iletme fırsatı buldular.





3S POMPA HİDROFOR MAKİNA YEDEK PARÇA PAZARLAMA SAN. TİC. LTD. ŞTİ.

YENİ NESİL TASARIMLARIN SAĞLADIĞI ENERJİ VERİMLİLİĞİ İLE DOĞAYA SAYGILI ÜRÜNLER



www.3spompa.com.tr
www.normpompa.com.tr

Asal – Hitachi ilk iş ortakları toplantısını büyük bir katılımıla gerçekleştirdi

27 Mayıs 2015 tarihinde Crowne Plaza Asia’da eğitim ve lansmanı birlikte barındıran benzerine az rastlanır büyük bir organizasyonla gerçekleştirilen, Asal İklimlendirme Teknolojileri AŞ.’nin kuruluşundan bu yana ilkinin düzenlediği İş Ortakları Toplantısı’na Bayi-Servis ve Bayi Servis Aday kanalındaki yaklaşık 195 firmadan 315 kişi katıldı.



Hitachi ürünlerinin bazı önemli yapısal özelliklerine değindikten sonra Asal İklimlendirme Teknolojileri A.Ş. şirket profili, 2015 yılı pazarlama faaliyetleri, satış ve satış sonrası hizmet politikalarıyla ilgili bilgi veren Karakaya, Asal’ın Hitachi ve Ecotherma ürün yelpazesini tanıttı. Ürünlerin mevcut ve yenilenen özellikleri üzerinden titizlikle geçerek katılımcıların bilgilerini tazeledi.

Öğleden sonraki oturumda bayi-satış kısmında farklı ürünlerin tanıtımlarına devam eden Asal ailesinden Bireysel sistemler sunumunu yapmak üzere Bireysel Sistemler Satış Yöneticisi Alper Alan söz alarak split ve multi split cihazlar ile ilgili misafirlere ayrıntılı bilgi aktarımında bulundu. Ardından Proje Satış Mühendisi Murat Arkutcu, ısı pompalarının çalışma prensibi, özellikleri, kullanım yerleri ve tasarruf şekilleriyle ilgili bilgi verdi. Son olarak Ürün Müdürü Tuncer Hasırcı sunumuyla otomasyon sistemleri ve kullanıma şekilleri ile ilgili geniş bilgi sağladı. Öğleden sonraki kısımda yapılan sunumların interaktif şeklinde yapılması katılımcılar açısından çok etkili oldu.

Satış sonrası hizmetler oturumunda da Asal A.Ş. Servis Müdürü Yavuz Küçükaslan, 2015 Satış sonrası hizmetler politikası ve yol haritası, keşif, montaj, işletmeye alma, raporlama ve belgelendirme hakkında ayrıntılı şekilde misafirleri bilgilendirirken Proje Teklif Sorumlusu Ahmet Sarı, Hitachi Selection Software (Borulama) programını özetleyip ürün seçim kriterleri hakkında bilgilerini paylaştı.

Asal İklimlendirme Teknolojileri AŞ.’nin kuruluşundan bu yana ilkinin düzenlediği İş Ortakları Toplantısı, Bayi-Servis ve Bayi Servis Aday kanalındaki yaklaşık 195 firmadan 315 kişinin katıldığı eğitim ve lansmanı birlikte barındıran benzerine az rastlanır büyük bir organizasyonla 27 Mayıs 2015 tarihinde Crowne Plaza Asia’da gerçekleştirildi.

Toplantı tam gün ve öğleden sonra bayi-satış ve servis olarak iki kısımda yapıldı.

Asal A.Ş. Yönetim Kurulu Başkanı ve Genel Müdürü Turhan Karakaya açılış konuşmasını yaptıktan sonra, misafirlere Asal çalışanlarını tanıtarak toplantıda samimi bir aile ortamı oluşmasını sağladı.

Devamında HITACHI Türkiye İş Geliştirme Müdürü Özgür Özalp ve Hitachi High- Technologies New Business Development Müdürü Yajima Masatoshi Hitachi markasının doğuşu, aşamaları, fabrikaları, üretim prosesleri, ürün gamı, kullanım alanları ve gelecekteki projeleri hakkında ayrıntılı bilgi verdi.

Toplantının devamında Hitachi Japonya vekili tarafından sadece bu toplantı bünyesinde yapılan sürpriz kampanya, salonda keyifli anlar yaşattı. Toplantı sonunda düzenlenen ödül töreniyle de birçok firmaya farklı dallarda ödülleri takdim edilirken ekranda projeleri yer aldı.



KUSURSUZU

arayanlar için tasarlandı

Oteller, resmi kurumlar, avm ve iş merkezleri, spor salonları, hastaneler ilaç üretim tesisleri ve havaalanları için profesyonel iklimlendirme çözümleri.



📍 Mimar Sinan Caddesi No: 81 Karakuyu Torbalı / İZMİR

☎ 0 (232) 866 20 50

☎ 0 (232) 866 22 23

✉ info@acsklima.com



www.acsklima.com



17 ülke, Bosch Termoteknik Türkiye tarafından yönetiliyor



İklimlendirme sektöründe ısıtmadan soğutmaya havalandırmadan endüstriyel sistem ürünlerine kadar tüm sistem çözümlerini sunan Bosch Termoteknik, Türkiye'nin yanı sıra Orta Doğu ve Kafkasya bölgesindeki 17 ülkeyi Türkiye'den yönetiyor. Merkez üssü gibi konumlanan Bosch Termoteknik, Manisa'daki fabrikasında 870 çalışanıyla kombi, ısı pompası ve komponent üretiminde rekorlar kırıyor. Duvar tipi kombilerde; 24 cihaz ailesi için 800'den fazla tipte üretim gerçekleştiren Bosch Termoteknik üretiminin yaklaşık yüzde 70'ini 34 farklı ülkeye ihraç ediyor. Isıtma-soğutma sektörünün lider markası Bosch Termoteknik, Ortadoğu ve Kafkasya bölgesindeki ülkelere bireysel, ticari ve endüstriyel tip ürünlerden oluşan geniş bir ürün gamıyla hizmet veriyor. Azerbaycan'dan İsrail'e Ürdün'den Birleşik Arap Emirlikleri'ne kadar 17 ülkede, gaz yakıtlı şofbenler, elektrikli termosifonlar, duvar tipi kombiler ve kazanlar, ısı pompaları, güneş enerjisi sistemleri gibi geniş bir ürün portföyünün tüm satış, pazarlama ve satış sonrası hizmetleri Türkiye'den yönetiliyor. Bosch Termoteknik'in bu bölge için sunduğu ürünler arasında yer tipi çelik ve döküm kazanlar, endüstriyel tip sıcak su ve buhar kazanları da mevcut.

Polat: "Ortadoğu ve Kafkasya bölgesi büyük potansiyel taşıyor"

Türkiye, Ortadoğu ve Kafkasya bölgesi satış operasyonun başında bulunan Bosch Termoteknik Türkiye, Ortadoğu ve Kafkasya Satış Genel Müdürü Zafer Polat "Orta-doğu ve Kafkasya bölgesi iklimlendirme konusunda büyük bir potansiyel taşımaktadır. Bosch Termoteknik Global'in özellikle soğutma alanında yaptığı yatırımlar neticesinde bu bölge eşsiz bir stra-

tejik konuma kavuşmuştur. Bosch Termoteknik olarak 17 ülkeye yaşam için teknoloji sunmaya devam edeceğiz." dedi.

Polat, Ortadoğu ve Kafkasya bölgesiyle ilgili gelecek planlarını açıklarken "5 yıllık büyüme planı çerçevesinde mevcut pazarlardaki varlığımızı arttırıp, yeni ürünler, yeni pazarlar, yeni müşteriler ve yenilikçi satış dağıtım kanalları ile 2018 yılında ci-romuzu 3 katına çıkarmayı hedefliyoruz" şeklinde konuştu.

Bosch Termoteknik dünya üzerinde birçok lokasyonda birbirinden farklı ve tamamlayıcı ürünler üretiyor. Bu ürünlerin tamamının satış, pazarlama ve satış sonrası hizmetleri Türkiye'deki ilgili birimler tarafından yönetiliyor. Ürün gamının önemli bir bölümünü ise yine Türkiye'de Manisa fabrikasında üretilen kombi cihazları oluşturuyor.



Havak

temiz hava
herkese,
heryere
...

İklimlendirme İçin Güvenilir Ürünler...



HAVA PERDELERİ

- Modüler, endüstriyel, gizli tavan ve soğuk oda modelleri
- Ortam havalı, elektrik ısıtıcı, sıcak su veya buhar ısıtıcı



NEMLENDİRİCİLER

- Elektrot boyler tip nemlendirici
- Ultrasonik nemlendirici
- Atomizer nemlendirici
- Hazır buhar kullanan nemlendiriciler
- Evaporatif nemlendirici



NEM ALICILAR

- Kimyasal
- Oda Tipi



ISI GERİ KAZANIM CİHAZLARI

- Çapraz akımlı
- Rotary
- Adsorption



TEKSTİL HAVA KANALLARI

- Tekstil kanallar
- Slotlu kanallar
- Enjeksiyonlu PVC kanallar
- Membranlı kanallar



ELEKTRİKLİ ISITICILAR

- Konvektör
- Isı Depoları
- Termal Radyatör



HAVA KANALI İMAL MAKİNELERİ

- Otomatik dikdörtgen kanal makinesi
- Flanş makinesi
- Kenet makinesi
- Caka



HAVA DAĞITIM ELEMANLARI

- Menfezler
- Difüzörler
- Damperler
- Panjurlar
- Esnek kanallar
- Flanşlar



ENDÜSTRİYEL HAVALANDIRMA CİHAZLARI

- Kaynağından yakalama
- Egzoz Dumanı Emme
- Filtre Cihazları



YENİLENEBİLİR ENERJİLİ ÜRÜNLER

- Gün ışığı aydınlatma
- Rüzgar enerjili aspiratör
- Güneş enerjili aspiratör

Havak

HAVAK ENDÜSTRİ TESİSLERİ TİC. A.Ş. Çaycılar Sokak No. 42 Topçular 34050 İSTANBUL
Tel: (0212) 612 27 74 - 501 20 08 Faks: (0212) 501 35 25 E-posta: info@havak.com Web: www.havak.com



Danfoss, HVAC sektörünün geleceğini değiştirecek yeni ürünü NovoCon™ S'i tanıttı



Danfoss Türkiye, HVAC sektöründe çığır açacak yepyeni ürünü 'NovoCon™ S Danfoss Dijital Aktüatör'ü, Ankara Crown Plaza'da düzenlediği bir lansmanla tanıttı. Danfoss A/S Global İş Geliştirme Müdürü Tamas Szekely ve Danfoss Türkiye Isıtma Segmenti İş Geliştirme Müdürü Recep Burak Kolsuk'un yanı sıra; Türk Tesisat Mühendisleri Derneği (TTMD) önceki dönem başkanları Abdullah Bilgin ve Bahri Türkmen'in de katıldığı etkinlik sektörün önde gelenlerinin de ilgi odağı oldu. Danfoss, yeni ürünü NovoCon™ S'in tanıtımında Ankara ve çevre illerden 100'e yakın mekanik tesisat profesyoneliyle ağırladı.

Sektörde ilklerin ve yeniliklerin öncüsü olan Danfoss, tanıtımını yaptığı Novocon Dijital Aktüatör ile konfor ve tasarrufta, zirveye ulaşmanın tek yolu olduğunu bir kez daha gösterdi. NovoCon™ S, bugüne kadar yapılamayanı gerçekleştirerek, sistem entegratörleri, mühendisler ve bina yöneticilerinin, ticari bir binanın ısıtma ve soğutma sistemini bina otomasyon sistemleri üzerinden kontrol etmelerini mümkün kılıyor.

DÖRDÜ BİR ARADA ÇÖZÜM

Hydronik ve Bina Otomasyon Sistemlerini birleştiren NovoCon™ S, vanaya bağlanarak profesyonellerin ticari binalarda hidronik balansı kontrol etme şeklini değiştiriyor. Aynı zamanda dijital aktüatör, bus communication device, akış göstergesi ve veri kaydedici görevi de gören NovoCon™ S, kullanıcılarına "dördü bir arada çözüm" sunuyor. Dijital aktüatör, binanın ısıtma ve soğutma sistemini Fielbus üzerinden Bina Otomasyon Sistemlerine bağlayarak, yeni hidronik balans ve kontrol seviyeleri ekleme özelliğine sahip bulunuyor.

Lansman toplantısında konuşan Danfoss Türkiye Isıtma Segmenti İş Geliştirme Müdürü Recep Burak Kolsuk, NovoCon™ S ile bir vanadan beklenenleri yeniden tanımlamaya çalıştıklarını söyleyerek, şu bilgileri paylaştı:

"10 yıl önce Danfoss, HVAC endüstrisinde devrim yaratan ve kısa sürede pazar lideri konumuna yükselen, basınçtan bağımsız balans ve kontrol vanası AB-QM vanasını piyasaya sürmüştü. Günümüzde bu vanaya bağlanan NovoCon™ S dijital aktüatörü ile, profesyonellerin ticari binalarda hidronik balansı kontrol etme şeklini değiştiriyoruz. NovoCon™ S sayesinde artık hidronik sistemleri Bina Otomasyon Sistemlerinden ayrılmıyor; sistem verilerinden yeni bilgi edinme, zaman tasarrufu ve enerji tüketiminde iyileşme sağlama potansiyeli ise çok yüksek. Dijital aktüatörü, müşterilerimizin ihtiyaçlarını dikkate alarak geliştirdiğimiz, tasarımın sınırlarını zorlama tutkumuzun bir göstergesi olarak görüyoruz".

YÜZLERCE VANA TEK TIK'LA BOŞALTILABİLİYOR

Isıtma ve soğutma sisteminin bilgisayardan uzaktan kumanda edilmesini sağlayan NovoCon™ S, "tek tık"la yüzlerce vananın boşaltılmasını da sağlıyor. Kurulumu ve devreye alma süreci son derece basit olan NovoCon™ S Danfoss Dijital Aktüatör'ü, kullanıcılarının bakım amacıyla yeni veri türlerine erişimini de mümkün kılıyor.

IMTECH, ÜSTÜN PERFORMANSTAN MEMNUN

Otomasyon, elektronik ve mekanik çözümler konusunda lider olan Avrupalı teknik servis sağlayıcısı Imtech'in de test ettiği NovoCon™ S Danfoss Dijital Aktüatör'ü, HVAC sektörünün geleceğini değiştirecek bir buluş olarak nitelendiriliyor. Imtech'in test sonuçlarına göre NovoCon™ S; kabloda sorun çıktığında görsel olarak uyarı verme özelliği ile olağanüstü zaman tasarrufu sağlıyor. Çünkü kurulumun hemen sonrasında NovoCon™ S, tavanı kapatarak ince ayar ve düzeltmelerin bilgisayardan yapılmasına olanak tanıyor.

Sistemde esnek değişiklikler yapabilme imkanı da sunan NovoCon™ S, Imtech'in test sonuçlarına göre üstün performanslı bir ürün olarak da tanımlandı. Sistemden kırı uzaklaştırırken vananın yüzde 120 oranında açılmasını sağlayan NovoCon™ S sayesinde doldurma ve boşaltma, daha önce olmadığı kadar kolay ve hızlı bir şekilde yapılabilir. Bir çok seviyede iyileştirme sağlayan dijital aktüatörün kullanılmasıyla artık tavanın açılmasına gerek kalmadığı için, odanın kullanımında değişiklik olduğunda bina sakinlerini rahatsız etmeden, akışı kolay bir şekilde değiştirmeye izin veriyor.

SAMSUNG



-

Genel Md: Flatofis İstanbul İş Merkezi Otakçılar Cad. No: 78 C Blok Kat: 2A Eyüp / İstanbul **Tel:** 0212 608 17 17 **Fax:** 0212 437 80 71
Ankara Md: 0312 472 79 98 **İzmir Md:** 0232 449 30 00 **Bursa Md:** 0532 609 07 43 **Antalya Md:** 0242 322 09 54 **G.Antep Md:** 0342 321 35 70
info@teknoklima.net **www.teknoklima.net**

İmbat roof top klimada Dünya'daki Eurovent sertifikasına sahip 7. firma oldu



Dünya markası olma yolunda her geçen gün daha fazla yol alan ve Türkiye'nin birçok ilkinin gerçekleştiren İmbat; dizaynı, ismi ve üretimi ile tamamen Türk malı olarak ürettiği roof top klima cihazlarında Eurovent sertifikasının sahibi oldu. Eurovent sertifikası firmaların ürettiği klima cihazları için Soğutma kapasitesi, Isıtma kapasitesi, EER, COP, Enerji sınıfı, Dış ses seviyesi, İç ses seviyesi Testlerinin EN 14511 ve EN 12102 Avrupa standartlarına göre, akredite ve bağımsız kuruluşlar tarafından yapılması ve doğruluğunun onaylanması anlamına geliyor.

Eurovent sertifikalı İMBAT roof top klima özellikleri: Türk mühendisliği, Ar-ge si ve Türk işçisinin emekleri sonucu ortaya çıkan İMBAT roof top klima cihazlarında dikkat çeken standart ve opsiyonel özelliklerinden bazıları;

- 20-370 Kw arasında kapasite aralığı
- Termodinamik ısı geri kazanımı
- Asimetrik kompresör uygulaması ile kısmi yüklerde yüksek verim
- Kompresörde inverter uygulaması
- Çift cidarlı, taş yünü dış izolasyon
- Doğal gazlı ısıtma
- % 100 e kadar taze hava oranında çalışabilme
- Her model için üç farklı hava debisi
- Entalpik veya termal freecooling
- Paket cihaz kurulum kolaylığı
- Sıcaklık, nem ve iç hava kalitesi kontrolü
- Taze hava oranını otomatik olarak ayarlayabilme,

- Termodinamik, tamburlu ve plakalı ısı geri kazanımlı modeller
 - Plug fanlı modeller ile değişken hava debisi ve düşük enerji sarfiyatı
 - Elektronik expansion valfi modeller
 - Günlük, haftalık programlama imkânı sağlayan, cihazın tam otomatik çalışmasını temin eden gelişmiş elektronik kontrol paneli,
 - Uzaktan kumanda ve kontrol ile bina yönetim sistemine bağlanabilme özellikleri:
 - Çevre dostu, R410 A soğutucu akışkanlı
 - Sıcak sulu, heat-pump veya elektrikli ısıtma
 - 3 kademe filtrasyon imkânı (G4+F7+F9)
 - Su soğutmalı kondenserli modeller
 - Özel projelere uygun dizayn ve imalatla esneklik
- ISO 9001:2008 ve ISO 14000 kalite yönetim sistemi, TSEK kalite belgesi ve CE ve Eurovent sertifikası ile üretiliyor.

İMBAT ROOF TOP KLİMALARI ULUSLARARASI PAZARDA

İmbat roof top klima pazarının ülkemizde olduğu kadar uluslararası alanda da yükselen markası durumuna geldi. İmbat roof top klima cihazları Türkiye dışında, İngiltere, Almanya, Rusya, Polonya, Romanya, Yunanistan, Somali gibi Dünya'nın her iklim bölgesindeki ülkelerde de kullanılıyor.

İMBAT, MBT MARKA ROOF TOP KLİMA CİHAZLARI İLE ESNEK, EKONOMİK VE ENERJİ VERİMLİ ÇÖZÜMLER SUNUYOR

Her geçen gün enerji verimliliğinin öneminin arttığı çağımızda, iklimlendirme sistemlerinin sadece ilk yatırım maliyeti değil, kullanım şartlarına uygun esnek çözümler ve işletme maliyeti de büyük önem arz etmektedir.

Faaliyet gösterdiği alanda pazarın ve müşterilerinin ihtiyaçlarını en üst seviyede karşılamayı ilke edinen İMBAT ağırlıklı olarak ithal cihazların hakim olduğu paket klima cihazı pazarında yine ilklerden biri olarak yerli üretim klima cihazları ile sektörüne hizmet vererek imalat sanayinin gelişmesine ve ülke ekonomisine katkı sağlıyor.

İMBAT tarafından MBT markası ile imalatı yapılan roof top klima cihazları enerji verimliliği, ilk yatırım maliyeti, ekipman ve işçilik kalitesi, projeye uygun esnek çözüm alternatifleri ve özgün dizaynı ile dikkatleri üzerine çekiyor.

Gerek konforal uygulamalarda gerekse özel proses uygulamalarında referansları hızla artmakta olan MBT klima cihazları uygun teslim süreleri ile de tercih sebebi durumda.

Duyar, TURQUALITY Kapsamında

50. yaşını kutlayan Duyar Vana, '10 yılda 10 dünya markası çıkarma' hedefi taşıyan TURQUALITY Destek Programı kapsamına alındı.



Türkiye vana sektörünün lider kuruluşu Duyar Vana, Duyar markası ile dünyanın devlet destekli ilk ve tek markalaşma programına dahil oldu. Kurulduğu günden bu yana, global arenada söz sahibi olma yolunda, doğru strateji ve hedeflerle ilerleyen Duyar Vana, bu başarıyla birlikte, gelecek vizyonundaki markalaşma olgusuna verdiği önemi bir kez daha kanıtladı. Duyar, vana sektöründe bu başarıya erişen ilk ve tek marka olma özelliği taşımaktadır. TURQUALITY sürecindeki yoğun çalışmalarını, destek kapsamına girerek taçlandıran Duyar Vana, bu başarıyla, yurt dışı markalaşma potansiyeline sahip sayılı kuruluş arasındaki yerini aldı.

Hali hazırda faaliyet gösterdiği 65 ülkedeki global marka gücünü arttırarak, yeni pazarlara da açılmayı hedefleyen şirket, aynı zamanda markalaşma, inovasyon ve ürün çeşitliliği anlamında ciddi yatırımlara imza atarak yurt dışındaki olumlu Türk malı algısını da arttırmayı hedeflemektedir.

“Global Arenada Daha Fazla Söz Sahibi Olmak İstiyoruz”

TURQUALITY desteğinin, Duyar Vana'nın geçmişi 50 yıla dayanan markalaşma ve kurumsallaşma çalış-

malarında katalizör etkisi yaratacağını belirten Duyar Vana Yönetim Kurulu Üyesi Ertuğrul Gafur Cengiz, bu desteğin beraberinde getireceği avantajlarla birlikte, sahip olunan vizyon doğrultusunda, global alanda daha fazla söz sahibi olmak



Üniversiteliler, bitirme projelerini sergilediler

Makina Mühendisleri Odası İzmir Şubesi tarafından düzenlenen Makina ve Endüstri/Endüstri Sistemleri Mühendisliği Bölümleri Bitirme Projeleri Yarışması ve Sergisi'nde öğrenciler, öğrenim hayatları boyunca edindikleri mesleki bilgi birikimlerini sergileme fırsatı buldular.



19 Haziran 2015 tarihinde MMO Tepekule Kongre ve Sergi Merkezi İzmir Salonu'nda gerçekleşen etkinlikte İzmir ve Manisa'daki üniversitelerin Makina ve Endüstri Sistemleri Mühendisliği Bölümlerinden bu yıl mezun olan öğrencilerin 3 boyutlu yazıcıdan otomatik patates ekme makinesine 60'tan fazla bitirme projesi sergilenirken, projeler akademisyen ve MMO İzmir Şubesi Yönetim Kurulu Üyelerinden oluşan bir jüri tarafından değerlendirildi. Proje sergisi, gün boyu ziyaret edilirken, jüri üyeleri projeleri inceleyerek öğrencilerden projeleri hakkında bilgi aldı.

Yarışmanın kazananlarının açıklandığı ödül töreninde bir konuşma yapan MMO İzmir Şube Yönetim Kurulu Sekreter Üyesi Melih Yalçın, düzenlenen sergi ve yarışmanın, Odamızın 'ulusal sanayinin gelişmesi için çalışma' ilkesinin bir gereği olduğunu ifade ederek, "sergimiz ve yarışmamız ülkemizin sanayileşme ve kalkınma yolunda en önemli ihtiyaçlarından olan üniversite-sanayi işbirliğinin gelişmesine kayda değer katkılarda bulunur. Bunun gerçekleşmesi, aynı zamanda Şubemizin çabalarının

MAKİNA MÜHENDİSLİĞİ BÖLÜMÜ ÖDÜLLERİ

DERECE	PROJE ADI	ÖĞRENCİLER	ÜNİVERSİTE
Birinci	AGROBAT	Abdullah YAŞIR Faruk ŞERMET Kemal HASIRCI Ahmetcan YAŞARLAR Fırat TÜZGEL Melih KARADUMAN Ayhan ÜLGEN	İzmir Yüksek Teknoloji Enstitüsü
İkinci (paylaşıldı)	Farklı Malzeme ve Metotlarla Üretilmiş Doğrudan Metanollü Yakıt Pillerinde Voltaj Kayıplarının Elektrokimyasal Empedans Spektroskopisi İle İncelenmesi	Mustafa ERÇELİK Kübra ÖZALP Adnan ÖZDEN Hüseyin KAMAN Dilan EROĞLU Hatice ÖZKARA	Dokuz Eylül Üniversitesi
İkinci (paylaşıldı)	Konut İçi Aydınlatma İçin Rüzgar Enerjili Elektrik Üretimi	Tarık YÜKSEL	Ege Üniversitesi
Üçüncü	DMFC Yakıt Pili Yığını Tasarımı ve Üretimi	Onur KADEM Deniz EKER	Dokuz Eylül Üniversitesi

ENDÜSTRİ MÜHENDİSLİĞİ BÖLÜMÜ ÖDÜLLERİ

DERECE	PROJE ADI	ÖĞRENCİLER	ÜNİVERSİTE
Birinci	OPET Fuchs Madeni Yağ A.Ş.'de Günlük Sevkiyat Planlama Problemi	Cihat TUTUM Mert ACAR Ayşe İrem ALTINDAĞ Esin GÜLER	Yaşar Üniversitesi
İkinci	Üretim, Dağıtım ve Envanter Planı Entegrasyonu ile Maliyet Azaltma	Ahmet Fatih BAŞKAYA Deniz ŞAMAN Denizcan KAHYAOĞLU Nasibe DENİZ	İzmir Üniversitesi
Üçüncü	Bulanık Hedef Programlama Yaklaşımı ile Ergonomik Montaj Hattı Dengeleme: Bir Beyaz Eşya Firmasında Uygulaması	Neslihan ÖZZENUR Hümeysra ÇİÇEK	Dokuz Eylül Üniversitesi

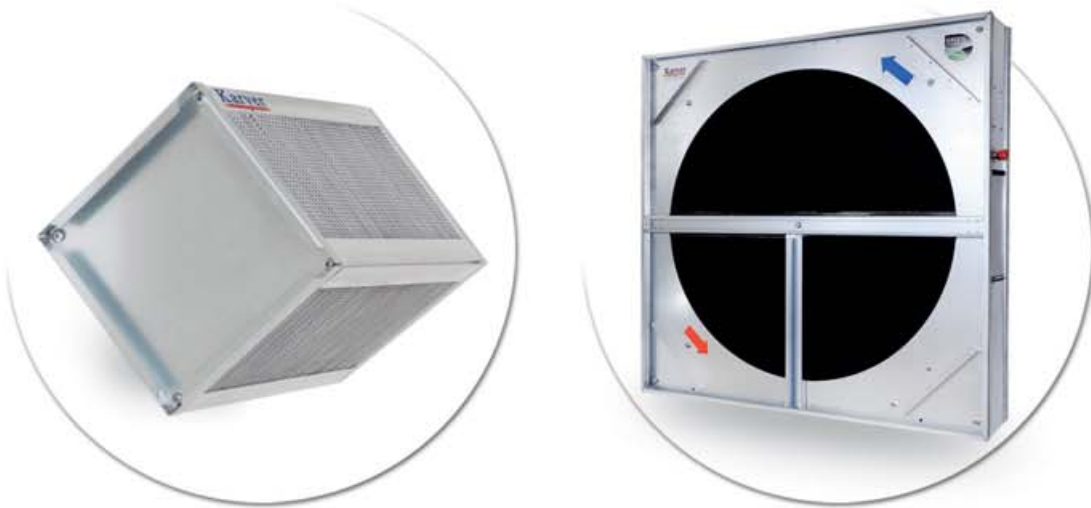
boşa gitmediğinin bir göstergesi olacak ve bize onur verecektir" diye konuştu.

Yalçın'ın konuşmasının ardından yarışmada dereceye giren proje sahiplerine ödülleri verildi. Makina ve endüstri mühendisliği bitirme projeleri ödül dağılımı aşağıdaki gibi gerçekleşmiştir.





Rekabetçiliğinize Karyer'den bir destek daha: EUROVENT onaylı Plakalı ve Döner Teker Tip Isı Geri Kazanım Eşanjörleri



f KaryerHeatExchangers

t KaryerHeatExchangers

KARYER ISI TRANSFER SANAYİ VE TİCARET A.Ş.

Topçular Mah. Tikveşli Yolu No:8 Topçular - Eyüp / İstanbul / TÜRKİYE

Tel: +90 212 567 55 09 Fax: +90 212 576 23 45

www.karyergroup.com - info@karyergroup.com

Karyer
HEAT EXCHANGERS

ESCON, “Sanayide Enerji Verimliliği” eğitiminin 5.sini gerçekleştirdi



Escon, 11 - 15 Mayıs 2015 tarihleri arasında 5. kez düzenlediği “Sanayide Enerji Verimliliği” eğitiminde Gıda, Metal, Çimento, Tekstil gibi çeşitli sektörlerde yer alan birçok firmaya enerjinin verimli kullanılmasına yönelik eğitim verdi. 20 kişilik kontenjan katılımı dâhilinde gerçekleşen eğitimde; Makina mühendisleri, Enerji uzmanları ve Teknik sorumlular katıldı. İstanbul-Maltepe’de yer alan Escon Uygulamalı Eğitim Merkezi’nde yapılan ve tam 5 gün süren eğitimlerde her konu farklı uzman eğitmen tarafından anlatıldı.

Buhar üretimi, Yakma sistemleri, Basınçlı Hava, Soğutma, Elektrik pompaları, Pompa Sistemleri, Havalandırma, Aydınlatma, Ölçüm Teknikleri, Yalıtım ve Yenilenebilir enerji konularının anlatıldığı eğitimde, sunumlar kendi konusunda uzman olan eğitmenler tarafından gerçekleştirildi.

EĞİTİM KONULARI VE EĞİTMENLER:

- Türkiye’nin Enerji tüketimi ve Sanayide enerji verimliliği: Cafer Ünlü (ESCON)
- Yakıtlar ve Yakma teknolojileri: Rezzan Özarsafati (Denko-Weishaupt)
- Kazanlarda enerji verimliliğinin artırılması: Cevat İşlik (Erensan)
- Buhar Üretimi; buhar dağıtımı ve buhar sistemleri: Cafer Ünlü (ESCON)
- Isı Eşanjörleri: Cenk Sağlam (Alfa-Laval)
- Atık Isıdan geri kazanım: Onur Ünlü (ESCON)
- Elektrik motorlarında enerji tasarrufu: Taci Sezer (ABB)
- Motorlarda hız sürücü sistemleri ve verimlilik: Alev Deli Şimşek (ABB)
- Pompa Sistemleri ve Enerji Tasarrufu: Can İleri (Grundfos)
- Fanlarda Enerji Tasarrufu: Öznur Yılmaz (Aironn)

- Soğutma Grupları ve enerji verimliliği: Onur Ünlü (ESCON)
- Basınçlı Hava ve Isı geri kazanımı: Tuna Can Işcan (Kaeser)
- Isı Pompaları: Pınar Gürlü (Form Grup)
- Yenilenebilir Enerji Kaynakları-Güneş: Mehmet Özenbaş (Teknoray Solar)
- Aydınlatmada Enerji Tasarrufu: Tuba Bostancı Başkan, Onur Uraz, Emre Ertok (Philips)
- Isı Yalıtımı: Meltem Gül (Ode Yalıtım)
- Ölçme tekniği ve teknolojileri: Özgür Küçüküseyin, Onur Yiğit, (Testo)

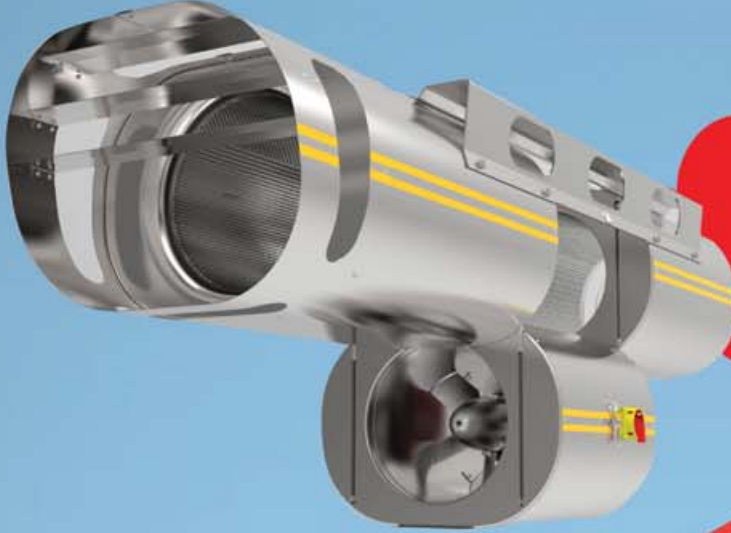
Kurs notları ve katılım belgelerinin yanı sıra, gerçekleştirilen tüm sunumların kayıtlı olduğu Sanayide Enerji Verimliliği Cd’ si dağıtıldı. 20 kişilik kontenjan dâhilinde yapılan eğitimler Haziran sonuna kadar sürdü.



ARMOVENT

A'DAN Z'YE YENİ NESİL JET FAN SİSTEMİ

madeingraphic.com



JET FANDA YENİ ÇAĞ



Montaj kolaylığı sağlayan dikey kızaklı jet fan tasarımıyla, patentli yeni nesil jet fan teknolojisini sunmaktan gurur duyuyoruz.



Isidem yalıtım yeni yatırımla ihracatta büyüyor

Yeni üretim tesisi için 30 milyon TL'lik yatırımını tamamlayan ISIDEM Yalıtım, mevcut dağıtım kanallarına yenilerini ekleyerek büyümeye devam ediyor.

2014 yılında Elastomerik Kauçuk köpüğü üretimi için Eskişehir Organize Sanayi Bölgesi'ne 30 milyon TL'lik yatırım yapan ISIDEM Yalıtım, üretim hattını 2015 yılı ilk çeyreğinde devreye aldı. En ileri teknoloji ile üretilen Coolflex elastomerik kauçuk köpüğü, kısa sürede pazarda önemli bir yere geldi. Geçmişte Flexiduct (Esnek Hava Kanalı) ve Duct Connect (Kanal Birleştirme Parçaları) markalı ürünler ile yurtiçi ve yurtdışı pazarlarda yer alan ISIDEM Yalıtım, yeni ürünü Coolflex markası ile de dağıtım kanallarının sayısını artırıyor.

Yatırımın tamamlanması açısından 2014 yılını çok verimli geçirdiklerini dile getiren ISIDEM Yalıtım Genel Müdürü Murat Erenoğlu "12 ay gibi kısa bir sürede yatırımımızın tamamlanmasıyla üretimine başladığımız Coolflex markalı ürünümüz, kalitesiyle pazarda fark yaratmaya başladı. Hali hazırda 20'den fazla ülkeye ihracatını gerçekleştirdiğimiz Coolflex markalı ürünlerimiz ile ilgili, müşterilerimizden olumlu geri dönüşler alıyoruz. Bu geri dönüşler, yatırım öncesinde ne kadar doğru kararlar aldığımızın en önemli kanıtıdır. Önümüzdeki süreçlerde ürün/hizmet kalitemizi artırıp, ürün gamımızı daha da genişleterek, sürdürülebilir bir büyüme hedefliyoruz." şeklinde açıklamalarda bulundu.

ISIDEM Yalıtım "kaliteli – rekabetçi ürün ve hızlı servis için doğru adres" ilkesiyle çıktığı yola emin adımlarla devam ediyor.

ISIDEM YALITIM ÜRÜNLERİ

1- ISIDEM Coolflex

Coolflex Levha

ISIDEM Coolflex Elastomerik Kauçuk Köpüğü, farklı kalınlıklarda ve genişliklerde düz levha olarak üretilmektedir. Düşük ısı iletkenliği, yüksek su buharı difüzyon direnci ve test edilerek onaylanmış B-s3-d0 yangın performans sınıfıyla mekanik tesisatlarda en çok tercih edilen yalıtım malzemesidir. Standart mal-



zemenin yanı sıra UV ışınlarına ve mekanik darbelerle dayanımı arttırmak amacıyla Alüminyum Folyo ve PVC/Alüminyum Folyo kaplamalı ürün seçenekleri de bulunmaktadır. Ayrıca uygulama kolaylığı ve zamandan tasarruf sağlanması amacıyla kendinden yapışkanlı olarak da üretilmektedir.

Coolflex Boru

ISIDEM Coolflex Elastomerik Kauçuk Köpüğü boruları verimli ve doğru montaj yapılması amacıyla çeşitli çaplarda ve kalınlıklarda üretilmektedir. BL – s2 - d0 yangın performans sınıfıyla havalandırma ve klima tesisatlarının yalıtımında kullanılır.

2- ISIDEM Flexiduct

ISIDEM Flexiduct Esnek Hava Kanalları orta ve düşük basınçlı ortamlarda ısıtma, soğutma, havalandırma, iklimlendirme ve atık gaz geçiş hatlarında kullanılmak üzere dizayn edilmiştir. Flexiduct Esnek Hava Kanalları kullanım alanlarına göre çeşitlilik gösterirler. Alüminyum, PVC ve Polyester malzemelerden yalıtımlı (düşük emisyonlu mineral yün) ve yalıtımsız olarak üretilmektedir.

3- ISIDEM Duct Connect

ISIDEM Yalıtım, Duct Connect markası adı altında hava kanalı bağlantı elemanları (kanal flanşı, köşe parçaları ve klipsleri), taşıyıcı profiller, kelepçeler ve muhtelif montaj malzemelerini ISO 9001 standartlarına uygun olarak üretmektedir.



VENTAS

yüksek performans | yüksek kalite | yüksek konfor | yüksek verim



İKLİM NE OLURSA OLSUN SİZİN SEÇİMİNİZ VENTAS OLSUN

www.ventas.com.tr



Fan Coil Cihazları



Isı Geri Kazanım Cihazları



Yer Tipi Konvektörler



Klima Santralleri



Kare/Dikdörtgen Kanal Fanlar



Mutfak Egzoz Sistemleri



Su Soğutma Sistemleri



Çatı Tipi Paket Klima Cihazları



Dik/Yatık Dip Rotorlu IGK



DX Isı Pompalı Plakalı IGK

VENTAS Enerji ve Isı Sistemleri A.Ş.

info@ventas.com.tr

İstanbul - Merkez: Ortaklar Caddesi Denizhan Sokak Lale Han No:7 Kat:2 Mecidiyeköy Şişli, İstanbul, Türkiye

İstanbul - Fabrika: Alkop Alüminyumcular Sanayi Sitesi C1 Blok No:1-2-3-4-5, Esenyurt, İstanbul, Türkiye

Bursa: Alaaddinbey Mah. Pazar Cad. Sera Plaza No:27 A/C Nilüfer, Bursa, Türkiye

Diyarbakır: Kayapınar Mah. Gap Bulvarı Peyas 1 Sok. No:1 A Blok Kayapınar, Diyarbakır, Türkiye



Tel: 0 212 216 05 16 Fax: 0 212 216 05 14

Tel: 0 212 858 12 82 Fax: 0 212 858 12 79

Tel: 0 224 441 03 66 Fax: 0 224 441 03 67

Tel: 0 412 251 51 45 Fax: 0 412 251 51 45

Isı giderlerinde faturayı azaltmanın yöntemi

İsta Türkiye Genel Müdürü Zafer Yavuztürk, "Isı pay ölçer taktırarak ısınma giderlerinizi yüzde 40 azaltabilirsiniz."



Isınma giderlerinde yüzde 40'a varan tasarruf için kullanımı zorunlu hale gelen ısı pay ölçer sistemi ile faturalandırma her radyatörün tükettiği yakıt miktarına göre yapıyor. Sistemi yaz aylarında kurdurarak kışa hazırlıklı girebilirsiniz. Merkezi sistemle ısınan binalarda kullanılan ısı pay ölçer cihazlarını yaz aylarında taktırarak, gelecek kış rahatça bekleyebilirsiniz. 2008 yılında Türkiye pazarına giren, dünyanın enerji verimliliği alanındaki lider şirketi Alman ista'nın Türkiye Genel Müdürü Zafer Yavuztürk, "Isı pay ölçer taktırarak ısınma giderlerinizi yüzde 40 azaltabilirsiniz" açıklamasında bulundu.

ISI PAY ÖLÇER NASIL ÇALIŞIYOR?

Merkezi sistemle ısınan binalarda kullanıma zorunluluğu bulunan ısı pay ölçer sistemleri ile dairede bulunan her radyatörün tükettiği enerji miktarını saptamak mümkün. Kurulumu çok basit olan sistemde, herhangi bir tadilata gerek kalmadan küçük cihazlar radyatörlere monte ediliyor. Böylece faturalandırma, tüketilen enerjinin daire ya da metrekare başına bölünmesi yerine radyatörün kullanımına bağlı olarak gerçekleştiriyor. Konut sakinleri termostatik vanalar sayesinde odaların sıcaklıklarını istedikleri konuma ayarlayabiliyor. Kullanılmayan odalarda minimum seviyeye getirilen sıcaklık, faturaya enerji tasarrufu olarak yansıyor. Apartman sakinleri arasında şikayete ve tartışmaya neden olan sıcaklık sorunu da ortadan kalkıyor. Herkes evindeki ısı düzeyini kendi ayarlayabiliyor.

Tüketim, ista'nın geliştirdiği bir program sayesinde uzaktan okuma yoluyla belirleniyor. İsta her ay, dairelerin aylık tüketim raporunu hazırlayarak site yönetimine gönderiyor. Site yönetimi de bu raporlara göre yakıt bedelini tahsil ediyor.

ISI PAY ÖLÇER SİSTEMİYLE YÜZDE 49'A VARAN TASARRUF SAĞLADILAR

Enerji verimliliği alanında dünya devi olan Alman ista, ısı pay ölçer sistemlerini kullanarak en yüksek tasarruf oranına ulaşan 10 müşterisini sertifika ile ödüllendirdi. En yüksek tasarruf oranı yüzde 49 olarak gerçekleşti.

ista, tasarruf şampiyonlarını sertifika ile ödüllendirdi. Kışın soğuk günlerini rahatça ısınarak geçirirken bir yandan da ısı pay ölçer cihazları sayesinde yakıt tasarrufu yapan tüketiciler, ista tarafından da ödüllendirildi. 2008 yılında Türkiye pazarına giren, dünyanın enerji verimliliği alanındaki lider şirketi Alman ista, ısı pay ölçer sistemi sayesinde en yüksek tasarruf oranına ulaşan 10 müşterisine sertifika gönderdi. Geçen kış ista ısı pay ölçer taktıran bu apartmanların tasarruf oranı yüzde 35 ile 49 arasında değişiyor. Bu da yakıt faturalarının yarı yarıya azalması anlamına geliyor.

ista Türkiye Genel Müdürü Zafer Yavuztürk, "Geçen kış, ista ısı pay ölçer cihazı taktıran aileler, önemli oranda doğalgaz tasarrufu yaptılar. Hem istedikleri kadar ısındılar hem de ısındıkları kadar ödediler. Biz de en yüksek tasarruf oranını yakalayan müşterilerimizi ödüllendirmek için sertifika gönderdik" diye bilgi verdi. ista'nın cihazlarını taktıran apartmanlardaki yakıt gideri karşılıştırmaları ise tasarruf oranlarının ne derece yüz güldürdüğünü gösteriyor. Bu oranlar aynı zamanda Türkiye için de yakıt tasarrufunda varılacak noktayı göstermesi açısından önem taşıyor.

Sertifika verilen apartmanlar ve tasarruf oranları

1. Başakşehir B 4 Blok (Başakşehir) - %49 tasarruf
2. Betakent Sitesi C Blok (Kadıköy) - %49 tasarruf
3. Mimaroba 216 A-B Blok(Büyükçekmece) - %46 tasarruf
4. Neval Apartmanı (Beşiktaş) - %41 tasarruf
5. Çaykaralılar 187 Ada F 13 Blok (Esenyurt) - %38 tasarruf
6. Boztepe Apartmanı (Kadıköy) - %38 tasarruf
7. Emre Apartmanı (Güngören) - %38 tasarruf
8. Osman Bey Apartmanı (Kadıköy) - %36 tasarruf
9. Can Apartmanı (Kadıköy) - %35 tasarruf
10. Atılım Sitesi A Blok (Kadıköy) - %35 tasarruf

- Doğayla Dost
- Çözümde Sınırsız
- Teknolojide Önde

Yüksek enerji tasarrufu ve konfor için,
Hitachi Split ve Multi Çözümler.

Sessiz ve güçlü soğutma için,
Samurai Chiller Soğutma Grupları.

Yüksek COP'li ve full inverter,
Set Free VRF Sistemler.

FSXNQ ve FSN6Q Set Free VRF ile,
Esnek Çözümler.

Çok sessiz ve bütçeye
uygun VRF teknolojisi için,
Süper Mini VRF Sistemler.

İç ortama konulan özel tasarım dış ünitelerle,
Estetik bina görünüşü.

500% verimlilik için
Yutaki ısı pompaları

CS Net Web ile,
Binlerce iç ve dış üniteyi tek üniteden
kontrol edebilme imkanı.

İlk DC Inverter klimayı üreten Hitachi'den her projeye ve her ihtiyaca uygun yüksek
enerji verimli, ekonomik, ergonomik, sessiz ve çevre dostu ürünler;

Asal İklimlendirme Teknolojileri A.Ş. güvencesiyle hizmetinizde!



Klimada “yüksek performans, düşük fatura” nasıl sağlanır?

Mitsubishi Electric Türkiye Klima Sistemleri Genel Müdürü Yenal Altaç, klima sezonuna girdiğimiz bu dönemde doğru klima seçimi ve kullanımının önemine dikkat çekti.



Günümüzde lüks olmaktan çıkıp hayatımızın vazgeçilmezi haline gelen klimaların seçiminde tüketiciler, eksik bilgi ve uygulamalar nedeniyle hatalı klima seçimi yaparak düşük performans ve yüksek fatura-

larla karşılaşabiliyor. Mekâna uygun olarak seçilmiş, doğru yere montajı yapılmış, düzenli olarak bakımı yapılan, enerji verimliliği yüksek klimalar ise yaz-kış rahat ve konforlu bir ortam sağlayarak yaşam kalitesini yükseltiyor.



Klima seçiminin ciddi bir iş olduğunu belirten Mitsubishi Electric Türkiye Klima Sistemleri Genel Müdürü Yenal Altaç, doğru klima seçimi ve kullanımı ile ilgili konulara dikkat çekiyor. Altaç, klimanın mekanın soğutma ve ısıtma ihtiyacına uygun olması, enerji tasarruflu ve düşük ses seviyesine sahip olması, mekâna uygun kapasite belirlenerek montajının uzmanlar tarafından yapılması ve sağlıklı ortamlar için doğru filtreye dikkat edilmesi gerektiğini belirtiyor.

Mitsubishi Electric Türkiye Klima Sistemleri tarafından geliştirilen “Keşfetteam” hizmetine de değinen Altaç, uzman Keşfetteam ekiplerinin, en son teknoloji ekipmanlarla termal görüntüleme yaparak, keşif yapılan ortamdaki yalıtım sorunlarını, ısı köprülerini, dış duvarlardaki ve kapılardaki ısı kaçak noktalarını tespit ettiğini ve ayrıca kullanıcıları yaşanabilecek konforsuz koşullar, daha az tüketim ve seçilen kli-

Endüstriyel Soğutma Uygulamalarında Üstün Kalite, Maksimum Verim

- Özel rulmanlar ve rotor yapısı ile son derece sessiz ve titreşimsiz çalışabilme
- % 25 - % 50 - % 75 - % 100 kapasite kontrollü veya Linear kontrol (% 25 - % 100) seçenekleri
- Tek kademe (+15 / -50 °C), Çift kademe (-30 / -60 °C) çalışma aralığında yüksek kapasite, verimlilik ve COP
- 45 HP ile 800 HP arası modeller
- UL, CE, PED, ISO 9001-2000 Kalite belgelerine sahip
- Chiller, Klima, Soğutma ve Şok uygulamalarında kullanılabilen modeller
- R22, R134a, R404a, R407c gazları ile çalışmaya uygun



FUSHENG

Vidalı Kompresörler



Frigoduman®

İZMİR
2818 Sok. No: 24
Mersinli / İZMİR
Tel: 0 232 469 0 500

İSTANBUL
Irmak Cad. No: 75
Dolapdere / İSTANBUL
Tel: 0 212 237 9 777

42.
Yılı

www.frigoduman.com



malardan tam verim alabilmek gibi konularda yönlendirdiğini belirtiyor.

Keşfetteam, mekâna uygun klimanın yanı sıra seçilen klimanın konumlanması gereken ideal yeri de belirliyor. Gerçek dünya ile dijital dünya arasında bağlantı sağlayan ve yeni bir yazılım teknolojisi olan Artırılmış Gerçeklik uygulaması (Augmented Reality) sayesinde müşteriler, keşif sırasında ihtiyaçlarına uygun olan klimaların mekanlarında nasıl görüneceğini deneyimleyebiliyor.

“YENİ NESİL” KLİMALARA TALEP ARTIYOR

Klima seçiminde önem kazanan sezonsal verimlilik ve yeni ölçüm kriterleri konusunda da bilgi veren Yenal Altaç, pazarda en üst enerji sınıfında yer alan mevcut bir ürün ile yeni sistemin en üst sınıfı A+++ kategorisine giren bir ürün arasında enerji tüketimi ve dolayısıyla kullanıcının masrafları açısından büyük farklar oluşabildiğini belirtiyor. Yenal Altaç açıklamalarına şöyle devam ediyor: “Ayrıca yeni sınıflandırma sistemine göre örneğin Antalya için A sınıfı olan bir klima İstanbul için A sınıfı olmayabilir. Bu nedenle tüketiciler klima alırken bulundukları bölgenin iklim şartlarına uygun özellikteki klimaları tercih ettikleri zaman hem maksimum verim elde ediyor hem de enerji tasarrufu sağlıyor.”

Mitsubishi Electric Türkiye Klima Sistemleri Genel Müdürü Yenal Altaç, yeni düzenlemeler çerçevesinde inverter klimalara olan talebin arttığını da belirterek, nedenini şöyle açıklıyor:

“Geleneksel (on/off ya da sabit hızlı) klimalarda, ortam sıcaklığı ayarlanan sıcaklığa geldiğinde klima çalışmasını durduruyor. Ortam sıcaklığında, ayar sıcaklığından sapmalar meydana geldiğinde ise klima yeniden çalışmaya başlıyor. Klimaların ilk çalışması sırasında tükettikleri enerji, sürekli çalışmaları sırasında tükettikleri enerjiden çok daha fazla. Durma-çalışma (on/off) sayısı arttıkça, klimanın enerji tüketimi de artıyor. Inverter klimalar, ortam sıcaklığı ayar sıcaklığına yaklaştıkça kapasitesini otomatik olarak kısma başlıyor, tam tersi durumda yani ayar sıcaklığından uzaklaştıkça ise kapasitesini artırıyor. Dolayısıyla aşırı ısıtma ve soğutmanın önüne geçilebilmesi, sürekli çalışma sırasındaki enerji tüketimlerinin daha az olması ve durma-çalışma sayısını minimuma indirebilmesinden dolayı inverter klimalar, geleneksel on/off klimalara göre çok daha tasarruflu.”

Yenal Altaç, inverter bir klima alırken, sezonsal verimlilik değerlerinin yüksek, yıllık enerji tüketimi değerlerinin düşük olmasına dikkat etmek gerektiğini ifade ediyor.



ENDÜSTRİYEL NEMLENDİRME UYGULAMALARINDA MÜKEMMELLİK



ADYABATİK NEMLENDİRİCİLER

- NEB serisi nemlendiriciler; soğuk odalar, seralar, mantar üretimi ve daha bir çok benzer uygulamalar için tasarlandı
- Kontrol panosu ve nem kontrol sensörü sayesinde, ihtiyaç duyulan nem oranını homojen olarak sabitleyebilme
- Kapalı konuma getirildiğinde aktif hale gelen özel temizleme sistemiyle, zararlı bakteri oluşumunu en aza indirgeyen sağlıklı nemlendirme
- 100 W'lık bir enerji ile saatte 1 kg'lık atomize suyu nemlendirme yapabilen düşük enerji tüketimi ile çevre dostu
- Beraberinde standart gelen askı aparatlarıyla birlikte duvar ya da tavana basit montaj ve demontaj özelliği ile kolay bakım imkanı
- Şebeke suyunun veya istenirse damıtılmış suyun doğrudan cihaza bağlanabilme özelliği



Frigoduman®

İZMİR
2818 Sok. No: 24
Mersinli / İZMİR
Tel: 0 232 469 0 500

İSTANBUL
Irmak Cad. No: 75
Dolapdere / İSTANBUL
Tel: 0 212 237 9 777

42.
Yılı

www.frigoduman.com

“Mondial du Bâtiment” üç gözde fuarı “Batimat, Interclima+Elec ve Ideobain” birleştirdi



Yapı sektörünün üç gözde fuarı Batimat, Interclima+Elec ve Ideobain, Mondial du Bâtiment olarak tek bir çatı altında 2-6 Kasım 2015 tarihleri arasında, Nord Villepinte Paris'te gerçekleştirilecek. Tüm yapı sektörüne yönelik olarak dünyada düzenlenen en kapsamlı çözüm, gösteri ve eğitim vitrini olma özelliğini taşıyan organizasyon, uluslararası katılımcıları ve ziyaretçileri kendisine çekmeyi hedefliyor. Bu üç fuarın Türkiye tanıtım toplantısı 2 Haziran'da Point Hotel'de gerçekleştirildi.

2 bin 600'den fazla katılımcı ile 350 binden fazla ziyaretçinin beklendiği Mondial du Bâtiment, sektörün ön planda yer alan inovatif yerleşime sahip, çeşitli mesleklerin ve işletmelerin sinerjisini destekleyen, dünyanın önde gelen inşaat fuarı olmaya devam ediyor. 2015 sezonu, ticaretin yapılması, Fransa'dan ve dünyanın dört bir yanından gelen katılımcılar, ziyaretçiler, müşteriler ve potansiyel müşteriler arasında doğrudan irtibat kurulmasını teşvik etmesi bakımından eşsiz bir imkân sunuyor.

Interclima+Elec, ısıtma, soğutma, havalandırma, iklimlendirme (HVAC) ve inşaat sektörü için tesisat sistem ve elemanları, yalıtım ürünleri, ev otomasyonu ve akıllı binalar için kullanılacak son teknolojiler ve çözümleri sergileyen, Avrupa'nın önde gelen fuarından birisi konumunda bulunuyor.

Fransız ve Avrupa hükümetleri tarafından yapı sektöründeki enerji geçişi konusunda yeniden odaklanarak, 2020 için iddialı hedeflerin belirlendiği bir zamanda, Interclima+Elec 2015 yılı için iddialı bir etkinlik vadediyor. Interclima+Elec fuarında, %27'si yeni ve %35'i uluslararası olmak üzere 353 katılımcı kayıt yaptırmış durumda.

İklimlendirme sektörü için Avrupa'daki önemli organizasyonlardan biri olan Interclima+Elec için İSİB Milli Katılım Organizasyonu düzenliyor.

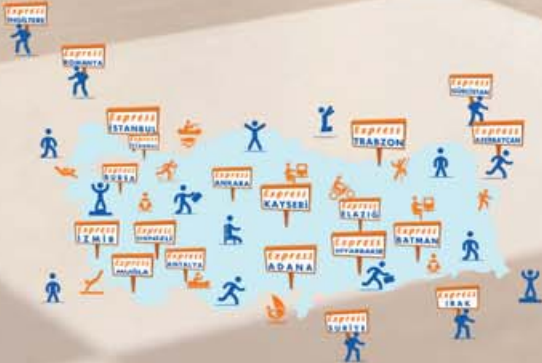
INTERCLIMA+ELEC fuarı, yaklaşık 5 iş sektörü çevresinde yapılandırılacak:

- Yenilenebilir enerjinin kullanıldığı ısıtma ve sıcak su üretimi için HVAC /ürünler ve sistemler
- Elektrik tesisat ürünleri ve sistemleri
- Ev otomasyonu ve multimedya ürünleri ve sistemleri
- Elektrik üretimi için yenilenebilir enerjinin kullanıldığı ürünler ve sistemler
- HVAC ve elektrik tesisatı, işletim ve bakım için ekipman ve hizmetler



MAKRO TEKNİK

Doğru zamanlama, doğru adres,
tek hamle!



A L O M K R
444 2 657

**MAKRO
TEKNİK**
Express

**MAKRO
TEKNİK**
Pro aktif

Tel: +90 216 313 08 08 Web: www.makroteknik.com.tr

Oventrop Akademi programları başladı

Oventrop Akademi'nin İstanbul Ankara ve Antalya'da gerçekleştirilen toplantılarına sektör mensuplarının ilgisi büyüktü.



Dev Alman firması Oventrop "Oventrop Akademi" adı ile başladığı, 2015 yılı vizyonu ve ürünlerinin tanıtıldığı seminerleri; 12 Haziran Antalya The Marmara Otel, 16 Haziran İstanbul Dedeman Otel ve 26 Haziran Ankara Holiday Inn Otel'de gerçekleştirildi.

Sektördeki proje firmaları ve mekanik taahhüt firmalarının misafir edildiği organizasyonlarda Oventrop Türkiye ekibi katılımcıları ağırladı. Oventrop Türkiye Ofisi Teknik Müdürü Fikri Akyurt tarafından gerçekleştirilen sunumlar ile birlikte Oventrop Türkiye Ofisi Genel Müdürü Osman Doğru, Ankara Bölge Satış Mühendisi Veli Özbek ve Satış Mühendisi Oğuzhan Mandacı'da tüm eğitimlerde konuklarla bizzat ilgilendi.

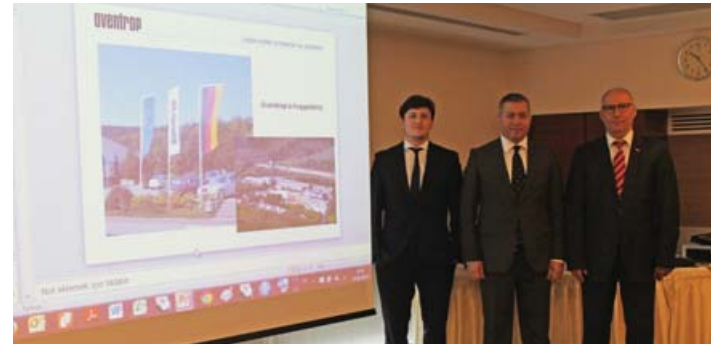
Yemek programları ile süren toplantılarda, katılımcılara farklı konular ve tekniklerle ilgili bilgiler verildi. Kontrol ve Reglaj, Isıtma ve Soğutma sistemlerinde "Termostatik Balanslama", Isıtma ve Soğutma sistemlerinde "Dinamik ve Statik Hidrolik Balanslama", Alan iklimlendirme sistemleri (Yerden ısıtma), Kat istasyonları (substation), Kullanım suyu sistemleri, Güneş enerjisi sistemleri akademi programında üzerinde durulan konu başlıkları oldu.



Oventrop markasının tarihçesi ile başlayan sunumlarda Oventrop'a ait tüm ürün gruplarının tanıtımı da yapıldı. Hidrolik dengelemenin önemi ve yapılmadığı durumlarda karşılaşılan sorunların anlatılmasından sonra Hidrolik Dengenin "Termostatik vanalar ve Balans vanaları" ile nasıl sağlanabileceği örnekler ile gösterildi. Oventrop termostatik vanaların tanıtımı ile hidrolik dengeleme konusunun yanı sıra "Yerden Isıtma Sistemleri" konusunda katılımcılarla karşılıklı fikir alışverişinde bulunuldu.

Son yıllarda toplu konutlarda kullanılmaya başlanan "Kat istasyonları" konusunda Oventrop ürünlerinin yapısı, teknik özellikleri, kullanıldığı yerlerde sağlayacağı üstünlükler katılımcılar ile paylaşıldı.

Oventrop "Yerden ısıtma tasarım ve Vana seçim" programlarının anlatıldığı son bölümde, kullanıcı dostu ara yüzü ile yerden ısıtma tasarımlarında kullanabilecekleri "OV Plan" programı ve vana seçimini kolaylıkla yapabilecekleri "OV Select" ile basit güneş enerjisi destekli ısıtma ve kullanım suyu sistemi tasarımı yapabilecekleri "OV Slim" programları tanıtıldı. Oventrop Akademi programı farklı şehirlerde yapılacak yeni organizasyonlarla devam edecek.





PİK BORU VE EK PARÇALARI

En zorlu ihtiyaçlar için test edilmiş kalite

Pik
Aydın
Global



- ✓ Sessizlik Garantisi
- ✓ Dayanıklılık
- ✓ Yangına Karşı Emsalsiz Dayanım
- ✓ %100 Geri Dönüşümlü Malzemeden



Avusturya orijinli FP PREIS CO. tarafından üretilen pik boru ve ek parçaları; yüksek kalitesi ve sertifika donanımıyla artık Türkiye’de stoklu olarak AYDIN GLOBAL tarafından satılmaktadır.

FP PREIS® SML Türkiye distribütörü

AYDIN GLOBAL

Aydın Avrasya Global Demir Çelik San. Ve Tic. Ltd.Şti.
İstanbul Anadolu Yakası O.S.B. Gazi Bul. 1.sok. No:4
T: +90 216 593 16 00(Pbx), F: +90 216 593 16 10
www.aydinglobal.com, sevketyavuz@aydinglobal.com
34953-Tuzla / İSTANBUL-TÜRKİYE

Akıllı telefon ile kontrol edilebilen kombiler Vaillant ile Türkiye’de

Vaillant, 140 yılı aşkın tecrübesi ile ısıtma ve soğutma sektöründe yenilikler getirmeye devam ediyor.



Sri Lanka’nın başkenti Kolombo’da gerçekleştirilen yeni ürün lansmanında, Yeni nesil atmoTEC/turboTEC konvansiyonel kombi ve akıllı telefon kontrollü oda termostadı, iş ortaklarına tanıtıldı. Her zaman olduğu gibi ilkleri yaşatan Vaillant’ın “Oyun yeniden başlıyor” konseptinde gerçekleştirilen lansman toplantısı izleyicilere pek çok sürprizler de sundu. Vaillant’ı Vaillant yapan “uzun ömür ve dayanıklılık” garantisinde olan ve gelecek için dizayn edilen, şimdiden geleceğe hazır olan yüksek üretim standartlarında üretilen, yeni nesil atmoTEC/turboTEC kombiler şimdi, daha güçlü, konforlu ve üstelik akıllı.

SİSTEMİN ÜSTÜN ÖZELLİKLERİ ANLATILDI

Vaillant, günümüzde değişen iklim şartları ve her geçen gün artan enerji maliyetleri sonucunda, yüksek tasarruflu, bunun yanında yüksek konforlu ve akıllı cihazlar ile kontrol edilebilir sistemlere yönelen tüketicilerinin ihtiyaçlarına, yeni nesil konvansiyonel kombiler ve akıllı telefon kontrollü oda termostadı ile çözüm sunuyor.

Yeni ürünler yüksek verim ve yakıt tasarrufunun yanında, gelişmiş bağlantı altyapısı ile kullanıcıya akıllı cihazlarla istediği her yerden bağlantı konforunu bir arada sunuyor...

Yaşam tarzına uygun, gelecek odaklı, estetik ve dekoratif yeni tasarımı ile ön plana çıkan yeni nesil kombiler, Vaillant’a özgü teknolojisi ile mekânın ısıtma yükünü kendisi algılayabiliyor, otomatik olarak kapasite ayarı yapıyor ve bu sayede yüksek yakıt tasarrufu sağlıyor. Bunun yanında kullanıcıya anında ve sabit sıcaklıkta su konforu sunuyor. Üstelik fısıltı kadar sessiz. Mavi ışıklı LCD ekran üzerinde tüm sistem çalışma parametrelerini gösteren kullanıcı dostu panel dizaynı ile yeni nesil kombiler kullanıcı ile iletişim kuruyor. İlave olarak kullanılan dış hava duyargalı termostatlar ile sistem ihtiyaçlara ve tasarrufa kendisi karar veriyor.



e-BUS altyapısı ile diğer tüm Vaillant cihazları ile interaktif iletişim kuran yeni nesil konvansiyonel kombiler bu özelliği ile tek kontrol sistemi üzerinden güneş enerjisi, ısı pompası, mini ko-jenerasyon sistemlere entegre olma özelliğine sahip.

Farklı enerji kaynakların bir arada kullanım imkânı sağlayan bu hibrit sistem çözümü ile sistem verim değerleri daha da artarak kullanıcıya yüksek yakıt ekonomisi sağlıyor.

10 farklı model seçeneği (hermetik / bacalı) ile pazara sunulacak olan yeni nesil kombiler, geniş kapasite aralığı ile her mekana özel uygun kapasite seçimi imkanı sunuyor.

HER YERDEN KONTROL ETME KONFORU SUNULUYOR

Yeni nesil kombilerin önemli özelliklerinden bir diğeri ise Vaillant’ta bir ilk. Akıllı kontrol altyapısına bağlanan yeni akıllı telefon kontrollü oda termostadı ile kullanıcıya akıllı cihazlar (iOS, Android, tablet, bilgisayar) üzerinden kombiyi her yerden kontrol etme konforu sunuyor. Opsiyonel olarak sunulan bu ürün ile wi-fi bağlantısı üzerinden, uzaktan, mekânın sıcaklığını ayarlama, haftalık zaman programlama, gün içerisinde farklı dilimlerde çalışma ayarlaması, (Konfor / ekonomi / Gece) sayesinde modern ve tasarruflu kullanım sağlıyor. Ev boş, donma koruma, hızlı ısıtma gibi ilave fonksiyonlar öne çıkan diğer özellikleri. Akıllı cihazlara yüklenen ücretsiz uygulama ile her yerden kombi kontrolü konforunu kullanıcıya sunuyor. Değiştirilebilir 5 farklı renk etiketli, mekân içerisine hem kablolu hem de kablosuz seçeneği ile kolay, hızlı ve esnek montaj imkanı sağlayan akıllı telefon kontrollü oda termostadı geniş fonksiyonları sayesinde kullanıcıya tasarruf ve güven sağlıyor. Verimli çalışma ile düşük yakıt tüketimi sayesinde aynı zamanda çevrenin korunmasına da yardımcı oluyor. Ayrıca akıllı telefon kontrollü oda termostadı kullanıcılarına satış sonrasında destek amaçlı ek bir hizmet; ücretsiz olarak sistemin aylık tasarruf, kullanım ve öneri raporları e-posta ile gönderimi sağlıyor, bu şekilde cihazdan kullanım şartlarına göre en yüksek verim alınması amaçlanıyor.



klepsan
vana & ölçü aletleri

"suya değer katıyoruz"
1970' den beri...



Merkez: Arap Cami Mahallesi Hoca Hanım Sokak No: 10/A Karaköy / İstanbul

Fabrika: Aynalı Çeşme Mevki Adnan Kahveci Caddesi Hadımköy - Arnavutköy / İstanbul

Tel: 0212 798 37 44 Pbx • **Faks:** 0212 798 37 49 • info@klepsan.com

www.klepsan.com

[Facebook/Klepsan](https://www.facebook.com/Klepsan) [Twitter/Klepsan](https://twitter.com/Klepsan)

Wavin Academy 1. Yılını kutladı

Wavin Academy’de yapılan bir törenle açılışının 1. yılını kutlayan Wavin Pilsa personeli Wavin Academy’nin yerine getirmiş olduğu bu sosyal sorumluluğun mutluluğunu bir kez daha yaşadı ve daha nice yıllar yaşatmayı diledi.



Wavin Pilsa Genel Müdürü Orhun Çapanoğlu: “Wavin Academy’de bir yılda 5.000 kişiyi eğitirdik”

Wavin Pilsa Genel Müdürü Orhun Çapanoğlu “Wavin Academy’nin faaliyette bulunduğu ilk 12 ay içerisinde yaklaşık 250 toplantı gerçekleştirilmiş; bu toplantılarda tesisatçılar, mekanik tesisatçılar, bayiler, kamu çalışanları, sivil toplum kuruluşları ve sektörün her kademesinden 5.000 kişi ağırlanmıştır. Wavin Academy’nin açılışla birlikte başlayan bu artan yoğunluğu ve akademi kurulumu ile gösterilen çabanın hakkını veren olumlu geri dönüşlerin alınması hepimizi gururlandırmıştır. Gerek yerli gerekse yabancı katılımcılarımız Wavin Academy ziyaretlerinden çok memnun kaldıklarını belirtmiş, tüm Wavin ailesini akademi bünyesinde daha faydalı, etki-

leyici ve verimli işler yapmak konusunda yüreklendirmiştir. Wavin Academy’nin Wavin Grup tarafından Avrupa’da kurulacak diğer akademilere model teşkil etmesi, ismiyle ve logosuyla Türkiye’deki bu modelin yaygınlaştırılması kararı bizi ayrıca mutlu etmiştir” şeklinde konuştu.

Wavin Academy Yöneticisi Müjgan Erbaz “Sektörün kronik sorunlarından birisi yetenekli, istekli, ahlaklı ve bilgili kalifiye eleman yetersizliğidir. Buna bağlı olarak işgücünü çok ucuza sunan ama işi bilmeyen, yanlış veya etik dışı çalışan ustalar hem sektörün algılanan kalitesini düşürmekte hem de müşteride güvensizlik yaratmaktadır. Wa-

vin Academy, odalar, yerel yönetimler, üniversiteler, sivil toplum kuruluşları ve birçok kurumla iletişim halinde, ortak etkinlikler gerçekleştirmekte ve bu etkinlikleri arttırmayı hedeflemektedir. Amacımız, sunduğumuz eğitimlerle sektörün kalitesini arttırmak” dedi.

Wavin Academy plastik boru sektörünün her kademedeki çalışanlarına ve öğrencilere eğitimler vermektedir. Bayi, tesisatçı, uygulamacı, mühendis (mekanik, inşaat), projeci, müteahhit, mimar ve öğrenciler hedef müşteri kitlelerini oluşturmaktadır. Mevcut kullanıcılar ile yakın gelecekte sektörde görev alacak öğrencilerin de eğitimlere katılması ayrıca önem arz etmektedir.

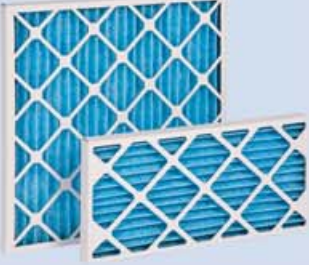
Wavin Academy tesisleri teorik ve pratik uygulamalı her türlü eğitim ve etkinliğe uygun olarak tasarlanmıştır. Pratik uygulama alanında ürün demo ve teşhirleri bulunmakta, tesisin donanımı katılımcılar tarafından çok beğenilmektedir. Akademi, modernlik, yapılan işte uzmanlık, yenilikçilik, güvenilirlik, iyi servis ve hizmet, nitelikli personel gibi özellikleri sayesinde açıldığı ilk günden beri olumlu bir etki yaratmıştır.



Wavin Academy Yöneticisi Müjgan Erbaz: “Amacımız sektörün kalitesini arttırmak”



Panel Filtreler



Torba Filtreler



Kompakt Filtreler



NBC-Nuclear Filtreler



Hepa Filtreler



Karbon Filtreler



Wilo öğrencilerin yaratıcı projelerine destek verdi

Yıldız Teknik Üniversitesi IEEE Öğrenci Kulübü tarafından düzenlenen 7. Yıldızlı Projeler Yarışması'nda dereceye giren öğrenciler ödülleri aldı. Wilo'nun "altın sponsor" kategorisinde destek verdiği yarışmada 73 farklı üniversiteden 262 proje yer aldı. Yarışmada "Elektrik, Yenilenebilir Enerji Kaynakları, Enerji Verimliliği ve Kalitesi" kategorisinde birincilik ödülü Wilo tarafından verildi.



Pompa sistemleri sektörünün lider şirketi Wilo, eğitime ve gençlere destek verme vizyonu ile öğrencilerin yaratıcılık potansiyelini ortaya çıkaran organizasyonlarda yerini alıyor. Wilo bu doğrultuda, Yıldız Teknik Üniversitesi IEEE Öğrenci Kulübü'nün "Fikrini Geleceğe Taşı" sloganıyla 7.'sini düzenlediği Yıldızlı Projeler Yarışması'na "altın sponsor" oldu.

Türkiye'de Ar-Ge ve inovasyon kültürünün gelişmesi ve üniversite öğrencilerinin projelerinin hayata geçmesi konusunda destek olmak amacıyla düzenlenen yarışmada, 4 ayrı kategoride 73 farklı üniversiteden 262 proje yer aldı. Yarışmada dereceye giren eserler, YTÜ Davutpaşa Kampüsü Kongre ve Kültür Merkezi'nde düzenlenen bir törenle ödüllendirildi. Törene YTÜ Rektörü Prof. Dr. İsmail Yüksek'in yanı sıra paydaş kurumların temsilcileri ile çok sayıda akademisyen ve öğrenci katıldı.

Yıldızlı Projeler Yarışması "Elektrik, Yenilenebilir Enerji Kaynakları, Enerji Verimliliği ve Kalitesi"; "Mekanik, Mekatronik, Robotik ve Otomasyon Uygulamaları"; "Bilişim, Elektronik, Telekomünikasyon ve Yazılım Uygulamaları" ve "Sağlık, Gıda, Biyoteknoloji, Kimya ve Malzeme Uygulamaları" kategorilerinde yapıldı.

25 Mayıs 2015 tarihindeki finalde projelerin değerlendirilmesini Sanayi ve Bilim Kurulu beraber yaptı. Üniversitelerin gözde akademisyenlerinden oluşan Bilim Kurulu ve başarılı sanayicilerden oluşan Sanayi Kurulu sayesinde üniversite-sanayi işbirliği somutluk kazandı.

"Elektrik, Yenilenebilir Enerji Kaynakları, Enerji Verimliliği ve Kalitesi" kategorisinde, geliştirdiği "Su Tasarrufu Cihazı" ile Zirve Üniversitesi Bilgisayar Mühendisliği öğrencisi Enver Çağrı Yıldırım birinci seçildi. Yıldırım, 7.000 değerindeki ödülünü Wilo Bina Teknolojileri Satış Müdürü Alp Yılmaz'ın elinden aldı.

Aynı kategoride ikincilik ödülü "Rüzgar Türbini Uygulamalarında Daimi Mıknatıslı Senkron Generatör Tasarımı" ile Yıldız Teknik Üniversitesi Elektrik Mühendisliği Bölümü'nden Furkan Burak Kantar, Hacı Dedecan ve Yunus Denizhan'a verildi.

Üçüncülük ödülüne ise "Smart Bin (Akıllı Çöp Kutusu)" cihazıyla Düzce Üniversitesi Elektrik-Elektronik Mühendisliği Bölümü'nden Sezer Güngör, Mustafa İrişik, Süleyman Usluer ve Ahmet Atılgan layık görüldü. Törende diğer kategorilerde dereceye giren isimler de ödülleri aldı.

Wilo, öğrencilere verdiği destek çalışmalarına önümüzdeki dönemlerde de devam edecek.





Havalandırma Makina ve
Ekipmanlarında Bir Dünya Markası...

Bu Ülke İçin Çalışıyor, Dünyaya İhraç Ediyoruz...



www.sentemakina.com.tr | www.sentemarket.com

2003 yılına kadar çeşitli makina ve ekipmanlarının yanı sıra sadece suni deri ve plastik boru makinaları üreten **SENTE MAKİNA**, 2005'te 2001 yılında üretimine karar verdiği havalandırma kanal makinaları üretimine "**kare kanal makinası**" ve "**kapatma makinası**" ile başladı. Bu sürecin devamında plazma kesim makinesi yapıldı ve SENTE MAKİNA ürettiği **kare ve dikdörtgen kanal üretim makinaları** ile havalandırma sektörünün ihtiyacının yarısını karşılamaya başlamasının ardından **yuvarlak kanal makinalarının** üretimine de başladı.

SENTE MAKİNA, şu anda Avrupa'da kare ve yuvarlak kanal üretim makinalarını aynı zamanda üretme kabiliyeti olan ve bunu yüksek kaliteden ödün vermeden yapan tek firmadır.

Asya ile Avrupa arasında bir köprü olan Türkiye'de faaliyet gösteren SENTE MAKİNA'nın sektöründeki konumu da Asya'nın fiyat avantajları ile Avrupa'nın kalitesinin buluştuğu noktadadır.

DÜNYADA VE TÜRKİYE'DE BİR İLK...

Full Otomatik Yuvarlak Boru Makinası...

Patentli ürünümüz... Tüm manuel ayarlar ortadan kaldırıldı. Çaptan çapa geçiş daha hızlı ve daha doğru. Mükemmel boru kalitesi...

Her gün yeni ürünler için çalışmaya devam ediyoruz. Hedefimiz müşterilerimizin memnuniyetini daha da artırmak.



Sente Makina İnşaat Sanayi ve Tic. Ltd. Şti.
Adnan Kahveci Mahallesi Gölboyu Caddesi No:20
Gürpınar - Beylikdüzü - İSTANBUL

Tel : 0 212 856 11 32 (pbx)
Faks : 0 212 856 11 31
www.sentemakina.com.tr
info@sentemakina.com.tr



İlk 4 ayda 6 aylık hedeflerine ulaşan Danfoss Türkiye, sektörün üzerinde büyüme kaydetti



Dünyanın Isıtma, Soğutma ve Sürücü teknolojileri devi Danfoss'un Türkiye'deki yapılanması olan Danfoss Türkiye, proje ve hedeflerin performans değerlendirmesinin yapılması amacıyla düzenlediği toplantılarda Ankara ve İstanbul'daki bayileri ile bir araya geldi. Danfoss Türkiye Genel Müdürü Levent Taşkın'ın açılış konuşmalarını yaptığı toplantılara, Danfoss Isıtma ve Güç Elektroniği iş birimlerinden 100'e yakın bayi katıldı. Danfoss Türkiye'nin 2015 yılının ilk 5 aylık sonuçlarının da paylaşıldığı bayi toplantılarında; sürmekte olan projeler, satış, servis, pazarlama ve müşteri hizmetleri hakkında bilgiler de verildi. Danfoss A/S Afrika, Ortadoğu ve Türkiye (TMA) Bölge Başkanı Leif Flojgaard'ın da katıldığı İstanbul'daki bayi toplantısında ise global gelişmeler hakkında detaylar aktarıldı.

DANFOSS TÜRKİYE, YÜZDE 30 BÜYÜDÜ

Toplantıların açılış konuşmalarını yapan Danfoss Türkiye Genel Müdürü Levent Taşkın, "2015 yılının ilk 4 ayının sonunda, geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 30 oranında büyüme gerçekleştirdik. Bayilerimizin yarısı da ilk 4 ayda, ilk 6 aylık hedeflerine ulaştılar," diyerek şu bilgileri verdi:

"Danfoss Türkiye değişiyor, büyüyor ve güçleniyor, sloganıyla başladığımız yeniden yapılanma sürecin-



de bayilerimizle daha güçlü bir iş ortaklığı oluşturarak, daha iyi bir takım olmaya başladık. Bu sayede, sektör büyümesinin kat kat üzerinde, yüzde 30 oranında bir büyüme gerçekleştirdik. Danfoss Türkiye'nin yeni kurulan marketing bölümü ile tüm bayilerde; tek tip dekorasyon, digital marketing, fuar ve seminerlerdeki destek ile değişimi başlattık. Ayrıca e-learning uygulamasının temelini atan Danfoss, yılın 2. yarısında 200'ün üzerinde teknik ve sistem çözümü eğitimini de online başlatacak. Müşteri hizmetleri bölümünü kuran Danfoss teklif verme, telefonda her türlü soruları tek bir standart ile anında yanıtlama, aynı gün şikayet çözümü, yeni lojistik ve sipariş takip etme uygulaması ile bayilere yönelik hizmetlerini sektör ortalamasının üzerine taşıdı. Servis ve teknik eğitim alanında da yeni servisleri, eğitimleri ve sistem çözümleri desteği ile bayilere teknik danışmanlık hizmetini başlattı."

Flojgaard: "Türkiye örnek ülke konumunda"

Bayi toplantısında Danfoss ile ilgili global gelişmeleri paylaşan Leif Flojgaard ise, Danfoss Group'un bu yılın ilk 3 ayında, geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 13'ün üzerinde büyüdüğünü söyledi. Leif Flojgaard, Danfoss Türkiye'nin, Danfoss Group içerisinde en çok büyüyen şirket olduğunu aktardı. Flojgaard, sözlerini şöyle sürdürdü: "Danfoss Group'un büyümesinde en başarılı olduğu ülke Türkiye. Türkiye'deki yeni yapılanmadan büyük memnuniyet duyuyoruz. Türkiye, grup içerisinde örnek ülke konumuna geldi. Bu başarıda payı olan tüm iş ortaklarımıza teşekkür ederken, Türkiye'ye verdiğimiz önemin de artarak devam edeceğini ifade etmek istiyorum."

Yılda iki kez bölgesel bayi iletişim toplantısı düzenleyen Danfoss Türkiye böylece iş ortaklarıyla yenilikler ve yılın 2. yarısı için planlanan aksiyonları paylaşıyor. Danfoss Türkiye üst düzey yöneticileri ile bir araya gelme imkanı bulan iş ortakları, ayrıca oynanan takım oyunları ile birbirleriyle iletişimi artırıp, ekip olarak birbirleriyle daha iyi sinerji oluşturma fırsatı da yakalıyorlar.



VENTEK

NEMLENDİRME İÇİN DOĞRU SEÇİM...

Condair HP Yüksek basınçlı Atomizer Nemlendiriciler ile
HİJYENİK nemlendirme ve evaporatif soğutma



**CP3 Elektrot
boylerli
nemlendirici**



**MK5 Elektrik
rezistanslı
nemlendirici**



**HE2 Evaporatif
nemlendirici**



**ESCO Hazır buharı
kullanan nemlendirici**



**JS Atomizer
nemlendirici**

VENTEK MÜHENDİSLİK LTD.ŞTİ.

Adnan Kahveci Bulvarı Ünverdi İş Merkezi No:73 K:1 D:30 Bahçelievler/İstanbul

Tel: 0.212.441 55 96-97 Fax: 0.212.441 55 60 www.ventek.com.tr info@ventek.com.tr

Anel Grup mekanik taahhüt sektörünün önemli oyuncularından biri

Anel Grup Yönetim Kurulu Üyesi Bülent Batukan: “Anel Grup, elektromekanik sektöründe gerek boyut, gerekse üstlendiği projelere sunduğu kapsamlı mühendislik çözümleri bakımından Türkiye’de önde gelen firmalardan birisidir.”



Anel Grup Yönetim Kurulu Üyesi Bülent Batukan ile Anel Grup’un yurt içinde ve yurt dışında verdiği mekanik taahhüt hizmetleri hakkında konuştuk.

■ **Mekanik Taahhüt kapsamında sunduğunuz hizmetler nelerdir?**

Mekanik işler kapsamında sunduğumuz hizmetler; genel hatları ile: Sıhhi Tesisat ve Alt Yapı Borulaması, Isıtma-Soğutma-Havalandırma, Yangınla

Mücadele, bu sistemlerin çalışmaya hazır hale getirilmesi için gerekli olan Borulama, projede kullanılmış olan tüm sistemlerin çalışma şartlarını düzenlemeyi amaçlayan Bina Otomasyon Sistemleri ya da buna ilâveten, uzaktan izleme ve kontrolü de sağlayan Scada ana bölümlerinden oluşuyor. Bu temel sistemlerin kurulumunda ihtiyaç duyulan her türlü tasarım kriterlerinin uygulamaya aktarılması, montaj işlerinde kullanılan yardımcı sistemlerin tasarımı ve işçiliklerinin yapılması, montaj kalitesinin kontrol edilmesi ve müşteriye asgari memnuniyette teslim edilmesi işlerini de bir bütün olarak, mekanik işler içerisinde düşünmek doğru olacaktır.

Anel olarak etkin taahhüt hizmetinin yansırı ancak bunun etkin bir işletme-bakım servisi ile olabileceğine inandığımızdan İşletme-Bakım grubumuzla bu hizmeti de vermekteyiz.

■ **Anel Grup mekanik taahhüt hizmeti vermeye ne zaman, neden başladı?**

Anel Grup olarak Mekanik taahhüt hizmeti vermeye 2009 yılında başladık. Müşterilerimize elektrik taahhüt hizmeti yanında, mekanik taahhüt hizmeti de sunarak hız, koordinasyon ve kalite anlamında getiriler sağlayabileceğimizi ve müşterilerimizin taleplerini daha üst seviyede karşılayabileceğimizi düşündük. Ayrıca yurtdışında birçok projede elektromekanik taahhüt yapmamız konusunda taleplerin oluşması da bu sürecin hızlanmasına katkı sağladı.

Yurtiçi ve yurtdışında başarıyla gerçekleştirdiğimiz mekanik kapsamlı projelerden kazandığımız referanslar ile bugün mekanik taahhüt sektörünün önemli oyuncularından biri olduğumuzu düşünüyoruz.

■ **Anel Grup’un bu alandaki yetkinliği, farkı nedir?**

Elektromekanik sektöründe Anel Grup gerek boyut, gerekse üstlendiği projelere sunduğu kapsamlı mühendislik çözümleri bakımından Türkiye’de önde gelen firmalardan birisidir.

1986 yılından beri Anel’de ciddi bir kurum kültürü oluşmuş, projelerin her aşamasının en etkin şekilde yönetilmesi sürekli iyileştirilerek devam etmiştir. Mekanik alanında da kapsamlı biçimde



hizmet verilmeye başlanması ile elektrik grubunda oluşmuş bu kurum kültürü ve taahhüt tecrübesinin mekanik gruba da büyük katkısı olmuştur. Mekanik ekipman seçimleri yapılırken uygulamadan kaynaklanan revizyonları dikkate alarak tesisin güncel durumuna uygun, doğru ekipmanların seçilmesini sağlamak, bu sayede tesisteki ekipmanların verimliliğinin yüksek olmasını, enerji giderlerinin optimum seviyede kalmasını garanti etmek Anel Grup'un yetkinliği hakkındaki farkı gösteriyor. Yürüttüğümüz projelerde çevreye, insana karşı duyarlı olmamız da farklı duruşumuza katkı sağlıyor. Çevresel risk değerlendirmesi yaparak işverenimizin de inşaat aktiviteleri yürütülürken veya tamamlandıktan sonra bizim kapsamımızdaki işler ile ilgili problem yaşamasını engellemeye çalışıyoruz. Anel Grup olarak işveren talep etmeden böyle bir çalışma yürüten önemli Türk elektromekanik taahhüt firmalarından biriyiz. Farkımız, başarılı bir Elektrik grubunun yanına güçlü bir biçimde katılan başarılı bir mekanik grubunu ayrı bir firma gibi yönetmeyip, birleşimlerinden sinerji yaratarak, tek bir elektromekanik grup çatısı altında ilerlemenin projelerde başarıyı kaçınılmaz kılacağına inanmamızdır.

■ **Sizce neden Anel Grup tercih edilmeli?**

Anel Grup taahhüt sektöründeki yaklaşık 30 yıllık tecrübesi ile büyük ve uluslararası projelerde tercih edilen elektromekanik firmalarının başında geliyor. Bize göre bu seçimdeki en önemli etkenler, güvenilirliğimiz, kalite anlayışımız, hızımız, teknolojiyi ve insan kaynaklarımızı etkin kullanışımızdır. Anel Grup için, iş yapmanın projeye adanmış olmak anlamına geliyor olması, çıkan veya çıkabilecek her türlü olumsuz durumda bir çözüm ortağı olarak her zaman müşterimizin yanında oluyor olmamız Anel'in faaliyet gösterdiği alanlarda, tercih ediliyor olmasının en doğal ve en büyük nedenidir.

■ **Ne gibi sorunlarla karşılaşıyorsunuz?**

Mekanik tesisat işlerinin birçok projemizde son derece komplike olduğu için öngörü ve hazırlık çalışmalarında çok derece disiplinli olunması gerekiyor. Proje başında ve devam eden süreç boyunca yapılması gereken tasarım kontrolü çalışmalarını çok titiz yürütüyoruz.

Malzeme temininde ve inşaat işlerinin/montajların devam ettiği süreç içerisinde ortaya çıkabilecek her türlü zorluklarda müşterimize anlık çözüm-

ler teklif ederek ve bu konularda sürekli destek sağlayarak projelerimizde her zaman hedeflenen sonuca ulaşmaya çalışıyoruz.

Mekanik taahhüdünü yaptığımız projelerde tasarıma çok önem veriyoruz, kapsamımızın tasarım içerip içermediğine bakmaksızın, tüm tasarımı kendi ekiplerimiz ile kontrol ediyor veya gerekli düzeltmeleri öneriyoruz. Bunu yaparken ülke ve şartname gerekliliklerini göz önünde bulunduruyor, çıkan tasarımsal sorunları çözüyoruz. Örnek olarak Azerbaycan'da stadyum projesinde, dış hava şartları kabullerinin yanlış alınması sonucu tasarımı düzeltmek ve cihaz seçimlerini yeniden yapmak zorunda kaldık. Benzer sorunlarla tüm projelerde karşılaşılma olasılığı olduğundan, mühendislik anlamında her zaman güçlü olmamız ve proje başlangıcında tüm hesapların ve tasarımın doğru şekilde yapılması gerektiğini biliyoruz. Stadyum projesinde sıhhi tesisat olarak kapasitelerin büyük olması sebebi ile tasarım safhasında dikkatli bir şekilde çalışarak ihtiyaçları belirledik, bu projeyi diğerlerinden ayıran en büyük özellik kapasitelerin ve metrajların büyük olmasıydı. Kapasite ve metraj büyüklükleri, projenin çok hızlı ilerleyecek bir proje olması sebebi ile tasarım ve imalat ekiplerimizi buna göre yapılandırarak, ciddi ekip sayıları ile çalıştık.

■ **Bu alanda gelecekte ne gibi gelişmeler olacak? Beklentiler nedir? Dezavantajlar ve avantajlar?**

Son yıllarda teknolojik bina projelerinin sayılarının artması, bina yönetim sistemlerindeki gelişmeler mekanik taahhüt sektöründe de gelişmeye, kapsam artışına, mekanik otomasyon sistemlerinin daha yaygın kullanılmasına, ekipman teknolojilerinin gelişimine yol açmıştır.

Teknolojik gelişmeler devam ettikçe, mekanik tesisat işleri de buna paralel olarak insana konforlu, güvenli ve ekonomik daha ulaşılabilir bir hayat standardı sunmaya devam edecektir. Mekanik tesisatın, insan hayatının her alanında yer alıyor ve böyle olmaya devam edecek olması, bu işleri yapan en ufak şahıstan en büyük kuruma kadar herkesi, her zaman bu işlerin içinde tutacaktır.

Uygulanan sistemlerin, kullanımdan önce, uzun yıllar hizmet vermesini sağlayacak gerekli ön ça-



sektörel söyleşi



İşmaların yapılması, periyodik olarak kontrolü gerekliliği fakat bunun herkes tarafından maalesef tam olarak bilinmiyor olması kimi zaman insan hayatında dezavantaj olarak önümüze çıkmaktadır. Bu dezavantajların ufak yatırımlarla sorun olmaktan çıkacak halde olmaları ve buna karşılık elde ettiğimiz güvenli ve sağlıklı ortam koşulları, mekanik sistemlerin hayatımıza kattığı en önemli avantajlardır.

Bunun yanında uluslararası projelerde işverenler elektrik ve mekanik ayrı taahhüt firmaları ile çalışmak yerine, koordinasyonun daha kolay sağlanması amacı ile tek bir taahhüt firması ile elektromekanik sistem çözümlerini tercih etmektedir. Bu tercih bizim içinde bir avantaj oluşturuyor, uzman ekiplerimizle iki disiplinde daha kolay uyum sağlayarak projelerin taahhüdünü Anel kalitesi ile gerçekleştirebiliyoruz.

■ *Sektörün gelişiminde neler ön plana çıkıyor?*

Sektörün gelişiminde ön plana çıkan en önemli ve bence en baştaki unsur ekonomik koşulların sağlam ve güçlü olması gerekliliği ve buna dayalı ulaşım, sağlık gibi yatırımlardır.

Dolayısıyla, ülkelerin güçlenmesi ile bu konularda yapılacak harcamaların artması aynı hızda olacaktır ve bu da, diğer işlerde olduğu gibi, mekanik tesisat işlerinde de daha gelişmiş sistemlere olan talebi arttıracaktır.

Bunun yanında varlığımızı sürdürmek ve rekabetçi gücünü arttırmak için inovasyonun gerekliliğine inanmak zorundayız. Sektörde artan rekabete bağlı olarak, elde edilmiş tecrübelerden en iyi şekilde faydalanarak etkin bir yönetim stratejisi ile maliyetleri düşürmek suretiyle rekabetçi olabilmek ve bu sayede iş devamlılığını sağlamak önem kazanmaktadır. Bu çerçevede insan kaynaklarına yatırım yaparak doğru ve yetkin kişilerle çalışmak ve maliyet kontrolünde en etkin araçları kullanma ön plana çıkıyor.

■ *Yurt dışında da faaliyetleriniz var. Azerbaycan ve Katar sanırım önemlileri... Türkiye ile yurt dışında taahhüt yapmak çok farklı şeyler mi?*

Anel Grup olarak Bakü'deki yapılanmamızı tamamlamış durumdayız, önemli projelerde elektromekanik taahhüt firması olarak yer aldık. Ta-

ahhütteki başarımızı, İşletme Bakım grubumuzu da Bakü'ye getirerek genişletmiş olduk. Su anda stadyumun ve bir ofis binasının daha Elektromekanik İşletme Bakımı konusunda anlaşmalarımızı yüzde 90 oranında yapmış durumdayız. Tüm bunların yanında taahhüt grubu olarak halen 3 ihalede devam ediyor, yeni projelerimizin tamamlanması sonrası işletme-bakım işlerini de almayı amaçlıyoruz.

Azerbaycan taahhüt sektöründe projeleri ikiye ayırabiliriz, birincisi uluslararası büyük projeler, diğeri de yerel daha ufak bütçeli konut, işyeri projeleridir. Anel Grup olarak biz kalite, hız ve etkin proje yönetimi ile gerçekleşmesi gereken büyük projelerde yer almayı, Azerbaycan'da katkı sağlayacak, değer yaratacak bu tip projelerde olmayı amaçlıyoruz. Ayrıca Anel Grup olarak iş güvenliği en fazla önem verdiğimiz, bir projede kesinlikle ödün veremeyeceğimiz bir durumdur. Azerbaycan'da devlet veya özel kurumlarının genel yaklaşımı da buna paralel olduğundan, bu ülkede iş yapım şeklimiz ve faaliyetlerimiz pozitif etkilenmektedir.

■ *Türkiye ile Katar'ı karşılaştırdığımızda ne gibi farklar ön plana çıkıyor?*

Aslında Katar ile sınırlı değil bu sorunun cevabı: Arap Yarımadası'ndaki ülkelere yapılan büyük projelerde daha çok Amerikan ya da İngiliz standartlarının kullanılıyor olması, burada yapılan mekanik tesisat faaliyetlerini Türkiye'dekilerden ayırıyor. Katar bir sistemler ülkesidir ve süreç yönetmeniz gerekir. Süreç yönetme yeteneği olmayan, bundan hoşlanmayan kişiler, firmalar burada başarılı olamaz. Bununla birlikte, dışarıdan temin edilen insan gücünün oluşturduğu değişik kültürel yapı da, burada iş yaparken dikkat edilmesi gereken önemli bir konu olmaktadır.

■ *Türkiye'deki rekabet şartlarından bahsedebilir misiniz?*

Anel Grup olarak her zaman uygun fiyatlı ve kaliteli iş yapmak ilk hedefimiz. Anel kalite standartlarının altına düşebilecek, risk teşkil eden hiçbir projede olmamayı amaçladık. Türkiye'de rekabetin doğru kurgulanmamış olması, müşterilerin sadece başlangıçtaki teklif bedeline göre karar verip, sonuçta ortaya çıkacak maliyet ve tesisin kalitesine önem vermemesi grup olarak bizim içinde bulunmak istemediğimiz bir durum oluşturmaktadır. Türkiye'de zorlandığımız en büyük problem budur.





İKLİMLENDİRME SİSTEMİNİZ PLANLANAN PERFORMANSA SAHİP Mİ?



Makro Test herhangi bir yaşam alanı veya iklimlendirme tesisi için tasarımı ve gerçekleştiren sonuçları proje tasarımcısına, uygulamacısına ve yatırımcısına rapor ederek, istenildiğinde sistem verimliliğini arttırmaya dönük, dengeleme ve ayarlama işlerini teknik gereklilikler doğrultusunda yapmaktadır.

MAKROTEST İKLİMLENDİRME SİSTEMLERİ AYAR DENGELEME DEVREYE ALMA VE SERVİS HİZMETLERİ ANONİM ŞİRKETİ

Dudullu Organize Sanayi Bölgesi 3. Cadde No: 12 Ümraniye / İstanbul

Tel: 0216 313 08 08 Faks: 0216 313 27 47

www.makrotest.com.tr info@makrotest.com.tr

“Verimlilik Stratejisi ve Eylem Planı” yayımlandı

Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığınca hazırlanan, 6 hedef altında 85 eylemden oluşan 2015-2018 yıllarına ilişkin “Verimlilik Stratejisi ve Eylem Planı” yayımlandı.



Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığınca hazırlanan, 6 hedef altında 85 eylemden oluşan 2015-2018 yıllarına ilişkin “Verimlilik Stratejisi ve Eylem Planı (VSEP)” yayımlandı. Yüksek Planlama Kurulunun, Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığınca hazırlanan “Verimlilik Stratejisi ve Eylem Planının (2015-2018)” kabulüne ilişkin kararı Resmi Gazete’de yer aldı. Buna göre, VSEP, Türkiye’nin son 10 yılda gösterdiği ekonomik büyüme performansının sürdürülebilir kılınmasını ve yüksek katma değerli, yüksek teknolojiye üretime dayalı sanayi yapısına dönüşümü yönlendirmeyi amaçlıyor.

Sanayinin verimlilik temelli yapısal dönüşümünü hızlandırma temel amacı doğrultusunda genel strateji çerçevesi oluşturularak, öncelikler ve dönüşüm alanları belirlenerek, başvurulacak başlıca politika araçları tanımlandı. Bu çerçevede, 6 hedef altında 85 eylemden oluşan eylem planı hazırlandı. Verimlilik alanındaki gelişmelerin veri ve analizler yoluyla değerlendirilmesi ve toplulaştırılması amacıyla VSEP, “İstihdam ve İşgücü Verimliliği”, “Yatırım Ortamı ve Sermaye Verimliliği”, “Sanayinin Fiziksel Gelişi-

mi”, “Sürdürülebilir Üretim”, “Ar-Ge ve Teknoloji” ile “Eğitim” olmak üzere 6 durum analizi raporuyla desteklendi.

VSEP’in hedefleri şöyle belirlendi: “Verimlilikle ilgili alanlarda politika oluşturma süreçlerini geliştirmek ve izlenebilirliği artırmak. Eğitim sistemi ile işgücü piyasası arasındaki uyumu güçlendirmek ve işgücü verimliliğini artırmak. İş ve yatırım ortamının iyileştirilmesine yönelik tedbirlerle sermaye verimliliği oranlarını yükseltmek. Sanayide sürdürülebilir üretim altyapısına dönüşüm sürecinde uygulama ve teknolojileri yaygınlaştırmak. Üretimin mekânsal organizasyonu ile elde edilen faydayı artırmak, bu doğrultuda bölgesel ve sektörel güç birlikleri oluşturmak. Başta KOBİ’ler olmak üzere firmaların teknolojik donanımlarını, kurumsallaşma, verimlilik uygulama ve Ar-Ge kapasitelerini güçlendirmek.”

İSTİHDAMA YÖNELİK TEŞVİKLER ÇEŞİTLENDİRİLECEK

VSEP kapsamında, eğitim-istihdam bağlantısı güçlendirilecek, Türkiye Yeterlilik Çerçevesinin yapılandırılmasına yönelik çalışmalar tamamlanacak, eğitim programları meslek standartları doğrultusunda güncellenecek. İlk ve ortaöğretimde fen ve matematik müfredatı, Türkiye Yeterlilik Çerçevesi doğrultusunda yenilenecek. Mühendislik ve fen bilimleri lisans programlarına yönelik Kalite Güvence Sistemi oluşturulacak. KOBİ’lerde teknik personelin donanım ve becerilerini artırmaya yönelik ülke ölçeğinde bir



program oluşturulacak. Kadınların işgücüne katılım düzeyini artırmaya yönelik Türkiye'ye özgü bir model oluşturulup uygulamaya konacak. İstihdama yönelik teşvikler çeşitlendirilecek. Sanayi bölgelerinde kadınlar üzerindeki çocuk bakımı yükünün azaltılmasına yönelik olarak başlatılan uygulamalar ülke genelinde yaygınlaştırılacak.

BÖLGESEL VE SEKTÖREL VERİMLİLİK GELİŞİM HARİTASI OLUŞTURULACAK

Verimlilik alanındaki sorunların sanayi sektörleri ve bölgeler özelinde farklılaşma ve yoğunlaşma düzeylerini belirleyen, saha araştırma ve gözlemlerine dayalı bir araştırma ve analiz çalışması yürütülecek. Türkiye Bölgesel ve Sektörel Verimlilik Gelişim Haritası oluşturulacak.

Teşvik ve finansal destek olanakları güçlendirilecek, desteklerin etkilerinin izlenmesine yönelik bir mekanizma oluşturulacaktır. Sektörler, alt sektörler ve bölgeler düzeyinde sermaye verimliliğini izlemeye olanak sağlayacak şekilde, sermaye stoku sayımları ve tahminleri yapılacak, bu doğrultuda sermaye verimliliği istatistikleri yayımlanacak. Türkiye Yatırım Potansiyeli Bilgi Bankası oluşturulacak. Yatırıma uygun arazilerin sorgulanabilmesi imkân tanıyacak şekilde, kurumların güncel verilerini kullanan internet tabanlı bir sorgulama ara yüzü hazırlanarak pilot illerde kullanıma açılacak.

Sanayi işletmelerinin eğitim ve danışmanlık ihtiyaçlarının sistematik bir biçimde izlenmesine ve giderilmesine, verimlilik alanındaki bilimsel ve teknik kapasitenin uygulamalı eğitimler ve model fabrika gibi uygulamalarla güçlendirilmesine, bilimsel yayın ve etkinliklerin niteliğinin yükseltilmesine ve bu kapsamda üniversite-sanayi-kamu arası ortak iş yapabilme kabiliyetinin artırılmasına imkân sağlayacak şekilde Verimlilik Akademisi kurulacak. İşletmelerin rekabet öncesi işbirliği, Ar-Ge, tedarik, atık yönetimi



ve pazarlama faaliyetlerinde ortak davranmalarına olanak sağlayacak şekilde bilgi ve veri paylaşımına gidebileceği Sanayi Etkileşim Ağı (işletme sosyal ağ platformu) oluşturulacak. Katılımın gönüllü olması öngörülen ağa yönelik olarak sistem tasarımı aşamasında pilot uygulamalara başvurulacak.

KİT'lerde bağımsız denetim ve iç kontrol sistemi hususlarının hayata geçirilmesine yönelik mevzuat düzenlemesi yapılarak karar alma süreçleri etkinleştirilecek, KİT'lerin verimlilik ilkelerine göre faaliyet gösterme kapasiteleri artırılacak.



İSO Haziran Meclisi'nde "Türkiye'nin 500 Büyük Sanayi Kuruluşu" konuşuldu

İSO Meclisi Haziran ayı olağan toplantısı "İSO 500 Aynasından Ekonomi ile Sanayimizdeki Ana Sorunlar ve Çözüm Yolları" gündemiyle toplandı.



İstanbul Sanayi Odası (İSO) Meclisi'nin Haziran ayı olağan toplantısı "İSO 500 Aynasından Ekonomi ile Sanayimizdeki Ana Sorunlar ve Çözüm Yolları" ana gündemi ile İSO Meclis Başkanı Zeynep Bodur Okyay başkanlığında gerçekleştirildi. Meclis toplantısının ardından İSO Meclis Üyeleri Odakule'de yapılan iftarda bir araya geldi. Toplantıya halen İstanbul Ticaret Üniversitesi Rektörü olan eski Devlet Bakanı Prof. Dr. Nazım Ekren ile eski Sanayi ve Ticaret Bakanı Ali Coşkun da katıldı.

İSO danışmanları Can Fuat Gürlesel ve Erkin Şahinöz'ün 500 Büyük Sanayi Kuruluşu ile ilgili sunum yaptığı meclis toplantısında konuşan İSO Yönetim Kurulu Başkanı Erdal Bahçıvan, Meclis Üyelerini 500 Büyük Sanayi Kuruluşu araştırmasının sonuçları hakkında bilgilendirdi. Ayrıca büyük önem verdikleri sanayinin gelişimi için üniversitelerle iş birliği yapılması konusunda önemli projeleri hayata geçirdikleri müjdesini verdi.

İSO Meclis Başkanı Zeynep Bodur Okyay: "Ekonomisi güçlü olan ülkelerin siyaseti de güçlü olur."

İSO Meclis Başkanı Zeynep Bodur Okyay'ın açılış konuşmasıyla başlayan Meclis toplantısında Okyay, Ramazan ayının hayırlı ve bereketli geçmesini diledi. Okyay özetle şunları söyledi: "Türkiye 7 Hazi-

ran seçimlerini büyük bir olgunlukla geçirdi. Yeni oluşan Meclis'in ülkemize hayırlı olmasını temenni ediyorum. Bu ülke sanayicileri olarak bizim siyasetten tek beklentimiz: çözüm, çözüm ve çözümdür. Geçmiş yıllardaki samimiysiz koalisyenların tekrarı kimse istemez. Bu yüzden sağlam bir koalisyen oluşturularak yola devam edilmesini arzu ediyoruz. Ekonomisi güçlü olan ülkelerin siyaseti de güçlü olur. Türkiye'nin 500 Büyük Sanayi Kuruluşu araştırmasında finansal eğilimi net olarak görebiliyoruz. Buradan çıkan sonuç da aslında daha çok yol kat etmemiz gerektiridir. Türkiye'nin cazibe merkezi olması için özellikle yeni kurulacak hükümete çok fazla görev düşmektedir."



Madasın **emniyetine**
güvenin.



huzeyfsadworks.com

MADAS

**EMNİYET KAPATMALI
FİLTRELİ REGÜLATÖR**

Madas emniyet kapatmalı
filtreli regülatör satış ve servis
ağı ile e-Gaz güvencesinde.



www.e-gaz.com.tr

0212 320 34 00

e-Gaz

İSO Başkanı Erdal Bahçivan: “Sanayici iki yıldır esas faaliyetinden elde ettiği kârın yarısını finansal giderlere harcamak zorunda.”

İSO Başkanı Erdal Bahçivan gündemle ilgili yaptığı konuşmada, “Türkiye sanayisinin ileri teknoloji kullanan ve AR-GE altyapısını güçlendiren bir yapıya dönüşmesi gerekiyor.” diye konuştu. “İSO 500-2013 ve 2014 araştırma verileri de gösteriyor ki, sanayicinin en önemli sorunlarından biri de finansal yönetim” diyen İSO Başkanı Bahçivan, sanayicinin iki yıldır esas faaliyetinden elde ettiği kârın yarısını finansal giderlere harcamak zorunda kalmasına dikkat çekti. Bahçivan, sanayicinin bu alanda artık ciddi bir inovasyona ihtiyacı olduğundan hareketle şunları söyledi: “İstanbul Ticaret Üniversitesi ile bir diğer önemli işbirliği konumuz ise ‘Finansal İnovasyon’ alanında olacak. Önümüzdeki günlerde uluslararası konuşmacıların katılımıyla bu konuda bir panel düzenleyeceğiz.”

İSO Başkanı Bahçivan, İSO 500 verileri ile ilgili olarak ortaya çıkan bazı çarpıcı rakamları da Meclis Üyelerinin dikkatine sundu. Bahçivan, 500 büyük şirketin geçen yıla göre faaliyet kârlılığındaki performansının düştüğünü söyledi. 2013 yılında faaliyet kârlılığını yüzde 8’e çıkaran 500 Büyük Sanayi Kuruluşu’nun, 2014 yılındaki faaliyet kârlılığı oranının yüzde 6,4’e gerilediğini kaydeden İSO Başkanı Bahçivan, EBITDA oranının ise geçen yıl yüzde 11 iken, bu yıl yüzde 10,7’ye indiğini belirtti. Bahçivan, verilerini paylaşarak, bu çalışmanın ortaya çıkmasını sağlayan tüm sanayi şirketlerini bir kez daha kutladı ve üretime odaklı büyüme ihtiyacına bir kez daha dikkat çekti.

Eski Sanayi ve Ticaret Bakanı Ali Coşkun: “İstikrarlı büyüme, katma değerli üretim odaklı olması gerekiyor.”

Bu yıl başında İstanbul Kalkınma Ajansı iş birliğiyle hazırlanan “İstanbul Sanayi Strateji Belgesi”nde sanayinin küresel rekabet gücünü artırmak üzere önerdikleri 18 strateji arasında, üniversite-sanayi işbirliği ile ileri teknoloji kullanımının olduğunu hatırlatan Bahçivan, İstanbul Ticaret Üniversitesi’nde açılan yüksek lisans programının önemine şu sözleriyle dikkat çekti: “İSO-500 Büyük Sanayi Kuruluşu 2014 yılı verileri gösterdi ki, sanayi kuruluşlarının AR-GE ve teknoloji yoğunlukları açısından önlerinde oldukça uzun bir yol var. 500 Büyük Sanayi Kuruluşu’nun AR-GE harcamalarının üretimden satışlara oranı binde 7,4 gibi düşük düzeyde iken, yüksek teknolojilerin yaratılan katma değer içindeki payı ise sadece yüzde 3,2 oldu. Bu sonuçlar, Türkiye’nin ihtiyacı olan istikrarlı büyümenin, katma değerli üretim odaklı olması gerektiğini net bir şekilde ortaya koyuyor.”

İSO Danışmanı Can Fuat Gürlesel: “İşgücü verimliliğinin tartışılması gerekiyor.”

Bu konuşmaların ardından gündemle ilgili konuk konuşmacılara söz verildi. Bu kapsamda kürsüye gelen İSO Danışmanı Can Fuat Gürlesel, şirketlerin İSO 500’de açıklanmayan bilgilerinin yıldan yıla arttığına dikkat çekti. Türkiye’nin ekonomik büyümesi ile İSO 500 firmalarının büyümesini de rakamlarla karşılaştıran Gürlesel, ardından borç/öz kaynak oranı ile ilgili olarak Türk firmalarının daha az öz kaynak kullanarak rekabet gücünü artıramayacağını altını çizdi. Sanayi firmalarının kârlılık oranlarında daha belirleyici bir rol üstlenerek fiyat yapıcı pozisyonu alması gerektiğini kaydeden Can Fuat Gürlesel, firmaların katma değer yaratma kapasitesinin firmaların rekabetçiliğinden değil firma dışı unsurlar ve dış etkenlerin belirlediğini anlattı. İşgücünün kârlılığı destekleyici bir yapıda olmadığını hatırlatan Gürlesel, nitelikli veya ucuz işgücü tercihi bağlamında işgücü verimliliğinin tartışılması gerektiğini kaydetti.



İSO Danışmanı Erkin Şahinöz: “İSO 500’ün en sevindirici taraflarından biri AR-GE harcamalarının oransal olarak artıyor olması.”

Meclis Toplantısı konuğu Erkin Şahinöz yaptığı sunumda 2014 yılında yüzde 3,8 büyüyen sanayi sektörünün, Türkiye ekonomisindeki yüzde 2,9’luk büyümeye 1,02 puan katkı yaptığını anlattı. Şahinöz, 2012 ve 2013 yıllarında ekonomiden daha yavaş büyüyen sanayi sektöründeki büyümeye hızının 2014 yılında ekonominin büyümeye hızını aştığını kaydetti.

500 Büyük Sanayi Kuruluşu 2014 rakamlarında kamu ve özel sektör arasındaki ayrışmanın dikkat çekici olduğunu belirten Şahinöz, 2011-2013 yıllarını kapsayan dönemde İSO 500 içinde 13 kamu kuruluşu olduğunu ve 2014 yılında bunun 11’e düştüğünü söyledi. 2014 yılında İSO 500’de özel sektör kuruluşlarının kârında yüzde 36 artış yaşanırken, kamu kuruluşlarının kârının yüzde 63,2 azaldığını kaydeden Şahinöz, özel sektör kuruluşlarının zararları azalırken, zarar eden kamu kuruluşlarının zararının yüzde 166 yükseldiğine dikkat çekti.

İSO 500’ün en sevindirici taraflarından birinin AR-GE harcamalarının oransal olarak artıyor olması olduğunu aktaran Şahinöz, AR-GE harcamalarının üretimden satışlara oranının yüzde 0,51’den 2014 yılında yüzde 0,74’e yükseldiğini söyledi. Şahinöz aynı zamanda gelir tablosu baz alınarak hesaplanan AR-GE harcamalarının üretimden satışlara oranındaki artışın ise biraz daha sınırlı olduğunu hatırlattı.



Yüksek nem probleminin giderilmesinde doğru çözümler!

DİPAZ

Kurutuculu Nem Alma Cihazları



KULLANIM ALANLARI

- Nem düzeyi yüksek bölümler
- İlaç üretim ve depolama tesisleri
- Gıda ve şekerleme sanayi
- Kapalı yüzme havuzları
- Gemi ve uçak endüstrisi
- Metal boyama tesisleri
- Askeri teçhizat depolamada
- İnşaat-tadilat işlerinin kurutulmasında
- Yangın söndürme sonrası kurutmada
- Kozmetik endüstrisi
- Soğuk oda uygulamalarında
- Depolama alanları
- Arşiv odaları
- Kütüphaneler
- Müzeler



ÖZELLİKLERİ

- Sorpsiyon tipi
- Zeolit + Silikajel rotoru
- Paslanmaz çelik konstrüksiyon
- Her sıcaklıkta çalışabilir
- Rotoru yıkanabilir
- Rotoru basınçlı hava ile temizlenebilir
- Uzun ömürlü
- Bol yedek parça



DİPAZ

MAKİNE SANAYİ VE TİCARETİ A.Ş.
İstanbul Caddesi Çelik Sokak No: 4
Gürpınar-Büyükdere 34528 İstanbul
Tel: +90 212 855 95 80 Pbx
Fax: +90 212 855 95 84
dipaz@dipaz.com.tr • www.dipaz.com.tr

Türkiye İMSAD '21 Sanayici Üyesiyle' ISO 500 Büyük Sanayi Kuruluşu arasında yer aldı

Türkiye İMSAD üyesi 21 sanayi şirketi, 2014 yılında 16,9 milyar TL tutarında, net üretimden satışları ile ekonomiye fayda sağladı.



İstanbul Sanayi Odası'nın (İSO) 2014 yılı 'Türkiye'nin 500 Büyük Sanayi Kuruluşu' Araştırması'nda, Türkiye İnşaat Malzemesi Sanayicileri Derneği (Türkiye İMSAD), 21 sanayici üyesiyle yer aldı. Türkiye İMSAD, 81 sanayici firma ve 29 sektör derneği ile ülkemiz inşaat sanayisinin en büyük çatı örgütü konumunda faaliyetlerini sürdürüyor.

ISO 500 Büyük Sanayi Kuruluşu sıralamasında, Türkiye İMSAD üyesi 21 şirket; demir-çelikten alüminyum, çimentodan cama, plastikten seramiğe, kimya ve yapı gereçlerine kadar inşaat malzemeleri sektörünün temel alanlarında üretim yapıyor. İSO'nun 500 Büyük Sanayi Kuruluşu Araştırması verilerine göre, Türkiye İMSAD üyesi 21 firma, 2014 yılında 16,9 milyar TL tutarında, net üretimden satışları ile ekonomiye fayda sağladı.

500 Büyük Şirket sıralamasında, Türkiye İMSAD üyesi sanayi şirketleri; "Çolakoğlu Metalurji, Assan Alüminyum, Akçansa Çimento, Çimsa Çimento, Trakya Cam, Betek Boya ve Kimya Sanayi, Kaleseramik Çanakkale Kalebodur Seramik, Eczacıbaşı Yapı Gereçleri, DYO Boya Fabrikaları, Nuh Çimento, Schneider Elektrik, Türk Demir Döküm Fabrikaları, Polisan Boya, İzocam, Jotun Boya, Kale Kilit ve Kalıp, Georg Fischer Hakan Plastik Boru ve Profil, Traçim Çimento, Seranit Granit Seramik ve Marshall Boya ve Vernik Sanayi ile Kalekim Kimyevi Maddeler" oldu.

Hinginar: "Türkiye İMSAD üyeleri ülkemizin kalkınmasında önemli kilometre taşlarıdır."

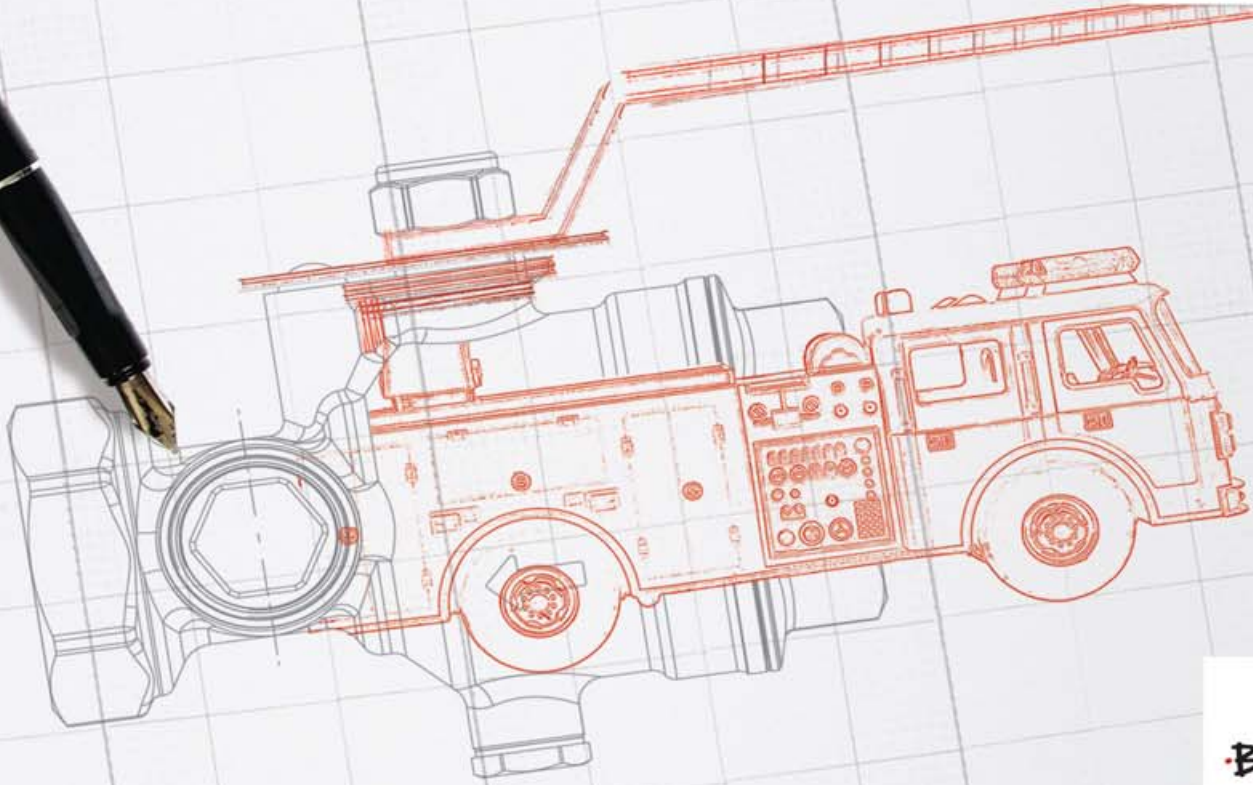
Türkiye İMSAD Başkanı Fethi Hinginar, 52,1 milyar dolar yurt içi pazar büyüklüğü, 21,1 milyar dolar ihracatı, toplam ihracat içinde yüzde 14 payı ve cari açığa yüzde 228 pozitif katkısı ile inşaat malzemeleri sanayinin ülkemiz ekonomisindeki gücüne dikkati çekti. İnovatif sanayi ürünleri ve küresel markaları ile ülkemizi dünya pazarlarında birinci lige taşıyan Türkiye İMSAD üyelerinin, yıllar içinde ülkemizin sürdürülebilir kalkınmasında da önemli kilometre taşlarını oluşturduklarını vurgulayan Fethi Hinginar, sözlerine şöyle devam etti:

"Türkiye İMSAD, inşaat sektörünün çok önemli grupları olan 30 farklı alt sektörü temsil etmektedir. Üyelerimizin toplamı ile birlikte ülkemiz ekonomisine 1,5 milyon kişilik istihdam sağlıyoruz. İmalat sektöründeki payı yüzde 17'ye yaklaşan Türk inşaat malzemesi sanayi, aynı oranı sanayi katma değerinde de gerçekleştiriyor. 21 üyemiz, 500 Büyük Sanayi Kuruluşu arasında yer alarak 2014 yılında 16,9 milyar TL tutarında, net üretimden satışları ile ekonomiye fayda sağlamış ve geçmiş yıllarda olduğu gibi bu yıl da Türkiye İMSAD'ın en büyük gururu olmuştur. İnanıyoruz ki, ülke olarak, üretime dayalı sürdürülebilir büyümeyi sağlayacak tedbirleri almamız ve yapısal reformları hızla gerçekleştirmemiz, sektörün gelişmesindeki ivmeyi artıracaktır."

Yangından korunmada dünya standartlarını belirliyoruz

Giacomini; yangından korunma ürünlerindeki uzmanlığı ve uzun ömür garantisiyle güvenliğinizi sağlıyor. Yangından korunma teknolojilerinde dünyaya yön veren Giacomini, dünyanın en büyük pirinç vana üretim tesisi ve patentli ürünleri ile her zaman bir adım önde.

Patentli
Ürünler



•Bütün Ölçüler
•32 Orifis



A 61



A 105



A 156



A 201

Giacomini Unival Tesisat Armatürleri San. Tic. Ltd. Şti.
İstanbul Anadolu Yakası Organize Sanayi Bölgesi
Aydınlı Mahallesi Mercimerler Caddesi
No:10 34953 Tuzla İstanbul
Tel: 0216 593 38 38
www.unival.com.tr
info@unival.com.tr

GIACOMINI 
Technology in Comfort

**uni
val**

Ankara için “Jeotermal Tarım” çağrısı...

TÜGİAD Ankara Şubesi Başkanı Türker Naslı, Ankara'nın 9 ilçesindeki zengin jeotermal kaynakların seracılıkta kullanımı ile sektörün hızlı bir gelişim sürecine gireceğini bildirdi.



En önemli gider kalemi olan ısıtma masraflarının, uzun kış mevsiminin hüküm sürdüğü Ankara'da seracılığın gelişimine engel oluşturduğunu belirten Naslı, termal kaynakların kullanımı ile bu sorunun çözüleceğini ve seracılığın karlı bir iş haline geleceğini söyledi.

Türkiye Genç İşadamları Derneği (TÜGİAD) Ankara Şubesi Başkanı Türker Naslı, 5.2 milyonluk nüfusu dolayısıyla tarım ürünlerinde yüksek boyutlarda tüketim talebi bulunan Ankara'nın 9 ilçesindeki zengin termal kaynakların sera ısıtmasında kullanımının yaygınlaştırılması ile jeotermal tarımın hızlı bir gelişim içine gireceğini bildirdi.

Türker Naslı, Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı ile TÜBİTAK arasında 8 Mayıs 2015 tarihinde yapılan protokolle, ülke genelinde jeotermal seracılığın geliştirilmesi çalışmalarına başlandığına işaret ederek, bu çalışma ile konu hakkında tüm paydaşlarda farkındalık oluşturma ve etkin destekleme mekanizmalarının geliştirilmesinin hedeflendiğini bildirdi. Jeotermal enerjinin çevre dostu, yerinde değerlendirilebilen, yerel ekonomiye istihdam ve katkı sağlayan, sürekli ve sürdürülebilir bir kaynak olduğunu belirten Naslı, jeotermal enerjiyi kullanan şanslı ülkelerden birinin de Türkiye olduğuna dikkat çekti. Naslı, “Türkiye'nin de aralarında bulunduğu 34 ülkede jeotermal kaynaklar sera ısıtmasında da kullanılmaktadır” dedi. Halen Afyonkarahisar, Aydın, Denizli, İzmir, Kırşehir, Kütahya, Manisa, Nevşehir, Şanlıurfa ve Yozgat gibi illerde gelişme sürecindeki jeotermal seracılık faaliyetlerine dikkat çeken Naslı, tarımsal üretimi ve jeotermal kaynak potansiyelinde önde gelen ülkeler arasında yer alan Türkiye'de jeotermal seracılığın yaygınlaştırılmasının büyük önem taşıdığını kaydetti.

EN ÖNEMLİ MALİYET KALEMİ ISITMA...

Naslı, seracılıkta en önemli gider kalemini oluşturan ısıtma masraflarının, uzun kış mevsiminin hüküm sürdüğü Ankara'da seracılığın gelişimine engel oluşturduğunu belirtti. Seracılığın, bitkilere asgari 15 santigrat civarında sıcaklık sağlayarak sezon dışı bol mahsul üretmek ve bu ürünleri uygun fiyattan satarak karlı bir üretim yapmayı gerektirdiğini belirten Naslı, iklime bağlı yüksek ısıtma maliyetleri dolayısıyla Ankara'da karlı bir iş olmayan seracılığın gelişme gösteremediğini anlattı. Naslı, “Bir dekar seranın Ekim-Nisan arasında 7 ay süreyle 15 santigrat derecede tutulması için yapılacak ısıtmalarda; Antalya'da 22, Ankara'da 86 ton fuel oil gerekiyor. Buna göre Ankara koşullarında bir seranın ısıtılabilmesi için Antalya'ya göre yaklaşık 4 kat fazla enerjiye ihtiyaç duyuluyor” dedi.

ANKARA'NIN JEOTERMAL TARIMDA GÜÇLÜ BİR POTANSİYELİ VAR...

Ankara'nın Ayaş, Beypazarı, Çamlıdere, Çubuk, Gündül, Haymana, Kazan, Kızılcahamam ve Polatlı ilçelerindeki zengin termal kaynakların sera ısıtmasında kullanımının, sektörü hızla geliştireceğine işaret eden Naslı, “Ankara, sahip olduğu bu kaynaklarla sadece termal sağlık turizmi değil, aynı zamanda jeotermal tarım alanında da güçlü bir potansiyeli bünyesinde barındırmaktadır” dedi.

Ankara'nın 9 ilçesindeki zengin jeotermal kaynakların seracılıkta kullanımı ile sektörün hızlı bir gelişim içine gireceği ve Ankaralının her mevsim sera ürünlerini kolayca ve uygun fiyatla tüketebileceğini vurgulayan Naslı, şunları söyledi:

“Ankara koşullarında seracılıkta yüksek ısıtma giderleri, işletmeyi zarar ettirecek boyutlarda. Oysa jeotermal kaynakların seracılık alanında kullanımı, ısıtma giderini son derece aşağıya çekecek ve Ankara'da seracılık faaliyetini karlı hale getirecektir. Kamu kurum ve kuruluşları, girişimciler, sanayiciler, destek sağlayan kurumlar, üniversiteler, birlikler, vakıflar, STK'lar ve tüm sektörel paydaşların katkısıyla Ankara'nın jeotermal enerji potansiyelinin seracılıkta kullanımına yönelik stratejiler belirlenmeli, bu alanda farkındalık oluşturulmalıdır. Ankara'nın jeotermal seracılığa yönelik hükümet politikaları ve sağlanacak teşvik ve desteklerden etkin biçimde yararlanması sağlanmalıdır. Ankara ilçelerindeki zengin jeotermal kaynakların seracılık sektöründe etkin ve verimli kullanımı durumunda, bu sektörün gelişiminin önü açılacaktır.”



Hijyenik ortamlar için en güvenilir çözüm!



Hijyenik Paket Klima Cihazı

- Mahal sıcaklık ve nem kontrolü , mahaller arasındaki basınç farkları ve mahal - cihaz bilgilerinin bina yönetim sistemi ile entegre edilebilen mikroişlemci üzerinden kontrolü
- Çevre dostu R410A veya R407c soğutucu akışkan ve yüksek verimli, sessiz çalışan scroll kompresörlü kondenser üniteleri
- Yüksek verimli plug tip aspiratör ve vantilatör fanları ve IP55 koruma sınıfında elektrik motorları
- VDI 6022-1 , VDI 6022-3 , EN 1886 , DIN EN 1946-4 , EN 13053 standartlarına uygun imalat



Klas Isıtma Soğutma Klima San. ve Tic. Ltd. Şti.

Merkez / Fabrika
İ.A.O.S.B. 10008 Sk. No: 5 35620 Çiğli / İZMİR
Tel: (0232) 328 10 00 Fax: (0232) 328 10 80
satis.izmir@klsklima.com.tr
info@klsklima.com.tr
www.klsklima.com.tr

Ankara Bölge Müdürlüğü
Ehlibeyt Mahallesi Ceyhan Atuf Kansu Cad.
No:127/3 06520 Balgat / ANKARA
Tel: (0312) 478 08 37 Fax: (0312) 478 08 48
satis.ankara@klsklima.com.tr

İstanbul Bölge Müdürlüğü
Atatürk Mah. Girne Cad. No: 29
34758 Ataşehir / İSTANBUL
Tel: (0216) 580 91 56 Fax: (0216) 580 91 55
satis.istanbul@klsklima.com.tr

Samsung, Kurumsal Forum 2015 ile geleceğin teknolojilerini iş dünyasıyla buluşturdu

Samsung Electronics Türkiye Başkan Yardımcısı Tansu Yeğen; bu yıl ikincisi düzenlenen Samsung Kurumsal Forum 2015'te dijital dönüşüm sürecinde kurumları bekleyen yeni teknolojiler ve mobil trendlerle ilgili vizyonunu, saygın iş ortaklarıyla birlikte Türkiye'nin BT liderleriyle paylaştı.



Samsung Electronics, bu yıl İstanbul'da ikincisini düzenlediği Samsung Kurumsal Forum 2015'te iş dünyasının önemli kurum ve yöneticileriyle bir araya geldi. Forum kapsamında düzenlenen toplantılarda iki gün boyunca 'Dijital Dönüşüm' için yapılması gereken çalışmalar tüm detaylarıyla ele alındı.

Samsung'un kurumsal mobil trendler, dikey sektörlerle ilgili çözümler ve içgörülerini paylaşmak üzere 9-10 Haziran'da, İstanbul Hilton Bomonti Hotel'de düzenlediği etkinlikte; Samsung'un pe-

rakendeden eğitime, sağlık çözümlerinden konaklama-ağırlamaya kadar birçok farklı endüstride seçkin iş ortaklarıyla birlikte geliştirdiği uçtan uca çözümler de tanıtıldı. Etkinliğe Samsung'un Türkiye'de işbirliği yaptığı ve desteklediği girişimler de katıldı. Aralarında fiziksel web, mobil ödeme sistemleri, nesnelerin interneti (IoT) ve sanal gerçeklik teknolojileri geliştiren; Blesh, Odatek, ÖdeAI, Infotech, Ingenious gibi yenilikçi ve yerel girişimlerin çözümleri Türkiye'nin Bilgi Teknolojileri (BT) liderlerinin beğenisine sunuldu.

Kurumsal Forum kapsamında düzenlenen basın toplantısına ev sahipliği yapan Samsung Electronics Türkiye Başkan Yardımcısı Tansu Yeğen; "Son yıllarda yaşanan dijital dönüşüm sürecinde Samsung olarak kurumların değişen ihtiyaçlarına, sahip olduğumuz geniş ürün ve çözüm yelpazesiyle yanıt verebilmekten büyük bir mutluluk duyuyoruz" dedi.

BT departmanlarının, kurumların mobil stratejiye geçişlerinde önemli bir rol oynadığına dikkat çeken Tansu Yeğen, "BT artık kurumlarda sadece bir destek işlevi olarak görülüyor; şirket stratejileri ve iş süreçlerinde kritik bir faktör olarak değerlendiriliyor. Samsung olarak, yaptığımız pek çok araştırma gösteriyor ki; BT yöneticileri, mobilitenin artmasıyla; çalıştıkları kurumun tüm departmanlarına, hem ofis içinde hem de sahada üretken olmaları için farklı kaynak ve işlevler kazandırıyor" diye açıkladı.

MOBİL STRATEJİSİ OLAN ŞİRKETLERİN ORANI 2 YIL İÇİNDE %94'E YÜKSELECEK

Toplantıda Samsung sponsorluğunda IDC tarafından gerçekleştirilen 'Türkiye Kurumsal Mobilite Araştırması'nı değerlendiren Tansu Yeğen; dijital yatırımların odağında kurumların operasyonel üretkenliğini artırmak ve daha iyi bir müşteri/çalışan deneyimi sağlayarak kurumlar arası rekabette avantaj kazanmak olduğunu belirtti:

"Yaptığımız araştırma sonuçları, mobil iş gücünün toplam iş gücü içindeki payının giderek arttığına işaret ediyor. 2014'te %23 olan mobil çalışan oranı 2015'te %26'ya yükselmiş. 2017'de ise bu oranın %31 seviyelerine, 2019'da ise %34'lere kadar çıkması öngörülüyor. Mobil stratejisi olan şirketlerin bugün itibarıyla %50 olan oranının, 2 yıl içinde %94'e ulaşacağı da araştırmanın dikkat çeken sonuçları arasında yer alıyor. Kurumların mobiliteden beklediği faydalara bakıldığında ise; ilk iki sırayı %46 ile operasyonel verimliliği artırma ve %43'lük oran ile iş sürekliliğini sağlama hedefleri alıyor. Bunları %32 ile yeni çalışma yöntemleri ve %22'lik bir oranla rekabet avantajı ve çalışan memnuniyetini sağlama takip ediyor."

MOBİLİTE, SATIŞ DEPARTMANLARININ ÖNCELİKLİ KONUSU

Mobil teknolojilerden %88 gibi yüksek bir oranla ilk olarak satış birimlerinin yararlanmaya başladığına işaret eden Tansu Yeğen, Mobilitenin sağladığı en büyük katma değer satış departmanlarında hissettildiğine işaret etti. Yeğen; "Satış departmanlarının ardından %69 ile üst kademe yönetimler ikinci sırayı alırken, %63 ile pazarlama ve saha hizmetleri dikkat çekiyorken dördüncü sırada %60 ile lojistik birimlerini görüyoruz" dedi.

GÜVENLİK, MOBİLİTE DE EN KRİTİK KONU; EVRENSEL BİR ENDİŞE

Tansu Yeğen 'mobilitede güvenlik' başlığı altında öne çıkan konularla ilgili ise şunları söyledi: "Araştırmaya katılan kurumların yaklaşık dörtte birinde (%24) BYOD (Kendi Cihazını Getir) uygulanırken; %11'inin de önümüzdeki 24 ay içinde BYOD uygulaması yapmayı planladıkları görüldü. Ancak BT'nin her alanında olduğu gibi; bu uygulamalarda da güvenlik en önemli endişe olarak ifade ediliyor. Araştırmaya katılan kurumların sadece %10'u, kapsamlı ve test edilmiş bir güvenlik politikası uyguladığını belirtmiş. Bu da, mobil güvenlik politikalarının uygulamada geri kaldığını gösteriyor. Oysa doğru yönetim araçları ve stratejileri benimsendiğinde; çalışanların memnuniyetine odaklanan CYOD (Kendi Cihazını Seç) uygulamaları ile hem çalışanların ihtiyaçları hem de BT Yöneticilerinin güvenlik, maliyet ve verimlilik açısından başarılı sonuçlara ulaşıyor" dedi.

Toplantının sonunda Türkiye telekomünikasyon pazarının da kısa bir değerlendirmesini yapan Tansu Yeğen, "Teknoloji dünyasında her gün yaşanan değişimler, geliştirilen yeni ürün, çözüm ve cihazlar kurumsal pazarda iş yapış şekillerini değiştiriyor. Yüksek veri hızı sağlayan 4G ve üstü teknolojilere geçişle birlikte, mobil teknolojilerin iş dünyası üzerindeki pozitif etkisi, çok daha fazla hissedilecek ve kurumsal pazarda yenilikçi teknolojilerin iş dünyasına sağladığı avantajlar daha fazla önem kazanacak" diyerek açıklamalarını tamamladı.



Samsung Kurumsal Forum 2015'e katılan Samsung Türkiye Sistem Klimaları Departman Müdürü Okan Tutcu ve Samsung Sistem Klimaları Distribütörü Tekno Klima Genel Müdürü Uğur Darcan DVS Klima standı önünde

'Yarının Enerjisi için Bugün 2015 Paydaş Çalıştayı' ilk kez gerçekleştirildi Schneider Electric'ten geleceğin enerjisi için ortak değer yaratacak bir adım

Enerji yönetiminde global uzman Schneider Electric, Türkiye'nin sürdürülebilir kalkınma ve büyüme hedefi doğrultusunda geleceğin enerjisi konusunu ilgili paydaşlarla değerlendirmek üzere, Sürdürülebilirlik Akademisi işbirliğiyle tarafsız ve bağımsız bir çalıştay düzenledi.



Schneider Electric, sürdürülebilir kalkınma yolunda iş modellerine yön vermek üzere, kamu, sivil toplum, akademik çevreler, iş dünyası ve medyadan önde gelen paydaşların katılımıyla bir çalıştay düzenledi. Sürdürülebilirlik Akademisi işbirliğiyle bu yıl ilk kez gerçekleştirilen 'Yarının Enerjisi için Bugün 2015 Paydaş Çalıştayı'nda, sürdürülebilir iş modellerine dönüşüm için ortak değer yaratmak ve sürdürülebilir bir gelecek için alınması gereken önlemler farklı konu başlıkları altında değerlendirildi.

Tuncer: "Sürdürülebilirlikte en önemli çıkış yolu enerji verimliliği"

Schneider Electric'in Dünyanın En Sürdürülebilir 100 Global Şirketi Endeksi'nde 3 yıldır ilk 10 arasında aldığını vurgulayan Schneider Electric Türkiye Ülke Başkanı Bora Tuncer, global tecrübelerini Türkiye'de paydaşlarla ortak bir değer yaratmak için kullanacaklarını açıkladı.

Sadece çevreye zarar vermeyen bir şirket olmak dışında tüm dünyada enerji tüketimini düşürmeye ve enerji verimliliğini sağlamaya yönelik çözümler ürettiklerine dikkat çeken Tuncer şöyle konuştu: "Bugün Türkiye, enerjide %70 oranında dışa bağımlı ve bu durum, cari açığın da en önemli nedenleri arasında yer alıyor. Yıllık enerji talebimiz, dünya ortalamasının çok üzerinde, %7-8 civarı bir oranda artış gösteriyor. Türkiye'nin sürdürülebilirlikte en önemli çıkış yolunun enerji verimliliği olduğunu görüyoruz. Enerji ve altyapı, endüstri, bina, konut ve veri merkezi pazarına yönelik çözümler sunan, enerji verimliliği danışmanı kimliğine sahip bir şirket olarak sürdürülebilirlik işimizin tam merkezinde bulunuyor. Schneider Electric olarak, Türkiye'nin bu sorununa çözüm olabilecek bir yol haritası yaratmayı amaçlıyoruz. Önemli bir sorumluluk üstleniyor ve tüm paydaşlarımıza bu yolculukta bize katılmaları için çağrıda bulunuyoruz."

Konuşmasında Türkiye'nin toplu konut projeleri ve kentsel dönüşüm ile gerçekten bir değişim yaşadığını aktaran Tuncer, "Bu projeler gerçekten değerli bir fırsattır. Eğer bu binaları enerji açısından daha verimli bir hale getirebilirsek, ekonomik bir katma değer yaratmamız mümkün. Ayrıca, bugün ülkemizde ciddi miktarda sağlık kompleksi yatırımı devam ediyor ve birçoğu da planlanıyor. Türkiye'deki mevcut hastaneler dahil tüm hastanelerin daha akıllı, yeşil ve kağıtsız olması için de bir dönüşüm geçirmesi gerekiyor" dedi.

Bursa: "Türkiye, enerji talebinde orta yolu bulmak zorunda..."

Enerjinin son 100-150 yıldır dünyanın en önemli konularından biri olduğu vurgulayan Sürdürülebilirlik Akademisi Yönetim Kurulu Başkanı Murat Sungur Bursa da "Son on yıl içinde ve yakın dönemde enerji kaynaklarının yönetilmesi konusunda dünyada bir yeniden yapılanma olduğunu görüyoruz" dedi. Türkiye'nin arz anlamında sürdürülebilirlik sorunu olduğunu belirten Bursa şöyle konuştu:

"Sorunun temelinde Türkiye'nin enerji kaynakları bakımından zengin bir ülke olmaması geliyor. Özellikle hidrokarbon dedimiz petrol, doğalgaz, kömür açısından Türkiye maalesef fakir bir ülke. Fosil kaynaklara göre biraz daha şanslıyız, ancak bunların da hiçbirisi Türkiye'nin uzun vadeli enerji ihtiyacını karşılayacak sürdürülebilir bir enerji ağı için yeterli değil. Refahı artırmak için elbette kalkınma hızınıza göre daha fazla enerji yatırımı yapmak gerekiyor. Ancak bir noktadan sonra, artı bir birim GSMH (Gayri Safi Millî Hasıla) karşılığında yüzde 1'den fazla enerji talebi artışını doğru bulmamak lazım. Türkiye gelecekte büyük sorunlar yaşamamak için bunun eşit noktasını bulmak zorundadır."

Sürdürülebilirlik Akademisi Yönetim Kurulu Üyesi Semra Sevinç ise "Bugün şirketler, ekonomik krizler, değişen tüketici davranışları, artan rekabet ve yeni iş modelleriyle karşı karşıya. Gerçekten başarılı olmanın yolu ekonomik değerlerle birlikte, sosyal ve çevresel değerleri tüm paydaşlarla birlikte yaratmaktan geçiyor" dedi.

Çalıştay kapsamında oluşturulan 'Sanayide Enerji Verimliliğinin Artırılması', 'Sağlık Sektöründe Sürdürülebilirlik Yaklaşımları: Yeşil Hastaneler', 'Geleceğin Veri Merkezlerini Oluşturmak', 'Üretim Teknolojileri ve İnovasyon', 'Kentsel Dönüşümde Sürdürülebilir Binalar' ve 'Elektrik Dağıtım Altyapımız Geleceğe Hazır mı?' konulu çalışma masalarında sürdürülebilir iş modelleri değerlendirildi.

İlk kez bu yıl gerçekleşen çalıştayın önümüzdeki yıllarda gelenekselleşmesi hedeflenirken, her yıl elde edilen ilerlemelerin kamu, özel sektör, sivil toplum kuruluşları (STK) temsilcileriyle paylaşılması planlanıyor.

SATIŞLARINIZI ARTTIRMAK İÇİN HANGİ SORUNLARI ÇÖZMELİSİNİZ ?

[Hangi sorunu çözerseniz, satışlarınız % kaç artar ?]
[O sorunu & sorunları nasıl çözeceksiniz ?]

NorthStar Satış AUDIT & STRATEJİSİ

BÜYÜMELİ Mİ YOKSA KARLILIĞINIZI MI ARTTIRMALISINIZ ?

[Stratejinizi gerçekleştirmek için hangi problemleri çözmelisiniz?]
[Stratejik yol haritanız nasıl olmalı ?]

NorthStar Management AUDIT & STRATEJİSİ

Daha detaylı bilgi için;

www.northstar-bgs.com . info@northstar-bgs.com

NorthStar Management ve Satış Kitapları



Kitapçılarda...

Nereye gideceğini bilmeyenler için
TÜM YOLLAR AYNIDIR...

TSE Elektrik Motorları Test Laboratuvarı hizmete girdi

TSE Başkanı Sebahattin Korkmaz: “Enerji verimliliğinin sağlanmasında elektrik motorlarına ilişkin test ve muayenelerin önemi ortaya çıkmaktadır. TSE’nin uluslararası akreditasyona sahip laboratuvarında, sanayide kullanılacak elektrik motorlarının piyasa gözetim ve denetimi kapsamında enerji verimlilik sınıfı tespit edilecek ve uygunluğuna ilişkin rapor hazırlanacak.”



Türk Standartları Enstitüsü’nün (TSE), Türkiye’de üretilen ya da ithal edilen elektrik motorlarının AB ve ulusal mevzuata uygunluğunu test edecek kabiliyete sahip Gebze Kalite Kampüsündeki Elektrik Motorları Test Laboratuvarı hizmete girdi. TSE’den yapılan açıklamada, TÜİK’in verilerine göre; Türkiye’de elektrik enerjisinin yüzde 50’ye yakını sanayide kullanıldığı belirtilerek, “Sanayide kullanılan elektrik enerjisinin yaklaşık yüzde 70’ini ise elektrik motorları tüketmektedir. Sanayide büyüme ivmesi giderek artan ülkemizde her yıl 1 milyon adedin üzerinde elektrik motorunun piyasaya arz edildiği göz önüne alındığında, enerji verimliliğinin sağlanmasında elektrik motorlarına ilişkin test ve muayenelerin önemi ortaya çıkmaktadır”

denildi. Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından Avrupa Birliği ile uyumlu hale getirilen ulusal mevzuatın, söz konusu elektrik motorları için enerji verimlilik endeksi beyanını zorunlu kıldığı kaydedilerek, “Türk Standartları Enstitüsü’nün Gebze Kalite Kampüsündeki Elektrik Motorları Test Laboratuvarı, Türkiye’de üretilen ya da ithal edilen elektrik motorlarının AB ve ulusal mevzuata uygunluğunu test edecek kabiliyete sahip ülkemizdeki ilk ve tek tarafsız laboratuvar olarak Nisan 2015 tarihi itibarıyla hizmete girdi. TÜRKAK Akreditasyonunu da başarıyla tamamlayan laboratuvar, bir ay içinde konusunda uluslararası akreditasyona sahip bir test merkezi olarak hizmet verecek” ifadesi kullanıldı.

TSE Başkanı Sebahattin Korkmaz’ın konuya ilişkin yaptığı açıklamada, “Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından Avrupa Birliği ile uyumlu hale getirilen ulusal mevzuat uyarınca Ocak 2015 tarihi itibarıyla Türkiye’de üretilen ya da ithal edilen, 0,75-375 kW güç aralığındaki asenkron motorların en az “IE3” verim sınıfında olması zorunlu hale getirildi. TSE’nin uluslararası akreditasyona sahip laboratuvarında, sanayide kullanılacak elektrik motorlarının piyasa gözetim ve denetimi kapsamında enerji verimlilik sınıfı tespit edilecek ve uygunluğuna ilişkin rapor hazırlanacak. Laboratuvar, Türkiye’de Piyasa Gözetim ve Denetiminde de tek yetkili laboratuvar olarak hizmet verecek. Laboratuvarımız ilk etapta 0,75-90 kW güç aralığında hizmet verecek, öngörülen gerekli yatırımların yapılması ile 2017 yılında 375 kW seviyesine erişecektir. Ülkemizin enerji alanında saklı kaynağı sayılabilecek verimlilik konusu uzun soluklu bir değişim ve dönüşüm sürecini zorunlu kılmaktadır. Enstitü olarak uzman personelimiz ve yetkin laboratuvarımız ile bu çok önemli değişime katkı sağlamak bizim için gurur kaynağıdır” dedi.



ASTEKNIK

VANA



ASTEKNIK MAKİNE SANAYİ ve TİCARET A.Ş.

Merkez: İzmir Yolu, Nilüfer Ticaret Merkezi, 64.Sk. No:3-5 16149 Nilüfer-BURSA

Tel: +90.224. 443 33 88 (pbx) Faks: +90.224. 441 07 19 - 20

e-mail: asteknik@asteknikvana.com

Fabrika: Mustafakemalpaşa Org.San.Bölg., 3.Cd. No:3 16500 Mustafakemalpaşa-BURSA

Tel: +90.224. 632 62 60 (7 hat) Faks: +90.224. 632 62 67

www.asteknikvana.com

UGETAM, Yunanistan için gaz sayaçları kalibrasyon hizmetine devam ediyor

2014 yılından bu yana UGETAM, Yunanistan'ın Atina şehrinin gaz dağıtımını yapan Aero Attikis kuruluşuna doğalgaz sayaçlarının kalibrasyonu ve tamir-bakım faaliyetleri kapsamında hizmet vermeye devam ediyor.



Gerek yürütülen hizmetlerdeki geline noktaların, gerekse yeni hizmet ihtiyaçlarının değerlendirilmesine yönelik olarak taraflar zaman zaman bir araya geliyorlar. Bu çerçevede Yunanistan tarafında hizmet koordinasyonunu sağlayan Engineers & Partners P.C. Ürün ve Satış Yöneticisi Stelios Konstantinidis UGETAM'ı ziyaret etti. İhtiyaç duyulan yeni hizmet alanlarıyla ilgili görüşmeler yapıldı. Diğer şehirlerin gaz dağıtım kuruluşlarının sayaç ve elektronik hacim düzelme cihazları(korrektör) kalibrasyonu ve ayar-bakım-tamir ihtiyaçları değerlendirildi.

Görüşmeler süresince UGETAM Teknolojik Hizmetler ve Belgelendirme Müdürü Ali Tem tarafın-

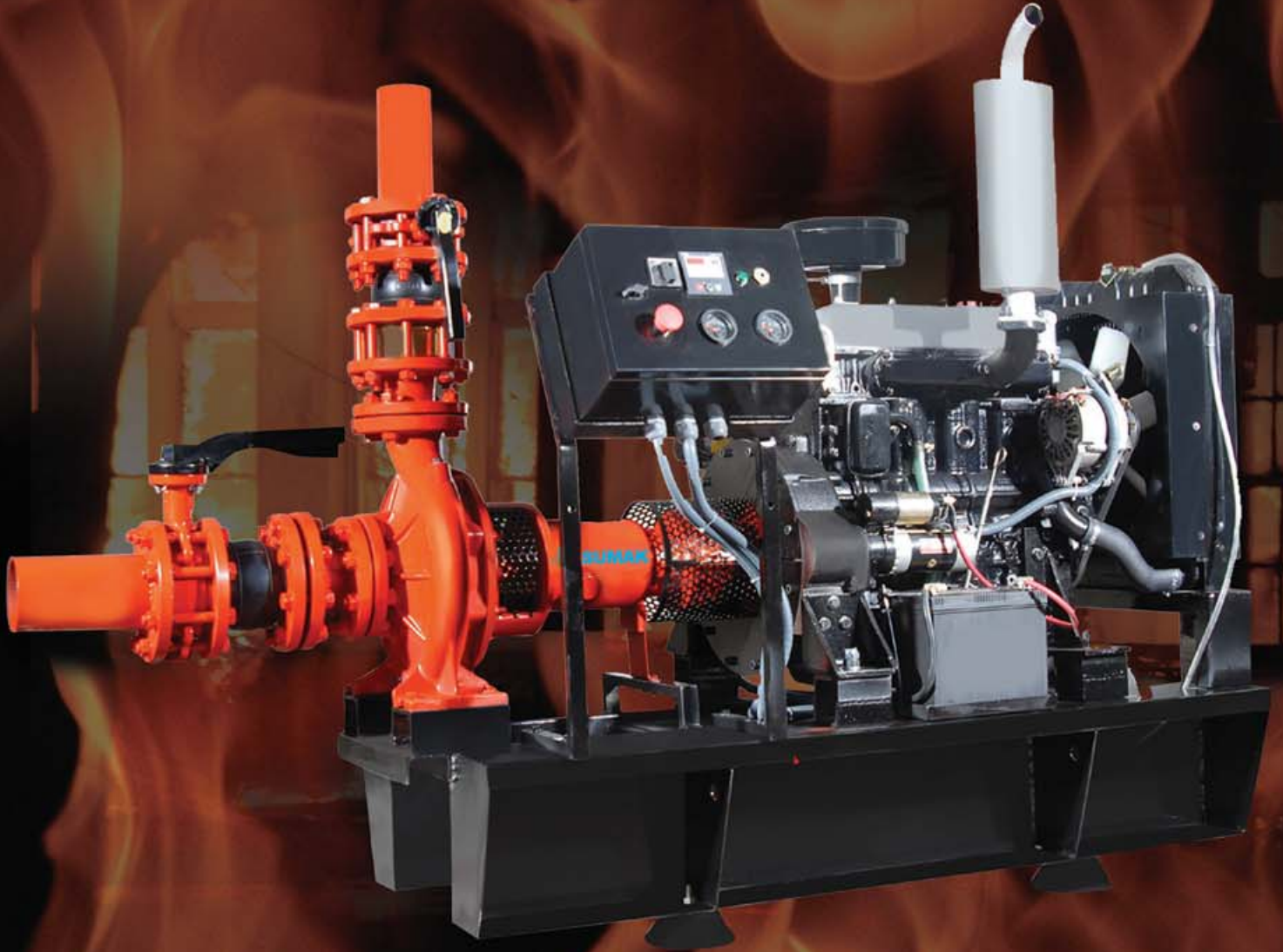
dan gaz sayaçları ve elektronik hacim düzeltme cihazlarına yönelik UGETAM tarafından spesifik test hizmetler hakkında bilgi verildi. Periyodik kalibrasyon dışında UGETAM tarafından yapılan tip testleri, gaz sayaçlarının mıknatıslara karşı direncine yönelik yapılan testler hakkında bilgi alışverişinde bulunuldu.

Engineers & Partners P.C. Ürün ve Satış Yöneticisi Stelios Konstantinidis devam eden hizmetlerle ilgili memnuniyetlerinden bahsederek UGETAM tarafından ülkelerine sunulan teknolojik hizmetlere yönelik işbirliğini genişletmeyi arzu ettiklerini iletti.



S SUMAK®

"Suyun kalbi,"



DALGIÇ

&

HİDROFOR

&

SANTRİFÜJ

Elektromanyetik Pompalar
4"-5" Dalgıç Pompalar
Temiz Su Dalgıç Pompalar
Drenaj Dalgıç Pompalar
Foseptik Dalgıç Pompalar
Bıçaklı Dalgıç Pompalar

Paket Hidroforlar
Düşey Milli Hidroforlar
Paslanmaz Hidroforlar
Grup Hidroforlar
Yangın Hidroforları
Sürücülü Hidroforlar

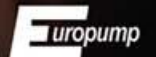
Preferikal Pompalar
Salyangoz Pompalar
Jet Pompalar
Paslanmaz Pompalar
Çok Kademeli Pompalar
Sulama Pompaları
Benzinli&Dizel Motopomplar



sumak@sumakpompa.com

www.sumakpompa.com

444 11 62



Ekonomide 2015 kayıp yıl olursa 2016 yılı da riske girer

Seçimden sonra yaşanan belirsizlik ortamının ülkemize daha fazla zarar vermemesi için siyasilerden uzlaşma ve hızlı kararlarla yeni hükümeti oluşturmalarını beklediklerini söyleyen Türkiye İMSAD Başkanı Fethi Hinginar, “Unutmayalım ki, küresel çapta beklenen olumsuz etkilere de açık olan ekonomimizde, 2015 kayıp yıl olursa 2016 yılı da riske girer” dedi.



Türkiye İnşaat Malzemesi Sanayicileri Derneği (Türkiye İMSAD), yılda dört kez düzenlediği ‘Gündem Buluşmaları’ toplantısının ikincisini gerçekleştirdi. ‘Seçim Sonrası Türkiye’ konusunu gündeme taşıyarak ekonominin geleceğine projeksiyon tutan Türkiye İMSAD, 2015 beklentilerini revize etti; ekonomide 3- 3,2, inşaat 2,5-3, inşaat malzemesi sektöründe ise yüzde 2,5-3 büyüme öngörüyor.

Seçimlerin hemen ardından gerçekleştirilen Türkiye İMSAD’ın Gündem Buluşmaları toplantısına, Bilgi Üniversitesi Uluslararası İlişkiler Bölümü Öğretim Üyesi Prof. Dr. İlter Turan, konuk konuşmacı olarak

katıldı. Toplantıda, Türkiye İMSAD ekonomi danışmanları Prof. Dr. Kerem Alkin ve Dr. Can Fuat Gürlesel, Türkiye İMSAD’ın 2015 Mayıs Sektörel Raporu’ndaki veriler ışığında, dünya ve Türkiye ekonomisi ile inşaat sektörünü değerlendirdi. Toplantının moderatörlüğünü, Türkiye İMSAD Başkan Vekili Nuri Bulut yaptı.

Hinginar: “Seçimler bitti, siyasette ve ekonomide istikrar zamanı”

Toplantının açış konuşmasını yapan Türkiye İMSAD Yönetim Kurulu Başkanı Fethi Hinginar, seçim sonrası gerçekleştirilen bu ilk toplantıda, ekonomi in-

şaat ve inşaat malzemeleri sektörünü değerlendirdi. Türkiye'nin demokratik seçim sınavını başarıyla verdiğini belirten Fethi Hinginar, "seçimde milli irade, ülkeyi yöneten siyasetçilere 'uzlaşın' demıştır. Gergin iç ve dış politika istemediğini ortaya koyan Türkiye, Mustafa Kemal Atatürk'ün "Yurtta Sulh, Cihanda Sulh" felsefesini benimsediğini göstermiştir. Demokrasimizi geliştirmek istiyorsak 'uzlaşma kültürünü' de geliştirmek zorundayız" dedi.

Ekonomiye bakıldığında seçim öncesi başlayan bekle-gör ve buna bağlı olarak ekonomide durağanlaşma eğiliminin ise sürdüğüne dikkati çeken Fethi Hinginar, diğer seçimlerden farklı olarak bu kez hükümetin kurulmasında birden çok senaryonun konuşulduğunu, bunun da ekonomide belirsizlik süresini uzatabileceği işaret etti. Hinginar, "Belirsizlik ortamının ülkemize daha fazla zarar vermeden, ekonomik ve politik istikrarın tesis edilmesi, iş dünyası olarak hepimizin temennisidir. Unutmayalım ki, küresel çapta beklenen olumsuz etkilere de açık olan ekonomimizde 2015 kayıp yıl olursa, 2016 yılı da riske girer. Seçimler bitti, şimdi uzlaşarak hızla ana gündemimize ekonomiye taşıma zamanıdır" diye konuştu.

SEKTÖR ÜRETİMİ VE İHRACATINDA KRİTİK SÜREC

Önceki gün açıklanan verilere göre, ekonominin ilk çeyrekte yüzde 2,3 büyüdüğünü ve ilk 5 ayda Türkiye genel ihracatının yüzde 8,3 gerilediğini belirten Fethi Hinginar, hükümetin kurulma süreci olan yılın ikinci çeyrek verilerinden de olumlu sinyaller gelmediğini söyledi. Hinginar, 2015'in ikinci yarısında yaşanan daralma durmazsa, ekonomide bu yıl için hedeflenen yüzde 4'lük büyüme seviyesini yakalamanın zor olacağını vurguladı.

KAMU VE ÖZEL SEKTÖR İNŞAAT HARCAMALARINDA REKOR GERİLEME

Yılın ilk çeyreğinde konut satışlarında yüzde 22 artış olduğunu, ancak alınan yapı ruhsatlarında yarıya yakın düşüş görüldüğünü kaydeden Türkiye İMSAD Başkanı Hinginar, konuşmasına şöyle devam etti:

"Bu yılın ilk çeyrek döneminde inşaat sektörü yüzde 3,5 geriledi. Bu dağılımda kamu yüzde 9,2, özel sektör yüzde 1,4 küçüldü. İnşaat malzemeleri sanayi üretimi ise yılın ilk 4 ayında yüzde 4,5 geriledi. İhracatımız aynı dönemde yüzde 15,8 oranı ile daha vahim bir düşme gösterdi. Sonuç olarak, hem genel ekonomimizde hem inşaat hem de inşaat malzemesi sanayimizde iç ve dış piyasalarda alarm zilleri çalıyor. Bu nedenle ülke olarak, üretime dayalı sürdürülebilir büyümeyi sağlayacak yeni bir ekonomik modeli oluşturmamız ve yapısal reformları hızla gerçekleştirmeliyiz. İşte bu nedenle gündem artık ekonomi olmalı diyoruz."



AFRİKA ÜLKELERİNE İHRACAT SEFERBERLİĞİ

İhracat pazarlarını çeşitlendirmek ve yeni pazarlar kazanmak amacıyla Türkiye İMSAD'ın 'Afrika Buluşmaları' projesi kapsamında 9 kişilik bir heyetle ilk gezisini Kamerun'a gerçekleştirdiğini belirten Hinginar, ikinci sıradaki ülkenin ise Kenya olacağını söyledi. Fethi Hinginar, "İhracatta yaşanan daralmayı aşmak için Afrika'ya ihracat seferberliği başlattık. Afrika, Türkiye inşaat malzemeleri için potansiyel bir pazar. Hedefimiz, bir yandan katma değerli ürün hacmimizi artırmak, öte yandan 'üretim ve ihracat odaklı' büyümeye devam etmektir" şeklinde konuştu.

Prof. Turan: "Türkiye şimdi ülkeyi yönetimsiz bırakmama sınavı ile karşı karşıyadır."

Bilgi Üniversitesi Uluslararası İlişkiler Öğretim Üyesi Prof. Dr. İlder Turan da konuşmasında, "Türkiye sim-

gündem

di parlamentoda hiçbir partinin tek başına hükümeti kuramayacağı bir koltuk dağılımı karşısında, bir koalisyon ya da azınlık hükümeti kurarak ülkeyi yönetimsiz bırakmama sınavı ile karşı karşıyadır" dedi. Prof. İlder Turan, sözlerini şöyle sürdürdü:

"Türkiye bu sınavı geçecek mi, hükümeti kimlerle kurabilir, hükümetin gündeminde neler olabilir, erken seçim gündemde midir? Bu soruların hepsi ayrı ayrı cevap beklemektedir. Seçim sonuçları başkanlık sistemine geçiş tartışmalarını muhtemelen sona erdirecekse de, Türkiye'nin daha demokratik bir anayasaya kavuşma ihtiyacını ortadan kaldırmış değildir. Siyasi partiler ise koalisyon görüşmelerindeki konularını güçlendirmeyi amaçlamaktadır. Cumhurbaşkanının sürece nasıl müdahale edeceğini kestirmenin zorluğu da, yeni hükümet yapısı hakkında tahminde bulunmayı güçleştirmektedir."

AVRUPA BİRLİĞİ'NDE BÜYÜME TOPARLANIYOR

Türkiye İMSAD Ekonomi Danışmanı Dr. Can Fuat Gürlesel de konuşmasında, Türkiye İMSAD'ın 2015 Aylık Mayıs Sektörel Rapor'u verilerine dayanarak, inşaat ve inşaat malzemeleri verilerini değerlendirdi, dünya ekonomisindeki beklentilere ilişkin bilgiler verdi. Dr. Gürlesel'in verdiği bilgiye göre, Avrupa Birliği'nde açıklanan yılın ilk çeyrek büyüme verileri, ekonomide toparlanmayı teyit ediyor. Euro bölgesi 2015 yılının ilk çeyreğinde geçen yılın aynı çeyreğine göre yüzde 1, AB-28 ülkeleri yüzde 1,4 büyüdü. En büyük ekonomilerden biri olan Almanya ise yüzde 1 oranında büyüme gösterdi. Avrupa Birliği ekonomisi 6 çeyrektir üst üste büyüyor.

Dr. Can Gürlesel, gelişen ülkelerin büyüme oranlarının ise yavaşladığını belirtti. Dr. Gürlesel'in verdiği bilgiye göre, petrol ve emtia ihrac eden ülkelerde de büyüme zayıflıyor. IMF, 2015 yılı için dünya ekonomisinde yüzde 2,9 oranında büyüme öngörüyor. Gelişmiş ülkelerin büyüme beklentisi yüzde 2,4 olurken, gelişen ülkelerin büyüme beklentisi yüzde 4,3. 2015 yılında dünya mal ticaretinde ise değer bazında yüzde 4-5 arasında gerileme öngörülüyor. Gerilemede özellikle gelişen ülke ekonomilerindeki yavaşlamanın etkili olacağı tahmin ediliyor.

EURO-DOLAR PARİTESİNDE DALGALANMA DEVAM EDECEK

Dr. Can Fuat Gürlesel, 2015 yılının ilk dört ayında Euro-Dolar paritesinin de Dolar lehine gelişme göstererek 1,05 seviyesinin altına indiğini belirtti. Euro-dolar paritesinde oynaklığın arttığını söyleyen Dr. Gürlesel, önümüzdeki dönemde paritedeki oynaklıkların süreceğini, ancak Doların, Euro ve diğer para birimleri karşısında kademeli ve sınırlı güçlenmesini sürdüreceği öngörüsünü belirtti.

İNŞAAT VE GAYRİMENKUL SEKTÖRÜNDE BÜYÜME

DÖNEM	İNŞAAT	GAYRİMENKUL	GSYİH
2012	0.6	1.9	2.1
2013 Q1	6,2	1.3	3,1
2013 Q2	7,8	1.3	4,7
2013 Q3	9,0	1.7	4,3
2013 Q4	6,3	2.3	4,6
2013	7,4	1.7	4,2
2014 Q1	5,8	2,1	4,8
2014 Q2	3,4	2,1	2,3
2014 Q3	2,0	2,4	1,9
2014 Q4	-2,0	3,8	2,6
2014	2,2	2,6	2,9
2015 Q1	-3,5	4,1	2,3

KAMU VE ÖZEL SEKTÖR İNŞAAT HARCAMALARINDA BÜYÜME YÜZDE

DÖNEM	KAMU SEKTÖRÜ İNŞAAT	ÖZEL SEKTÖR İNŞAAT	GENEL İNŞAAT
2012	2.8	-0.1	0.6
2013 Q1	47,9	-4,8	6,2
2013 Q2	25,8	0,9	7,8
2013 Q3	22,3	3,7	9,0
2013 Q4	30,6	-2,3	6,3
2013	30,2	-0,7	7,4
2014 Q1	-5,4	11,2	5,8
2014 Q2	-11,6	12,0	3,4
2014 Q3	-11,7	10,0	2,0
2014 Q4	-13,4	4,6	-2,0
2014	-10,8	9,4	2,2
2015 Q1	-9,2	-1,4	-3,5

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu

FRIGO BLOCK

ULTRASONİK
NEMLENDİRİCİ



CHILLER GRUPLARI



ETİLEN
ALMA



KLİMA
SANTRAL
DIŞ ÜNİTESİ



HEAT PUMP
DIŞ ÜNİTESİ



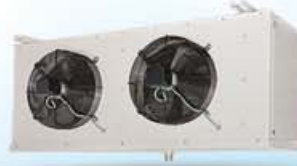
MERKEZİ
SOĞUTMA
SİSTEMLERİ



ENDÜSTRİYEL
SOĞUTMA
SİSTEMLERİ



MONOBLOK TİP
SOĞUTMA SİSTEMLERİ



SPLIT TİP
SOĞUTMA
SİSTEMLERİ



www.frigoblock.com.tr



PANEL SİSTEM SOĞUTMA SAN. VE TİC. A.Ş.

Sanayi Mahallesi Isıso Sanayi Sitesi 12 Yol Sokak Y Blok No:4-10 34517 Esenyurt - İstanbul / TÜRKİYE

Tel: +90 212 623 20 34 (4 hat/lines) - 623 21 73 (8 hat/lines) Fax: +90 212 623 21 70

www.frigoblock.com.tr info@frigoblock.com.tr

Hitachi'yi Hitachi yapan şey; klima sistemlerinin kalbi olan kompresörler tamamen kendi üretmesi ve bu konuda 400'den fazla patent sahibi olması”



“Biz, sektörün ihtiyaç duyduğu sıcak ilişkiler kuran, duvarları olmayan, insanların müşteri ve dostlarımızın rahatlıkla gelip gidebilecekleri aile yapısına sahip bir organizasyonuz. Biz esnekliğimizle, insanlara yaklaşımımızla, sıcaklığımızla, verdiğimiz hizmetle fark yaratıyoruz.”

2013 yılı başlarında Hitachi VRF sistemlerinin temsilciliği ile başlayıp, elde edilen başarı ile Hitachi'nin tüm iklimlendirme ürünlerini içeren temsilciliğini yapmaya başlayan Asal İklimlendirme Teknolojileri AŞ verdiği hizmetler fark yaratıyor.

Asal İklimlendirme'nin sunduğu hizmetleri, Hitachi ürünlerinin üstünlüklerini Asal İklimlendirme Teknoloji AŞ'nin Yönetim Kurulu Başkanı ve Genel Müdürü Turhan Karakaya ile konuştuk.

■ *Asal'ın kuruluş amacı ve markasının anlamı nedir?*

Asal kelimesinin birçok anlamı var; Farsça'da bal demek, çalışarak üretilen, derde deva olan çözüm olan demek. İngilizce'deki karşılığı "prime" öncelikli, "fundamental" işin temeli demek. Matematikteki karşılığı kendisinden başkasına bölünmez, bir bütün demek. Biz bu anlamların üzerine Asal'ı inşa ettik. Asal 2013 yılının başında faaliyete geçmiş bir şirket. Yaptığı iş; iklimlendirme sistemlerinin satış ve pazarlaması. Diğer bir yandan da bu işlerde gerekli olan mühendislik hizmetlerini de veren bir yapı. Asal distribütör bir firma.

■ **"DAHA FİRMA KURULURKEN BÜYÜK İŞLER YAPILDI"**

Asal, Hitachi'nin VRF sistemlerinin distribütörlüğünü yaparak başladı. Hitachi'nin Set Free olarak adlandırdığı VRF-Değişken Soğutucu Akışkan Debili Klima Sistemleri üretimleri yaptığı tek bir fabrikadan ürün getirerek sektöre giriş yaptı. Biz işe başladığımızda aslında Türkiye pazarı, Hitachi Europe'a bağlı bir Pazar idi. Biz bir takım sebeplerle Hitachi Avrupa ile değil Uzakdoğu ile çalışmak durumunda kalmıştık. Hitachi'nin pazardaki aktiviteleri ve varlığı yine çok farklı sebeplerle epeyce yavaşlamıştı, bizimle birlikte yeniden çok büyük ve dikkat çekici biçimde ivme kazandı, hızlandı. Biz Hitachi ile anlaşmayı yapar yapmaz Türkiye'nin ve KKTC'nin en büyük projeleri diye nitelendirilebilecek çok büyük ölçekli önemli ve nitelikli projeler yaptık. Ankara'da Adalet Bakanlığı binasını, Devlet Hava Meydanları İşletmesi Genel Müdürlük Binası'nı buna örnek gösterebilirim. Çok büyük bir alışveriş merkezi ve otel projesi bitirdik ve bunlar daha firma yeni kurulurken yapılmış büyük işlerdi. Bu çalışmalar Hitachi için de büyük bir sürpriz oldu, onların da hiç beklemedikleri bir performanstı.

Bizim hayalimiz 2014 yılı Nisan ayındaki Milano fuarında sergileyecek birkaç tane irili ufaklı proje yaptıktan sonra Hitachi Europe'a gidip bütün ürünleri içeren genel distribütörlüğü istemektir. 2013 yılının Temmuz ayında, işe başladıktan henüz 3-4 ay sonra Hitachi Tokyo'dan bir davet aldık. Hitachi Türkiye ofisinde bir toplantı yaptık ve Hitachi Tokyo, Hitachi'nin genel distribütörlüğünü bize layık gördüğünü ve bizimle bu manada çalışmak istediklerini kendileri beyan ettiler. Tabiidir ki bu bizim için her firmaya nasip olmayan bir onurdu ve orada el sıkıştık. İlginç olan; Türkiye Hitachi Europe'a bağlı olan bir ülke olmasına rağmen biz direkt Tokyo ile anlaşma yaptık ve bu anlaşmada önemli bir madde vardı; Hitachi'nin dünyada iklimlendirme sistemleri adına ne kadar üretim yapan fabrikası varsa tamamından ürün alma hakkı bize sağlandı. Hitachi ile yaptığımız bu anlaşma sayesinde biz Tokyo'dan, Malezya'dan, Hindistan'dan, İspanya'dan, Japonya'dan, Çin'den, ne kadar fabrikaları varsa tamamından isteğimiz dâhilinde fiyatları iyi, kalitesi iyi, pazar ihtiyaçlarına uygun olan ürünleri seçip ithal etme hakkımız oldu.

■ *Hitachi tüm ürünleri kendi fabrikalarında mı üretiyor? Eğer hepsini kendisi üretiyorsa nasıl fiyat farkı olabiliyor?*

Çin örneğini verelim. Türkiye'de toplam VRF dış ünite pazarı yaklaşık 27.000 adet. Çin'in bir yıllık dış ünite pazarı 220.000 adet ve Hitachi'nin ilişkisi olduğu şirketlerle beraber sadece Çin'de ürettiği ürün sayısı 180.000. Bir fabrika 180.000 adet dış ünite üretiyor dolayısıyla birim başına düşen maliyet çok düşüyor. Örneğin Hitachi'nin split klima üretim cenneti olan

Malezya'ya bakalım; toplanılan verilere göre Türkiye'deki toplam pazar 600.000 adet civarında, sadece Malezya'daki fabrikanın ürettiği split klima sayısı 2.000.000 dolayısıyla Hitachi'nin oralarda belli alanlarda uzmanlaşmış ve çok sayıda üretim yapan fabrikaları var. Bu yüzden ürünler neredeyse tamamen aynı olmasına rağmen fiyatlar farklılık gösteriyor. Böyle olunca da üretim maliyeti düşük olan yerlerden ürün alma şansımız oluyor.

■ *Asal sektörteki hangi boşluğu dolduruyor?*

Bir kere Hitachi bayrağını layık olduğu yere taşıdık, taşıyoruz. Çok değerli ve çok büyük bir marka. Tabii ki gerek Hitachi'nin gerekse bizden önceki distribütörlerin ve dağıtım kanallarının Hitachi'ye büyük emekleri var. Biz ise bizden önce emek veren distribütörün taşıdığı bayrağı, çok daha ileri noktalara götürüyoruz. Biz burada Hitachi adına çok büyük bir faaliyet zinciri oluşturduk. İyi projeler yapıyoruz, çok iyi fiyat düzeyimiz ve çok yüksek verim değerlerimiz var, iyi bir kadro oluşturduk, artık tabelalarımızda, arabalarımızda, bayilerimizde, her yerde Hitachi yazıyor, showroomlarımız oluşmaya başladı, iklimlendirme sektöründe Hitachi ismi bugüne nazaran çok daha az anılmazken, bir anda parlayan bir yıldız haline dönüştü. Bu, Hitachi adına büyük bir adım ve bu pazardaki varlığını sürdürmesi açısından çok büyük bir aşama, bunları Asal ile gerçekleştirdi.

■ *Asal kuruluş aşamasında Hitachi ile işbirliği içerisinde kurulmadı o zaman.*

Kuruluştan önce Hitachi ile yapılan bir müzakere var, bu müzakerede olumlu neticeler alacağımızı görünce Hitachi'nin distribütörü olmak üzere Asal kuruldu.

■ *Yani herhangi bir başka marka olsa Asal kurulmayacaktı.*

Evet. Asal Hitachi'nin büyümesi için tasarlanmış bir şirket. Asal'ın bu yatırımın yapılmasında, böyle bir organizasyonun gerçekleştirilmesinde Asal'ın gördüğü ışık Hitachi'dir. Hitachi'de Asal için özel bir yapı oluşturuldu. Asal'ın dilediği zaman dilediği markayla çalışma hakkı her zaman var ama Hitachi'ye adanmış, Hitachi ile yola çıkmış bir yapı iki yıl gibi kısa bir süre içerisinde az önce bahsettiğim gibi bir yapıya dönüştü. Hitachi bizi ciddi şekilde destekliyor; fuarlarda, toplantılarda, reklam faaliyetlerinde bu desteği hep görüyoruz. Hitachi Asal firması için hiçbir pazarda yapmadığı kadar çok şey yapıyor. Ben 20 senedir bu sektörün içerisindeyim, distribütörlük işlerini iyi biliyorum, Hitachi'nin Asal'a olan güveni, saygısı, yatırımı beni gerçekten şaşırtıyor. Bu bize çok büyük bir umut veriyor dolayısıyla bizim başka bir alternatif düşünmemiz mümkün değil çünkü bir artık Hitachi ailesinin bir üyesi gibi hissediyoruz.

■ **"24 SAAT ŞANTİYEDE MÜŞTERİYLE BERABERİZ"**

Tabi ki Asal'ın kendine özel bir takım artıları da var; Asal'ın başında ben varım, ben şirketin genel müdürü ve yönetim kurulu başkanıyım, sektör beni tanıyor, benim yıllardır yaptığım iş, bildiğim iş bu dolayısıyla firmanın klima işini iyi bilen bir yöneticisi var. Ha keza kadromuz öyle, çok kolay oluşturulamayan bir yapımız var, biz kolayca bir araya getirilebilir bir ekip değiliz, gerçekten çok sağlam bir kadroyuz ve Hitachi bunu görüyor. Biz sadece ürün satan bir firma değiliz, biz mühendislik hizmetleri veriyoruz, projelere danışmanlık yapıyoruz, projelerin içinde yer alıyoruz, şantiyede yatıp kal-



kıyıyoruz, bizi farklı kılan şey esnekliğimiz, biz gece gündüz, 24 saat şantiyede müşteriyle beraberiz yani biz çok farklıyız. Hitachi bu nedenle bu yatırımı yapmaya bizi layık görüyor. Hitachi ile öyle bir noktaya geldik ki; Hitachi'nin ilişkide olduğu yine Tokyo merkezli bir Japon firmayla ortak olduk. 2014 yılının Şubat ayından beri Asal İklimlendirme Sektörü A.Ş.'nin bir Japon ortağı var dolayısıyla biz bir anda Japonların yatırım yaptığı, Tokyo merkezli bir Japon ortağı olan, direkt Tokyo ile distribütörlük anlaşması yapmış, Hitachi'nin dünyadaki tüm fabrikalarından ürün alma hakkında sahip bir organizasyona dönüştük. Bu organizasyon bizi çok mutlu ediyor ve geleceğe dair çok büyük umutlar beslememizi sağlıyor.

"SEKTÖRÜN ESNEK YAPILI ŞİRKETLERE İHTİYACI VAR"

Sektördeki doldurulacak en önemli boşluklardan bir tanesi; esnek yapılı şirketler. Esneklikten kastım ne? özellikle distribütör şirketler bir anda aşırı kurallar, kaideler koyan şirketlere dönüşüyor. Büyük firmalar daha güvenli tarafta kalıp kendi kurallarıyla sektördeki bayileri, servisleri, müşterileri şekillendirmeye yönelik birtakım faaliyetlerde bulunuyorlar. Belki haklılar, onların kendi stratejileri ama sektörün, piyasanın, mekanikçilerin, uygulama şirketlerinin, bayilerin ihtiyacı olan ne? Gittikleri zaman evleri gibi hissedecekleri, istedikleri zaman ulaşabilecekleri, call center vs. ile karşılaşmadan telefonu açan sekreterin onları seslerinden tanıyacağı, yedek parça ihtiyaçları olduğunda gecenin bir yarısında depoyu açtırabilecekleri, cihaz lazım olduğu zaman istediği anda kapıda cihazı bulabilecekleri, ödeme konusunda birtakım esneklikleri olan, projesi olduğunda rahatlıkla getirip tasarımda yardım isteyebilecekleri, istedikleri

konuda kolaylıkla eğitim alabilecekleri, arkadaşça, dostça çalışabilecekleri bir yapı lazım.

■ Büyüdüğünüz zaman sorun olmayacak mı, bu yapıyı koruyabilecek misiniz?

Ben Isısan kültüründen geliyorum, 16-17 yıl Isısan'da çalıştım. Isısan'ın faaliyete başladığı zamanki boyutuyla 15-16 yıl sonraki boyutu aynı değildi, o da çok hızlı büyüyen bir şirketti ama hiçbir zaman esnekliğini, aile yapısını, insanlara olan yaklaşımını kaybetmedi, yüzü hep müşteriye dönüktü, müşterilerine önem veren bir organizasyondur. Orası benim okulum. O ruhun nasıl korunacağını öğrenmiş birisiyim. Asal ne kadar büyürse büyüsün bu ruhu kaybetmeyecek. Tabi ki birtakım kuralları var ama bu kuralları dayatan, "Biz büyüyoruz, bizim dediğimizi yapacaksınız" diyen, tepeden bakan bir yapı olmayacak. Çünkü müşteriye kural koymak bana çok yanlış geliyor. Bayilerimiz, servislerimiz, mekanik taahhüt şirketleri, projeciler, ürünü kullananlar, mimarlar bizim müşterilerimiz. Biz nasıl olur da müşterilerimize kural koyabiliriz? Durum öyle bir hale geldi ki; ürünlerini satmak için müşterilerinin ayağına gitmesi gereken firmalar onlara kural koyuyorlar. Tabii ki kurumların belli kuralları olur ama bunları müşteriye dayatamazlar. Biz müşterilerimize onların istemedikleri şeyi yaptırmayız, biz insanlarla birlikte çalışmak için fırsat arıyoruz. Ne olursa olsun onları ikna edecek, onları mutlu edecek birtakım projeler üretip karşılına alternatif çözümlerle çıkmak istiyoruz. Bunu yapmazsak zaten bir farkımız kalmaz. Biz, sektörün ihtiyaç duyduğu sıcak ilişkiler kuran, duvarları olmayan, insanların rahatlıkla gelip gidebilecekleri aile yapısına sahip bir organizasyonuz. Biz esnekliğimizle, insanlara yaklaşımımızla, sıcaklığımızla, verdiğimiz hizmetle fark yaratıyoruz.

■ **Bu anlayışla bayi bulmaya çıktığınızda, görüşmeler yaptığınızda insanlar, bayileriniz, müşterileriniz Hitachi ve Asal'a nasıl baktılar?**

Kadromuzda önemli pozisyonlarda bulunan arkadaşlarımızın çoğu da benim gibi sektör tecrübeleri olan, herkesin iyi tanıdığı insanlar. Görüşmelere gittiğimizde bizi tanıyanlar tarafından bize birçok kapı açılıyor, onlara da teşekkür ediyorum. Ancak daha önce tanışmadığımız firmalar var. Bu firmalardan bazıları, firmanız daha yeni, biraz çalışalım, daha sonra detaylı düşüncünüz diyorlar. Bizimle birkaç defa ticaret yapmaya başlayıp bizim yaklaşımlarımızı gördüklerinde geçmişte çalıştıkları firmaları da bırakıp bundan sonra Asal ailesinin bir üyesiymi diyen birçok firma oldu. Biz onları buna zorlamadık yani bunları yapmazsan bizimle çalışamazsın demedik, onlar kendi istekleriyle bunu kabul ettiler. Müşterilerimize her zaman şöyle yaklaştık; önce biraz ticaretimizi yapalım, hatalarımız varsa beraber düzeltelim, bazı projelerde birlikte çalışalım, daha sonra siz ne istiyorsanız onu yapalım. Asal'ın üyesi olan firmaların tamamının bu konudaki kararı kendi kararıdır.

■ **Tüm Türkiye'deki bayi yapılanmanız tamamlandı mı?**

İlk yıl ağırlıklı olarak VRF sattık, sadece VRF sattığımız için de bayilik oluşturmadık. O yüzden bir iki yıl projeler üzerinden, mekanik taahhüt şirketleri üzerinden çalıştık. 2014 yılının Mayıs ayında bizim elimize diğer ürünler, yani bayilerin showroomların satacağı ürünler geçmeye başladı. Geçen sene bir kısım bayi yapılanması tamamlandı ama çok az sayıda. 2015 yazında tamamen bu yapı tamamlanacak ve geliştirilecek.

■ **Yani şu anda bayiliklere açıksınız.**

Tabi, tabi. Biz bu yapıyı geliştirmek istiyoruz. Şu ana kadar Türkiye'nin değişik yerlerinde yaklaşık 50 civarında tabelalı bayimiz, showroomumuz oldu, oralarda tüm ürünlerimizi sergiliyorlar. Bizim bu konudaki hedefimiz 2015 yılı sonu itibarıyla 120 ile 150 adet tabelalı bayiliğe sahip olmak. Sayı olarak bunun da çok üzerine çıkmak istemiyoruz çünkü sayıdan ziyade kalite önemli, buna çok dikkat ederek bu seçimleri yapıyoruz. Bizimle çalışmak isteyenlerin bu yolda bizimle ilerleyebileceklerine inanıyorsa onlarla birlikte yol alıyoruz, onlarda o işi görmemiz lazım.

■ **Peki, tüm bayilerinizde yedek parça, servis vs. var mı?**

Bireysel ürünlerle ilgili bayilerimizin neredeyse tamamı aynı zamanda yetkili servisimiz. VRF'de ise montajcımız montaj yapıyor ama devreye almayı biz merkezden yapıyoruz. Hitachi markasının belli bir algısı ve ürünlerinin belli bir kalitesi var dolayısıyla özellikle bireysel ürünlerde fiyatları yüksek. VRF'de çok rekabetçiyiz ama bireysel ürünler konusunda bu pazarda bir gerçek var; bir iyi marka, yüksek kaliteli ürün alıcısı var, bir de daha makul fiyatlı ama iyi ürün isteyen müşteriler var. Biz bunun için Hitachi ile de el sıkışarak bir marka daha yapalım dedik. Bu marka Asal'ın markası, Ecotherma. Böyle bir ürün grubu oluşturduk. Bunların arasında Hitachi'de olmayan ürünler var. Mesela; kaset tipi, salon tipi hafif ticari ürünler, fiyatı makul split cihazları, Çatı Tipi Paket Klima Sistemleri, ısı pompaları gibi ürünler. Veya öyle bir proje vardır ki spesifik bir ürüne ihtiyaç duyuluyordur, bu Hitachi'de yok ama biz gidip dünyadaki herhangi bir fabrikayla o projenin ihtiyacını kendi markamızla çözebiliriz. Bayi ve showroomlarımızda hem Hitachi var, hem de daha makul fiyatlı ürünler isteyenler için Ecotherma var. Böylece bayilerimiz müşteri daha ucuz fiyata bir ürün istediği zaman başka bir markayla çalışma ihtiyacı duymuyorlar.

Asal'da iklimlendirmedeki taleplerle ilgili tüm çözümler var. Fiyatı makul ürünler, özel çözümler, Japon markası, Japonya'da üretilmiş bir cihaz, Avrupa'da üretilmiş Eurovent sertifikası olan cihazlar var. Asal'da doğalgazlı ürünler hariç iklimlendirmeyle ilgili her şey var, müşterinin sadece talebini iletmesi yeterli. Her türlü şartnameye uygun ve çok geniş yelpazede ne ürün istiyorsanız var diyebiliyoruz. Ecotherma'nın Hitachi'de olmayan ürünleri tamamlayıcı bir niteliği var.

■ **Bazı markalar kendilerini bu işin mucidi olarak, bazıları kendilerini en yüksek verime sahip ürünlerin sahipleri olarak lanse ediyorlar. Hitachi'de böyle sloganlaştırabileceğiniz ne var?**

Hitachi, sistemlerde kullanılan kompresörlerin mucidi yani sistemin kalbini icat eden taraf. Bu scroll kompresör denen kompresör türünün de patent sahibi. Bugün VRF sistemlerinde ya da klima cihazlarında kullanılan bütün scroll kompresörlerin mucidi Hitachi'dir. Hitachi, dünyada kompresörlerin içerisindeki tüm komponentleri üretebilen tek şirkettir. Kompresör üreten çok şirket var ama onlar komponentleri farklı farklı yerlerden alıyorlar. Hitachi'nin kompresör teknolojilerinde 400'den fazla patenti var ve bu bir rekor bildiğim kadarıyla.

■ **Hitachi'nin sadece kendi adına üretim yapmasının sebebi de bu mu?**

Evet. Hitachi 110 milyar dolarlık dev bir firma, 1910 yılında kurulmuş bir şirket ve iş hayatına elektrik motorları üreterek başlamış. Hitachi, mekatronik, data sistemleri, bilginin bir noktadan diğerine iletilmesi, uydu, enerji nakilleri, enerji depolaması, malzeme bilimi, iş makineleri ve daha birçok konuda çok fazla uzmanlaşmış bir yapı. Klima işi bu yapının üzerinde oturuyor ve diğer alanlarda elde edilen tüm teknolojik avantajlar klima ürünlerine yansıtılıyor. Bu anlamda bir üretim ve teknoloji devinin partneri olmak çok büyük keyif.

■ **"HITACHI'Yİ FARKLI KILAN ŞEY..."**

Hitachi, bırakın kompresörlerin içerisindeki ekipmanlarının tamamını üretmeyi, klima cihazlarının içerisindeki fan motordan kompresörüne kadar her şeyi üretebilecek belki de tek şirkettir. Müthiş bir altyapısı var. Bugün bir Hitachi ürününün kapağını açtığınız zaman görürsünüz ki; entegresi Hitachi'dir, kompresörü Hitachi'dir, neredeyse vidası dahi Hitachi'dir. Dolayısıyla firma kendi ürettiği mamuller üzerine klimaları inşa ediyor. Bu yüzden cihazların sağlamlığı, kataloqlarda vs. verilen verilerden çok daha yukarılarını sağlayabilmesi, güvenilirliği, neredeyse hiç arıza yapmaması, çok yüksek performansla çalışması gibi rakiplerine göre çok büyük bir farklılığı var. Mesela; Hitachi'nin kendisi bize 5 yıl kompresör garantisi veriyor. Biz de cihazları 3 yıl cihaz, 5 yıl kompresör garantisiyle müşterilerimize sunuyoruz ki bu da bizim için çok büyük bir değer. Hitachi'yi Hitachi yapan şey; sistemin kalbini tamamen kendi üretmesi ve bu konuda patent sahibi olması. Hitachi'nin önemli özelliklerinden birisi de; VRF'lerde kolay servis yöntemleri var, mesela bir dış ünitenin kapağını açıyorsunuz, bütün elektronik kartlar, tüm ekipmanlar gözünüzün önünde. Problem ne ile ilgiliyse hemen gözünüzün önünde görüyorsunuz. Bir diğer özellik ise; normalde cihazlarda meydana gelen arıza durumlarında cihazlar son 5 dakikayı kaydeder, Hitachi'nin cihazları çalıştığı dönem boyunca ne kadar problemle karşılaşsa tamamını kaydediyor. Dış ünitenin elektronik kartları üzerinde LCD ekranlar var, o lcd ekrandan biz o sisteme bağlı bütün cihazları direkt görüp müdahale edebiliyoruz, o lcd ekran bize her şeyi söylüyor. Bunlar hep Hitachi'ye özel şeyler dolayısıyla Hitachi ile

sektörel söyleşi

çalışmak çok büyük bir keyif. Çalışan kadro olarak biz de ürünü satarken Hitachi'ye güven duyuyoruz ve müşteriye güvenle anlatıyoruz.

"ÇOK SAYIDA MÜŞTERİYE ULAŞIP ÇOK FAZLA MEMNUN MÜŞTERİYE SAHİP OLMAK İSTİYORUZ"

Çok güzel referanslarımız da var, o referanslarda da müşteriler de tanıdıklarına vs. Hitachi'yi tavsiye ediyor. Hitachi ile beraber çok büyük projeler yaptık, yapıyoruz. Mesela; şu anda Emlak Konut'un Batı Şehir isimli İstanbul'un en büyük yaşam merkezi projelerinden birini yapıyoruz ki bu Türkiye'nin en büyük VRF projelerinden bir tanesi. Ancak biz büyük projelerle beraber çok sayıda küçük proje de yapmak istiyoruz yani biz çok kanalda olmak istiyoruz. Hedefimiz ufak projelerle çok sayıda müşteriye ulaşip çok fazla memnun müşteriye sahip olmak. Onlara Hitachi kullandıkları için memnuniyetlerini söyletmeyi istiyoruz, şu andaki stratejimiz bu.

■ O zaman reklam stratejiniz de bu stratejiye göre değişiyordur. Sosyal medya herhalde bu noktada sizin için önemli bir paya sahip.

Sosyal medyayı çok fazla kullanıyoruz. Facebook, Twitter ve LinkedIn'de sayfalarımız var. Birtakım tüketici derneklerinde yer alıyoruz ancak bayiler ve servisler bu noktadaki en etkin kanallar. Biz müşteriye "cihazı kullan, memnun olacaksın" diyoruz ve onların memnuniyetlerini izliyoruz. Belli bir müşteri sayısına ulaştıktan sonra iş zaten onların tanıdıklarına tavsiyeleriyle ilerliyor. Her ne kadar Türkiye'de insanlar fiyata göre ürün alıyor denilse de durum böyle değil. İnsanlar deneyip problem yaşamadıkları takdirde ve gerçekten iyi hizmet de alıyorsa, bir sorunu olduğunda muhatabına ulaşabiliyorsa fiyata göre hareket etmiyor, markasını değiştirmiyor. Biz böyle müşterilere sahip olmaya çalışıyoruz. Türkiye'de Hitachi gibi bilinen çok marka var, onlar klima pazarında Hitachi'den daha uzun zamandır faaliyet gösteriyor olabilir ama tabi müşterilerle hatta bayilerle dahi mesafeleri açıldığı için müşteriler onları ulaşamaz görüyor. Müşteri için firmanızın büyüklüğü, her yerde reklamınızın olması vs. bir şey ifade etmiyor. Sıcak ilişki, cihazın sorun çıkarmaması, aradığı zaman ulaşabilmesi ve zamanında teslim müşteri için önemli olan konular.

■ Eklemek istediğiniz bir şey var mı?

Eğitim bu işin önemli ayaklarından bir tanesi. Biliyorsunuz; ben aynı zamanda eğitimciyim. Bir hayalimiz var, o da; burada Hitachi Akademi'yi kurmak. Hitachi'nin Avrupa'da, Japonya'da buna benzer örnek uygulamaları var. Bir de VRF sistem uygulamalarıyla ilgili, farklı yapılara özel birtakım projeleri de ihtiva eden, örnek uygulamaları da içeren bir kitap yazma planım var.

■ Bildiğim kadarıyla bu konuda yazılmış kitaplar var, sizin kitabınızın ne farkı olacak?

Daha çok pratik notlar içeren, herkesin kullanabileceği kitaplar olsun istiyoruz. Bildiğim kadarıyla bizim alanımızda ayrıntılı bilgi içeren, pratik notları da ihtiva eden, herkesin anlayabileceği bir yayın yok. Kurmak istediğimiz akademinin hedefi ise bu işi markadan bağımsız, öğrenmek isteyen herkesin gelip öğrenebileceği bir yer olması. Hitachi'nin kapıları sektördeki herkese açık, Asal'la birlikte herkese bilgiyi aktaran bir organizasyonun önderliğini yapacak. Şimdi bu konunun müzakerelerini yapıyoruz. 2016 yılında bu faaliyetlere başlayacağız ama tabi bir taraf-

tan eğitimlerimizi yapıyoruz. Bayi ve servis eğitimlerimiz sürekli oluyor. Ancak biz bu eğitim işini dışarıya da aktarmak istiyoruz. Hitachi'nin çok fazla tecrübesi, çok fazla eğitim materyali var, onları da sektöre paylaşmak istiyoruz. Önce sektöre hizmet eden bir yapı olmayı hedefliyoruz. Sektördeki herkes bizi kucaklasın, biz daha sonra zaten son kullanıcıya ulaşırız. Bilgilerimizi sektöre aktarıp sektörde faal bir yapı olmaya çalışıyoruz.

ASAL'DA ALINAN İLK İŞ

Asal kurulurken ben profesyonel olarak çalışıyordum ve bir anda bir yapının ortağına dönüştüm. Tabi birtakım tedirgincilikler yaşadım çünkü önceki işimde her şey oturmuş, iş bir şekilde ilerliyordu, işin olmaması gibi bir ihtimal yoktu ama Asal kurulurken ilk önce kendinizden feragat ediyorsunuz, yatırımcılar var ama kimse yok, ofis yok, dükkan yok, çalışan arkadaşınız yok, yapayalnızsınız, sekreteriniz bile yok. Diyordum ki; "Biz bu işe girdik ama şöyle fanı dönen, bizim sattığımız bir tane dış ünite görsem bu işin olacağına inanacağım." Bunu ortağıma da söyledim ve söyler söylemez bir telefon geldi. Henüz Hitachi'nin VRF'lerini sattığımızı web sitesinden bile duyurmadan başka birisi aracılığıyla beni birisi aradı. Diyarbakır'dan aradığını, bir oteli olduğunu söyledi ve oraya gidip Hitachi'leri takmamızı istedi. Ben ilk önce şaka zannettim ve bizi nasıl bulduğunu sordum. "Ya kardeşim, sen ne karışıyorsun, buraya gel, binaya bak, Hitachi'leri takın" dedi. Müşterinin oteli Viranşehir'de. Daha ofis yokken ertesi sabah kalkıp gittim. Viranşehir'de müşterimiz dükkânını açarken ben de yanındaydım. Durumu anlattım, "Ben seni yeni aradım ne çabuk geldin buraya" dedi. Ben de uçağa bindim geldim dedim. Otel gösterdi, projelerinizi yapın dedi. Oraya başka firmaların gelip gelmediğini, neden bizi seçtiğini sordum. Yeniden "Sen ne karışıyorsun, sen klimaları tak" dedi. Oturdum, projelendir-dik, mevcut projesine baktık, daha sonra cihazları gönderdim, para falan istemedim daha. Cihazları taktık, cihazlar çalıştı. Cihazlar tamamen çalışıp otelin soğuyup ısındığını görmeden bizimle hiç muhatap olmadı, gelip kontrol etmedi. Daha sonra konuşurken dedi ki; "Seni ben her yerden duydum. Dediler ki; iş yapacaksan bu adamla yap." İnanın; müşteriden bunu duyduktan sonra gözümde yaş geldi. Akabinde müşteri aradı; "Sen para istemiyor musun" dedi. "Verirsen alacağız" dedim. "Sen bizim ilk müşterimizsin, ilk kez birisi bizi aradı, hiç sorgulamadın, para da konuşmadın, ne istiyorsan onu yap" dedim. "Gel o zaman" dedi, gittik, paramızı aldık, geldik. İlk işimiz böyleydi.

Bir kez daha anladım ki; en büyük yatırım, insana yatırım. Müşterinin bizi duyduğu kişi de muhtemelen bir tane servistir. Bunu söyleyen muhtemelen bir tane teknisyen... O nedenle unvana bakmaksızın, usta, çırak, bu sektördeki herkesin kalbine dokunalım. O kalbe dokunduğum için ben ilk işimi böyle yaptım.

Benim de, Asal'ın hedefi de; kalbe dokunmak. Biz kalp kazanacağız, insan kazanacağız. Bizim stratejimiz bu. Ancak bu şekilde uzun vadeli amaçlara ulaşip kalıcı olursunuz. Biz mal satan, yıpratıcı, hırçınca kimseyi görmeden kırıp döken, korkunç bir rekabet içine giren, fiyat odaklı hareket eden, tek amacı ürün satmak olan bir yapı değiliz. Şu anda kalp kazanmış olmanın bütün nimetlerinden yararlanıyorum dolayısıyla bize sevgiyle bakan herkesten Allah razı olsun.

Kullanım Alanları

Mutfak egzost
Yangın tahliye
Duman tahliye
Diğer gerekli hatlar

Üretim ve Özellikleri

Siyah veya DKP sacdan 1.5,2 ve 3 mm kalınlığında Kendinden Flanşlı ve köşebent flanşlı olarak imal edilir. Kanalların iç ve dış yüzeyleri 250 °C ısıya dayanıklı özel çinko boya ile boyanmaktadır. Tüm kanallar robot teknolojisi ile gaz altı kaynak tekniği kullanılarak kaynaklanmaktadır. Fittings malzemeler CNC Plazma kesme makinasında kesildiğinden en üst düzeyde kalite de üretilmektedir.

Avantajları

Kendinden Flanşlı olduğundan köşebent kaynaklı imalatlara göre %100 sızdırmazlık sağlamaktadır. Özel üretilmiş köşelerle montaj kolaylığı sağlar. Flanşlarda delik olmadığından G klips kullanılarak montaj yapılır. Buda hızlı ve kolay montaj yapılmasını sağlar. Kendinden flanşlı olduğundan kanal montajındaki delik kaşılama problemi oluşmaz. Üzeri özel çinko kaplı boya ile boyandığından yüksek sıcaklıklarda bile yanma oluşmaz.



BG

MÜHENDİSLİK

www.bgmuhendislik.com

Klima ve Havalandırma Sistemleri



Kendinden Flanşlı

**KAYNAKLI DKP - SİYAH SAC
HAVALANDIRMA KANALLAR**

Mutlaka Fiyat İsteyiniz !

0216 466 60 00

www.bgmuhendislik.com

BG MÜHENDİSLİK Mekanik Tesisat Taah.San.Tic.Ltd.Şti.

Merkez- Fabrika :

Tepeören Mah.Medeniyet Bulvarı

No:38/A 34959 Tuzla / İSTANBUL

Tel:+90216 466 60 00 Fax:+90216 304 06 67

info@bgmuhendislik.com - satis@bgmuhendislik.com - www.bgmuhendislik.com



Hasan Besim KORUR

Kalite



alite, sık duyduğumuz bir kelimedir. Herkes kalite kelimesini bir yerlerde, bir şekilde doğru veya yanlış olarak kullanmaktadır.

Kalite ile ilgili ilk kayıtları araştırdığımızda karşımıza ünlü Hamurabi Kanunları çıkmaktadır. Hamurabi Kanunlarının 229. maddesinde şu ifadeler yer almaktadır; 'eğer bir inşaat ustası bir adama ev yapar ve yapılan ev yeterince sağlam olmayıp, sahibinin üstüne çökerek, ölümüne sebep olursa o inşaat ustasının başı uçurulur'.

Kalite (Qualites) Latince "nasıl oluştuğu" anlamına gelen "qualis" kelimesinden gelmektedir. Buna göre kalite hangi ürün veya hizmet için kullanılıyorsa, onun ne olduğunu ifade etmeğe yöneliktir.

Pekiye o halde kalite nedir?

Kalitenin sözlük anlamı bir mal veya hizmetin iyi veya kötü olma özelliğidir. Herhangi bir bakımdan üstünlük ve / veya eksikliklidir.

Halk dilinde kalite, diğerlerine göre üstünlüğü, daha iyi olma durumunu ifade eder.

Bilimsel olarak ise kalite, bir ürün veya hizmetin bir ihtiyacı karşılayabilme yeteneğini ortaya koyan özelliklerin tümü şeklinde ifade edilmektedir.

Kalitenin sanayi içerisindeki anlamı ise üretilen ürünün, aynı amaçla üretilen benzerlerinden ayıran özelliklerin toplamıdır.

Kalitenin üretimdeki anlamı ise, belirlenmiş sınırlar arasında kalınabilme özelliğidir.

Kalite olarak isimlendirmiş olduğumuz kavramın alt sınırı bir takım milli ve / veya milletlerarası norm ve standartlara göre belirlenmektedir.

Alt sınırın üzerindeki belirleyici faktörler ise üretici firmaların piyasada yapmış oldukları tüketici istek ve beklentileri ile ilgili analiz ve çalışmalarıdır.

Kalite anlayışı, günümüzde kendini yenileyerek insan odaklı olmaya başlamıştır. Kalitenin sadece üretim kontrolüyle görevli kişilerin değil tüm çalışanların sorumluluğunda olduğu ön plana çıkarılmıştır.

Kalitenin literatürdeki tanımı, bir ürün veya hizmetin bir ihtiyacı karşılayabilme yeteneğini ortaya koyan özelliklerin toplamı olarak yapılmıştır. Bu durumda ihtiyacı karşılanacak olan kim sorusunun cevabı olarak tüketici kavramı karşımıza çıkmaktadır. Tüketicinin istek ve beklentilerini karşılayan bir ürün veya hizmet tüketici nezdinde kaliteli bir ürün veya hizmet olacaktır.

Bu durumda tüketicinin mevcut, kısa vade ve uzun vadedeki oluşun, oluşacak ve oluşabilecek ihtiyaçlarının tespit edilerek bu yönde ürün veya hizmet geliştirilerek her zaman tercih edilebilmek için pazarda sürekli olarak tüketicinin nabzını tutan firmalar her daim avantajlı olacaktır. Bu nedendir ki, kalitede beğeni ve maliyet iç içedir.

Kalite=Algılanan Performans/Beklentiler

Çok daha fazla masraf edip, çok daha fazla emek harcayarak bir malı veya hizmeti daha kaliteli yapmak elbette mümkündür. Mümkündür ama ortaya çıkan mal veya hizmet tüketici tarafından ilgi ve rağbet daha doğrusu talep görmezse veya tüketicinin erişemeyeceği bir fiyata sahip olursa her şey boşa gitmiş olacaktır.

Bir müşteri otomobil alırken, otomobil ile ilgili beklentisi az yakıt sarf etmesi ise ve tercih etmiş olduğu otomobilin yakıt tüketimi düşük ise bu otomobil o kişi için kaliteli bir otomobildir.

Kalite, en basit tanımıyla müşteri isteklerine cevap verebilmek, müşteri istek ve ihtiyaçlarını en uygun biçimde, optimum seviyede giderebilmektir.

Oysa günümüzde kalite, daha çok üstünlüğü ve iyi oluşu ifade etmek için kullanılmakta olup, bu nedenle de, kişisel değerler içermektedir.

sonsuz çözümler



AstralPool sonsuz deneyimi, sonsuz ürünleri, sonsuz teknik ve proje desteği, sonsuz çözümleriyle havuz ve wellness dünyasına yeni bir boyut kazandırmaktadır. Birlikte sonsuz ilerlemeler, faydalar, ortaklıklar yaşayacağız. Bütün bunları kaybetmeyi göze alabilir misiniz?



Ön filtre sistemi
HYDROSPIN COMPACT



IGUAZU duş



Filtre PRAGA



Spalar



Atlama platformları



LED lamba



Tuz Elektroliz



CEPEX küresel vanalar



The infinite pool

www.astralhavuz.com.tr

FLUIDRA TR SU ve HAVUZ EKİPMANLARI SAN. ve TİC. A.Ş.
e.mail: info@fluidra.com.tr - tel: +902163870556-57-58

Bankalar, Kobi dostu mudur?



Erol KOÇ
www.northstar-bgs.com



eğildir. Dost, dostunu icraya verir ve mallarını haciz eder mi? Dost, dostu zor durumdaysa, alacaklarını koparmak için onun daha da zor duruma düşürecek uygulamalar içinde bulunur mu?

Bir daha soralım: Bankalar, KOBİ dostu mudur?

Evet. Eğer bir projeye veya ihaleye girerken size teminat mektubu veriyor ve projenin büyüklüğü ölçüsünde, projeyi istenen ve gerekli olan düzeyde fonluyorsa, bankalar KOBİ dostudur.

Bir başka nedenle yine, evet. Nakit fon akışında daralmalar olduğunda üçüncü kişi ve tüzel varlıklara karşı yükümlülüklerinizi yerine getirmede size destek oluyor ve sorunların hukuki boyutlara ulaşmadan çözülmesini sağlıyorsa, bankalar dostunuzdur.

Peki, bunlardan hangisini temel almak gerekir, birincisini mi, ikincisini mi? Sonuçta bankalar KOBİ dostu olarak mı kabul edilmelidir, yoksa KOBİ'lerin kanını emen kuruluşlar olarak mı?

Bu sorunun cevabı tamamen bu soruyu şu anda okuyan kişiye bağlıdır. Ancak bir şeyi belirtelim: Bankalar, yapısı gereği ne dostturlar, ne de düşman. Onlar sadece bir sistemin önemli kuruluşlarından biridirler ve sistemde bir işlevi yerine getirirler.

Bankalar şu söze çok uygundur. "İnsan dostunu da, düşmanını da kendi yaratır."

O halde, reklamlardaki "KOBİ'lerin dostu bankanız..." reklamlarına inanmayın.

KOBİ sahiplerinin ve üst konumdaki yöneticilerin(ki bunlar da genellikle işyeri sahibinin oğlu ya da kızı olurlar) bilmesi gereken ve asla akıllarından çıkarmamaları gereken bir şey var: KOBİ'lerin sorunu management'tır; diğer bir ifadeyle finans değildir ve finans sorunlarının esas nedeni, şirket yönetimidir.

Çünkü dünyada finans sorunu olmayan bir şirket yoktur ve en büyük kuruluşlarda bile, ödeme ve tahsilatlar bir plan içinde yapılır ve bu nedenle hiçbir kuruluşun kasasında, hiçbir işadının cebinde milyar dolarlar, Eurolar, TL'ler yoktur. Eğer böyle birine rastlamışsanız ve cebinden veya kasasından çıkarıp size milyon veya milyarları göstermişse, karşı-

nızda bir kumarbaz veya belki de bir hırsız bulunmaktadır. Sağından solundan, kasasından cebinden, kutusundan çizmesinden para çıkaran insanları, ne yönetici olarak kabul edin, ne de işadamı.

İşadamı(kadını), proje peşinde koşan, iş bağlayan ve aynı zamanda yatırım yapan biridir.

İşadamı, varlıklı, ama maalesef, parası olmayan adamdır. Onun mutluluğu ve dünyası işidir. İşindeki başarıdır. Bunu da ancak iyi yönetimle başarabilir.

Eğer gerçekten iyi ve başarılı bir işadamı olmak istiyorsanız, her şeyden önce kendinize karşı dürüst olmalısınız: Bu dürüstlük, kendinize karşı dürüst olmakla başlayan bir dürüstlüktür. Bir insan herkese yalan söyleyebilir; ama kendisine karşı asla yalan söylememelidir.

En büyük yalan, insanın kendisine karşı söylediği yalandır. Şimdi kendinize sorunuz: Benim yönetim tarzımla burasını(işyerinizi), bu işyerini yönetmiş olsaydı, ben bundan memnun olur muydum? Bu tarz, bu işyerinin gelişmesini ve hedeflerine ulaşmasını sağlayan bir tarz mıdır; yoksa bu tarz bizzat sorunların nedeni midir?

Eğer bu sorulara açık kalplilikle cevap verebiliyor ve burada eksikliklerinizi tespit edebiliyorsanız, birincisi, kendinize karşı dürüst davranıyorsunuz demektir. İkincisi, eksikliklerinizi görebiliyorsunuz demektir.

Artık bundan sonrası size kalmıştır: Eksikliklerinizi giderecek ve daha iyi işler yapmak...

Bu ifade, daha iyi yönetmekten başka nedir ki?

İyi yönetmek, sürekli geliştirmek demektir. Kendini geliştirmeden, başka bir şeyi nasıl geliştirebilirsiniz? Kendinize katkı yapmadan, başka bir şeye hangi katkısı yapabilirsiniz? Bilmeden bugüne kadar, kim başkasına bir şeyi öğretebilmiştir?

O halde, Hüsni Özyeğin'in dediği gibi "İşadamı neyi bilmediğini bilen adamdır" (Hürriyet Gazetesi-28 Haziran 2015, s.13)

BGS olarak yaptığımız tüm çalışmalarda, sadece şirketleri değil, şirketin yöneticilerini de geliştirmeye çalışıyoruz. Çünkü kağıt arabasındaki adamın Porsch sürebilmesi için, sahip olması gereken özellikler çok farklıdır...

Sorularınız için:

erol_fb@hotmail.com ve
erolkoc@northstar-bgs.com

Kentsel dönüşüm ve enerji verimliliği için *dönüşümün ve enerjinin kentinde buluşuyoruz.*



RAL CRC 2015
İstanbul

2-4 Ekim 2015
Sheraton Maslak

ASHRAE'nin 120 yılı aşkın deneyimi ve 54.000'in üzerindeki üyesiyle dünya çapındaki gücü, 2-4 Ekim arasında İstanbul'un ruhuyla buluşuyor.

RAL CRC İstanbul 2015'e katılmak, diğer "Chapter" ların sizleri tanıma ve faaliyetlerinizden haberdar olmasını sağlayacaktır. Ayrıca tüm katılımcılara "Kentsel Dönüşüm ve Enerji Verimliliği" konusunda ulusal ve uluslararası sektör profesyonellerinin görüşlerini öğrenme ve yeni bakış açıları ile daha inovatif fikirler elde etme fırsatı kazandıracaktır. Maslak Sheraton Otel'de gerçekleştirilecek bu büyük organizasyonda yerinizi almak için randevu bilgileri ve program detaylarının paylaşılacağı web sitesi ve sosyal medya hesaplarımızı takip etmeyi unutmayın.

DESTEKÇİLERİMİZ



www.ashrae.org.tr

facebook.com/AshraeTC

twitter.com/ASHRAE_TC

linkedin.com/in/ashraetc

İSO “Türkiye’nin 500 Büyük Sanayi Kuruluşu-2014” araştırmasını açıkladı



İstanbul Sanayi Odası (İSO), Türkiye’nin 500 Büyük Sanayi Kuruluşu - 2014 araştırma sonuçlarını Odakule’de yapılan toplantı ile kamuoyuna açıkladı. İSO Yönetim Kurulu Başkanı Erdal Bahçıvan’ın İSO Başkan Yardımcıları Adnan Dalgakıran ve İrfan Özhamaratlı ile birlikte açıkladığı verilere göre, sanayinin zirvesinde geçen yıl olduğu gibi bu yıl da 37 milyar 501 milyon TL’lik üretimden satışı ile Tüpraş yer aldı. Net satışlarını 2013 yılına göre yüzde 3,9 artırarak 473 milyar TL’ye çıkaran İSO 500 Büyük Sanayi Kuruluşu’nun Türkiye sanayi ihracatının yüzde 40,7’sini gerçekleştirdi.

En büyük şirketlerin ağırlıklı olarak petrokimya, otomotiv ve demir-çelik sektörlerinden olduğu araştırmada, ikinci sırayı 10 milyar 539 milyon TL’lik üretimden satışı ile Ford Otomotiv, üçüncülüğü ise geçen yıl dördüncü olan Oyak-Renault, 8 milyar 777 milyon TL ile satışı ile aldı.

İSO 500 Büyük Sanayi Kuruluşu araştırmasına göre şirketler, 30 milyar TL olan esas faaliyet gelirlerinin yine yarısından fazlası olan 16 milyar TL’sini finansmana harcadı. Faaliyet kârlılığı ile ilgili bir diğer önemli gösterge olan EBITDA verilerinde de faaliyet kârlılığı gerilemeyi teyit etti. 500 Büyük Sanayi Kuruluşu’nda EBITDA oranı geçen yıl yüzde 11 iken, bu yıl yüzde 10,7’ye indi. Şirketler toplam istihdamını yüzde 5,3’lük artışla 580 bine çıkardı. Şirketlerin duran varlıklarının toplam varlıklar içindeki payı yüzde 50’den yüzde 46’ya gerilerken, zarar eden şirketlerin sayısı ciddi bir azalışla 129’dan 83’e indi.

Kurlardaki hareketlilik ve konjonktürel faktörlerin etkisiyle bazı şirketlerin kambiyo pozisyonlarının olumlu katkısıyla 500 büyüğün kârlılığında artış yaşandı.

Şirketlerin finansal yapısının sağlıklı olup olmadığının en önemli parametrelerinden olan toplam borçların özkaynaklara oranı ise geçen yıl olduğu gibi yine yüksek bir oran olan yüzde 132 seviyesini korudu.

Şirketlerin 2014 verilerine göre düşük teknoloji kullanım oranı yüzde 40, orta-düşük teknoloji kullanımı yüzde 37, orta-yük-

sek teknoloji kullanımı yüzde 19 ve yüksek teknoloji kullanımı yüzde 3 oldu.

Rapora göre 500 büyük şirket, üretimden satışlarının yüzde 0,7’sini AR-GE harcamalarına ayırırken, yabancı sermaye paylı kuruluşların sayısı 2014 yılında 126’ya geriledi.

İSO Yönetim Kurulu Başkanı Erdal Bahçıvan, rapora göre sanayinin esas faaliyet karları açısından 500 Büyük Sanayi Kuruluşu’nun performansında ciddi oranda gerileme yaşandığına dikkat çekti. Şirketlerin faaliyet karının bir önceki yıla göre yüzde 6,4’e gerileyerek 30 milyar TL’ye düştüğünü vurgulayan Bahçıvan, “Bizim için esas olan sanayicinin faaliyetinden elde ettiği kârdır. Bu rakamda gerileme olması oldukça düşündürücü. Sanayicilerin kârlılık artışında faaliyet dışı imkanlarının olumlu etkisi oldu. Ancak ana faaliyeti olan sanayiden elde ettiği kârlılığın asla geri plana itilmemesi gerekli” diye konuştu. Bahçıvan, araştırmanın “Sanayi şirketlerinin teknoloji ve katma değere daha çok yönelmeleri gerektiği, finansman yönetiminin, en az üretim kadar önem kazandığını ve sanaysiz bir büyümenin sürdürülemeyeceği” gerçeklerini ortaya çıkardığını söyledi.

Sanayinin son 15 yıldan bu yana genel ekonomi içindeki ağırlığını kaybetme sürecinin devam ettiğini, hak ettiği noktaya yaklaşmadığını hatta uzaklaştığını söyleyen Bahçıvan, 2015 yılı birinci çeyrek verilerinin moralleri bozan bir tablo ortaya koyduğunu belirtti. Bahçıvan, “Buna göre 2015 ilk çeyrekte 2,3 büyüyen ekonomide imalat sanayi büyümesi yüzde 0,8 olarak gerçekleşti. Bu da hep dile getirdiğimiz büyümenin kalitesi sorununu bir kez daha açıkça gösterdi. Büyüme büyük ölçüde tüketim ağırlıklı oldu. Türkiye’nin yarınlara düşünen herkes, bu kısır döngüyü görmek zorunda. Dahası karar vericilere ve başta biz sanayicilere düşen görev bunu kırmak ve tersine çevirmek olmalıdır. Sanayicilerimizin kur baskısı ve faizler nedeniyle finansman baskısına yenildiği gözüküyor” dedi.

Bahçıvan İSO 500’ün temel göstergelerinden söz ederken şu değerlendirmeyi yaptı: “2014 yılında şirketlerin toplam satışları geçen yıla göre yüzde 3,9’luk bir artışla 473 milyar liraya çıkmıştır. Yalnız bu artışın 8,2’lik 2014 yılı enflasyonunun altına kalması düşündürücüdür.

Faaliyet kârlarına baktığımızda 500 büyük şirketin geçen yıla göre performansının biraz düştüğünü görüyoruz. 2013 yılında faaliyet kârını yüzde 8’e çıkaran 500 büyük sanayi şirketlerimizin, 2014 yılındaki faaliyet kâr oranı yüzde 6,4’e gerilemiştir. Yani 2013 yılında 36 milyar lira faaliyet kârı elde eden şirketlerimizin bu kârı 2014 yılında 30 milyar liraya düşmüştür.

Geçen yıl, sanayi şirketlerimiz neredeyse esas faaliyetlerinden elde ettikleri kârlarının yarısı ile finansman giderlerini karşıladıklarını altını çizmiştik.

Bu yıl ki tabloda da görebileceğiniz gibi ne yazık ki bu yıl da aynı durum ile karşı karşıyayız. Sanayinin asıl temel faaliyet alanı olan esas faaliyet kârlarına baktığımızda 500 büyük şirketin performansının ciddi oranda gerilediği görülüyor.

2013 yılında faaliyet kârları 36.5 milyar lirayı bulan 500 Büyük Sanayi Kuruluşu, bunun yarısından çoğunu, 19 milyar lirasını finansman gideri olarak kaybetmişti. Bu yılda da 500 büyük şirketlerimiz, 30 milyar lira olan esas faaliyet gelirlerinin yine yarısından fazlasını, 16 milyar lirasını finansman gideri olarak kaybetmiş görünüyor.

Faaliyet kârlılığı ile ilgili bir diğer önemli gösterge de geçen yıl ilk kez kullandığımız EBITDA verileri. Tabloda da görüldüğü gibi bu veriler de faaliyet kârlılığındaki gerilemeyi teyit ediyor. 500 Büyük'te EBITDA oranı geçen yıl yüzde 11 iken, bu yıl yüzde 10,7'ye indi.

2014 yılında, gerek küresel ve gerekse iç piyasada yaşanan zorlu rekabet koşulları ve azalan kar oranlarına rağmen, sanayicilerimiz esas faaliyetlerinden fedakarlık etmek zorunda kalmış olsalar bile, tablodan da anlaşıldığı gibi, 2014 yılını karlılıkta başarılı bir şekilde kapatmıştır. 2013 yılında 22 milyar olarak gerçekleşen 500 Büyük şirketlerin karlılığı 2014 yılında yüzde 22'lik bir artışla 27 milyar liraya çıkmıştır.

Bunda kurlardaki hareketlilik ve konjonktürel faktörlerin etkisiyle bazı şirketlerimizin kambiyo pozisyonlarının olumlu katkısı olmuştur.

Sanayicilerimizin esas faaliyetlerindeki karlılığında yaşanan azalmaya rağmen, üretmek arzusu ve mücadelesini takdire değer bulmakla birlikte, bunun sürdürülebilir olmadığını da vurgulamak istiyorum."

İstanbul Sanayi Odası (İSO) Yönetim Kurulu Başkanı Erdal Bahçivan, İSO 500 ile ilgili olarak yaptığı değerlendirmenin ardından basın mensuplarının sorularını yanıtladı.

İSO-500'deki şirketlerin faaliyet karındaki gerilemenin sanayinin sürdürülebilirliği açısından düşündürücü olduğunu ifade eden Bahçivan, yüzde 6 civarında bir faaliyet karlılığıyla sanayinin rekabet edebilme, yatırım yapabilme ve Türkiye'yi istenilen noktaya taşıma amaçlarına ulaşmasının zor olduğunu dile getirdi.

Sanayi sektöründeki yabancı sermaye paylı kuruluşların sayısındaki azalmanın sanayinin yabancılar için geçen 4-5 yıla göre yeteri kadar özenilen bir noktada görülmediğinin bir göstergesi olduğunu belirten Bahçivan, "Yabancılarla beraberliği ağırlıklı olarak sanayi dışı sektörle görürsek, bunun uzun vadede Türkiye'nin kaliteli büyümesine ve sanayinin kaliteli gelişmesine hiçbir katkı sağlayamayacağını düşünüyoruz" dedi.

Türkiye'de sanayicilerin geçmişe nazaran döviz pozisyonlarını çok daha sağlıklı bir şekilde değerlendirdiklerini aktaran Bahçivan, "Döviz hareketleri karşısında bir takım koruyucu yöntemlerle eskisi kadar kurlardaki olumsuzluklardan aşırı derecede negatif etkilenmedikleri yaptığımız değerlendirmelerde ortaya çıkıyor. Bu da Türkiye sanayisinin geçmişe göre finansal yönetim konusunda daha başarılı ve risklere karşı daha duyarlı olduğunun bir göstergesi" ifadelerini kullandı.

Erdal Bahçivan, bir soru üzerine, "Sanayici olarak inşaata ve inşaatçıya karşı değiliz, herkesin inşaatçı olmasına karşıyız. Elbette Türkiye gibi bir ülkede doğru yapılan inşaatın sanayiye artı değer getirdiği muhakkak. Ancak sanayi faaliyetlerini bırakıp geleceği inşaatta arama eğiliminin giderek artıyor olması hem Türkiye'nin geleceği hem de sanayinin ve inşaatın sürdürülebilirliği açısından bizi son derece endişelendiriyor" değerlendirmesinde bulundu.

Türkiye'de artık sanayiden beslenen bir ekonomik büyüme döneminin açılması konusunda herkesin mutabık olduğunu anlatan Erdal Bahçivan, "Biz umutla bu mutabakatın pratiğe dönüşmesini bekliyoruz. Biz inşaat ve inşaatçıya karşı değiliz ama sanayi birikimlerinin bir çırpıda vazgeçilerek farklı sektör-

lere kaydırılmasının Türkiye'nin hayrına olmadığını savunuyoruz" dedi.

İSO Başkanı Bahçivan, Türkiye'deki sanayinin özkaynak dışında bir finansman dışı borçla çalıştığı gerçeğinin çok sürdürülebilir ve sağlıklı bir tablo olmadığına dikkati çekti.

Türkiye'de sanayiye istihdam çekme noktasında son dönemdeki isteksizliğin aşılması gerektiğini vurgulayan İSO Başkanı, "Maalesef hayata yeni başlayacak insanlarımızın çoğunda sanayi sektöründe işe başlamak çok arzu edilmiyor. İşe başlayacak gençlerimiz daha çok hizmet sektörü, finans sektörü, inşaat sektörü veya KPSS'ye girip devlette çalışmayı yeğliyor. Bu kırılımin mutlaka değişmesi gerekiyor. Kalıcı ve gelecek vadede istihdam sanayiden geçiyor" diye konuştu.

Türkiye 2015'in ilk çeyreğinde yüzde 2,3'lük bir büyüme elde etse de sanayinin payının bu dönemde son yılların en düşük rakamlarından biri olduğuna işaret eden İSO Başkanı Bahçivan, şunları söyledi:

"Hem finansal açıdan yılın ilk yarısında yaşanan aşırı olumsuzluklar hem seçim senesinde olmamız hem dünya konjonktüründeki olumsuz gelişmeler maalesef 2015'le ilgili çok ümitvar bir pozisyonda olmamızı şu an için engelliyor. Yılın ikinci çeyreğinin de ilk çeyrekte çok farklı olacağını düşünmüyorum. Şu anda Türkiye'nin 2015 büyümesiyle ilgili yüzde 3'ün üstünde bir tahmin bazı çevreler tarafından korunsu dahi geçen yılki büyümenin altında bir büyümenin 2015'te gerçekleşme riskini gözlemliyoruz. Şu andaki gidişat Türkiye'nin 2015'i yüzde 2'ler noktasında bir büyümeyle geçireceği yönünde."

İSO Yönetim Kurulu Başkanı Erdal Bahçivan, seçim sonrasında ortaya çıkan tablo ve koalisyon çalışmalarına ilişkin soruya da şöyle yanıt verdi:

"Türkiye'nin son yıllarda alışık olmadığı bir seçim sonrası dönemi yaşıyoruz. Demokrasinin gereği ve en önemli finali olan seçimlerin ortaya koyduğu neticenin ne şekilde bir hedefe doğru gideceği noktasında hepimizin demokrasiye olan saygımız ve inancımızın gereği olarak anlayışla bu süreci yaşamamız ve izlememiz gerekiyor. Türkiye'de uzun yıllardır koalisyon pazarlıklarının, müzakerelerinin nasıl yapıldığını biraz unuttuk. Ama şu anda böyle bir sürecin içindeyiz. Türkiye'nin demokratik olgunluk sürecinin koalisyon noktasında, geçmişten alınan dersleri de hesaba katarak, geçmişten daha farklı bir uzlaşma ve birlikte bir şeyleri başarabilme kültürüne getirebileceği inancında olmamız gerekiyor.

Türkiye uzlaşmayı, uzlaşarak iş yapmayı, bir noktada buluşmayı, farklı fikirleri bir havuz içerisinde değerlendirerek verimli neticeler elde etmeyi başarmanın da örneğini bu dönemde göstermek zorunda. Türkiye'nin demokratik olgunluğuna da siyasi partilerimizin olgunluğuna da liderlerimizin olgunluğuna da yakışan budur. Bu nedenle bu müzakere süreci özellikle tüm sosyal çevreler tarafından sabırla izlenmeli. Pazarlıklar belli bir olgunluğa gelene kadar da tüm siyasi partilerimize ve liderlerimize anlayışla yaklaşılması gerektiğinin altını çizmek istiyorum."

Bahçivan, koalisyonlar noktasında bugünkü tablo böyle bir resim ortaya koymuşsa bunun pozitif bir enerji beklentisiyle değerlendirilmesinin Türkiye'nin ekonomik geleceğinin hayrına olacağını belirterek, "Demokrasilerdeki en önemli paydaş seçmendir. Seçmen bu doğrultuda bir karar veriyse herkesin buna saygıyla bakıp bu değerlendirmelerin de aynı saygı çerçevesinde neticeye ulaşmasını beklemesi gerektiğini düşünüyorum" yorumunu yaptı.

Türkiye İMSAD'ın üye dernekleriyle bir araya geldiği toplantıda, sektöre ilişkin sorunlar ve beklentiler masaya yatırıldı



Türkiye İnşaat Malzemesi Sanayicileri Derneği'nin (Türkiye İMSAD) yılda iki kez düzenlediği Üye Dernekler Toplantısı'nın ilki, 23 Haziran 2015 tarihinde Cemile Sultan Korusu'nda gerçekleştirdi. İnşaat malzemesi sektörünün çatı örgütü olan Türkiye İMSAD, sektör içi birlikteliği kuvvetlendirmek, sektörün ortak sorunlarına çözüm önerileri geliştirmek ve alt sektörlerin sorun ve beklentilerine yönelik ortak eylem planları geliştirebilmek amacıyla üye derneklerin temsilcileriyle bir araya geldi.

29 alt sektör derneğinin temsil edildiği Türkiye İMSAD'ın Üye Dernekler Toplantısı'nın açılış konuşmasını Başkan Fethi Hinginar yaptı. Hinginar, yeni yönetimin 27 Subat 2015 tarihinde göreve başladığı bilgisini hatırlatarak, geçen 4 aylık süreçte yapılan çalışmalar hakkında bilgi verdi. Geçmiş dönemde başlatılan çalışmaların devam ettirildiğini ifade eden Hinginar, gelecek dönemde Türkiye İMSAD'ın tanınırlığını ve sektör adına etkinliğini artıracak çalışmaların hayata geçirileceğini belirtti. Yeni dönemde sektörün ihracat hedeflerine yönelik çalışmaların hayata geçirileceğini söyleyen Başkan Hinginar, "ihracata büyük önem veriyoruz, sektörümüzün ihracatını geliştirmek için çeşitli çalışmalar yapıyoruz, bu çalışmalar çerçevesinde TİM ve İMMİB ile bir işbirliği protokolü imzaladık. Yeni pazarları araştırmak için Türkiye İMSAD üyelerine özel yurt dışı heyetler düzenlemeye başladık. Bu heyetlerin ilki mayıs ayında Kamerun'a yapıldı. Bir sonraki heyetin Kenya'ya gerçekleştirilmesini planlıyoruz" dedi.

Alt sektör üye derneklerin Türkiye İMSAD'a değer kattığını ifade eden Başkan Hinginar, özellikle komite çalışmalarında üye dernek temsilcilerinin katkılarının yüksek olduğunu dile getirdi.

Toplantıda, Türkiye İMSAD üyesi dernekler Yönetim Kurulu Başkanları, Başkan Yardımcıları, Başkan Vekilleri, Yönetim Kurulu Üyeleri ve Genel Sekreter/Genel Koordinatörler düzeyinde temsil edildi.

Toplantıda, üye derneklerin temsilcileri, dernekleri hakkında bilgi vererek, sektörlerinin pazardaki mevcut durumu, sektörün sorunları ve Türkiye İMSAD'dan beklentilerini paylaştılar.

Toplantıda öne çıkan konuların arasında; piyasa gözetim ve denetimindeki sıkıntılar, sektördeki haksız rekabet ve merdiven altı üretim, kontrolsüz ve standartlara aykırı uygulamalar, mesleki yeterlilik belgeli personel eğitimi konusundaki eksikler ve sıkıntılar, yönetmelik ve standartlardaki eksiklikler, Ulusal Bina Yönetmeliği Platformu çalışmaları, yangın yönetmeliği ile TS 825 "Binalarda Isı Yalıtım Kuralları Standardı'nın mevcut durumu ve yapı fuarları gibi konular ele alındı.

Türkiye İMSAD'a ilişkin görüş, öneri ve beklentilerini dile getiren üye derneklerin temsilcileri; yeni hükümetin kuruluş sürecinde sektörün talep, beklenti ve sorunlarının dile getirilmesi noktasında Türkiye İMSAD'ın daha aktif rol alması gerektiğini belirttiler. Sektöre ilişkin ekonomik verilerin kapsamlarının geliştirilmesi ve yapısal yangın güvenliği ile ilgili bir komite kurulması, toplantıda öne çıkan diğer konular arasında yer aldı.





BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ
MÜHENDİSLİK-MİMARLIK FAKÜLTESİ
MAKİNA MÜHENDİSLİĞİ BÖLÜMÜ

ULIBTK'15

20. ULUSAL ISI BİLİMİ VE TEKNIĞI KONGRESİ

DESTEKLEYEN KURULUŞLAR



SPONSORLAR



ÖNEMLİ TARİHLER

Bildiri tam metinlerinin son gönderim tarihi: **15 HAZİRAN 2015**

Kabul edilen bildirilerin ilan tarihi : **30 HAZİRAN 2015**

<http://ulibtk15.balikesir.edu.tr/>
E-posta: ulibtk15@gmail.com

2 - 5 EYLÜL 2015

Yakın gelecekte her türlü iletişimin temel mecrası internet platformları olacak

Alarko Carrier Reklam ve Halkla İlişkiler Müdürü Hüdai Öztürk: “Aslında iletişimde temel yaklaşım değişmiyor. İletişim 10 sene önce nasıl yapılıyorsa şimdi de aynı şekilde yapılıyor. Sadece şu anda dijital tarafta özelleştirilebilir hale geldi. Amaç ise hep aynı, sizin vasfınızı, vizyonunuzu bir şekilde karşı tarafa aktarmak.”



İnternet ortamını, sosyal medyayı en etkin bir şekilde kullanan firmalarımızın başında Alarko Carrier geliyor. Etkinlikler ve ürün tanıtımları derken yüzbinlerce insana ulaşan eğlenceli yarışmalarla devam eden bir süreçten bahsediyoruz. Bu sürecin başındaki isimleri bir arada yakaladık. Alarko Carrier Reklam ve Halkla İlişkiler Müdürü Hüdai Öztürk, A&B İletişim Genel Müdürü Vahide Akalın Resuloğlu ve A&B İletişim Dijital Grup Lideri A. Seçkin Canan’la, dijital dünyayı ve bu dünyadaki Alarko Carrier’i konuştuk.

■ **Alarko Carrier sosyal mecraları çok aktif kullanıyor. Sosyal medya macerası nasıl başladı, Alarko için sosyal medyada yer almak ne anlam ifade ediyor?**

Hüdai Öztürk: 1990’lı yılların başından beri, hem PR hem de reklam anlamında kamuoyuyla çok ciddi bir iletişim içerisinde olan ve bu faaliyetleri profesyonel ekipler tarafından planlı olarak yürüten bir şirketiz. 2011 yılında sosyal medya üzerinde daha aktif olmaya başladık, çünkü o yıllarda bu alanda ciddi gelişmeler meydana geldi. İnsanlar

sosyal medyada çok fazla zaman geçirmeye başladı. Özellikle 2000'li yıllardan sonra dijital platformların yaygınlaşması ve 20-25 yaş altı genç kesimin bu alanda daha aktif olması sebebiyle, bu grupla iletişimimizi sosyal medya üzerinden yürütmenin hem şirkete sağlayacağı katkı hem de yeni nesilde marka imajını ve bilinirliğimizi pozitif anlamda oluşturmak adına faydalı olacağını düşündük. İlk olarak, o dönemde daha aktif olan Facebook'ta şirket adına bir sayfa açtık ve yaklaşık 1,5 yıl kadar kendi bünyemizde yönettik. O dönem ağırlıklı şirket personeli olmak üzere, sektörde iletişim içerisinde olduğumuz profesyoneller sayfamızı takip etmeye başladı. Katıldığımız etkinlikler ve fuarlar, eğitim faaliyetlerimiz, röportajlar, ürünlerimizle ilgili teknik bilgilerden oluşan paylaşımlar yaptık.

Sosyal medya dışında dijital ortamda periyodik olarak gönderdiğimiz bültenleri de sayfamızda paylaşmaya çalıştık. Fuarlarda veya doğrudan web sayfamız üzerinden talepte bulunan insanlara gönderdiğimiz şirketten haberleri, teknik bilgileri, yeni ürün ve referans içeriklerini anlattığımız bültenler, her ay yaklaşık 10 bin profesyonele gönderiliyor.

YARIŞMAYLA BERABER FACEBOOK ÜZERİNDE TAKİPÇİ SAYIMIZ YAKLAŞIK 190.000 OLDU

Daha sonraki süreçte, takipçi sayımızı artırmak ve iletişimi kuvvetlendirmek adına farklı uygulamalar düşünmeye başladık. Piyasada bu işi yapan firmalar farklı taleplerle bize geliyordu. 2013 yılında Facebook üzerinde bir yarışma düzenledik. Yarışma daha çok Defence Tower mantığında, insanların vakit geçirebileceği, kötü iklim şartlarına karşı savunmaları gereken bir mekân olan ve bunu yaparken de ürünlerimizi kullandıkları bir yarışmaydı. Uygulama ciddi bir ilgi gördü, yarışmada dereceye girenlere ödül olarak kombi ve klima verdik. Yarışmayla beraber takipçi sayımız arttı, şu anda 190.000 civarında Facebook takipçimiz var.

SOSYAL MEDYA FAALİYETLERİMİZ İKİ YILDIR PROFESYONEL OLARAK YÜRÜTÜLÜYOR

Takipçi sayımızın artması, Twitter, Instagram ve LinkedIn sayfalarımızın aktif hale gelmesi ve sosyal medya alanının çeşitlenmeye başlaması, bizi, bu işi bünye içerisinde çıkartıp daha profesyonel bir yaklaşımla ve sistematik şekilde sürdürmeye itti. Bu aşamada, iletişim danışmanlığı hizmeti aldığımız A&B İletişim'in bünyesindeki A&B Dijital aracılığıyla, hesaplarımızı profesyonel olarak yönetmeye ve içerik yönetimi yapmaya başladık.

Seçkin Canan: Bu süreç içerisinde, direkt sosyal medya üzerinden, biri kış ve biri yaz olmak üzere düzenlediğimiz "Bu ev çok sıcak" ve "Bu ev çok soğuk" yarışmalarını yaptık, bunlar hâlâ daha devam ediyor. Katılımcılardan evlerinin ne kadar sıcak veya ne kadar soğuk olduğunu fotoğraf veya video



aracılığıyla paylaşımlarını istedik, karşılığında onlara sezona göre kombi veya klima armağan ederek "siz bize anlatın, biz de size destek olalım" dedik.

Yine aynı şekilde bütün sosyal medya ağını kullandığımız, 31 Temmuz 2015 tarihine kadar başvuru süreci devam eden "Küresel İklim Değişikliği" konulu fotoğraf yarışmamız var. Tüm odağımız iklimlendirme konusunda farkındalık yaratmak. Alarko sosyal medyada sadece teknik bir içerikle konuşmuyor, aynı zamanda belirli konularda farkındalık oluşturmaya çalışıyor. Bunların yanı sıra uygulamalar da yazmaya başladık. Çok yakın bir zamanda, belki önümüzdeki hafta android ve ios store'larda yerini alacak "Hava nasıl" isimli bir uygulamamız var. İnsanlar uygulamada, bulundukları konumun iklim görsellerini fotoğraflayıp kendi sosyal medya hesaplarında paylaşabilecek. Hesaplarımız üzerinden, tüketicileri bilgilendiren infografikler de paylaşıyoruz. Örneğin, 12 adımda kombi nasıl kullanılır, 6 adımda klimada nelere dikkat edilmeli gibi içerik çalışmalarımız oldu. Aslında Alarko Carrier'ın buradaki rolü öncü ve bilgilendirici olmak, farkındalık yaratmak.

■ **Uzun zamandır bu görevdesiniz dolayısıyla geleneksel mecraları da çok iyi biliyorsunuz. Geleneksel yöntemlerle yapılan tanıtım ve sosyal medya üzerinden yapılan tanıtımı karşılaştırdığınızda sizce hangisi daha avantajlı?**

Hüda Öztürk: Her ikisinin de alanı farklı. Reklam açısından baktığınızda yıllık reklam planlaması yaparken önceliğiniz hangi konunun üzerindeyse, bu mecra seçiminde de etkili oluyor. Dijital tarafa ve sosyal medyaya baktığınızda ise dijital platformlar biraz daha geleceğe dönük, Türkiye'de hem reklam hem de iletişim anlamında yeni aktif olmaya başlayan alanlar. Özellikle belirli bir yaş grubunun altındaki profil için bu alanlarda bulunmamız kaçınılmaz, çünkü yakın gelecekte her türlü iletişimin temel mecrası bu platformlar olacak. Son dönemlerde uzak kaldığımız alanlardan biri geleneksel basın oldu. Bunun sebebi, kampanyalı, doğrudan doğruya bayiye yönlendirme yapan, fiyat odaklı çalışmalar yapmamamızdır.



Reklam planlamamız, dijital platformlar aracılığıyla daha çok marka bilinci yaratmak ve belli başlı mesajların iletiminin sürekliliği üzerine kurulu, televizyonda ve diğer mecralarda dönemsel reklam yapmıyoruz. Uzun döneme yayılan ürünlerle ilgili reklamlarda, ürünün faydasını öne çıkartan ve mesajı sürekli tekrarlayan bir yapı kuruyoruz. Yaptığımız araştırmalar çerçevesinde, geleneksel basının marka bilinirliğimizdeki etkinliği, diğer mecralara oranla daha azaldı, bu nedenle son 7-8 yıldır reklam iletişimimizde kullandığımız mecra öncelikle televizyon oldu. Radyo ve sinemanın ciddi izleyici potansiyeli yakalamasıyla birlikte sinemayı da kullanmaya başladık. Dijital alanda ise son iki yıldır sürekli hale gelen reklam yatırımımız var.

Ben sosyal medya kullanıcılarının o mecralarda karşılaştıkları şeyleri görüp geçtiğini düşünmekteyim. Örneğin; düzenlemiş olduğunuz yarışmada oyunu oynayıp bıraktıklarını, oradaki bilgileri unuttuklarını veya uygulamaya koymadıklarını düşünüyorum. Siz bu konuda ne düşünüyorsunuz? Hüdai Öztürk: Dijital mecralar hızlı bir şekilde tüketiliyor, popülerlik anlık olarak değişebiliyor. Mesela; bir zamanlar çok yoğun kullanılan Msn Messenger vardı, şu anda yok.

Bu noktada, süreklilik çok önemli... Şirketinizin bu platformlarda ne kadar yer aldığı, kitlelerle iletişimindeki sürekliliğe bağlı olarak şekilleniyor. Sosyal medyanın şirketlere olan katkısı aslında bu; markaya olumlu bir algı sağlamak...

■ **Bu algı en ufak bir olumsuzlukta hemen tersine dönebiliyor.**

Hüdai Öztürk: Tabii, bunu yönetmek kolay değil. Zaten profesyonel takibe de bu yüzden ihtiyaç duyuluyor. Her platformun ayrı ayrı yönetilmesi lazım... Problemler de var, olumlu yaklaşımlar ve

sıkıntılar da, hepsini çözmeniz lazım. Bir şirketin kendi tüketicisiyle mümkün olduğu kadar hızlı iletişim kurabileceği platformlar bunlar, çok önemli bir avantaj. Dijital mecralarda başarılı olan şirketler, bu stratejiyi doğru koyan ve doğru yönetenler oluyor.

■ **Bir firma neden sosyal medyada olmalı?**

Seçkin Canan: Sosyal medyayı nasıl tanımladığınıza göre değişir. En büyük sosyal medya Google'ın kendisidir. Arama motoru sosyal medyadan ayrılmaz. Bütün sosyal ağlar da zaten bir arama ağının parçasıdır. Arama sistemi olmayan sosyal ağ olamaz. Siz bir şirketi sosyal medyaya soktuğunuzda aslında yapmak istediğiniz şey şu; İstanbul'da bir sokak arasına tabelanızı koymak değil, İstanbul'un dört bir tarafından görülecek bir yere tabela koymak. Marka bilinirliği adına gazetelerde olmanızın amacı da Google'da çıkmak, çünkü sokaktaki adamın kafasına yerleşmenin en hızlı formülü orada. Gazetelerin web sayfaları olmasaydı onlar da sosyal ağın bir parçası haline gelmezdi. Bu yüzden sosyal medya dediğiniz şey; arama motorunda görünürlüğünüzü artırmak.

Müşteri için Google'a "klima" yazdığında karşısında kimi gördüğü önemlidir. Tabii Twitter ve Facebook gibi hızlı tüketilen anlık ileti araçları var ama onların adı zaten "anlık ileti aracı". Wikipedia da bir sosyal ağ ve kalıcı ileti aracı. Google bunun arama motoru tarafı, gazeteler haber-arşiv tarafı. Bunların hepsini dört bir koldan ne kadar beslerseniz, sosyal ağların bütün parçalarında var olursanız, her türlü görsel aramanın, video içeriğinin, metin aramanın, belki akıl danışmanın içerisinde yer alırsınız. Örneğin, Alarko'nun bu konuda çok iyi bir vizyonu var.

Biz Alarko Carrier'la sosyal medya çalışmalarını planlarken, konuşmaya Twitter veya Facebook'tan başlamadık, web sayfamızın nasıl yenileneceğinden hareket ettik. Yani vizyon önemli, konuyu bütün olarak ele alıp firmayı tamamen görünür kılmak... Hatta bu konuya, yeni nesil bakış açısıyla artık "medya iletişimi" diyoruz, sosyal medya ile geleneksel medya ayrımını kaldırıyoruz, çünkü bütün gazete ve dergiler çok güçlü sosyal ağlara sahip. Sizin yaptığınız haberlerin yayılma ağı o kadar geniş ve kullanıcılar tarafından o kadar etkileşim oluşturuyor ki; ben sosyal ağda bir konunun çok popüler olmasını istediğimde artık basın bülteni gönderiyorum. Onunla beslemezsem bir parça eksik kalıyor. Bu yüzden konunun bütününe bakarsanız, sosyal medya hızlı tüketilen bir şey değil, aslında tam tersine, çok daha kalıcı bir içerik oluşturuyorsunuz.

■ **Bu çalışmaların etkinliklerini nasıl ölçüyorsunuz?**

Seçkin Canan: Örneğin, Twitter'da diyaloglara bakıyoruz çünkü orada hızlı bir akış söz konusu.

Alarko ile çalışmalarımızda anlık Twitter raporları çekiyoruz. Raporlarda günde kaç ileti yazıldığını ve bunların içeriğini görüyor, gelen sorulara anında cevap veriyoruz.

■ **Bu söylediğinize binaen şirket içerisinde sürekli sosyal medyanın başında olması gereken bir elemana mı ihtiyaç var?**

Seçkin Canan: Bu durum, ajansla kurumun çalışmasındaki iletişimin hızına bağlı, yani eğer ajansla kurum arasında dinamizm varsa, şirket içerisinde birisine ihtiyaç olmayabilir. Dinamizm sağlanamıyorsa, sürekli çevrimiçi olmak söz konusu değilse, şirket içerisinde de bir çalışan olabilir, bu sistemi ajans kurabilir veya bambaşka bir şekilde şirket kendi sistemini oluşturabilir.

Hüdaî Öztürk: Bu aslında 360 derecelik bir konu, yani sosyal medya ve dijital alan bunun bir parçası, fiziki birçok yön diğer parçası. Mesela, bizim bir çağrı merkezimiz var, orada sürekli duran ve telefonlara cevap veren bir ekip var. Ben çağrı merkezi yönlendirmelerini dijital platformdan yapıyorsam, yani Facebook'ta bir ileti paylaşıp "sorunlarınızı şu telefon numarasından çağrı merkezimize iletebilirsiniz" diyorsam bu anlık bir şeydir, bunu ölçebilirim, yönlendirmeyi de yapabilirim. Aynı şekilde, Twitter veya başka bir hesapta ölçmem gereken bir faaliyet yürütüyorsam, bunu ona odaklanarak ölçebilirim. Bu çok bütünsel bir olay, yani rakamsal veri elde etmek istiyorsanız, bunu en net yapabileceğiniz yer dijital platformlar. Geleneksel medyada bunu ölçmek çok zor.

Dijital platformda paylaştığım bir iletiyle ziyaretçi web sayfasına yönlendiriyorsam, bu iletiyi gören insanların kaçının web sayfama geldiğini tespit edebiliyorum. Bu özellikten en çok dijital reklamlarda yararlanıyoruz. Mesela, geçen sene yaptığımız dijital reklamlarda aylık bazda yaklaşık 270.000 web sayfası yönlenmesi aldık, bu çok ciddi bir rakam. Web sayfamızın aylık ziyaretçi sayısı 110.000 ile 140.000 arasında değişiyor, bu da ciddi bir rakam. Bu sayıların tamamının nereden geldiğini ölçebilirsiniz, dijitalin böyle bir avantajı var.

■ **Peki, içerikleri belirlerken nelere dikkat ediyorsunuz?**

Hüdaî Öztürk: Ajansın temel işlevi o noktada başlıyor, profesyonel olarak yürüttüğümüz belli konseptlerde içerik hazırlanıyor. Çalışmayı haftalık yapıyor, genellikle günde bir paylaşım gerçekleştirmeye özen gösteriyoruz. Bunun dışında, öngörümüzün dışında gelişen, şirkete dönük yeni ürünle ilgili bilgi aktarımı veya yapılan bir eğitim, katıldığımız bir fuar gibi konularla ilgili paylaşımlar da yapıyoruz. Instagram gibi hesaplarda farklı konseptler oluşturup, bunları da ayrıca yönetmemiz gerekiyor. Tamamının hazırlandığı ve pişirilip bize onay için sunulduğu yer ajanstır, dijital ajans bu işi yürütüyor,



biz değerlendirip ilaveler koyuyoruz veya olduğu gibi onaylayıp paylaşımını sağlıyoruz.

■ **PR ajansları artık dijital medya için ayrı bir bölüm mü açıyor?**

Seçkin Canan: Aslında iletişim dijitalleştirdi. Dijital iletişim için tabii ki farklı uzmanlıklar gerekiyor ama iletişime bakış açısından bir ayrışma söz konusu değil. Zaten artık hem dijitalde hem de gelenekselde uzmanlaşıyor, çünkü içerik üretme noktasında iki tarafta çok fark yok, sadece konuşma biçimleri değişiyor. Hüdaî Bey'in az önce bahsettiği böyle bir şey; kurumla ne kadar uzun süre çalışırsak, o kadar doğru içerikler önerebiliyoruz. Bir noktada öyle bir yapıya geliyorsunuz ki, "şunu haber yapalım" veya "bunu şurada paylaşalım" cümlelerini siz de kurabiliyorsunuz. Bizim çalışma prensibimizde direkt bir ayrım yok, ekip olarak ortaklaşa çalışıyoruz.

Vahide Akalın Resuloğlu: İletişime sadece medya iletişimi gözüyle bakmak doğru değil. Öyle bir dönemde yaşıyoruz ki; karşınızdaki bütün hedef kitleler çok bilgili, bilgiye çok kolay ulaşabiliyor,



algı ve seçicilikleri çok yüksek ve bilinçli. Medya ise iletişimin araçlarından sadece biri ve artık her alanda olduğu gibi iletişim de dijitalleşiyor. Dolayısıyla, yaptığımız her çalışmada geleneksel ya da dijital demeden en faydalı olacak yöntem ve mecra hangisi diye bakıyoruz, bütün iletişim mecralarını en etkin şekilde kullanmayı hedefliyoruz. .

Hüdaî Öztürk: Aslında iletişimde temel yaklaşım değişmiyor, 10 sene önce nasılsa şimdi de aynı şekilde yapılıyor. Sadece şu anda dijital tarafta özelleştirilebilir hale geldi. Belli başlı dijital mecralarda profilleri çok net takip edebiliyorsunuz. Mesela, şu mecrada 13-17 yaş arası ziyaretçiler %75 oranında diyebiliyorsunuz. İşte bu noktada PR çalışmaları ayrılmaya başlıyor. Dijital medyada hangi platformda nasıl bir dil kullanacaksınız, nasıl bir kitle var, bunları ortaya koyuyor. Amaç ise hep aynı; sizin vasfınızı, vizyonunuzu bir şekilde karşı tarafa aktarmak. Bu süreç, konvansiyonel tarafta daha yavaş ilerliyordu. Örneğin, bir basın bülteni gönderdiğinizde, hazırlama süreci, gazetenin yoğunluk durumu vs derken 1 hafta veya 10 gün sonra gazetenin bütün kitlesine ulaşıyordu, herhangi bir ayırıştırma yapamıyordunuz. Dijital tarafta konsepti kendiniz oluşturuyor, en uygun profili bulup onlarla paylaşıyorsunuz. Bunu çok daha hızlı bir şekilde yapıyor ve paylaştığınız kişilerden anında geribildirim alabiliyorsunuz.

■ **Alarko iklimlendirme alanında Türkiye'nin en önemli firmalarından bir tanesi. Benim gördüğüm iklimlendirme sektöründe sosyal medyayı etkin kullanan 3-4 tane firma var. Bunların yaygınlaşmasını sağlamak adına bir firma sosyal medyayı kullanma noktasında nasıl bir yol izlemeli?**

Hüdaî Öztürk: Bu konu, ihtiyaçlarla örtüşme ve bir vizyon meselesi. 10-15 yıl sonrasını bugünden görüp ona göre plan yapmalısınız. Öncelikle iyi bir web

sayfanızın olması lazım. İyi bir web sayfasını doğru biçimde yönetmek, yeterince içerik sağlamak lazım. Bu işin başlangıç noktası, ana kaynağı web sitesi. 20-25 yıldır web sitemiz var, sosyal medya ise işin sonradan ortaya çıkan, gelişen ve gelişmeye devam eden tarafı. Web sitemizde bu kadar aktif, bu kadar başarılı uygulamalar yapmasaydık, sosyal medya mecrasına geçişimiz pek kolay olmazdı. Elimizde hazırlanmış birçok içerik vardı. Şirketin işleyişi ve yapısı içerik üretmemizi sağladı. Yönetim önümüze yol gösteren bir vizyon koydu ve başarılı bir işleyişe sahip olduk. Bu durum, her firmanın kendi özelinde farklı dinamiklerle oluşturulabilir.

Siz iletişim konusunda bir şeyler yapmak, mevcut ve potansiyel tüketicilerinize temas etmek istiyorsanız, insanlara markanızla ilgili söyleyecekleriniz varsa, markanızı en doğru şekilde konumlamak istiyorsanız, popülasyonun yoğun olduğu yerlerde bir şeyler yapmanız lazım ki insanlar sizden haberdar olsun. Bu davranışı sürekli hale getirmeniz lazım, çünkü her 3-5 yılda bir, ciddi bir popülasyon satın alma gücüne erişip hedef tüketici konumuna geliyor.

Bu kesime baktığınızda, yaş oranlarının her geçen yıl aşağıya indiğini görebilirsiniz. Bundan 25 sene önce hedef tüketici 25-30 yaşın üzerindeki insanlardı, şimdi ise bu rakam 18 yaşına indi. 18 yaşındaki öğrenci üniversiteye başladığında bir başka şehre gidip kombiyle tanıyor veya klima alma ihtiyacını duyuyor. Onların 4 senenin sonunda markanıza olumlu bakmasını sağlamanız, kendinizi en doğru şekilde anlatmanız lazım. Bu yaş grubunun bulunduğu alanlarda yer almanız lazım. Bunu da ancak üniversitede ve sosyal medyada yapabilirsiniz. Daha önce söylediğim gibi, her firma kendi fizibilite çalışmasını yapmalı.

Seçkin Canan: Eğer dijital dünyada bulunulacaksa sadece ürünü değil, gerçekten bir başlığı sahiplenmek gerekiyor, çünkü orada bir şey hakkında konuşuyorsunuz. Özellikle iklimlendirme sektöründe bir konuyu tam sahiplenmek gerekiyor, konuşulan konunun belli bir temada olması gerekiyor. Alarko, bu konuda sektördeki diğer firmalar için iyi bir örnek. Bir de firmalar ilk önce hedef kitlesine karar vermeli, daha sonra onlar neredeyse oraya gitmeli. Gidecekleri yer hakkında vizyon ve misyon sahipleri zaten gerisi gelecektir.

Vahide Akalın Resuloğlu: Aslında tüm konuştuklarımızın içinde en önemli bölüm "içerik". İçeriği doğru oluşturmak, yorumlamak ve yönetmek çok önemli... Hangi yollarla anlattığınızın yanı sıra içerik olarak ne anlattığınız da büyük fark yaratıyor.

■ **Teşekkür ediyorum.**
Biz teşekkür ederiz.

9 POMPA VANA KOMPRESÖR KONGRESİ

5-7 Kasım 2015
İstanbul Fuar Merkezi



ANA KONULAR

- Pompa, Vana, Kompresör ve Fan Tasarım ve Seçimi
- Sistem Verimi ve Enerji Tasarrufu
- Boru Sistemleri ve Şebekeler
- Pompa ve Vanalarda Kaviteasyon
- Kompresörlerde ve Fanlarda Kararsızlık
- Ölçme ve Kontrol
- Nano Teknoloji, Malzeme ile İlgili Sorunlar
- Tasarım ve Geliştirme HAD
- Pompa, Vana, Kompresör ve Fan Karakteristikleri
- Vanalar, Borular ve Ek Teçhizat
- Mini ve Mikro Santraller
- Sızdırmazlık Problemleri
- İşletme ve Bakım
- İç ve Dış Pazarlama
- AB Kuralları ve Standartlar

DÜZENLEYİCİ KURULUŞLAR



ITU Makina Fakültesi



Türk Pompa ve Vana Sanayicileri Derneği



ODTÜ Makina Mühendisliği Bölümü

DESTEKLEYİCİ KURULUŞLAR



BAĞLANTILI ETKİNLİK



PAWEX-COMP 2015
Pompa, Vana, Kompresör ve Vakum Teknolojileri Fuarı
5-7 Kasım 2015
İstanbul Fuar Merkezi / SALON 9 - 10

KONGRENİN AMACI

Pompalar, Vanalar, Kompresörler, Fanlar ve bunlara ilişkin tesisler üzerinde araştırma, tasarım, imalat, işletme ve pazarlama faaliyetlerinde bulunan kişileri ve ayrıca sektöre katkı yapan diğer kuruluş temsilcilerini bir araya getirip sektör faaliyet alanına giren konuların tartışılacağı bir ortam hazırlamak bu kongrenin amacını oluşturmaktadır.

KONGRENİN TEMASI

Eko-Tasarım ve Eko-Sistemler

DÜZENLEME KURULU

Kutlu Karavelioğlu (SMS)
Bülent Haciraifoğlu (Doğuş)
İbrahim Akdemir (Asteknik)
Prof. Dr. Kahraman Albayrak (ODTÜ)
Prof. Dr. Erkan Ayder (İTÜ)
Ercan Çelebi (Standart)
İsmail Gökhan Çıtak (Göksan)
Murat Çopur (Alarko)
Adnan Dalgakıran (Dalgakıran)
Can Dirin (Lupamat)
Özden Ertöz (Vansan)
Prof. Dr. Haluk Karadoğan (İTÜ)
Prof. Dr. Abdurrahman Kılıç (İTÜ)
Prof. Dr. Ali Pınarbaşı (YTÜ)
Ahmet Saraoğlu (Vastaş)
Prof. Dr. Mete Şen (İTÜ)
Sevda Kayhan Yılmaz (Kayhanlar)
Vahdettin Yırtmacı (Mas-DaF)
Nurdan Yücel (Layne Bowler)

KONGREYE BİLDİRİ İLE KATILIM

Kongreye teknik ve bilimsel bildiri sunumu, kongre konularında belirtilen konularda çalışan tüm kişi ve kuruluşlara açıktır. Bildiri sunmak isteyenlerin **13 Nisan 2015** tarihine kadar bildiri özetlerini Kongre Sekreterya'sına ulaştırmaları gerekmektedir.

Düzenleme kurulu tarafından değerlendirilecek bildiri özetleri **www.pawex.net** web sitesinde sunulan formata uygun biçimde en az 250 kelime, en fazla 400 kelime olarak hazırlanmalıdır.

Bildiri gönderim adresi: idile@etixtravel.com

BİLDİRİ ÖZETİ SON GÖNDERİM TARİHİ

13 Nisan 2015

BİLDİRİ ÖZETİ DEĞERLENDİRME SONUÇLARININ İLETİLMESİ

20 Nisan 2015

BİLDİRİ TAM METİNLERİNİN SON GÖNDERİM TARİHİ

21 Eylül 2015

BİLDİRİ DEĞERLENDİRME SONUÇLARININ İLETİLMESİ

28 Eylül 2015

KONGRE SEKRETERYASI



İdil Erkiç
E-mail: idile@etixtravel.com
www.etixtravel.com

DERNEK

Türk Pompa ve Vana Sanayicileri Derneği
Batı Sitesi Mahallesi F.S.M.
Bulvan No: 546 06370
Yenimahalle / Ankara
Telefon: 0312 255 10 73
Faks: 0312 255 10 74
E-mail: pomsad@pomsad.org.tr

Daikin Türkiye CEO'su Hasan Önder: “Farklı kanallardan farklı hedef kitlelerimizle buluşmak bizim için önemli”

Hasan Önder: “Bizim amacımız kişilere dokunmak, onlar için bir danışma noktası olmaktır. Bu yüzden sosyal medya mecralarını düzenli olarak kullanıyor, neredeyse her gün mesajlarımızı iletiyor ve 7/24 takipte olmaya çalışıyoruz. Ürün gamımız ve hedef kitemizin genişliği çoğu mecraı bize uygun kılıyor.”



■ *Daikin'in tanıtımı için sosyal medya mecraları ne kadar önemli?*

Daikin; sektöründeki liderliği, icat ve inovasyonları ile dünya çapında tanınan bir marka. Geniş ürün gamıyla hem son kullanıcıya hem de -özellikle inşaat ve iklimlendirme alanlarında- profesyonellere hitap etmesi sebebiyle de çok geniş bir hedef kitleye sahip. Dolayısıyla farklı kanallardan farklı hedef kitlelerimizle buluşmak bizim için önemli. Hedef kitle derken sadece klima satıcılarını veya müşterilerini değil; evlerinde, ofislerinde; kısacası hayatlarının büyük bölümünde klima kullananlar, klimalı ortamda bulunanlar; bu alanda eğitim alan öğrenciler vb. çok geniş bir kitleyi kastediyorum. Bu yüzden de sosyal medya stratejimizi kendimizi tanıtmak üzerine değil, Daikin Türkiye olarak iklimlendirme alanında bir referans noktası olmak üzerine kurduk. Verdiğimiz mesajlar ile sosyal medya takipçilerimizin merak ettiklerini yanıtlamayı, klima kullanımı ile ilgili onlara rehber olmayı, böylece günlük hayatlarına dokunabilmeyi amaçlıyoruz.

■ *Geleneksel mecralara göre ne gibi avantajları var, verimlilik kıyaslaması yapabilir misiniz?*

Dijital mecraların, geleneksel mecralara nazaran sağladığı sayısız kolaylık var. Ben bizim için önemli olan birkaçını sizinle paylaşacağım. Öncelikle, geleneksel mecraların aksine yeni medya, tüketici ile bir dialog

ortamı sağlıyor. Yani artık insanlara seslenmiyoruz, onlarla konuşuyoruz. Bu iki taraflı iletişim; yeni bağlar kurmamızı, mevcut bağlarımızı güçlendirmemizi sağlıyor. Bir diğer avantaj ise iletişimin anlık olması. Etkinliklerimizi anlık olarak paylaşabiliyoruz. Takipçilerimiz bizden anında yanıt alabiliyorlar. Yenidünyanın bu hızı, kısa zamanda çözümler üretmemizi sağlarken takipçilerimiz ile anı paylaşmamıza fırsat veriyor. En önemli avantajlardan bir diğeri raporlama ve analiz kolaylığı. Örneğin, sokaktaki bir billboardu kaç kişinin gördüğünü, kaç kişinin ilgilenip okuduğunu tam olarak ölçemezsiniz. Ancak Facebook'ta yayınladığınız bir mesaj için görülme oranı, etkileşim oranı, eğer paylaştığınız bir video ise kaç kişinin izlediği, kaç kişinin ne kadarını izlediği gibi verileri rahatlıkla görebilirsiniz. Kitlenizin davranışlarını, ilgi alanlarını izleme şansınız var. Yeni medyada, dialog kurduğunuz kişilerle tanışmak için çok iyi bir şansınız var.

■ *Hangi mecraları, hangi sıklıkla, hangi özelliğinden dolayı ve ne amaçla kullanıyorsunuz?*

Daha önce de belirttiğim gibi bizim amacımız kişilere dokunmak, onlar için bir danışma noktası olmaktır. Bu yüzden sosyal medya mecralarını düzenli olarak kullanıyor, neredeyse her gün mesajlarımızı iletiyor ve 7/24 takipte olmaya çalışıyoruz. Ürün gamımız ve hedef kitemizin genişliği çoğu mecraı bize uygun kılıyor. İletişimde bütünselliğimizi korurken mecraların özelliklerine göre de bazı mesajlarımızı şekillendiriyoruz elbette. Örneğin, kariyer fırsatlarıyla ilgili mesajlarımıza LinkedIn'de de ağırlık veriyoruz. Ürünlerimizin tasarım açısından taşıdığı üstün özellikler, görsellik, Pinterest ve Instagram mecralarını da bize uygun kılıyor.

■ *Bu mecraları tercihinizde etkenler nelerdir? Söz konusu mecraların etkinliklerini nasıl ölçüyorsunuz?*

Mecra tercihlerimizin sebebi doğru zamanda, doğru kişilere, doğru kanallar aracılığıyla doğru mesajı vermektir. Mecraların etkinliklerini günlük takip, raporlama ve analiz ile ölçüyoruz. Bu ölçümlerin sonuçlarına göre hem kendi davranışlarımızı hem de tüketicilerimizin davranışlarını inceliyor, iş sonuçlarımızı değerlendiriyor, her gün değişen bu yenidünyada yenilikleri takip ediyor ve sonuçta biz de değişiyor ve kabiliyetlerimizi geliştirmeye çalışıyoruz.

Domedia & Dodiji.Co CEO'su Nilgün Karataş: "Sosyal medya markalara çift yönlü bir iletişim ortamı sağlıyor."



■ Firmalar neden sosyal medyada yer almalı?

DoMedya olarak; işimiz, gücümüz iletişim. Haliyle Dodiji.co olarak yer aldığımız sosyal medyayı da iletişimin en etkili alanlarından biri olarak görüyoruz. Neden en etkili? Çünkü sosyal medya markalara çift yönlü bir iletişim ortamı sağlıyor. Hala önemini koruyan ve iletişimci olarak çok değer verdiğimiz geleneksel medya, tek yönlü bir iletişim ortamı sağlarken ya da başka bir ifadeyle tepkileri

ölçümlemeniz biraz zaman alırken, sosyal medya çift yönlü iletişim ve etkileşim olanağı tanıyor.

Burada şu noktaya değinmek gerekebilir; markalar genellikle sosyal medyayı sadece bir pazarlama aracı gibi görebiliyor. Genellikle sonuç ise; hayaller potansiyel müşteri gerçekler mevcut müşteri şeklinde oluyor. Potansiyel müşterileriniz sizi sessizce izlerken, markanızla iletişime geçenler, mevcut müşterileriniz özellikle de memnun edemediğiniz müşterileriniz olacaktır. Bu durum sevimsiz gibi görünse de bir marka için aslında bulunamayacak bir nimet, elbette sosyal medya yönetimini profesyonelce yapan markalar için... Düşünsenize memnuniyetsiz bir müşteriniz, size ilişkin şikayetlerini arkadaşlarına, çevresine anlatıp dursa ve bundan sizin haberiniz olmasa... Ya da sosyal medya hesabınıza bir mesaj atsa, siz hemen onun sorunu ile ilgilenseniz ve o da arkadaşlarına 'bir tweet attım hemen aradılar' diye anlatsa... Hangisini tercih edersiniz?

Bu nedenle ister bir ürün üretin, ister bir hizmet sunun başkalarına dokunan her ne iş yapıyorsanız yapın sosyal medyada olmak zorundasınız, çünkü herkes orada.

Markalar neden sosyal medyada olmalı sorusuna verilen yanıtlar arasında satış odaklı yanıtlar bir ya da ikinci sırada mutlaka yer alır. Ancak biz dodiji.co olarak satış, bir markanın sosyal medyada yer alma nedenleri arasına değil de sonuçları arasına koymayı tercih ediyoruz.

Açıkçası doğrudan satış hedefleyen, reklam kokan paylaşımların potansiyel alıcılar üzerinde olumsuz bir etkisi olduğunu gözlemledik. Şöyle ki; bir fırsattan, bir faydadan, bir yenilikten söz ediyorsanız ilgi çekebilirsiniz, bu sosyal medyada takdir gören bir davranış. Ancak, takipçileriniz kendisine bir şey vadetmeyen -en azından eğlendirmeyen- reklamlarınızı sosyal medyada görmek istemiyor. 'Doğru içerik-etkili görsel' sosyal medyanın ilk kuralı...

Kendinizi en doğru şekilde ifade eder, ürününüzü, hizmetinizi özünde sağladığınız faydayı en yalın nasıl anlatırsanız hedef kitleniz de sizinle o ölçüde yakınlık kuruyor ve bu rekabet ortamında size şans tanıyor. Sosyal medyadaki paylaşımlarınıza bir TV reklamı mantığı ile planlıyor ve bir TV reklamından beklediğiniz sonuca oluşmak için yapıyorsanız hayal kırıklığına uğrayabilirsiniz.

Sosyal medyada reklam bile yapıyorsanız -ki yapmalısınız- sizi en iyi anlatan, tanımlayan, samimi paylaşımlar yapmak zorundasınız. Şu noktaya da dikkat çekelim; bizce her marka sevimli ve sempatik olmak, her paylaşımında ince espriler yapmak zorunda değil. Nedense herkes sosyal medyada kendini komik olmak zorunda hissediyor. Bize göre böyle bir zorunluluk yok, olmamalı da. Çünkü her bir markanın kendine has kimliği, kişiliği, duruşu var... Bir çikolata üreticisi ile bir kimya şirketinden aynı tavrı sergilemelerini bekleyemeyiz, hedef kitlesi farklı iki otomobil markası bile aynı tavrı sergilememeli... Sosyal medyada herkes kendi marka kimliğine ve hedef kitlesine göre bir dil geliştirmek durumunda. Ortak tek nokta; samimiyet olmalı. Çünkü sosyal medya bir markanın, paydaşları ile birebir diyalog kurabileceği bir ortam, o nedenle kendiniz olmalı ve kendinizi en samimi şekilde ifade edebilmelisiniz. İnsanlar bunu anlar ve sizi sever. Markalara gösterilen sevginin en önemli ifadesi de satın alma olduğuna göre...

Toparlayacak olursak; şirketler sosyal medyada yer almak durumunda, hem de profesyonel ekiplerle birlikte. Ve günümüzde bu bir tercih meselesi değil, bir zorunluluk...

■ Sektör firmaları hangi mecraları, hangi nedenle daha çok tercih ediyorlar?

İklimlendirme sektöründe markaların sosyal ağlara dahil olmayı biraz geç keşfettiğini, ancak giderek daha etkin olduklarını gözlemliyoruz. Takip ettiğimiz markaların ağırlıklı olarak Facebook'ta aktif olduklarını, Instagram ve Twitter'da da varlık göstermeye çalıştıklarını, Google Plus'ı olmazsa olmaz olarak değerlendirdikleri kanısındayız. Diğer mecralarda ise genellikle bir hesap açılmış olduğu için bulunuyorlar. Ancak şunu rahatlıkla söyleyebiliriz ki; sektörde genellikle sosyal medya çalışmaları Facebook'a göre konumlanıyor. Instagram, Twitter'ın yanı sıra Vimeo, Youtube gibi video ağırlıklı paylaşım ağları yıllar içinde paylarını artırsalar bile Facebook liderliğini koruyor. Dönüşüm oranlarına bakılınca Facebook'un tercih edilmesi de gayet normal.

■ Sosyal medyayı kullanan firmaların paylaşımlarını içerik olarak nasıl değerlendiriyorsunuz?

Çoğunlukla bir mesaj verme, dikkat çekme telaşı yaşandığını, bunun da iletilere yansıdığını görüyoruz. Dönem dönem çok yaratıcı, kreatif işlere de imza atılıyor. Ancak şirket özelinde değil de genel bir değerlendirme yapacak olursak; bize göre şu an için en önemli konu bu değil. Sosyal medyada yerini almak ve iyi bir şeyler yapmaya çalışmak başlangıç için çok değerli bir çaba. Aldığınız geri bildirimlerle, yaptığınız ölçümlerle paylaşımlarınızı hedef kitlenize göre şekillendirmeniz mümkün. Yani içerikler iyileştirilebilir, geliştirilebilir... Asıl önemli olan sosyal medyada takipçileriniz ile nasıl bir iletişim kurduğunuz. Ne yazık ki pek çok marka hala sosyal medyayı reklam panosu gibi kullanıyor. Analiz firması Socialbakers'ın yaptığı bir araştırma Türkiye'de markaların, Twitter üzerinden gelen soruların sadece yüzde 17'sine yanıt verdiğini gösteriyor. Yani 100 sorudan 83'ü yanıtız kılıyor. Oysa sosyal medyayı değerli ve önemli kılan şey; iletişim ve etkileşim...

Bu kadar yoğun sosyal medya kullanımının olmasına kayıtsız kalınamaz

DemirDöküm / Yönetim Kurulu Üyesi Erdem Ertuna: “Türkiye’nin en köklü iklimlendirme markalarından biri olarak, ürün ve hizmetlerimiz hakkında doğru bilgileri tüketicilere ilk elden ulaştırabilmek adına sosyal medya mecralarını önemli bir araç olarak görüyor ve kullanıyoruz.”



Türkiye’nin en köklü iklimlendirme markalarından biri olarak, ürün ve hizmetlerimiz hakkında doğru bilgileri tüketicilere ilk elden ulaştırabilmek adına sosyal medya mecralarını önemli bir araç olarak görüyor ve kullanıyoruz. Diğer yandan, müşterilerimizden gelen öneri ve geri bildirimlere de hızlıca bu kanal üzerinden erişiyor olmak ve onlarla iletişime geçip, cevap vermek için de önemli bir kanal olarak değerlendiriyoruz.

■ **Geleneksel mecralara göre ne gibi avantajları var, verimlilik kıyaslaması yapabilir misiniz?**

Geleneksel mecralara göre en büyük avantajı erişim maliyetlerinin daha düşük olması. Sosyal mecralarda yaptığımız reklam yatırımının sonuçlarının rakamsal olarak net bir şekilde görebiliyoruz.

Hedeflemeleri net bir şekilde cinsiyet, yaş, il, ilçe ve ilgi alanlarına göre yapabiliyoruz. Kampanya süresinde daha iyi performans gösteren mecralara veya hedeflemelere yatırımımızı kaydırarak performansını süratle geliştirme fırsatımız oluyor.

Bunun yanı sıra bayilerimizle ortak yerel kampanyalarımızı bu mecralardan destekliyoruz.

■ **Hangi mecraları, hangi sıklıkla, hangi özelliğinden dolayı ve ne amaçla kullanıyorsunuz?**

Facebook, Türkiye’de en çok tercih edilen sosyal medya platformu olması açısından çok tercih ettiğimiz bir kanaldır. Haftada 7 gün içerik paylaşıyoruz. Kampanyalarımızı da geleneksel mecralarla paralel olarak bu kanalda da duyuruyoruz.

Twitter’da ise çok hızlı bir bilgi akışı yaşanıyor. Bu kanalı daha çok müşteri memnuniyeti açısından aktif olarak kullanmayı tercih ediyoruz. Burada da haftada 7 gün içerik paylaşıyoruz. Twitter üzerinde mevcut reklam modellerinde daha seçiciyiz ancak kampanya dönemlerinde kampanya tipine ve hedeflerine bağlı olarak kullanıyoruz.

Youtube kanalımızı 2 milyonun üzerinde izlenme ile aktif olarak kullanıyoruz. 60. yıl kampanyamız çerçevesinde hazırlanan internete özel dört kısa filmi, anneler günü videomuzun yanı sıra TV reklamlarımızı da bu kanalda kampanyalarla eş zamanlı olarak

■ **Firmanızın tanıtımı için sosyal medya mecraları ne kadar önemli?**

2014 sonu itibariyle Türkiye’de aktif sosyal medya hesabı olan kişilerin nüfusa oranı %55’tir. Nüfusun bu kadar yoğun bir oranda sosyal medya kullanımının olması markamız için de çok önemli bir veridir.



yayın ediyoruz. Ayrıca pre roll reklamlar da kullanıyoruz. Geçtiğimiz aylarda yeni çıkan kombimiz Nitron Plus için hazırladığımız kullanım klavuzu video infografik oldukça ilgi gördü.

DemirDöküm olarak Instagram'da da varız. Hali hazırda bir reklam modeli bulunmayan instagramda lifestyle ağırlıklı ancak daha düşük frekansta bir iletişim tercih ediyoruz.

Bunun yanı sıra potansiyel müşterilere ulaşmak amaçlı mikro siteler, facebook uygulamaların da dö-nemsel olarak kullanıyoruz.

■ **Bu mecraları tercihinizde etkenler nelerdir? Söz konusu mecraların etkinliklerini nasıl ölçüyorsunuz?**

Türkiye için konuşursak, 16- 64 yaş arası internet kullanıcılarının günde ortalama 2 saat 17 dakikası televizyon karşısından geçerken aynı kişilerin internette geçirdikleri süre ortalama 7 saatin üzerinde. Dolayısıyla kampanya duyurularında geleneksel mecralarla beraber dijital ve özellikle sosyal medya platformlarını beraber yürütüyoruz. Bu sayede TV seyredirken reklam arasında sosyal medyada dolaşan hedef kitlemizi, tercih ettiği sosyal medya kanalı üzerinden de bilgilendirebilirim.

Bu mecraları tercihimizdeki en önemli etkenlerin başında hedef kitlemize geleneksel mecralara kıyasla

daha ekonomik alternatif (son yıllarda artan fiyatlarla rağmen) maliyetlerle erişim imkânı sağlıyor olması. Sadece reklam amaçlı değil ayrıca sunduğumuz ürün ve hizmetler hakkında doğru bilgilendirmenin de internet ve sosyal medya platformlarında eksiksiz bir şekilde yer alması gibi bir sorumluluğun da bilin-cinde olarak iletişim yapıyoruz.

Yine sosyal medyada kampanyanın performansı ile ilgili ölçümleri neredeyse gerçek zamanlı almak ve oradaki reaksiyonlara göre optimizasyon yapmak mümkün.

Örnek vermek gerekirse son yıllarda markaların git-tikçe başvurdukları video pre roll reklamlarda ortalama izlenme süresini tespit ederek videonuzdaki içeriği veya iletmek istediğiniz mesajı bu sürelerle göre konumlandırma imkanına sahipsiniz. Geleneksel mecralarda da bunu yapmak mümkün ama sosyal mecrada bunu yapmanın maliyeti çok daha düşük. Nihai performans kriterimiz markamıza ait kurumsal web sitesi, marka sayfaları gibi dijital varlıklara erişimdir. Sosyal medyada ve dijital mecralarda yaptığınız iletişimin ne kadar etkin olduğunu günün sonunda sayfanızda veya kurumsal web sitenizdeki ilgili sayfa/içeriğe çektiğiniz trafik bu trafiğin ne kadarının ürün ve hizmetlerinizle ilgili daha detaylı bilgi talep ettiğiyle ilgilidir.

Armacell hızlı başladı

Armacell Yalıtım A.Ş. Satış ve Pazarlama Direktörü Koray Sarı:
“Türkiye’nin bir yatırım cenneti olması hepimizin menfaatinedir.”



“Yalıtım ürünleri pazarında ki esnek yalıtım köpüklerinde dünya lideri ve ayrıca mühendislik köpükleri alanında da önde gelen tedarikçilerinden olan Armacell, Türkiye’nin önde gelen yalıtım malzemeleri üreticisi OneFlex’i bünyesine katarak ülkemize girdi.” Armacell’in, OneFlex’i bünyesine katması, 24 Nisan tarihinde gerçekleştirilen basın toplantısında bu cümle ile duyurulmuştu, devam eden süreçte gelişmeleri, yeni ismiyle Armacell Yalıtım A.Ş.’nin Satış ve Pazarlama Direktörü Koray Sarı’dan aldık.

▪ **Satın alma süreci pazara nasıl yansıdı?**

Dünya devi olan Armacell Türkiye’de Oneflex’e yatırım yaptı. Dolayısıyla bu satın alma süreci pazarda hemen etki yarattı. Şimdi insanlar bunun etkilerini merak ediyorlar. Aybaşından beri bayilerimizin bulunduğu illeri geziyorum. İnsanlar bundan sonra Türkiye’deki iş planımızın nasıl olacağına dair bir merak söz konusu.

▪ **Lansmanda anlattınız ama biraz daha detaylı olarak anlatmanız açısından soruyorum, bundan sonra neler olacak?**

Bu birleşmeler ilk önce insan kaynakları tarafında başlıyor. Altyapı, bilişim, IT, muhasebe-finans şeklinde süreç ilerliyor. Önce kendi işletmelerini, altyapılarını, kurgularını anlatıyorlar ve yavaş yavaş dönüştürüyorlar. Bu iş daha sonra üretim, teknoloji ve pazarlamaya doğru sirayet ediyor.

Burada hemen belirtmeliyim ki, iş planımızda bir sapma yok. Bu yıl için hedeflerimizde bir sapma yok.

Armacell ve pazardaki diğer üreticiler standart birtakım sertifikalara sahip ürünler üretiyor. Fakat Armacell’in aynı zamanda çok özel, teknik mühendislik ürünleri de var, bu ürünler bir üst noktada; daha performanslı, duman çıkartmayan, yanmayan, aside dayanıklı ürünler... Armacell’in dünyadaki toplam cirosunun %50’si HVAC sektöründe. Geri kalan %50’lik kısmı da teknik mühendislik, endüstri sektöründe. Dünya genelindeki bu 50-50’lik oranı Türkiye’de de yakalamak istiyorlar. O noktaya doğru planlar yapılacak. Bu planlar içerisinde marine sektörü, ulaşım sektörü, hızlı trenler, özel iş merkezleri, AVM’ler, okul ve hastaneler gibi projelerde kullanılacak özel ürünler var, bunların pazarlanması gündemimizde.

Bundan sonra ne olacak sorusuna bu projeler ve ürünlerle cevap veriyoruz, biz bu ürünleri getireceğiz diyoruz. Elbette rekabet devam edecek, fiyat rekabetini zaten her zaman sürdürmemiz gerekiyor. Ayrıca bunun yanına bu teknik, mühendislik ürünlerini koyacağız. Orada bu ürünlerin karşısında yerel herhangi bir üretici yok, uluslararası üretici sayısı da oldukça az. Biz endüstriyel alana biraz daha yoğunlaşacağız. Bununla ilgili de bir sonraki lansmanımızı sektörün profesyonellerine yapmayı planlıyoruz. Bu profesyoneller de; mekanik projeciler, mekanik tasarımcılar ve mekanik müteahhitler. 250 firmanın içerisinde 40-50 büyük müteahhit firmamız var, onlara yönelik çalışmalarımız olacak. Onların projelerinde yer almak için yeni süreci, yeni ürünleri anlatacağız. Şu anda birleşme sonrası gelişen 4-5 aylık süreç bu, yıl sonuna kadarki planlarımız da yaklaşık olarak bu şekilde.

■ **Pazarın durumunu nasıl görüyorsunuz yani siz bunları yapıyorsunuz ama böyle bir talep var mı?**

Pazar her sene, inşaat sektörünün büyümesiyle, yapılan yatırımlarla, ülke ekonomisiyle orantılı bir şekilde değişiyor. Buna bağlı olarak da bizim ürünlerimiz de bu süreç içerisinde kendilerine bir yer ediniyorlar. Biz sadece Türkiye pazarına bağlı çalışmıyoruz, ciromuzun yaklaşık %35'i ihracat kaynaklı. Açıkçası şu anda Türkiye pazarında bir daralma var, İMSAD ve İSİB raporlarından anlıyoruz. Türkiye ekonomisine baktığımız zaman son 8 yılda ortalama %3,3'lük bir büyüme söz konusu. Yatırımlara baktığınızda ise inşaat sektöründe %5-6 oranında bir büyüme gözüküyor, son 3-4 yılda hep bu oranda ilerledi. Şu anda bu koşullar altında inşaat sektörü büyümeye çok elverişli gibi gözüküyor. Fakat biz hedeflerimiz doğrultusunda daralan pazardan daha çok pay almaya çalışıyoruz. Eskiden büyük pazarda daha rahat hareket ediyorduk, herkes çok fazla rekabetle karşılaşmadan hedeflerine ulaşma yolunda ilerliyordu. Bu sefer daraldıkça agresifleşmeler başlıyor, pazara yeni oyuncular geliyor, böyle olunca da üretici firmaların satış ve pazarlama stratejileri keskinleşmeye doğru gidiyor. Bakın dolar 2,74 oldu, eskiden olsa zamlar açıklanırdı. Bir aydır hiçbir üreticiden ne zam haberi duyuyorum, ne fiyat artışı duyuyorum. Önceden frene basıp ürün sevk etmezlerdi, şu anda hala kıyasıya mücadele var.

■ **Yılın ilk yarısı itibariyle yıl sonu hedefleriniz ne durumda?**

Biz başarı kriterimizi, hedeflerimizin %95'ini gerçekleştirmeye özdeşleştirdik, bu oranın altını gerçek başarı olarak görmüyoruz, %5'lik bir sapmaya tahammülümüz var. Şu anda Haziran ayını %97'lik bir oranla kapatacağız gibi gözüküyor ama tabi ki önümüzdeki günlerde ülke ekonomisinde neler

olup biteceği ile ilgili tedirgin bekleme söz konusu. Sonuç itibariyle ciddi anlamda ithalat yapan bir ülkeyiz, bu süreçler bizi olumsuz etkileyebilir.

■ **Bu birleşmenizle ilgili aldığınız tepkiler nasıl?**

Farklı şeyler söyleyenler var, mesela; "...tam 5 yılınızı doldurmuştunuz, pazarda isminiz duyulmaya başlanmıştı, Oneflex olarak keşke bir yerli sermayenin bünyesinde kalsaydınız." diyenler var. Bir taraftan da "...böyle büyük bir yatırımcıyı buraya getirdiğimiz için ülke ekonomisi adına katkı sağladınız." diyenler var.

■ **"İTALYA'YA ONEFLEX MARKASIYLA MALZEME SATIYORUZ"**

Bu firma buradan bir hisse senedi satın almadı yani borsaya girmedi, burada bilfiil yatırım yapacak, teknolojiye, insan kaynaklarına yatırım yapacak, aynı zamanda finansal olarak ciddi büyük bir firma ve kazandığını da bu ülkede vergi olarak ödeyecek. Bu ülkedeki üretim üssü üzerinden Ortadoğu'yu, Kuzey Afrika'yı, eski Sovyet bloğunu, Avrupa'nın bir kısmını beslemeyi düşünüyor. Mesela biz bugün Armacell'in yönlendirmesiyle İtalya'ya Oneflex markasıyla malzeme satıyoruz. Rekabet edemedikleri Avrupalı firmalarla Armacell'in altında bir Oneflex markası konumlandırarak onlarla rekabet içerisine girdiler, biz oralarda malzeme satıyoruz. Rusya'da bir yatırım planı var fakat Rusya'daki ekonomik belirsizliklerden ötürü gecikti, Rusya'yı da yine Türkiye'deki fabrika üzerinden beslemeyi düşünüyorlar. Bu anlamda elbette ki Türkiye'ye faydası oldu ama diğer bir yöntem de olabilirdi; her zaman örnekler veriliyor ama maalesef ülkemizden çıkan bu anlamda yurtdışında firma satın almış çok az global marka var.

■ **"BU BİRLEŞME SEKTÖRDEKİ DİĞER FİRMALARA ÖRNEK OLUR"**

Bizim sektörün en büyüklerini düşünün; dışarıda herhangi bir firmayı satın alabilecek bir pozisyona sahip değiller, bu hep anlatılıyor ama bu bir hayal. Bizim ürünümüzü düşünürsek bu sektörün 3-5 tane önemli oyuncusu var, Türkiye'deki bu firmalar gidip bunlardan hiçbirini satın alamaz. Bunları yapabilecek ne vizyonları ne de bütçeleri var ama oradaki firmalar için gelişmekte olan bir Türkiye pazarında bunu yapmak çok normal bir süreç. Onların, buradaki yeni büyüyen, genç bir firmayı satın almaları, yıllarca edindikleri tecrübe ve birikimleri burada bir sinerjiye çevirme planları daha gerçekçi. Gelen tepkilere geri dönecek olursak; %80 oranında olumlu tepki aldık diyebilirim. Armacell olduğumuz için hem içerden hem yurtdışından bizimle işbirliği yapmak adına kapımızı çalanlar var.



Belki de bu birleşme sektöründeki diğer firmalara örnek olur, onların bu şekilde bir vizyon sahibi olmalarını sağlar, en azından akıllarında bir soru işareti oluşturur. Türkiye’de bir şirket ömrü yaklaşık 12 yıl. Türkiye’de 100 yıl ve üstü kaç tane şirketimiz var? Türkiye’de 2-3 kuşak değiştirmiş şirket sayısı bir elin parmaklarını geçmiyor. Armacell gibi buraya yatırım yapan bahsettiğimiz şirketler 100’ü aşkın yıllık, artık global olmuş şirketler. Ortalama şirket ömrünün 12 yıl olduğu bir ülkede global oyunculuktan bahsetmek bana çok inandırıcı gelmiyor.

■ ***Bu birleşme sonrasında pazara bakış açınız ne yönünde değişti? Anlaşmayı yaparken çok da göz önünde tutmadığınız bir alan da açıldı diyebilir miyiz?***

Evet, öyle bir alan açıldı. Ülkemizde bu ürünle ilgili hep klasik E standart ürünler üretilmiş. Şöyle açıklayayım; yani bir araba üretilmiş ve bu arabaya hiçbir konfor ve performans katılmamış. Türkiye’de bu ürünü üreten ve satanlar hep böyle bir ürün üretmişler. Benim bu noktada hep rahatsız olduğum bir nokta da bu; sürekli kendini tekrar eden firmalar var. Yakında yapacağımız lansmanlarda vs. bunu sıklıkla vurgulayacağız, bu birleşme bize yeni bir alan açmış durumda. Bu alanda hiç kimse yok ve yabancılar yıllarca yurtdışından bu sektörleri beslemişler. Yani Armacell Türkiye’de bizimle işbirliği yapmadan önce de burada bu bahsettiğimiz özel sektörler malzeme veriyordu. Bugün tersanelerde, marine’de, otomotivde, beyaz eşyada verdikleri çok özel ürünler var. Biz bunları bu birleşme görüşmelerinde öğrendik. Biz burada rekabetle boğuşurken onlar orada tek başlarına bu ürünleri satmışlar ve ülkemizdeki firmaların hiçbirisi acaba bu ürünleri biz üretebilir miyiz diye hiç sormamışlar, bir girişimde bulunmamışlar.

■ ***Bursa’daki fabrika ne durumda? Bu birleşme sonrasında, bu bahsettiğiniz konularda, yeni ürünler, yeni yatırımlar olacak mı?***

Fabrikada şu an itibarıyla var olan eski standart üretimimiz devam ediyor fakat öncelikle yeni ürünlerle ilgili fabrikanın fiziksel olarak uygunluğuna bakılıyor. Fabrikamız değişti, şu anda 20 bin m² bir alandayız. Yeni araçlar, yeni ekipmanlar da gelecek. Ayrıca Türkiye pazarını, lokal oyuncular olarak biz belirleyeceğiz. Armacell’in 3,600 tane ürünü var, bunların hepsini üretmek zaten mümkün değil ama pazarda farklılık oluşturabilecek, etkisini hemen görebileceğimiz bazı ürünler var, bu ürünlerin sayısı 3-5 tane. Bu ürünler az önce bahsettiğim gibi hiç duman salınımı olmayan, yangında en az iki saat kaçış süresi tanıyabilen, endüstriyel tesislerde, ilaç fabrikalarında kullanılan aside dayanıklı vs. özel ürünler. Tabi bu sayıyı olabildiğince az sayıda tutup seçtiğimiz ürünlere odaklanıp onları pazara entegre etmeye çalışacağız ve bu ürünlerin seçiminde biz söz sahibi olacağız. Zaten ısrarla bizim yönetimde kalmamız isteniyor. Bu yönetimin beş yıldır süregelen başarısını bozmak istemiyorlar, bu noktada bizden gelecek bilgiler onlar için önemli.

■ ***“AVRUPALI FİRMALAR, TÜRKİYE’DEN BAŞARILI ÖRNEKLER GÖRECEK Kİ BURAYA GELİP YATIRIM YAPSIN”***

Her coğrafyanın, her ülkenin ve ekonomilerinin durumu farklı yani birçok ülkedeki başarılı firmalar yurtdışında iş yaptıkları ülkelerde kendi ülkelerindeymişler gibi hareket ettiklerinde hüsrana uğradı. Bu yüzden onları biz yönlendireceğiz. Türkiye’den bu konuda başarısız örneklerimiz var, bunlar bizim için iyi değil. Avrupalı firmalar Türkiye’den başarılı örnekler görecektir ki buraya gelip yatırım yapacak. Bu yüzden de bir sorumluluk hissediyoruz. Armacell buradaki yatırımı sonrasında başarılı olursa, arkasından büyük Avrupalı üreticiler de gelip burada yatırım yapacaklar, burası neden bir yatırım cenneti olmasın? Aynı zamanda bugün bir fabrika açıldığında oraya bir sürü istihdam yapılıyor, para kazandıkça vergi ödüyorlar, biz onların teknolojilerinden, onların çalışma anlayışından, çalışma sisteminden bir şeyler öğreniyoruz. İnsanlar bu yatırımları ülkeyi satmak gibi algılıyorlar ama durum öyle değil. Düşünün ki; bir Türk firması da gidip Rusya’da yatırım yapıyor, bu hem Rusya için hem bizim için bir kazanç. Herkes kapanıp kendi ülkesinde mi yatırım yapsın? Bu zaten mevcut durumda mümkün değil. 2002 yılında dünyanın her yerinde ekonomi canlandı, her yere dolar yağdı. Ekonomistler bunun açıklamasını şöyle yapıyor; o zamana kadar dünya ekonomisine yeterli kadar dahil olmayan Çin, Hindistan ve Rusya’nın dünya ekonomisine dahil olması buna yol açtı. Bahsettiğimiz coğrafya yaklaşık 2,5 milyar insanın bulunduğu bir coğrafya. Dolayısıyla bir anda büyük bir pazar hareketliliği oluştu. Yatırımlar, mal almalar, mal vermeler, ithalatlar, ihracatlar oldu, yatırımların yönü değişti. Bugünkü büyük firmalara bakıyorsu-

nuz; hepsinin Asya'da bir fabrikası var. Bu yüzden Türkiye'nin de bir yatırım cenneti olması hepimizin milli menfaatinidir.

■ **Alanınız tesisat yalıtımı ve tesisat yalıtımı genel yalıtımla karıştırılabilir. Alanınızın tam olarak bilindiğini, her şeyiyle tam olarak uygulandığını düşünüyor musunuz?**

Özel sektör açısından evet diyebilirim fakat kamu kurumları için aynı şeyi söyleyemem. Özel sektör bu konuda daha bilinçli... Bugün bir tesisat projesini planlarken; işin yalıtım tarafında bilinçsiz projeci veya mekanik müteahhit sayısı çok değil yani o noktada bir bilinçlenme olduğunu söyleyebilirim. Bugün hiçbir tesisat projesi, bir bina projesi yalıtımsız çıkmaz, yani binanın yapısında da tesisatında da kesinlikle yalıtım planlanır. Bazen doğru ürün seçimi noktasında yanlışlar olabiliyor. Bu noktada mineral yün kullanımı yanlış olabiliyor, ben mineral yünü çok doğru bir ürün olarak görmüyorum. Bir alışkanlık söz konusu. Bu ürünlerin uygulaması zor, teknik olarak doğru değil, sağlıklı ürünler değil, hala kanserojen madde içeren ürünler kullanılıyor. Teneffüs ettiğinizde akciğerlerinize yapışabilecek lifli malzemeler kullanılıyor ve çok gariptir kamuda özellikle de hastane projelerinde bu ürünleri görüyorum. Biz de elimizden geldiğince, dilimiz döndüğünce doğruları anlatmaya çalışıyoruz. Mineral yün, yakın coğrafyamızda da, Avrupa'da da tesisatta bir yalıtım malzemesi olarak kullanılmıyor. Bu bahsettiğim yerlerdeki ülkelerdeki projelerin %99'unun tesisatında kauçuk köpüğü kullanılıyor.

■ **Bu ayki dosya konumuzla ilgili sorularımızı size de yöneltmek istiyorum. Firmanızın tanıtımı için sosyal medya mecraları ne kadar önemli?**

Armacell bir dünya firması, geniş coğrafyalarda etkin. YouTube, Face Book, Xing, LinkedIn ve

Twitter'da etkin bir iletişimi önemli buluyor. Biz de Armacell Yalıtım A.Ş. olarak sosyal medyayı önemli buluyoruz. Armacell Yalıtım A.Ş. olarak Face Book, LinkedIn ve Twitter'da haberler, projeler, ürün tanıtım ve uygulama bilgileri, etkinliklerimiz, eğitim konulu paylaşımlarımızı artırmayı planladık. Daha etkin kullanmak için çalışmalarımız var. Facebook ve Twitter ile bilgiyi kolay paylaşıp, paylaştıklarınızın da paylaşabilmesi, YouTube ile eğitim imkanının kullanılması, LinkedIn'de profesyonellere hedefli paylaşımlarınızın karşılık bulması, gruplarında takipçilere anında ulaşım gibi tercihler söz konusu. Sektörümüz için ise bilginin paylaşılmasının önemli olduğunu düşünüyoruz.

Bu mecraları tercihinizde etkenler nelerdir? Söz konusu mecraların etkinliklerini nasıl ölçüyorsunuz?

Hızlı olması, çok kişiye ulaşmak, marka bilinirliğini artırmak, kolay tanıtım yapmak gibi avantajları cazip. Etkilerini ölçümlemek geri dönüşler ile yapılıyor. Tüketicilere ürün pazarlaması yapan bir şirket değiliz. Google Alerts'in en çok kullanılan ölçümleme aracı olduğunu söyleyebiliriz.

Firmalar neden sosyal medyada yer almalılar?

Firmaların, markaların kendi kitlesini oluşturmaları, kolay ulaşım ve marka bilinirliği ile ortak değerlerin hızlı paylaşılması en önemli nedenler olarak sayılabilir.

Geleneksel mecralara göre ne gibi avantajları var, verimlilik kıyaslaması yapabilir misiniz?

Tüm mecralar bizim için önemli. Sosyal medyayı kullanmanın ayrı bir önemi ve sorumluluğu var. Müşteriler ile hızlı ve etkileşimli iletişim kurmak, web sitesinin ziyaretçilerinin artması, arama motorlarında yükselmek, pazarlama maliyetlerinin düşmesi ile yeni müşterilere kolay ulaşım gibi avantajları sayabiliriz.



Plus Hotel Bostancı, Solfin Enerji Çözümleri ile hem akıllı hem yeşil



Plus Hotel, "Come Casual Stay Smart" motto-su üzerine kurduğu otel işletmelerine bir yenisini İstanbul kurumsal yaşamının merkezlerinden Bostancı-Ataşehir hattının tam ortasında hizmete sunuyor. Plus Hotel, otellerinde hayata geçirmeyi hedeflediği akıllı bilgi ve eğlence sistemleri, enerji verimliliği, atık azaltma, geri dönüşüm imkânları, su ve enerji tasarrufu ile birlikte çevre bilincini ön planda tutmak istiyor. Solfin Enerji tarafından projelendirilen Plus Hotel Bostancı mekanik ve otomasyon sistemleri de bu hedeflere ulaşmayı sağlayacak markaların entegre edilmesi ile oluşturuldu.

İstanbul Anadolu yakasının ilk hem akıllı hem yeşil otellerinden biri olan Plus Hotel Bostancı bünyesinde 65 oda, toplantı salonları, restoran, spa ve fitness salonu, masaj salonu, kapalı otopark bulunmaktadır. Plus Hotel Bostancı bölgesinde konumlandırılırken "iyi hizmet, iyi fiyat, mutlu misafir"

üçlüsü hedeflenildi. Abartısız ama sık, lüks değil ama kaliteli ve samimi olarak klişe bir tabir olan 'evinizde hissedin' mesajını gerçek anlamda yaşatmak istenildi.

AKILLI OTEL KONSEPTİ ZİPATO İLE HAYAT BULDU

Bu hedefleri takiben, günlük yaşam alanlarımızda her geçen gün daha sıklıkla karşılaştığımız Akıllı Ev sistemlerini, otelin her bir odasını misafirlerin evi olarak öngörüp akıllı tasarım bu şekilde yapıldı. Toplantı odaları ve executive odalarda misafirlerin ister kendi akıllı cep telefonlarından isterlerse de odalarda bulunan Zipato tablet ile odalarındaki tüm aydınlatma, ısıtma/soğutma, TV ve diğer konfor ve bilgi hizmetlerini kontrol edebilmesine olanak sağlandı.

Zipato akıllı otel çözümleri ile Plus Hotel Bostancı'da sunulan çözümler aşağıda özetlenmiştir:

- Misafir check-in işlemi takibinden otomatik olarak ısıtma/soğutma sisteminin devreye alınması ve misafirin lobby'den odaya gideceği süre içerisinde odanın sıcaklık konfor seviyesinin uygun ortama getirilmesi,
- Odaya ilk giriş yapılması ile aydınlatma ve perdelerin açılması, TV'nin Plushotel info kanalında açılarak misafiri karşılanması,
- Misafirlerin oda içinde bulundukları süre boyunca ısıtma/soğutma sistemini saatlik olarak akıllı telefon veya tablet üzerinden programlayabilmeleri,
- Misafirlerin oda içinde bulunan TV ünitelerini akıllı telefon veya tablet üzerinden kontrol etmeleri ve Zipato Android TV özelliği ile akıllı telefonlarından veya bilgisayarlarındaki görüntü, sinema ve müzik parçalarını TV üzerinden dinleme/izlemelelerinin sağlanması,
- Akıllı telefon veya tablet üzerinden oda içerisindeki aydınlatma ve perde sisteminin kontrol edilmesi,
- Akıllı telefon veya tablet üzerinden oda-servisi talep edilmesi.

Plus Hotel'de odaların yanı sıra toplantı odaları da ZİPATO akıllı sistemleri ile donatıldı. Toplantı odalarına yerleştirilen tabletler üzerinden aydınlatma,



perde, ısıtma/soğutma sistemi kontrol edilebildiği gibi projeksiyon cihazı ve sunum perdeleri de otomatize edilerek toplantı senaryoları ile toplantı yapacak misafirlerin konforu ve iş kolaylığı hedeflenmiştir.

Zipato akıllı otel çözümleri ile misafirlere sunulan konfor ve eğlence faydalarının yanı sıra, Zipato Plus Hotel operasyonel işleyişine ve enerji tasarrufuna da büyük katkı sağladı. Oda içlerine yerleştirilen özel sensörler ve bu sensörlere uygun tasarlanan mantıksal kurallar ile misafir oda içerisinde olmadığında, kartlı energy saver sistemi bypass edilmiş olsa bile, aydınlatma ve ısıtma/soğutma sistemi otomatik olarak devre dışı bırakılarak enerji israfının önüne geçilmektedir.

Plus Hotel Bostancı'da gerek misafirlere gerekse de otel yönetimine sağlanan akıllı çözümlerde Zipato'nun tercih edilmesindeki en önemli nedenlerden başlıcası kolay ve hızlı uygulanmasıdır. Zipato'nun kullandığı global bir standart olan Z-wave kablosuz altyapı sayesinde, oteller ve her türlü yaşam alanı ister inşaat halinde olsun, isterse de dayalı döşeli olsun, kırma, dökme, kablo çekme kesinlikle yapılmamaktadır. Binaların mevcut tasarımına ve altyapısına zarar vermeden, estetik görünümüne etki etmeden, mevcut priz ve anahtarlarınızı değiştirmeden hızlı ve kolay kurulum imkanı sunulur.

YÜKSEK VERİMLİ İKLİMLENDİRME SİSTEMİ

Akıllı otomasyon sistemlerinin yanı sıra mekanik tesisat donanımı da Zipato'nun Türkiye Distribütörü Solfin Enerji'nin projelendirme ve süpervizörlüğünde yapıldı.

Projelendirme ve uygulama boyunca enerji verimliliğine, misafirlerin en üst düzey konforuna, operasyonel giderlerin ölçülebilirliğine ve uzun-operasyonel yaşam sürelerine dikkat edilerek marka ve model tercihleri yapılmıştır.

Otel altyapısında kullanılan klima santralleri, ısı geri kazanım ci hazları, merdiven ve asansör basınç-

lanırma fanları, yangın duman tahliye fanları, tüm egzost fanları ve mutfak davlumbaz fanları Ventas markasından tercih edildi. 300 metrekarelik üstü açılır kapanır restoran kısmında Ventas DX bataryalı ısı geri kazanımlı dik tip klima santrali uygulandı. Santral çıkışında ise Metal Sistem dekoratif boyalı Spiro kanallar ile havalandırma yapıldı.

Plus Hotel Bostancı misafirlerinin kışın ısınma yazın da serinleme ihtiyacı Daikin sistemlerine emanet edildi ve Daikin Heat-Pump VRV sistemler kullanıldı. VRV sistem projelendirilirken enerji verimliliği ve misafirlerin konforu, otel binasının cam giydirmesi da dikkate alınarak 4 farklı zona ayrıldı ve toplantı salonları dış üniteleri ana sistemden ayrıldı. Toplam 83 adet iç ünitenin merkezi kumanda aracılığı ile tüm binanın VRV Sisteminin internet üzerinden kontrol edilmesi sağlandı. Öte yandan, Zipato Akıllı Ev sistemleri ile entegre edilen odadaki iç üniteleri misafirlerin akıllı telefon veya tabletlerinden de kontrol edilebilir hale getirildi.

DAYANIKLI VE ENTEGRE MEKANİK TESİSAT

Yangın koruma sisteminde Victaulic Marka kaplinler, Sidewall, Pendent, Upright Sprinklerler ve izlenebilir kelebek vanalar kullanıldı. Yangın pompası olarak da Wilo markası tercih edildi.

Binanın sıcak su temini için de kazan dairesinde Buderus Kaskad Sistem kullanıldı ve yine Buderus Dik Tip Boylerler ile otelin kullanma sıcak suyu temini edildi. Ana kullanma suyu hidroforları ve Zon Pompaları da Wilo olarak tercih edildi.

Tüm bu ürünlerin uygulanması, koordinasyonu ve devreye alma noktasındaki hizmetleri ise Bahçelievler merkezli Ozan Isı firması tarafından sağlanmıştır.



TED Üniversitesi de Buderus'u tercih etti

Avrupa'nın önde gelen termoteknoloji markası Buderus, Ankara'daki TED Üniversitesi genişleme projesinin ısıtma ve soğutma sistemleri için tercih edildi. Toplam 6 bloktan oluşan 30.500 m² inşaat alanına sahip yenileme projesinde ısıtma sistemi için 5 adet Buderus Logano Plus GB402-620, soğutma sistemi içinse 18 adet LG Multi V IV dış ünite kullanıldı.



Isıtma- soğutma sistemleri sektörünün lider markalardan Buderus, Türkiye'deki birçok otel, toplu konut, üniversite gibi büyük yapı projelerinde enerji verimli ısıtma sistemleriyle tercih ediliyor. Ankara'da yapımı süren TED Üniversitesi genişleme projesi de Buderus'un enerji verimli ısıtma sistemleri ve çözümlerini tercih eden büyük yapı projeleri arasında yer alıyor. Buderus Ankara Platin Bayisi Aktif Mühendislik Grup şirketi Bac Enerji, TED Üniversitesi genişleme projesinin tüm mekanik taahhüdünü üstleniyor. Proje kapsamında verimli, kaliteli ve ekonomik çözümler önerilirken ürünlerin çevre dostu olmasına da dikkat ediliyor.

Hali hazırda kullanılmakta olan tesisler ile birlikte 5000'e yakın öğrenci, 200 akademisyen ve 80 idari personeli mekan sağlayacak olan TED Üniversitesi genişleme projesi kapsamında, ilk ve orta okul binalarından oluşan tesiste yer alan ve Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kurulu tarafından tescil edilmiş G, B ve H blok korunarak, diğer binalar yıkılacak. Yıkılan binaların yerine avlunun törensel karakterini koruyan ve yanı sıra günün gerektirdiği unsurları da barındıran yeni yapılar inşa edilecek. Bununla birlikte diğer bloklarda olimpik yüzme havuzu, basketbol (antrenman) sahası ve açık tenis kortu gibi spor

kompleksleri inşa edilecek. Bloklardan bir bölümü ise amfiler, akademisyen ofisleri ve mimarlık bölümü stüdyoları ve kütüphane için kullanılacak.

2014 Mart ayında başlayan projede şu ana kadar toplam ısı kapasitesi 3.100KW olan 5 adet Buderus Logano Plus GB402-620 kW kullanıldı. Soğutma sistemlerinde toplam dış ünite kapasitesi 210 HP (590 KW) olan 18 adet LG Multi V IV dış ünite tercih edildi. Proje kapsamında duvar tipi, kaset tipi ve gizli tavan tipi olmak üzere üç farklı iç ünitelerden toplam 148 adet kullanıldı.

ISITMA SİSTEMİ

Toplam Isıtma Kapasitesi: 3.100KW
Kullanılan cihaz: LOGANO PLUS GB402-620 kW - 5 AD.

SOĞUTMA SİSTEMİ - LG MULTI V IV

Toplam VRF Dış Ünite Kapasitesi: 210 HP (590 KW)
Toplam Dış Ünite Sayısı: 18 Ad. (Multi V IV)
Toplam VRF İç Ünite Sayısı: 148 Ad. (duvar tipi, kaset tipi, gizli tavan tipi)



ESERİNE İYİ BAK TÜRKİYE!

Güneşli günler başlıyor...

Koyduğunuz milyonlarca tuğlayla Avrupa'nın ilk, ülkemizin en donanımlı Onkoloji Kenti ve Hastanesi LÖSANTE açıldı...

%100 başarı hedefimizle artık hiç kimse kansere karşı yalnız olmayacak.

Bu büyük esere iyi bakalım ve destek olmaya devam edelim.

www.birtugladasenkoyarmisin.com

Hastane Otel

LSV Okulları

LÖSANTE
Çocuk ve Yetişkin Hastanesi

Güneşli yılları görebilmem için...

**Bir tuğla da
siz koyun!**

Yıllardır el ele vererek birlikte kışın gelmiş gıcıkımızı
hayatta tutuyoruz.
Bugün ülkemizin en donanımlı Onkoloji Hastanesi'ni kurarken de
biz yine bir araya gelmişizdir.

LÖSEV
Lösemili Çocuklar Vakti

LÖSEV KENT
Lösemili Çocuklar Vakti & Onkoloji Kenti

LÖSEV
Lösemili Çocuklar Vakti

LÖSEV
Lösemili Çocuklar Vakti

Teknoklima, Otonomi'yi Samsung DVM S'le hayata geçiriyor



Teknoklima, Başkent Ankara'da Turgut Özal Bulvarı üzerinde, Esenboğa Havalimanına 3 Km. mesafede, Planlanan Metro hattına Entegre konumu, Ankara Fuar Alanı olarak geliştirilecek Özel Proje Alanı (ÖPA) ile çevrelenmiş ayrıcalıklarla dolu bir proje olan Otonomi'yi hayata geçiriyor.

Master planlaması ve Konsept tasarımı, İstanbul Uluslararası Finans Merkezi, Hoşdere ve Zekeriyaköy Kentsel Tasarım, Vaditepe Bahçeşehir ve Tema İstanbul gibi İstanbul'a değer katan projelerin müellifi Özgüven Mimarlık tarafından yapılan Otonomi'nin, uygulama projeleri ve diğer disiplin-

lerle koordinasyonu ise Nada Proje, Mekanik tasarımı Efeler Proje tarafından yapılmıştır.

Otonomi'de, 375.000 metrekarelik bir alan üzerinde, 551 adet oto showroom, 15 adet oto servis, 10 adet oto plazanın yanı sıra projeye, kampüsün tüm ihtiyaçlarına cevap verebilecek nitelikte ve ikinci el oto satışının ihtiyaç duyduğu banka, noter, sigorta gibi ilave fonksiyonlar Entegre edilmiş, akaryakıt istasyonu, cami, misafir araç parkları, rekreasyon alanları eklenerek karma fonksiyonlu bir yapı bütünü oluşturulmuştur.





Isıtma ve Soğutmanın Samsung DVM S, VRF sistem ile yapıldığı projede, tamamlandığında 2.500 adet in üzerinde değişik kapasitelerde Orta Statik Basıncılı Kanallı iç ünite, 500 'e yakın dış ünite kullanılmış olacaktır. Tüm dış üniteler Modüllerin altında bulunan 2.000 m² Otopark alanlarda konuşlandırılmış, yapılan özel kaide ve kanal uygulamaları ile maksimum performansta çalışması hedeflenmiştir. Samsung 'un düşük sıcaklıklardaki ısıtma performansı, tercihte önemli bir etken olmuştur. Buhar Enjeksiyonlu kompresör teknolojisi, akıllı Defrost algoritması, yüksek verimli plakalı eşanjör gibi özellikler sayesinde tüm rakiplerine göre ısıtmada problemsiz kullanım özelliği kazandırmıştır.

Projede birçok mağaza ortak dış ünite ile iklimlendirilmektedir. Bu sebeple her iç ünitenin ve her mağazanın, ne kadar elektrik sarfiyatı yaptığının takip edilmesi, ölçülmesi ve kullanıcılara fatura bedeli olarak bildirilmesi gerekmektedir. Bu amaçla tüm siste-

min elektriksel çalışma bilgilerini izleyen Güç Paylaşım sistemi ve ekipman olarak SAMSUNG DMS'ler, Wattmetreler ve akım trafoları kullanılmıştır. Kurulan sistem ile iç ünitenin kapasitesine ve çalışma süresine göre dış ünitelerden tüm bilgiler alınmakta ve % 99 doğrulukla her kullanıcının ne kadar elektrik sarfiyatı yaptığı Excel tablo olarak sunulmaktadır. Samsung, otomasyon konusunda kullanıcılara tek bir bilgisayar monitörü üzerinden 4.200 adet iç üniteyi kontrol edebileceği gibi, her iç üniteyi zaman, performans ölçümlemesine izin vermektedir.

Projeye özel olarak merkezi izleme ve kontrol programı Zen Manager de kullanılmıştır. Bu sayede Samsung Seul Merkez ofisinde ki bir Server ile sistemin tüm çalışma değerleri ve arıza bilgileri izlenmekte, kullanıcının yaşadığı arızalar anında merkez servise aktarılarak problemin hızla çözülmesi sağlanmaktadır. Otonomi projesi bu sistemin kullanılacağı ilk pilot projelerden biri olacaktır.



Mükemmeliyetçi misiniz?



- ✓ Çalışanlarınızın verimliliğinin, iç hava kalitenizden kaynaklanan sıkıntılar sebebiyle %40'lara kadar düşebileceğini biliyor musunuz?
- ✓ Müşteri memnuniyeti amacıyla yapılan anketlerden en çok sıkıntı yaşanan durumlardan birisinin iç hava kalitesi sorunu olduğunu biliyor musunuz?
- ✓ Tasarım ve Uygulama arasındaki farkların giderilmesi için en etkili çözümün **TEST-AYAR-DENGELEME (TAD)** olduğunu biliyor musunuz?
- ✓ ISKAV sadece çalışanlarınızı ve müşterilerinizi düşünmüyor! Aldığınız **TAD** hizmeti sayesinde projeye uygun çalışması sağlanan mekanik tesisatınız **daha az enerji tüketerek çevre dostu oluyor, hem de maliyetlerinizi düşürerek faturalarınıza yansıtıyor!**

*Bağımsız, tarafsız ve sektörün öncü kuruluşu olan ISKAV, deneyimli ve uzman **TAD** Ekibi ile iç hava kalitesi konusunda çözüm ortağınız. ISKAV **TAD** ekibinin sunduğu hizmet sayesinde iklimlendirme sisteminizin enerjisini en iyi kullanan, çevreye ve faturalarınıza dost sistemlere dönüştürebilirsiniz.*



Isıtma Soğutma Klima Araştırma ve Eğitim Vakfı
Yıldız Teknik Üniversitesi Meslek Yüksekokulu
Büyükdere Cad. No: 69, 34398 Maslak - İstanbul
Tel : +90 212 285 00 40 • Fax: +90 212 285 00 29



TAD Nedir?

TAD hizmeti; başta endüstriyel sanayi sistemleri, hastahaneler, ilaç fabrikaları, üretim tesisleri, temiz odalar ve yönetim binaları olmak üzere mekanik tesisat sistemlerinin projelerine ve şartnamelerine uygunluğunun test edilmesini, ayarlarının yapılmasını, balanslanmasını, işletmeye alınmasını ve tüm bu işlemlerin uluslararası standartlara göre raporlanmasını içerir.

teknik

Yeni Seri Üiversal Kondenselerde Konstrüksüyon

Hayati CAN
Makina Mühendisi
Friterm İş Geliştirme Müdürü



Tasarım kriterlerinin içindeki en önemli başlıklardan birini konstrüksüyon oluşturmaktadır. Bu nedenle kondenser tasarımları gözden geçirilmiş ve işletme yönünden ideal ve ekonomik tasarımlar oluşturulmuştur.

Fan Çapı 500 mm, 630 mm, 800 mm ve 910 mm olarak belirlenmiştir.

Fan çapları sektörde en yaygın kullanım aralığına göre belirlenmiştir.

Dış Kasa ve Fan Davlumbazı Kaplamalı Galvanizli Çelik Olarak Belirlenmiştir.

Kondenser dış kasasının ve davlumbazının muhtelif iklim şartlarında çalışmaya uygun ve güneş ışığını yansıtma kabiliyeti yüksek bir renkte (Ral 7044) kaplanmaktadır. Ürün tasarımlarımız dik kullanıma uygun olarak üretilmiştir. İlave şase sistemleri ile istenirse yatık olarak da kullanılabilirler. Tüm kondenselerimizde montaj kolaylığı için uygun bağlantı yerleri mevcuttur.

Özel birleştirme metodu ile ayna ve kasa birleşimlerinde rijit bir sistem sağlanmıştır. Fann montajları özel somunlu perçinler ile yapılmakta ve böylece kolay servis kolaylığı da sağlamaktadır.

Tüm ürünler titreşim sorunu yaratmayacak şekilde tasarlanarak, uzun işletme ömrü garanti altına alınmıştır.

Özel taleplerde paslanmaz kasetli üretim yapılabilir.

Taşıyıcı Ayak Sistemi

Tüm ürünlerimizde taşıyıcı ayak standart olarak sunulmaktadır. Kalın sacdan yapılan ayaklar, her türlü dış iklim şartına uygun olarak hazırlanmıştır. Kondenselerimiz yatay ve dikey olarak kullanıma uygun olarak hazırlanmıştır.

Nakliye Kulakları

Ürünlerimizin vinç vb. sistemlerle yükleme, montaj vb. uygulamalarda hem dik hem de yatay monja uygun nakliye kulakları mevcuttur.

Kolektör Koruma Sacı

Tüm üiversal serilerimizdeki standart uygulama ile, hem dış darbelere hem de işletme esnasında oluşan titreşimlerin sönümlenmesi hedeflenmiştir.

Elektrik Kablo Hattı

Elektrik kablo hattı ile, güvenli bağlantı için yer oluşturulmuştur.



AKUT, BUGÜNE KADAR 2000 CAN KURTARDI! KURTARMAYA DA DEVAM EDİYOR.



Siz de **AKUT**'a destek olmak için **AKUT** yazıp SMS'le **2930**'a göndererek
5TL bağışta bulunabilirsiniz.

AKUT'a destek olun, bir hayat da siz kurtarın.

AKUT'un yetiştirdiği Suriye Sivil Savunma Ekipleri, Suriye'de yaşanan acı
savaşta bugüne dek 10.221 can kurtarmıştır.

SEARCH & RESCUE ASSOCIATION
AKUT
ARAMA KURTARMA DERNEĞİ

Baymak Elegant Klima, bu yaz sıcaktan bunalanlara garantili serinlik sağlıyor

Baymak Elegant'ın sıcaklık ölçebilen uzaktan kumandası ve "I feel teknolojisi" sayesinde kullanıcı ortamda hissetmek istediği sıcaklığa kolayca erişebiliyor.



Isıtma ve soğutma sektörünün en geniş ürün gamına sahip markası Baymak, A+ sınıfı enerji verimliliğine sahip Elegant'la bu yaz tüketiciye minimum elektrik tüketimi ile maksimum serinlik vad ediyor. Baymak Elegant'ın sıcaklık ölçebilen uzaktan kumandası ve "I feel teknolojisi" sayesinde kullanıcı ortamda hissetmek istediği sıcaklığa kolayca erişebiliyor. Akıllı temizleme fonksiyonu ise klimanın iç ünitesini olası tozlanma ve kokudan arındırmada kolaylık sağlıyor.

Yeni sezonsal inverter mi eski on/off mu?

2014 yılı başından itibaren ithalatı ve üretimi Türkiye'de yasak olan on/off klimaların kompresörleri sabit kapasitede çalışırken, inverter klimalar or-

tam ihtiyacına göre kapasitesini ayarlayabildiğinden daha az enerji harcıyor. Halen stoklarda kalan çok sayıda inverter olmayan on/off model pazarda satılırken, tüketicilerin ürün tercih ederken alacakları klimanın eski model on/off mu yoksa yeni sezonsal verimlilik standartlarına uygun inverter model olup olmadığına dikkat etmeleri gerekiyor. İklimlerine göre renklendirilmiş Avrupa ve Türkiye haritası bulunan enerji etiketi, sadece yeni sezonsal verimlilik standartlarına uygun inverter cihazlarda bulunuyor. Bu cihazları tercih eden tüketiciler hem kendi ekonomilerine hem de ülke ekonomisine enerji tasarrufu anlamında katkı yapıyorlar.

7 yıl garanti ve kısayol tuşları ile hayatı kolaylaştırıyor

Baymak Elegant'ın Favori kullanım ve turbo mod gibi hayatı kolaylaştıran kısa yol tuşları kullanıcıya istediği konfor şartlarına anında ulaşma imkanı veriyor.

7 yıl ile en uzun garanti süresine sahip tek klima olma özelliği taşıyan Baymak Elegant, üretimin 120 değişik noktasında gerçekleştirilen kalite kontrol ve testlerden yüksek başarı ile geçerek müşterilere ulaştırılıyor.



General'den bebekli aileler için hijyenik klima

General'in yeni klima serisi, havadaki ince tanecikleri bile temizleyen filtresi, toz ve kokulara duyarlı yapısı ve sessiz çalışma prensibi ile annelerin yeni tercihi.

Japon klima devi General imzalı yeni klimalar, gelişmiş filtre teknolojisi, neredeyse sessiz denebilecek üstün çalışma performansı ile bebeğinin, çocuğunun sağlığını ve huzurlu uykusunu önemseyen tüm annelerin ilk tercihi.

TOZ VE KOKULARA ELVEDA

Havadaki ince tanecikleri ve tozu temizlemek için statik elektrik kullanan Apple-Catechin Filtreye sahip yeni seri klimalar; ultra ince partiküllü seramik tarafından oluşturulan iyonlarla emilen kokuları güçlü şekilde ayrıştırarak gideriyor ve bebek ve çocukların uyku konforunu artırarak ailelerin yaşamlarını kolaylaştırıyor.

Filtre temizleme zamanı göstergesi ile kullanıcılarını düşünen yeni klimalar, hava temizleme etkisi ile ortamın konfor seviyesini daha da yükseltirken, bebekli ailelerin hijyen öncelikli kullanım isteklerine de cevap veriyor.

MELTEMEN DAHA SESSİZ

İnsan kulağının neredeyse algılayamayacağı yaprak hisirtisine eşdeğer (21 desibel) bir ses seviyesi ile yıl boyunca ideal iklimlendirme sağlayan General Klimalar; evlerde özellikle bebek ve yatak odalarında sakin ve huzurlu ortamlar sunuyor.

İNSAN SENSÖRÜ İLE KULLANICI DOSTU

General'in duvar tipi split klimalarındaki yeni serisi LTCA, insan hareketlerini algılama özelliğiyle, odadan çıktığında 20 dakika boyunca herhangi bir hareket algılamaz ise enerji tasarruf fonksiyonlu çalışma moduna geçiyor. Odaya girildiğinde ise otomatik olarak bir önceki çalışma moduna geri dönen yeni seri, kullanıcının ihtiyaçlarına göre şekillenen çalışma prensibi ile fark yaratıyor.

ÖDÜLLÜ ZARIF TASARIM, PERFORMANS VE TASARRUF BİR ARADA

İnce ve zarif tasarımı ile öne çıkan General'in yeni klima serisi; "IF (International Forum Design - Tasarım Oscar'ı), GOOD DESIGN (Japon asıllı, kapsamlı tasarım değerlendirme ve takdir sistemi) ve REDDOT (Almanya Tasarım Merkezi Nordrhein Westfalen tarafından verilen uluslararası bir ürün tasarım ödülü) ödülleri sahibi.

Yeni seri aynı zamanda düşük enerji tüketimi ile yüksek ısıtma ve soğutma performansını da bir araya getiriyor. Oda sıcaklığını sabit tutma özelliği ve mak-



simum hava akımı/maksimum kompresör hızı ile 20 dakika yüksek kapasitede çalışarak, odanızı çabucak konforlu hale getiriyor.

FREKANS DEĞİŞTİRME AYARI

Ekonomik çalışma modu ile daha fazla enerji tasarrufu yapan yeni klima serisi, geniş kapasite seçenekleri ile tüm kullanıcı taleplerine cevap veriyor.

Aynı oda içinde birden fazla klima olması durumunda kullanılabilen frekans değiştirme ayarı ile de dikkat çeken seri, geçici bir güç kesintisi durumunda da otomatik olarak daha önce olduğu gibi aynı çalışma modunda yeniden başlıyor.

Haftalık ya da günlük ısı programı yapmak mümkün General'in yeni seri klimalarında uzaktan kumanda ile haftalık program yapmak da mümkün. Kullanıcılar bir dokunuşla 1 günde 4 farklı program yapabiliyor. Toplamda haftada 28 farklı program ile farklı saat ve sıcaklıklarda çalışma ayarı yapabildiği gibi, uyku zamanlayıcısı da istenilen saatte kapanmaya göre ayarlanabiliyor.

Hidroforda aranan tasarım, performans ve kalite E.sybox'ta buluştu

Alanında dünyanın en gelişmiş ergonomik hidrofor sistemine sahip E.sybox, minimum enerjiyle maksimum verimlilik sağlıyor. Üstelik bunu fısıltı kadar sessiz çalışarak gerçekleştiriyor.



IF 2013 dizayn tasarım ödüllü E.sybox hidrofor, özgün kompakt İtalyan tasarımıyla yer tasarrufu sağlamasının yanı sıra sağladığı minimum enerjiyle maksimum verimlilikle de öne çıkıyor.

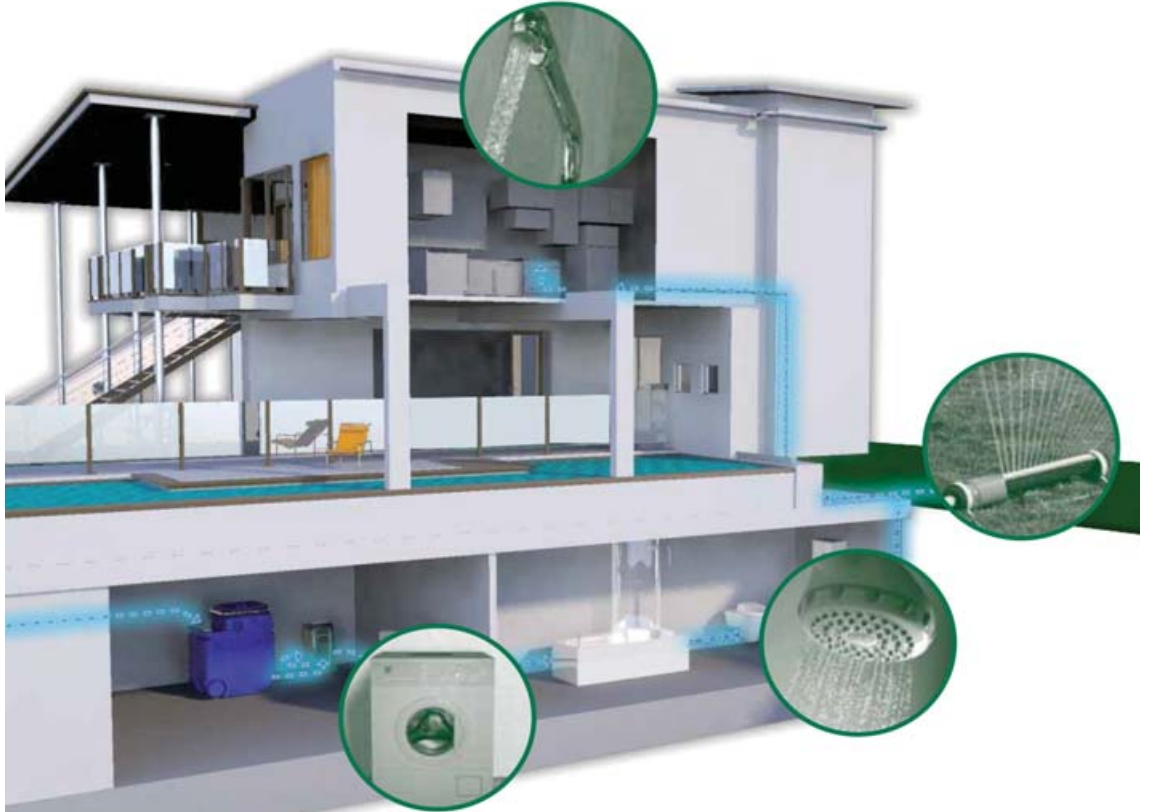
Kompakt tasarımı sayesinde eski tarz hidrofor sistemleriyle karşılaştırıldığında boyut olarak en az %30 yer tasarrufu sağlayan E.sybox, montaj yapılacak yerin durumuna göre tesisata yatay ve dikey olarak bağlanabiliyor.

E.sybox'ın en önemli özelliklerinden biri de sessiz olması. Yeni su soğutmalı motoru korozyona karşı dayanımlı olduğu gibi soğutucu fan olmadığından eski tarz hidroforlara göre daha az gürültü kirliliği yapıyor. Standart kullanımda 45 dB gibi çok düşük ses aralığına sahip olan E.sybox, bu özelliğiyle kazan dairelerine yapılan ses yalıtımı maliyetini ortadan kaldırıyor.

Montajı ve bakımı kolay

Tasarlanırken montaj ve bakım kolaylığı ile tüketici konforunun ön planda tutulduğu E.sybox, sisteme entegre bir şekilde 2 lt lik genişleme tankını içerisinde barındırdığı için ilave ek bir ürün ihtiyacı bulunmuyor. Bu genişleme tankının eski tarz hidrofor sistemlerine göre bir başka avantajı ise fazla yer kaplamaması ve bakım gerektirmemesi.

Her bir parçanın maksimum olarak geliştirildiği invertör teknolojisi ile donatılmış bir entegre elektronik sistemi olan E.sybox, invertör teknolojisi sayesinde su ihtiyacına göre devreye giriyor. E.sybox ile en başta su basıncında ani yükselme ve düşüşler olmasının yanı sıra ayarlanan basınç, kullanım artsa da azalsa da aynı düzeyde kalıyor. Ayrıca tesisatta ani basınç yükselmesinden dolayı ses ve vuruntu olmadığı için her seferinde düşük devirle devreye girdiğinden daha az enerji harcıyor ve sürekli en hızlı devirde dönmediğinden mekanik ömrü de uzuyor.



LG Sirius Deluxe Inverter V benzersiz bir yaz konforu sunuyor

LG Electronics'in inovatif kliması Sirius Deluxe Inverter V, aniden bastıran sıcakları bu yaz evinizden uzak tutacak, yaza rahat ve serin bir giriş yapmanızı sağlayacak. En yeni teknolojisi ile yüksek ısıtma ve soğutma kapasitesine sahip Sirius Deluxe Inverter V, ile kullanıcılar klimanın harcadığı enerji miktarını gerçek zamanlı olarak izleyebiliyorlar. Sirius Deluxe Inverter V, bu özelliğinin yanında sahip olduğu yüksek A++ enerji verimliliği sayesinde kullanıcılara tam bir kontrol ve enerji tasarrufu sağlıyor.

Sirius Deluxe Inverter V, 15Hz daha azaltılmış titreşim seviyesi ve yüzde 20 azaltılmış tork kontrolüne sahip gelişmiş kompresör teknolojisi sayesinde çok



daha sessiz ve çok daha yüksek performansta çalışıyor. Yaşam ortamlarına eşsiz ve doğal bir hava akımı sağlayan Sirius Deluxe Inverter V, daha verimli büyük fanı ve yüksek basınç üreten kanatçık özellikleriyle iç ünite hava akış oranını yüzde 15 iyileştirirken, fanın tükettiği enerjiyi de yüzde 24 oranda azaltıyor. To-

uch Soft Air özelliği ile sağlanan dolaylı hava akımıyla yaz döneminde doğal bir serinlik, kış döneminde ise her noktada eşit ısınma sağlıyor. 9 metre uzaklıktan bile hissedilebilen güçlü uzun hava akımı ile de yaz sıcaklarında vazgeçilmeziniz olmaya aday. Ayrıca şık tasarımıyla mekanlara tarz katıyor.

Otomatik klozet sistemlerinde yenilik Geberit AquaClean Sela'da

Banyolara mükemmelliği getiren Geberit, yeni nesil akıllı klozet sistemi AquaClean Sela ile otomatik klozet sistemlerinde devrim yaratıyor! Banyolarla kusursuz uyum sağlayan AquaClean Sela, sadeliği ile banyolarında yüksek hijyen ve rahatlıktan vazgeçemeyenlerin tercihi.



Hayatın her anında arzu edilen rahatlık ve hijyen, Geberit ile banyolarda gerçek oluyor. Mimar ve tasarımcı Matteo Thun tarafından tasarlanan AquaClean Sela, otomatik ta-

haret sistemiyle hijyene ve sadeliğe özellikle dikkat edenler için benzersiz bir tazelik duygusu ve temizlik sağlıyor.

Görünmez Teknoloji, Yüksek Hijyen

Akıllı püskürtme spreyi sayesinde tek bir tuşla su akışını sağlayarak uygun sıcaklık ve yoğunlukta taharet sağlayan AquaClean Sela, eşsiz bir tasarımın ürünü. Ürün, gizlenmiş bağlantıları ve sade kapağı ile otomatik taharet sistemli normal bir klozet görüntüsüne sahip. Tüm gömme rezervuarlarla uyumlu olan Geberit AquaClean Sela, duvara kolayca monte edilebilirken her kullanımdan önce ve sonra hijyenik suyla kendini temizliyor.

Banyo Konforunuzu Kişiselleştirin

Vücut sıcaklığında, yumuşak sprey sayesinde tek tuşla kişisel temizliğinizi sağlayan AquaClean Sela, hijyende en son teknolojiyi sunuyor. Kullanıcı algılama fonksiyonu sayesinde klozete yaklaştığınız anda suyu otomatik olarak ısıtan AquaClean Sela, barındırdığı birbirinden farklı ve işlevsel fonksiyonları ile kusursuzluğu banyolara taşıyor.

Mitsubishi Electric Kirigamine klimalar doğanın esintisini odanıza taşıyor

A+++ soğutan ve ısıtan klima

Mitsubishi Electric'in Japonya'daki Kirigamine tepelerinin doğal esintilerinden ilham alınarak tasarlanan Kirigamine serisi klimaları, "3D i-see Sensör" ile akıllı hava yönlendirme kontrolünü, "Plazma Quad" filtreleme teknolojisi ile sağlıklı iç ortam havasını, sezonsal enerji verimliliği standartlarının en üst seviyesi olan A+++ enerji verimliliği ile de tasarruf imkânını bir bütün olarak sunuyor.



performansları ile değerlendiriliyor. Daha önce cihazların enerji sınıfları tek bir çalışma noktası için belirlenirken, şimdi tüm sezonu kapsayacak şekilde birçok çalışma noktası için hesaplamalar yapılıyor. Bu sayede, yeni hesaplanan sezonsal verimlilik değerleri ile ürünün performansı gerçeğe en yakın şekilde belirleniyor. Dünya genelinde sunduğu ürün ve hizmetlerde kalite, konfor, teknoloji gibi değerlerinden ödün vermeyen Mitsubishi Electric'in ayrıcalıklı ürünlerinden biri olan Kirigamine serisi klimalar, zorlu iklim koşullarında bile hem ısıtma hem de soğutmada yönetmeliğin belirlediği en verimli sınıf olan A+++ enerji sınıfına ulaşabiliyor. Mitsubishi Electric Kirigamine Comfort Plus* serisi klimalar -25 derecelik dış hava sıcaklığında dahi çalışabiliyor.

Japonya'daki Kirigamine Tepelerinin doğal hava akışının modellenmesiyle tasarlanan Kirigamine klimalar, mekânda şiddetli bir rüzgâr yerine bir meltem esintisi ile performansından ödün vermeden konfor sağlıyor. Bu özellik ortamın aşırı soğumasına ve yorgunluk hissine engel oluyor. Kirigamine serisi klimaların bir diğer özelliği ise birbirinden bağımsız kontrol edilebilen sağ ve sol kanatların, iklimlendirilen havayı ortamda iki farklı noktaya hatta montaj yerine göre alt-üst kat gibi iki farklı mahalle yönlendirebilmesi.

3 Boyutlu Ortam Kontrolü

"3D i-see Sensör" özelliği ile akıllı hava yönlendirme kontrolü sağlayan Kirigamine klimalar, soğutma modunda hava çarpmasını engellemek için havayı kişilerin bulunmadığı tarafa yönlendiriyor. 3 boyutlu tarama yaparak mekândaki kişileri tespit eden bu sensörün ayrıcalıklı tarafı ise özellikle ısıtmada havayı direkt olarak tespit edilen kullanıcılara doğru da yönlendirilebilmesi. Bu özellik kullanıcıların daha çabuk ve etkili ısınmalarını sağlıyor.

Kumanda üzerinden kontrol edilebilen "3D i-see Sensör", ortamdaki evcil hayvanları ve insanları ayırt edebiliyor. Bu sensör ayrıca ortamda kimse bulunmadığını tespit ederek ekonomik modu devreye alabiliyor, ortama giren biri olduğunda ise otomatik olarak ilk ayarlarına geri dönüyor.

Mitsubishi Electric Kirigamine serisinde, otomatik olarak sağa-sola hareket edebilen kanatçıkların çalışma limitleri montaj yerine göre sınırlandırılabilir. Bu özelliği sayesinde Mitsubishi Electric'in uzman keşif ekipleri Keşfetteam, kullanıcılara daha fazla montaj yeri alternatifi önerebiliyor ve konfor beklentilerini karşılayabiliyor. Ayrıca iklimlendirilen havanın duvar veya sirkülasyonu kısıtlayacak bir engele yönlendirilme ihtimali ortadan kalktığı için hem enerji tasarrufu hem de ortamda daha homojen bir sıcaklık dağılımı sağlanıyor.

Plazma Quad Filtre Sistemi

Mitsubishi Electric Kirigamine serisi klimalar, sadece iklim konforunu değil iç ortam hava kalitesini de üst düzeyde sağlıyor. "Plazma Quad" filtreleme sistemi sayesinde ortam havasındaki toz, bakteri, virüs ve alerjenleri güçlü bir perdeye benzeyen elektriksel alanı kullanarak hava girişi boyunca yüzde 99'a** varan oranda nötralize edebiliyor.



Sınırların Ötesinde Kontrol

Mitsubishi Electric Kirigamine serisi klimalarda bulunan günlük ve haftalık programlama özelliği ile kullanıcılar cihazlarını istedikleri zaman çalışmak üzere ayarlayabiliyor. Açma-kapama programlaması sağlayan günlük timer fonksiyonunun yanı sıra her güne dört farklı komut ile toplamda yirmi sekiz ayrı tanımlama yapılabilen haftalık programlama sistemi cihazların detaylı ve otomatik kontrol edilmesini sağlıyor.

Opsiyonel olarak kullanabilecek MELCloudTM bağlantısı ile klimaların internet üzerinden bilgisayar, tablet veya akıllı telefon ile her yerden kumanda edilmesi de mümkün. Bu sistem ile kayıtlı birden fazla klimaların, ayrı ayrı açıp kapanması sağlanabiliyor, çalışma fonksiyonu, ayar sıcaklığı, fan hızı ve kanat üfleme açısı değiştirilebiliyor. Ayrıca zaman içerisinde dış ortam sıcaklığı, ayar sıcaklığı gibi çeşitli raporlar alınıp, klima kullanım alışkanlıkları irdelenebiliyor. Bu sayede daha fazla tasarruf etmek için verimli bir klima yönetim modeli oluşturmak mümkün oluyor.

Tüm bu özellikleri kompakt bir gövde içerisine sığdıran Mitsubishi Electric Kirigamine serisi klimalar, dikkat çeken tasarımları ile dünyanın en prestijli tasarım ödüllerinden Good Design ödülüne de layık görüldü.

Kirigamine serisi klimaları, üç farklı kapasitedeki iki değişik tip mono split ve 8 farklı iç üniteye kadar uygulama yapılabilen multi split seçeneği ile toplamda 14' ü aşkın farklı şekilde kullanmak mümkün.

* MSZ-FH 25 / 35 / 50 VEHZ modelleri

** Institute of Tokyo Environmental Allergy, ITEA, Inc. ve Kitasato Research Centre for Environmental Science isimli bağımsız bilim ve araştırma kurumlarının yapmış olduğu testler sonucunda belirlenmiştir. 25m3 test alanı içinde; 115 dakikada bakterilerin, 65 dakikada, virüslerin yüzde

99'u nötrleşmiştir. 25m3 test alanı içinde, filtrelerden geçirilen tozlu hava, yüzde 88,6 oranında temizlenmiştir. Kedi tüyü ve polen içeren havada; kedi tüylerinin yüzde 94'ü, polenlerin yüzde 96'sı nötrleşmiştir.



**İhracatınızı
arttırmak
istiyor
musunuz?**



**İKLİMLENDİRME SANAYİ
İHRACATÇILARI BİRLİĞİ**

Ceyhun Atuf Kansu Cad. No: 120 Balgat - Ankara

Tel: +90 312 447 27 40 • Fax: +90 312 446 96 05

www.turkishhvacrindustry.com

kültür - sanat

Hazırlayan: Havva İrem Yıldız



5 Sanatçı 5 Farklı Dünya Summer Collective Sergisi



Kategori: Sergi

Tarihler: 22 Haziran 2015 Pazartesi

05 Ağustos 2015 Çarşamba

Yer: Artnext İstanbul

Adres: Windowist Tower, Eski Büyükdere Cad. No: 26 Maslak
Şişli İstanbul
Web: www.artnext.org/

İş dünyasının kalbinin attığı Maslak'taki Windowist Tower'ın bünyesinde bulunan Artnext İstanbul, 2015 sanat sezonunun final sergisine ev sahipliği yapıyor. Bugüne kadar 20 sergiyi sanatseverler ile buluşturan Artnext İstanbul, şimdi de beş genç sanatçının 15 eserini 16 Haziran'dan itibaren beğenilere sunacak. Eserleri sergilenen 5 sanatçının farklı medyumları kullanarak resmettikleri "Summer Collective" sergisi Artnext İstanbul'da 8 Ağustos tarihine kadar görülebilecek.

Dünyanın birçok farklı ülkesinde eserlerini sergileyen çağdaş sanatçı Ardan Özmenoğlu bu sergide özgün baskı tekniğiyle buluşturduğu post-it notları kullanarak yarattığı enstalasyonları ile yer alırken; genç sanatçı Saliha Yılmaz eserleriyle şiir ve politika arasında bir denge yaratıyor. Yılmaz, çoğunlukla tekil



figürlerin İstanbul öyküleri anlatmak için, izleyiciyle karşı karşıya ve doğrudan yüzleştiği, görsel yönden çekici ve kavramsal bir seri sunacak.

"Kendimi anlama yolunda bana rehberlik eden tek şey resim" diyen Yiğit Yazıcı sergiye, resim yaptığı mekânları kurguladığı fotoğrafları ve renkli tabloları dahil olurken; ressam ve graffiti sanatçısı Alper Bıçaklıoğlu'nun eski çizgi romanlarından serigrafi, stencil ve karışık tekniklerle ürettiği yeni kahramanları karma serginin en ilgi çekici bölümlerinden birini oluşturuyor.

Artnext İstanbul açılacak olan sergide; öğrencilik yıllarından bu yana birçok sergiye katılan ve RH+ Sanat Dergisi'nin düzenlediği yarışmada "2005 Yılı Genç Ressamı" seçilen Seydi Murat Koç ise "Teğet" serisi adlı çalışmalarla, mimarlık ve insanoğlu arasındaki girifit ilişkilere dikkat çekiyor.

Beş ayrı sanatçının eserleriyle onların dünyasına yolculuk etmek isteyenler için sergi 8 Ağustos'a kadar Artnext İstanbul Çağdaş Sanat Alanı'nda görülebilir.



Clones Project



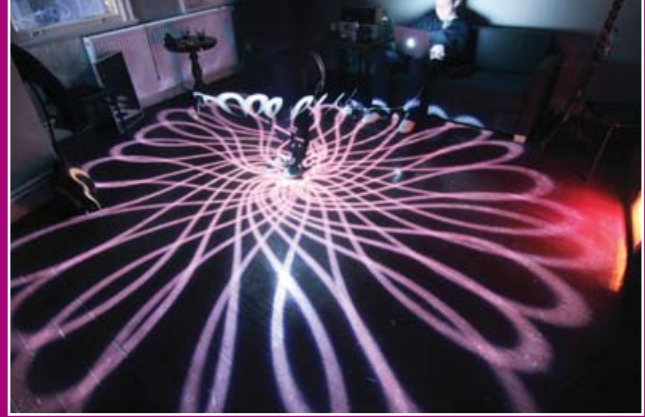
8 Temmuz, 2015 - 28 Ağustos, 2015
Sanat Galerisi / Sergi

Zorlu'daki ilk video sanatı sergisi Erdal İnci'den;
'Clones Project'

Artnivo işbirliği ile Zorlu Performans Sanatları Merkezi ilk kez bir video sanatı sergisine ev sahipliği yapıyor. Erdal İnci'nin son 5 yıldır İstanbul ve Berlin'de yaptığı çekimlerde zaman, mekan ve figür ilişkisini sorguladığı 'Clones Project' adlı video serisi, Artnivo seçkisi ile Zorlu PSM Sanat Galerisi'nde izlenebilir.

Figürleri klonlayarak başka bir İstanbul çiziyor...
<http://www.artnivo.com/viei13002>

Sanatçının; "Sokak veya meydan gibi kamusal alanlarda kaydettiğim performansları klonlayarak hareketli örüntülere dönüştürüyorum. Bu sayede performansın bütün evrelerini aynı anda görebiliyoruz ve ortaya çıkan örüntü zamanı çizgisel olmaktan çıkarıp döngüsel hale getiriyor. Aslında bu videolarda manipüle ettiğim tek şey "zaman", bir başı ve sonu yok, sonsuz kere tekrar ediyor. Bunun di-



şında gördüğümüz herşey reel." diyerek anlattığı sergisi, bildiğimiz İstanbul dışında bir İstanbul çıkarıyor izleyicinin karşısına.

Erdal İnci'nin, bilinenin aksine GIF formatında değil de orijinal çözünürlük ve kayıpsız haliyle büyük format ekranlarda izleyiciye sunduğu video seçkisi, aynı zamanda sanatçının artnivo.com'daki ilk kişisel sergisi. İnci videolarında izleyiciyi, şehirde her gün geçtiği, gördüğü manzaraları, tekrar ve bu sefer farklı bir gözle bakmaya davet ediyor.

Son olarak Galeri Michael Schultz'taki "Mass Ornament" kişisel sergisiyle Berlin'deki izleyicilerine ulaşan İnci, günümüze kadar birçok özel karma ve solo sergi projesinde de yer aldı. Aynı zamanda dünya basınında da büyük ilgi çeken İnci, GIF formatındaki videoları ile CNN, Huffington Post, Die Zeit, Canal+, Wired, The Creators Project vb. gibi birçok online editöryel yayında haber oldu.

*** Ücretsizdir.**

*** Ziyaret saatleri: Hergün 10:00 - 22:00**



PostHoc II

Kategori: Sergi

Tarihler: 22 Haziran 2015 Pazartesi - 31 Temmuz 2015 Cuma

Yer: Mine Sanat Galerisi

Adres: Teşvikiye Mah. Prof. Dr. Müfide Küley Sok. No:1/1

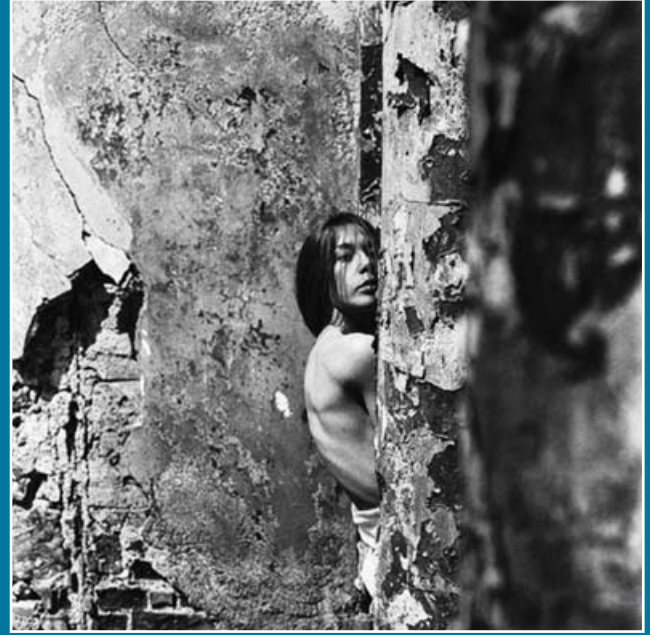
Yasemin Apt. D:5 Nişantaşı Şişli İstanbul

Mail: info@minesanat.com

Türkiye sanat ortamında 30. yılını bir dizi sergi, etkinlik ve galerinin 30 yıllık tarihini üç ciltlik belgesel nitelikte "Çağdaş 1985" isimli kitap ile kutlayan Mine Sanat, Nişantaşı galerisinde genç kuşak sanatçıların çalışmalarını "PostHoc" başlığı altında sergilemeye devam ediyor.

Latince bundan sonra anlamına gelen PostHoc, İstanbul sanat ortamında 30 yılı geride bırakan Mine Sanat Galerisi'nin, kariyerine yeni başlayan sanatçılara alan yaratmak amacıyla düzenlemeye başladığı sergilerin ikincisi. Mine Sanat Galerisi, PostHoc sergileri ile genç kuşak sanatçıların zaman içerisindeki yönelimlerini takip etmek, genç sanatçılara destek olmak gibi önemli bir sorumluluğu da yerine getirmeyi amaçlıyor.

Mine Sanat 30. yıl etkinlikleri kapsamında, Hande Özdilim ve Dolunay May küratörlüğünde hazırlanan, PostHoc II sergisinin açılışı, 16 Haziran 2015 tarihinde gerçekleştirilecektir. Her sanatçının birden fazla çalışmasıyla yer aldığı sergi süresince belirlenecek bir günde, galeri mekanında, "Mine Sanat 30. Yıl" kavramını merkez edinen bir adet eserin üretileceği workshop (teknik ve malzeme seçimi sanatçılara bırakılacak) düzenlenecektir. 12 sanatçının katılımı ile gerçekleştirilecek workshop sürecinde, 30 yıllık galeri arşivi kolektif eser üretiminde faydalanmaları için sanatçılara açılacaktır. Söz konusu workshop görsel kayıt altına alınarak ilerleyen dönemde belgesel olarak yayınlanacaktır. Workshop da her sanatçının ürettiği işlerin bir araya gelmesinden oluşacak ortak işin, Contemporary İstanbul 2015 fuarında sergilenmesi planlanmaktadır.



Açılışı 16 Haziran 2015 Salı günü saat 17:30'da gerçekleşecek olan "PostHoc II" sergisi, 31 Temmuz 2015 tarihine kadar Mine Sanat Galerisi Nişantaşı Merkez şubesinde izlenebilir.

Sergide Yer Alacak Sanatçılar

Ahu Akkan
Ekin Can Bayraktar
Gülşah Bayraktar
Onur Çetin
Murat Kosif
Ahmet Can Mocan
Cansu Tanpolat
Tuna Üner
Filiz Piyale Yakar
Erkan Yaprakkıran
Serdar Yörük
Mine Zereyalp



Eşegin Gölgesi



Kategori: Tiyatro
Tarih: 27 Temmuz 2015 Pazartesi / 21:15
Yer: ENKA Eşref Denizhan Açık Hava Tiyatrosu
Adres: ENKA Kültür Sanat ENKA Vakfı, Sadi Gülçelik Spor Sitesi İstinye Sarıyer İstanbul
Mail: enkakultur@enka.com
Ücret: Tam 45.00 TL, Öğrenci 25.00 TL
Nereden Alınır: Biletix Çağrı Merkezi: 0216 556 98 00
 Biletix Satış Noktaları, www.biletix.com ve Mekan gişe

Yöneten: Ali Düşenkalkar
Dekor: Tayfun Çebi
Kostüm: Funda Çebi
Dans Düzeni: Cihan Yöntem
Y. Asistanı: Pervin Atamert, Deniz Gürsucu, Mesut Özsoy
Oynayanlar: Mesut Özsoy, Suat Onur Çalık, Osman Dönmez, Koray Kurt, Ferhun Yılmaz, Deniz Gürsucu, Seda Ermiş, Çisil Oral, Mukaddes Kurmuş, Umutcan Vicnelioğlu, Eray Cezayirlioğlu, Aykut İspir, Mutlu Dereli
Müzikçiler: Tarkan Zurna, Ahmet Cansuyu, Veysel Zurna, Mert Baytan, Erdoğan Ağırbaşlılar, Egemen Sezen, Hüseyin Demirliler, Enis Anayurdu

Eşegin Gölgesi oyunu 27. Yıl ENKA Kültür Sanat Açık hava Buluşmaları kapsamında 27 Temmuz'da ENKA Eşref Denizhan Açık Hava Tiyatrosu'nda sahnelenecek.

"Ne tuhaf memleket Abdalya"

Adamın biri ortaya bir soru atıyor: 'Eşegin gölgesi kiralınır mı, kiralanamaz mı' diye, tüm ülke birbirine giriyor. Bilgininden siyasetçisine, dini önderlerinden medya patronuna, mahkemesinden küçük esnafına, sade vatandaşından avukatlarına herkes bir taraf oluyor, bir kavgadır alıp gidiyor. Bu arada kimlerin cepleri doluyor, kimlere kimlere gün doğuyor. Kimler hiç de çıkarına olmayan şeylerin en ateşli savunucusu haline geliyor-getiriliyor, kimler halkın çıkarını ne karşılığında satıyor... İşte böyle saçma, uydurma bir ülke Abdalya. Bozuk bir düzen, cahil bırakılmış ve yoksullaştırılmış bir halk, susturulmuş-hapse atılmış ozanlar, tüm bunlar sayesinde köseyi dönenler ve yandaşları. Neyse ki, ne günümüz dünyası ile ne de ülkemizle ilgisi var bu olup bitenlerin de, rahatça kurulup koltuğu-muza, keyifle gülüp Abdalya'lılara, halimize şükredebiliyoruz..."

Süre: 120 Dak. 2 Perde

- ENKA Kültür Sanat etkinlikleri için MESAM ve MSG'ye telif hakkı ödenmektedir.
 - Aksi belirtilmedikçe 7 yaş altı çocukların etkinliklere getirilmesi rica olunur.

Jools Holland - His Rhythm and Blues Orchestra Feat. Marc



07 Temmuz 2015 21:00

Harbiye Cemil Topuzlu Açıkhava Sahnesi, İstanbul

BBC2'deki kült televizyon programıyla tanınan piyanist Jools Holland, en az programı kadar şahane orkestrasıyla ilk kez İstanbul'da...

20 kişilik dev orkestrayla doyumsuz bir eğlenceye hazır olun. Konserden önce rockabilly türüne yeniden hayat veren İrlandalı şarkıcı Imelda May, Dublin sokaklarının hayat enerjisini festival sahnesine taşıyor.

Biletinizin barkodunu KonserVe uygulaması ile okutup puan kazanmayı unutmayın.

Lindsey Stirling

14 Temmuz, 2015 / Klasik/Crossover

Dünyanın en popüler keman virtüözü Lindsey Stirling, uzun yıllar süren bir bekleyişten sonra ilk kez İstanbul'da! Etkinliğin biletlerini <http://www.piumusic.org/lindseystirling> üzerinden alabilirsiniz.



27. Yıl ENKA Kültür Sanat Açıkhava Buluşmaları

Temmuz ayında gerçekleşecek 27. Yıl ENKA Kültür Sanat Açıkhava Buluşmaları, 10 sinema, 7 konser, 2 tiyatro, 2 müzikal, 2 modern dans, 1 sergi ile 21 gecede hafta içi her gün, sanatın tüm dallarına yer veren bir program sunuyor.

Sanat uzun, hayat kısa / Hipokrat

Fazıl Say, Serenad Bağcan, Mazhar-Fuat-Özkan, Tuluğ Tirpan, Demet Evgar, Kardeş Türküler, Ara Dinkjian, Kırac, Vincent Peirani Quintet, The Bad Plus & Joshua Redman konserleriyle, tiyatro.İN ve Dot tiyatro oyunları, Erhan & Emre sergileriyle, Çıplak Ayaklar Kumpanyası modern dansları, Musical Company İstanbul ve Nilüfer Belediyesi "tiyatro" müzikalleriyle, Oscar'lı ve usta oyunculu filmler temmuz ayı boyunca, ENKA Açıkhava Sahnesi'nde buluşuyor.

100. yaşında Haldun Taner'den Nazım Hikmet'e, Ömer Hayyam'dan Edip Cansever'e, Turgut Uyar'a, Can Yücel, Orhan Veli, Cemal Süreya, Metin Altıok gibi Türk edebiyat tarihinin en önemli yazar ve şairlerinden, David Greig ve Gordon McIntyre'den Tracy Letts gibi çağdaş kalemlere; ödüllü oyunlar, oyuncular, usta ve genç isimler bu yaz ENKA sahnesinden geçecekler.

27. YIL / 2015											
ENKA KÜLTÜR SANAT AÇIKHAVA BULUŞMALARI											
MÜZİK / TİYATRO / FİLM / PERFORMANS											
TEMMUZ											
01 Cıp. 19.00	Erhan & Emre "Yaz'dan Yaz'a"	21.15	MüzikalCI Dorian	02 Perş. 21.15	Fazıl Say & Serenad Bağcan Şarkılar	03 Cuma 21.15	MFO	06 Perş. 21.15	Dot İki Kışık Yaz	07 Sab. 21.15	Whiplash
08 Cıp. 21.15	American Sniper Keskin Nişancı	09 Perş. 21.15	Tiyatro.İN Katil Joe	10 Cuma 19.30	Vincent Peirani Quintet The Bad Plus Joshua Redman	13 Perş. 21.15	Çıplak Ayaklar Kumpanyası Kız Doğdu & Tühi				
14 Sab. 21.15	The Imitation Game Yapay Oyun	15 Cıp. 21.15	Birdman	20 Perş. 21.15	Tuluğ Tirpan & Demet Evgar	21 Sab. 21.15	Interstellar Yıldızlar Arası	22 Cıp. 21.15	Hobbit: Beş Ordunun Savaşı	23 Perş. 21.15	Transcendence Evrim
24 Cuma 21.15	Kardeş Türküler & Ara Dinkjian	27 Perş. 21.15	Nilüfer Belediyesi "Tiyatro" Eşek'in Gölgesi	28 Sab. 21.15	Danny Collins	29 Cıp. 21.15	Woman in Gold Altın Kız	30 Perş. 21.15	İnsurgent Kuralız	31 Cuma 21.15	Kırac



"Termo Klima"
okuyun, sektörünüzde neler oluyor
haberiniz olsun

ABONE FORMU



Yılda 12 sayı yayınlanan
Termo Klima dergisine
abone olmak istiyorum.

ADI SOYADI:

ADRES:

POSTA KODU:

ŞEHİR:

TEL:

FAKS:

KREDİ KARTI İLE

Kredi kartı hesabıma 120 TL'yi borç kaydediniz.

☐ VISA ☐ MASTER CARD ☐ EURO CARD

Kredi Kartı No : []

Adı Soyadı : []

Geçerlilik Tarihi : [] [] [] [] Güvenlik Kodu : [] [] [] []

Şirket ise V.D.No'su:

HAVALE İLE

Abone bedeli olan 120 TL.'yi SAFRAN YAYINCILIK
VE AJANS HİZMETLERİ A.Ş.'nin Garanti Bankası
Maslak Şubesi: **342-6295854**

(IBAN: TR49 0006 2000 3420 0006 2958 54)
nolu TL. Hesabına yatırdım fotokopisi ektedir.



Serhat Şehri EDİRNE

Fotoğraf: Merve Bağcı
Yazı: Ahmed Rasim Akdağ

Dillere pelesenk olmuş hatta klişe hale gelmiş bir deyişle başlıyoruz Edirne'den bahsetmeye. Belki başlığı görüp yazımızın içeriğine dahi bakmayanlar olacaktır ama "Serhat Şehri" ne demektir diye sorsanız alacağınız cevap çoğunlukla "Bilmiyorum!" olacaktır.

Serhat, kelime anlamı olarak 'sınır boyu' demektir. Edirne de Yunanistan ile sınır olması sebebiyle bu isimle anılır. Aynı şekilde Kars'a da serhat şehri denildiğini duymuşsunuzdur belki. İstanbul'un her yerini, her yeri derken tarihî değeri olan her yerini gezen bir kimse için Edirne kaba bir tabirle doyurucu olmayabilir ama her ne kadar turistik anlamda tanıtımı pek

yapılmasa da Edirne de bizim tarihimiz için önemli olan şehirlerimizden bir tanesidir.

BAŞKENT EDİRNE

Edirne, üç kıtada hüküm sürmüş Osmanlı Devleti'nin üç başkentinden biridir ve tam seksen sekiz yıl, İstanbul fethedilene kadar başkent olarak kalmıştır. Edirne'nin önemini anlatmak için bu özelliği bile yeterli olur aslında.

Edirne'nin önemi sadece başkent olmasından gelmiyor. Osmanlı Devleti'nin son zamanlarında Bulgar saldırılarına karşı direnmiş olması ve bunun neticesinde İstanbul'a vakit kazandır-



miş olması Edirne'nin bir başka önemidir. Bu direniş Mehmed Şükrü Paşa sayesinde olmuştur. Edirne'ye vazifeye gönderildiğinde kendisinden Edirne'yi elli gün müdafaa etmesi istenmiş, o ise beş ay beş gün boyunca Edirne'yi müdafaa etmiştir. Bu müdafaanın anısına şehrin hakim tepelerinde bulunan tabyaların bir tanesine anıtı dikilmiştir. Edirne'ye yapılan kültür gezileri de hem konunun öneminden hem de tabyaların şehrin üst kısmında olmasından dolayı genellikle buradan başlar.

TAŞKIN MERİÇ

Tunca ve Meriç nehirlerini belki coğrafya derslerinden hatırlarsınız, belki unuttunuz, aklınızın ucundan dahi geçmez lakin bu



iki nehir Edirnelilerin aklından hiç çıkmaz. Etrafında yaşadıkları için değil. Bulgaristan baraj kapaklarını açtığı zaman oluşan taşkınlar yüzünden Edirneliler bu nehirleri hem severler hem de sevmezler. Zaman zaman sizler de haber bültenlerinde bu duruma denk gelmişsinizdir. Tarım yapacak başka alanı olmayan insanlar bu iki nehrin etrafında yaşamaktan başka çarelerinin olmadığını söyler, yetkili kimselerse ellerinden bir şey gelmediğini. Rahmetli Işıkara'nın dediği gibi Türkiye olarak depremle yaşamaya nasıl alışmalıysa veya biz alıştıysak, Edirneliler de taşkınlara alışkındır.

Meriç Nehri üstündeki tarihî köprü sayesinde Edirne'ye yolu düşenlerin mutlaka uğradığı bir yerdir. Kültür turları genelde nehrin karşı yakasında araçtan inip şehrin içine, merkezine doğru yayan şekilde devam eder. Köprü üzerinde zaman zaman araç trafiği kadar yaya trafiği de oluşur.

Meriç Nehri İstanbul'un boğazı, İzmir'in Kordon'u gibidir. Çevresinde insanlar yaya bir şekilde turlar veya etrafındaki mekânlarda yiyip içerler. Nehir kenarında yapılan bir kahvaltıya Boğaz kenarında yapılan bir kahvaltı kadar insanı mutlu eder. Gerçi Cemal Süreya "Kahvaltının mutlulukla bir alakası var." demiş ve bu konuda da sonuna kadar haklı olmuş olsa da kahvaltıyı yaptığınız mekân da mutluluğunuza mutluluk katabilir. İşte Edirne'de de nehir kenarında yapacağınız güzel bir kahvaltı bu kahvaltılardandır.

HOP TÜRKİYE HOP YUNANİSTAN

Pazarkule Gümrük Kapısı Yunanistan ile aramızdaki en aktif kapımızdır. Yunanistan'daki kriz dolayısıyla insanlar market alış veriş için bile Edirne'ye gelir olmuşlar. Zaten mübadele nedeniyle yaşadıkları yerleri terk etmek zorunda kalan insanların varlığı nedeniyle Yunanistan'da veya Edirne'de akrabası olan iki ülkeden de çok fazla insan var.

Pazarkule'nin böyle bir durumu varken bu gümrük kapısının belki de en dikkat çekici özelliği Türkiye tarafında yaşayan ta-



vus kuşlarıdır. Kültür turları ile buraya ziyarete gelen insanların dikkatini kapı veya kapının özelliklerinden ziyade bu iki tavus kuşu çekmektedir. Biz de en azından birisi tüylerini açtığı zaman yakalama şansını elde ettik.

YOLUN SONU ÜNİVERSİTE

Eğitim yolculuklarının sonu her zaman üniversite ile bitmez ama Edirne'ye yolunuz düşmüşse ve Kırkağaç'taki Tarihî Edirne Garı'nı görmüşseniz ne demek istediğimi anlayabilirsiniz. II. Abdülhamid zamanında Sirkeci Garı örnek alınarak inşa edilen gar, günümüzde Trakya Üniversitesi Rektörlük binası olarak kullanılıyor. Bahçesindeki raylar, lokomotif ve vagonlar sayesinde de hem turistik gezilerin hem de fotoğraf çekimlerinin değişilmez mekânlarından olmuş. Yolunuz düşer ve bir kültür turuna denk gelerseniz bahçesinde rahat bir şekilde fotoğraf çekemeyeceğinizin uyarısını şimdiden yapayım.



Bir yerde üniversite binası varsa o yerde en çok bulunan şey yeme içme mekânlarıdır. Tarihî garın etrafında da birçok yeme içme mekânı mevcut. Bu mekânlara sadece üniversite öğrencileri değil, Edirne halkı da geliyor. Ayrıca belediye buraların düzenlemesini garın tarihî yapısına uygun bir şekilde yapmış ve bu da garın etrafını cazibe merkezi yapmış.

TARİH KOKAN ŞEHİR

Koskoca Osmanlı Devleti'ne başkent olmuş bir şehirden bahsediyorsak attığımız başlık gayet normal bir başlıkmiş gibi gelebilir ama bu başlık öylesine bir başlık değil. Şehir merkezi çok büyük olmayabilir ama yine de her yerde tarihî yapıları görmeniz mümkün. Belediye binası bile tarihî bir yapı. Camiler, çarşılar, hamamlar, kalıntılar ise anlatmakla bitmez. Bu yüzden halen yolunuz Edirne'ye düşmemişse ilk fırsatta rotanızı Edirne yönüne çevirmenizi salık veriyorum.





VE TABİİ Kİ SELİMİYE

Selimiye Camii, bir tepe üzerine inşa edildiği ve Edirne de fazla yükseltiyi sahip bir şehir olmadığı için neredeyse şehrin her yerinden görünüyor. Özellikle nehri köprüden yaya olarak geçerken karşınızda Selimiye Camii size göz kırpar.

UNESCO'nun 2011 yılında Dünya Mirası Listesi'ne aldığı Selimiye Camii ve Külliyesi Mimar Sinan'ın ilerlemiş yaşında yaptığı ve ustalık eserim dediği bir camidir. Bol miktarda çini, hat ve mermer süslemeye sahip olan caminin çinilerinin bir kısmı Osmanlı-Rus Savaşı'nda sökülerek Moskova'ya götürülmüştür. Bulgarların attığı bir top mermisi de caminin duvarına gelmiş, bu utancın herkes tarafından görülmesi için o duvar onarılmamıştır.

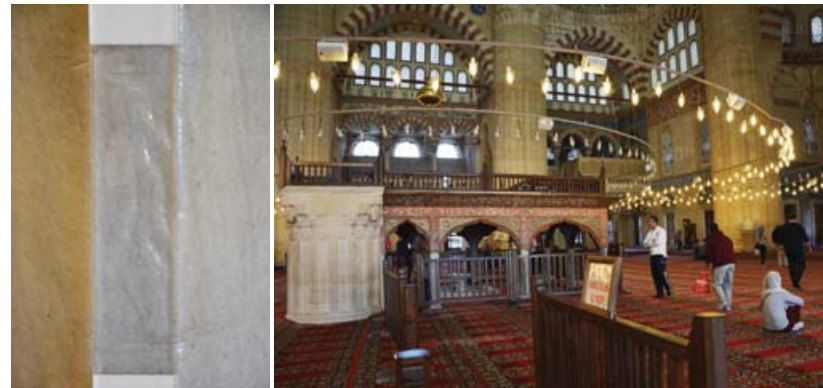
Osmanlı zamanında büyük camiler külliyesiyle birlikte yapıldı. Yani merkezde bir cami olur, etrafında, aşhane, şifahane,

eğitim odaları, misafirhane ve çarşı olurdu. Caminin ihtiyaçları da çarşıdaki dükkânlardan alınan kirayla karşılanırdı. Zaten tam bir vakıf medeniyeti olan Osmanlı Medeniyeti'nde kurulan binlerce vakfın içinde her padişahın kendi adına açtığı vakıflar da vardır ve padişahlar kendi paralarıyla camiler yaptırır, vakıflarına bağlardı.

Selimiye Camii ve Külliyesi de II.Selim'in Mimar Sinan'a yaptırıp kendi adına kurduğu vakfa bağladığı bir camidir.

TERS LALE

Selimiye Camii'nin tarihî önemi, camiye Mimar Sinan'ın ustalık eserim demiş olması gibi özelliklerinden çok halk arasında, müezzin mahfilinin mermer ayaklarının birinin altında bulunan "ters lale" motifi konuşulur. Bu ters lale için lalenin hareket ettiğini dahi iddia eden efsaneler vardır. Akla en uygun geleni ise caminin yapıldığı yerde lale bahçesi olan bir adamın başta arsayı vermeyip sonradan verirken caminin içinde bir yerde lale motifi kullanılması şartını koşması üzerine Mimar Sinan'ın adamın tersliğine gönderme yapmak için laleyi ters şekilde yaptığıdır.



summary

How is "high performance yet low bills" achieved at an air conditioner?

sektör gündemi

Klimada "yüksek performans, düşük fatura" nasıl sağlanır?

Mitsubishi Electric Türkiye Klima Sistemleri Genel Müdürü Yenal Ateş, klima sezonuna girdiğimiz bu dönemde doğru klima seçimi ve kullanımının önemine dikkat çekti.



Günümüzde klima seçiminde en önemli sorular, doğru klima seçimi ve kullanımının sağladığı enerji verimliliği, düşük elektrik faturası ve yüksek konforu nasıl sağlanacağıdır. Bu sorulara doğru cevaplar için doğru klima seçimi ve doğru kullanımı önemlidir.

Yenal Ateş, doğru klima seçimi ve kullanımının sağladığı enerji verimliliği, düşük elektrik faturası ve yüksek konforu nasıl sağlanacağına dair önemli bilgiler paylaştı. Ona göre, doğru klima seçimi ve doğru kullanımı, enerji verimliliği, düşük elektrik faturası ve yüksek konforu sağlar.

Yenal Ateş, doğru klima seçimi ve kullanımının sağladığı enerji verimliliği, düşük elektrik faturası ve yüksek konforu nasıl sağlanacağına dair önemli bilgiler paylaştı. Ona göre, doğru klima seçimi ve doğru kullanımı, enerji verimliliği, düşük elektrik faturası ve yüksek konforu sağlar.

sektör gündemi



Mitsubishi Electric Türkiye Klima Sistemleri Genel Müdürü Yenal Ateş, bir konferansta konuşuyor. O, doğru klima seçimi ve kullanımının sağladığı enerji verimliliği, düşük elektrik faturası ve yüksek konforu nasıl sağlanacağına dair önemli bilgiler paylaştı. Ona göre, doğru klima seçimi ve doğru kullanımı, enerji verimliliği, düşük elektrik faturası ve yüksek konforu sağlar.

Yenal Ateş, doğru klima seçimi ve kullanımının sağladığı enerji verimliliği, düşük elektrik faturası ve yüksek konforu nasıl sağlanacağına dair önemli bilgiler paylaştı. Ona göre, doğru klima seçimi ve doğru kullanımı, enerji verimliliği, düşük elektrik faturası ve yüksek konforu sağlar.

gündem

Samsung, Kurumsal Forum 2015 ile geleceğin teknolojilerini iş dünyasıyla buluşturdu

Samsung Electronics Türkiye Başkan Yardımcısı Tansu Yeğen, bu yıl ikinci düzenlenen Samsung Kurumsal Forum 2015'te dijital dönüşüm sürecinde kurumların beklenen yeni teknolojiler ve mobil trendlere ilgili vizyonunu, saygın iş ortaklarıyla birlikte Türkiye'nin BT liderleriyle paylaştı.



Samsung Electronics, bu yıl İstanbul'da düzenlenen Samsung Kurumsal Forum 2015'te iş dünyasına kurumsal forumu gerçekleştirerek iş ortakları ile geleceğin teknolojilerini buluşturdu. Tansu Yeğen, bu yıl ikinci düzenlenen Samsung Kurumsal Forum 2015'te dijital dönüşüm sürecinde kurumların beklenen yeni teknolojiler ve mobil trendlere ilgili vizyonunu, saygın iş ortaklarıyla birlikte Türkiye'nin BT liderleriyle paylaştı.

gündem

KURUMSAL FORUMU DEĞERLENDİREN YENAL ATEŞ

Yenal Ateş, doğru klima seçimi ve kullanımının sağladığı enerji verimliliği, düşük elektrik faturası ve yüksek konforu nasıl sağlanacağına dair önemli bilgiler paylaştı. Ona göre, doğru klima seçimi ve doğru kullanımı, enerji verimliliği, düşük elektrik faturası ve yüksek konforu sağlar.

Yenal Ateş, doğru klima seçimi ve kullanımının sağladığı enerji verimliliği, düşük elektrik faturası ve yüksek konforu nasıl sağlanacağına dair önemli bilgiler paylaştı. Ona göre, doğru klima seçimi ve doğru kullanımı, enerji verimliliği, düşük elektrik faturası ve yüksek konforu sağlar.

Samsung Business Forum 2015 brought the technology of the future and the business World together

sektörün öyküsü

Anel Grup mekanik taahhüt sektörünün önemli oyuncularından biri

Anel Grup Yönetim Kurulu Üyesi Bülent Batukan, "Anel Grup, elektromekanik sektöründe geniş boyutlu, genişke ölçekli projelere sunduğu kapasiteyi mühendislik çözümleri bakımından Türkiye'de önde gelen firmalardan biridir."



Bülent Batukan, Anel Grup Yönetim Kurulu Üyesi olarak, elektromekanik sektöründe geniş boyutlu, genişke ölçekli projelere sunduğu kapasiteyi mühendislik çözümleri bakımından Türkiye'de önde gelen firmalardan biridir.

sektörün öyküsü



Büyük ölçekli projelerde, özellikle enerji sektöründe, Anel Grup mekanik taahhüt sektörünün önemli oyuncularından biridir. Anel Grup, elektromekanik sektöründe geniş boyutlu, genişke ölçekli projelere sunduğu kapasiteyi mühendislik çözümleri bakımından Türkiye'de önde gelen firmalardan biridir.

Anel Group Board Member Bülent Batukan: Anel Group is one of the key players in the mechanical contracting industry

sektörel söyleşi

Hitachi'yi Hitachi yapan şey; klima sistemlerinin kalbi olan kompresörler tamamen kendi üretmesi ve bu konuda 400'den fazla patent sahibi olması"



"Biz, sektörün ihtiyaç duyduğu sıcak ilişkiler kuran, duvarları olmayan, insanların müşteri ve dostlarının rahatlıkla gelip gidebileceği aile yapısına sahip bir organizasyonz. Biz eşnekkölmizde, insanların yaklaşımlarını, sıcaklığımızı, verdüğümüz hizmetle fark yaratıyoruz."

2013 yıl başlarında Hitachi VRF sistemlerini tanıttığımızda, aldığımız tepki Hitachi'nin Türkiye'de sunduğu hizmetin kalitesini ve müşteri odaklı yaklaşımını göstermişti. Bu süreçte Hitachi'nin Türkiye'de sunduğu hizmetin kalitesini ve müşteri odaklı yaklaşımını göstermişti. Bu süreçte Hitachi'nin Türkiye'de sunduğu hizmetin kalitesini ve müşteri odaklı yaklaşımını göstermişti.

sektörel söyleşi

Hitachi'nin Türkiye'de sunduğu hizmetin kalitesini ve müşteri odaklı yaklaşımını göstermişti. Bu süreçte Hitachi'nin Türkiye'de sunduğu hizmetin kalitesini ve müşteri odaklı yaklaşımını göstermişti. Bu süreçte Hitachi'nin Türkiye'de sunduğu hizmetin kalitesini ve müşteri odaklı yaklaşımını göstermişti.

"Biz Hitachi'nin Türkiye'de sunduğu hizmetin kalitesini ve müşteri odaklı yaklaşımını göstermişti. Bu süreçte Hitachi'nin Türkiye'de sunduğu hizmetin kalitesini ve müşteri odaklı yaklaşımını göstermişti. Bu süreçte Hitachi'nin Türkiye'de sunduğu hizmetin kalitesini ve müşteri odaklı yaklaşımını göstermişti."

"Biz Hitachi'nin Türkiye'de sunduğu hizmetin kalitesini ve müşteri odaklı yaklaşımını göstermişti. Bu süreçte Hitachi'nin Türkiye'de sunduğu hizmetin kalitesini ve müşteri odaklı yaklaşımını göstermişti. Bu süreçte Hitachi'nin Türkiye'de sunduğu hizmetin kalitesini ve müşteri odaklı yaklaşımını göstermişti."

"Biz Hitachi'nin Türkiye'de sunduğu hizmetin kalitesini ve müşteri odaklı yaklaşımını göstermişti. Bu süreçte Hitachi'nin Türkiye'de sunduğu hizmetin kalitesini ve müşteri odaklı yaklaşımını göstermişti. Bu süreçte Hitachi'nin Türkiye'de sunduğu hizmetin kalitesini ve müşteri odaklı yaklaşımını göstermişti."

Air Conditioning Technology AŞ Prime Chairman and CEO Turhan King: "What makes Hitachi Hitachi is producing the air conditioning systems' hearts; compressors by itself and having more than 400 patents in this regard"

Armaccell has jump-started

sektörel söyleşi

Armaccell hızlı başladı

Armaccell Yalın A.Ş. Satış ve Pazarlama Direktörü Koray Sarı: "Türkiye'nin bir yatırım cenneti olmasa hepimizin menfaatinde."



138 Temiz Hava Temmuz 2015

"Türkiye önemli bir yatırım cenneti olmasa hepimizin menfaatinde."

"Türkiye önemli bir yatırım cenneti olmasa hepimizin menfaatinde."

138 Temiz Hava Temmuz 2015

sektörel söyleşi

Armaccell Yalın A.Ş. Satış ve Pazarlama Direktörü Koray Sarı: "Türkiye'nin bir yatırım cenneti olmasa hepimizin menfaatinde."

"Türkiye önemli bir yatırım cenneti olmasa hepimizin menfaatinde."

"Türkiye önemli bir yatırım cenneti olmasa hepimizin menfaatinde."

138 Temiz Hava Temmuz 2015

KÜLTÜR - SANAT

5 Sanatçı 5 Farklı Dünya Summer Collective Sergisi



138 Temiz Hava Temmuz 2015

KÜLTÜR - SANAT

Clones Project



138 Temiz Hava Temmuz 2015

culture and art



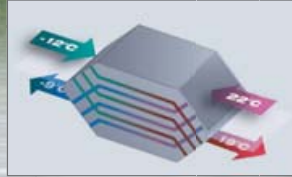
**YANGIN RİSKİNE DUYAR'SIZ
KALMAYIN!**



DuyarVana.com.tr
444 VANA (8262)

**DOĞRU
DİZAYN**

**VERİMLİ
BİNA**



%80 'e varan
ısı geri
kazanımı



VDI 6022



**BERROS Klima Mühendislik
San. Tic. Ltd. Şti.**

Küçükyalı İş Merkezi E5 Yanyol
A Blok No: 13 Maltepe / İstanbul
Tel: 0216 417 50 10
Faks: 0216 417 22 55
E-posta: berros@berros.com.tr
www.berros.com.tr



HAVA HAYATTIR



www.cvsair.com.tr

Cvs Havalandırma Sistemleri San.ve Tic.Aş.
Soğanlık Yeni Mah. Atatürk Cad. Else Apt.
No:6/1 Kat:8 Soğanlık/Kartal/İstanbul

Phone : +90 216 417 12 48
Fax : +90 216 417 34 48
sales@cvssair.com.tr