

# 5.

## BÖLÜM

## ENDÜSTRİ 4.0 ve PAZARLAMA

*Dr. Öğr. Üyesi Onur Çelik*

İnsanlık tarihi boyunca araştırmacılar, bilim insanları veya uygulamacılar geleceği öngörmeye çalışmıştır. Bu öngörü düzeyi kimi zaman bilimsel temellere dayanmış kimi zaman ise sadece vizyoner bakış açıları olarak tarihe not olarak düşülmüştür. 20. ve 21. Yüzyılda teknolojinin gelişimindeki önemli sıçramalar bu tarz öngörülerin sayısını ve çeşitliliğini arttırmasının yanı sıra daha çok teknoloji temelli olmasına da neden olmuştur.

Günümüz dünyası için geçmişte yapılmış olan öngörülerden önemli bir tanesi de dijital devrimin uzantısı olarak da nitelendirilen Endüstri 4.0 kavramı olmuştur. Nitekim Endüstri 4.0'ın ana çıkış noktası teknolojidir.<sup>169</sup> Yüz tanıma sistemleri, sanal gerçeklik uygulamaları ile kurulan sirk gösterileri, dronelar ile yapılan teslimatlar, otonom robotlar, karanlık fabrikalar, dijital barkodla alınan sınıf yoklamaları, telefon uygulamaları ve evde herkesin istediği şeyi üretebileceği 3B yazıcılar gibi teknolojik gelişmeler aslında geçmiş yıllarda yapılan öngörülerin ne kadar isabetli olduğunun da bir kanıtıdır.<sup>170</sup>

Endüstri 4.0 bir çok organizasyon için (firmalar, üniversiteler, araştırma merkezleri vb.) oldukça kıymetli olmasına rağmen herkes tarafından kabul görmüş genel bir tanımı mevcut değildir.<sup>171</sup> Acatech (2013)'e göre üretim planlama, mühendislik, lojistik ve operasyonel süreçlerin mümkün olan en yüksek kalitede, dayanıklılıkta ve aynı zamanda esneklike yürütülebilmesini, maliyetlerin ve kaynak

<sup>169</sup> Vacek, J. (2017). On The Road: From Industry 4.0 to Society 4.0. *Trendy v Podnikání*, 7(4), 43-49.

<sup>170</sup> Yıldırım, Y. (2020). Farklı Disiplinlerde Endüstri 4.0. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 15(21), 756-789.

<sup>171</sup> Hermann, M., Pentek, T., & Otto, B. (2016). Design Principles for Industrie 4.0 Scenarios. *IEEE Computer Society, 49th Hawaii International Conference on System Sciences*, (p. 3928-3937). Hawaii.

## KAYNAKÇA

- Abashidze, I., & Dąbrowski, M. (2016). Internet of Things in marketing: opportunities and security issues. *Management Systems in Production Engineering*, 24(4), 217-221.
- Acatech, (2013), "Acatech: Recommendations for Implementing the Strategic Initiative Industrie 4.0", Final Report of the Industry 4.0 Working Group", <http://www.acatech.de/fileadmin/05.05.2020>.
- Bauer, W., Hämmerle, M., Schlund, S. ve Vocke, C. (2015). Transforming to a Hyper-Connected society and economy: Towards an industry 4.0. *Procedia Manufacturing*, 3, 417-424
- Çalık, M., Altunışık, R., & Sütütemiz, N. (2013). Bütünleşik pazarlama iletişimi, marka performansı ve pazar performansı ilişkisinin incelenmesi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 9(19), 137-161.
- Gökşin, E. (2017). Dijital Pazarlama Temelleri. İstanbul: Abaküs Yayınları.
- Hermann, M. Pentek, T., & Otto, B. (2016). Design Principles for Industrie 4.0 Scenarios. IEEE Computer Society, 49th Hawaii International Conference on System Sciences, (p. 3928-3937). Hawaii.
- Kotler, P., Armstrong, G., Saunders, J., & Wong, V. (1999). Principles of marketing. Prentice Hall.
- L. E. Swayne, (2017), The Internet of Things (IoT): A Marketing Perspective, *International Journal of Computational Engineering Research (IJCER)*, vol. 07 Issue 12,
- Monohan, G. E., Petrucci, N. C. & Zhao, W. (2002). The Dynamic Pricing Problem From A Newsvendor's Perspective. *Manufacturing and Service Operations Management*, 6 (1), 73-91.
- Muellner, M. Z. (2016). Why Marketers Must Understand the Internet of Things?. <http://www.edelman.com/post/why-marketers-must-understand-the-internet-of-things/>, (12.05.2020).
- Shkurupskaya, I. O., & Litovchenko, I. L. (2016). The development of marketing communications under the influence of the Industry 4.0. *Industry 4.0*, 1(2), 103-106.
- Ural, T. (2008). Pazarlamada Yeni Yaklaşım: Nöropazarlama Üzerine Kuramsal Bir Değerlendirme. *Journal of the Cukurova University Institute of Social Sciences*, 17(2).
- Vacek, J. (2017). On The Road: From Industry 4.0 to Society 4.0. *Trendy v Podnikání*, 7(4), 43-49.
- Yıldırım, Y. (2020). Farklı Disiplinlerde Endüstri 4.0. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 15(21), 756-789.
- <http://smart-apparel.www1.ireviews.com/pixie-scientific-smart-diapers-review> 17.05.2020
- <http://www.freeautotalk.com/army-reboots-plans-to-buy-concealable-9mm-submachine-gun-for-vip-protection/> 08.05.2020
- <http://www.maintenancenews.org/nesnelerin-interneti-iot-hayatimizin-neresinde-yer-alıyor> 10.05.2020
- [http://www.mckinsey.com/insights/high\\_tech\\_telecoms\\_internet/the\\_internet\\_of\\_things/nesneler-interneti-erişim-tarihi](http://www.mckinsey.com/insights/high_tech_telecoms_internet/the_internet_of_things/nesneler-interneti-erişim-tarihi) 07.05.2020
- <https://ceylanparlakay.com/2017/03/27/pazarlama-ve-reklam-dunyasinda-endustri-4-0-bizi-nasil-etkiliyor/> 08.05.2020
- <https://chiefmartec.com/2015/06/marketing-internet-things-closer-think/> 08.05.2020
- <https://guidehouseinsights.com/reports/guidehouse-insights-leaderboard-smart-city-suppliers> 14.05.2020

<https://internetofbusiness.com/global-smart-city-platform-market/> 13.05.2020

<https://iotmktg.com/telehealth-services-are-gaining-attention-during-covid-19-outbreak/> 09.05.2020

<https://ioturkiye.com/2019/12/yerli-otomobil-gorucuye-cikti/> 15.05.2020

<https://medium.com/@manasim.letsnurture/rise-of-wearables-and-future-of-wearable-technology-1a4e38a2fbb6> 08.05.2020

<https://www.pixtastock.com/illustration/40584047> 09.05.2020

<https://www.teknotel.com/blog/yoksa-endustri-4-0-sadece-bir-pazarlama-slogani-mi/> 06.05.2020

<https://www.uludagsozluk.com/k/t%C4%B1marl%C4%B1-sipahi/> 06.05.2020