

| | |
|---------------------------|---|
| Üniversite | : İstanbul Kültür Üniversitesi |
| Enstitü | : Lisansüstü Eğitim Enstitüsü |
| Anabilim Dalı | : Endüstri Mühendisliği |
| Programı | : Mühendislik Yönetimi |
| Tez Danışmanı | : Assist. Prof. Duygun Fatih DEMİREL |
| Tez Türü ve Tarihi | : Yüksek Lisans – Kasım 2022 |

ÖZET

İNŞAAT SEKTÖRÜNDE KARLILIĞI ARTIRMAK İÇİN YENİ BİR YAKLAŞIM

Bashir Hussain HEIDAR

Şehirlerde nüfus artışı ve nüfus yoğunluğunun artması ile inşaat sektörü önemli ölçüde büyümüştür. Kule ve gökdelenlerin sayısı her geçen gün artmaktadır. Bu artış sebebiyle dikey ulaşım ihtiyacı vazgeçilmez bir hal almış, böylece birçok asansör firması ortaya çıkmıştır. Asansör firmalarının yaşadıkları en büyük zorluklarından biri sektördeki diğer firmalarla rekabet edebilmektir. Pazarda şirket kurmak, müşterileri ürün ve asansörlerini almaya çekmek, müşterilere hizmet vermek, satış ve pazarlamada doğru bir plan yaparak asansör şirketlerinin iş ve finansal gücünü geliştirmek, şirket yöneticilerinin ve kurucularının ilgilenmeleri gereken kritik konulardır. Şirket yönetimi, mevcut asansör şirketlerini ve bu sektördeki müşterilerin ihtiyaçlarını analiz ederek, şirketlerin zayıf ve güçlü yönlerini bulabilir ve buna dayalı olarak pazarda daha fazla müşteriye hizmet vermek için daha iyi bir strateji benimser. Bu çalışma, bir firmada karlılığın iyileştirilmesine yardımcı olmak için Eşlik Endeksi Yöntemi (AIM) olarak adlandırılan yeni ve kullanışlı bir uygulama sunmaktadır. Bu yenilikçi yöntem ile, müşteri taleplerinin türü, proje bölgeleri bölümü, ürün ve hizmet türü incelenerek ve diğer proje detaylarını farklı nitelik kategorilerinde organize edilerek uygulanmaktadır. Dubai'de yerleşik bir asansör firmasının verilerine uygulanan AIM uygulaması, bu firmanın yönetimine asansör modernizasyonu ve parça satışını göz

önünde bulundurarak projeler gerçekleştirme konusunda rehberlik edecek. Ek olarak, sonuçların tercümesi, “villa asansörleri”, “bakım” ve “asansör onarımı” gibi bazı özelliklerin yüksek karlı projeleri filtrelemek için AIM’de dikkate alınmaması gerektiğini göstermektedir. Bağımlı özniteliklerin ve bağımsız özniteliklerin aynı anda ele alınması, AIM Yöntemden diğer analiz yöntemleriyle olan avantajı ve farkıdır. Bazı durumlarda, bir öznitelik koşulundaki iyileştirme, paradoks olan diğer karlı öznitelik iyileştirmeleri üzerinde zıt bir etki yaratacaktır ve “AIM” ile bu paradoks çözülecektir.

Anahtar Kelimeler: Çift endeksi (CI), Eşlik endeksi yöntemi (AIM), Proje özellikleri, Satış ve pazarlama, Karar verme, Proje değerlendirmeleri

Bilim Dalı Sayısal Kodu: 90602

University : İstanbul Kültür University
Institute : Institute of Graduate Studies
Department : Industrial Engineering
Program : Engineering Management
Supervisor : Assist. Prof. Duygun Fatih DEMİREL
Degree Awarded and Date : MS – November 2022

ABSTRACT

A NOVEL APPROACH FOR IMPROVING PROFITABILITY IN THE CONSTRUCTION INDUSTRY

Bashir Hussain HEIDAR

With the increase in population and population density in cities, the construction industry has grown significantly. The number of towers and skyscrapers are increasing every day. The need for vertical transportation is one of the irreplaceable needs. Hence, many elevator companies have emerged. One of the main challenges for elevator companies is to compete with other companies in the industry. Establishing a company in the market, attracting customers to buy their products and elevators, serving customers, and developing the business and financial strength of elevator companies by having a proper plan in sales and marketing are the critical issues of managers and founders of companies. By analyzing the existing elevator companies and the needs of customers in this industry, company's management can find the weaknesses and strengths of the companies and based on it, adopt a better strategy to serve more customers in the market. This study provides a novel and useful method, named as Accompany Index Method (AIM) to develop in profitability in a firm. The novel and innovative method is implemented by examining the type of customer demands, project regions division, products and services type, and organizing other project details in different categories of attributes. The AIM method applied to the data of an elevator

company located in Dubai, which will guide the management of this company to perform projects by considering elevator modernization and sales of the parts. In addition, the translation of the results shows that some of the attributes like “villa lifts”, “maintenance” and “elevator repair” should not consider in AIM to filter the high profitable projects. Considering the dependent attributes and independent attributes at the same time is the advantage and difference of AIM method with other analyzing methods. In some cases, improvement in one attribute condition will give an opposite effect on other profitable attribute improvements, which is the paradox, and with “AIM” this paradox will solve.

Keywords: Couple index (CI), Accompany index method (AIM), Project attributes, Sales and marketing, Decision making, Project evaluation

Science Code: 90602