

MERSİN ÜNİVERSİTESİ KOZMETİK TEMİZLİK VE KİMYEVİ ÜRÜNLER ÜRETİM EĞİTİM UYGULAMA VE ARAŞTIRMA MERKEZİ

2025–2026 STRATEJİK PLANI

1. GİRİŞ

Bu stratejik plan, MÜKAM'ın faaliyetlerini sürdürülebilir, ölçülebilir ve kurumsal hedeflerle uyumlu şekilde yönlendirmek amacıyla hazırlanmıştır. Plan 2025–2026 dönemini kapsamaktadır. Hazırlık sürecinde SWOT analizi gerçekleştirilmiş, merkez yöneticileri ile görüşmeler yapılmış ve önceki yıllara ait faaliyet verileri değerlendirilmiştir.

2. MERKEZ TANITIMI

MÜKAM, 2020 yılında Mersin Üniversitesi bünyesinde, kozmetik, temizlik ve kimyevi ürünler alanında Ar-Ge, üretim, eğitim ve danışmanlık faaliyetleri yürütmek amacıyla kurulmuştur. Merkez; üretim, uygulama ve eğitim süreçlerini entegre bir yapıda yürütmekte, yerel ve ulusal düzeyde sektöre katkı sağlamaktadır.

3. VİZYON

Kozmetik, temizlik ve kimyevi ürünler sektöründe, Ar-Ge, inovasyon, eğitim ve uygulama süreçlerini entegre bir yaklaşımla yürüterek; ulusal ve uluslararası düzeyde bilimsel bilgi üreten, teknolojik gelişmeleri destekleyen ve sektörün sürdürülebilir büyümesine katkı sağlayan saygın bir merkez olmaktır.

4. MİSYON

Mersin Üniversitesi Kozmetik Temizlik ve Kimyevi Ürünler Üretim Eğitim Uygulama ve Araştırma Merkezi olarak; kozmetik, temizlik ve kimyevi ürünler alanında yürüttüğümüz bilimsel araştırma, geliştirme ve inovasyon faaliyetleriyle sektöre özgün ve yüksek katma değerli çözümler sunmak; nitelikli eğitim ve uygulama programları aracılığıyla insan kaynağını geliştirmek; kamu, üniversite ve sanayi iş birliklerini güçlendirerek bilgi ve teknoloji transferini teşvik etmek ve bu yolla hem bölgesel hem de ulusal kalkınmaya sürdürülebilir bir katkı sağlamaktır.

STRATEJİK AMAÇLAR

Günümüzün hızla değişen ve rekabetçi dünyasında, bilimsel bilginin üretimi, teknolojik yeniliklerin geliştirilmesi ve bu bilgi birikiminin topluma ve sanayiye aktarılması büyük önem taşımaktadır. Mersin Üniversitesi Kozmetik Temizlik ve Kimyevi Ürünler Üretim Eğitim Uygulama ve Araştırma Merkezi (MÜKAM), bu vizyonla hareket ederek kozmetik, temizlik ve kimyevi ürünler sektörüne yön veren öncü bir merkez olma yolunda emin adımlarla ilerlemektedir.

MÜKAM olarak, kuruluş misyonumuz doğrultusunda, sektörün ihtiyaçlarına yenilikçi ve sürdürülebilir çözümler sunmayı, nitelikli insan kaynağı yetiştirmeyi ve bilimsel bilgi birikimini artırmayı temel sorumluluğumuz olarak görüyoruz. Bu doğrultuda, geleceğe yönelik yol haritamızı ve gelişim alanlarımızı belirleyen beş temel stratejik amacımızı şekillendirdik. Bu amaçlar, merkezin sadece bir araştırma ve üretim birimi olmanın ötesinde, kapsamlı bir ekosistem kurma vizyonunu yansıtmaktadır:

1) Ar-Ge ve Ürün Geliştirme Kapasitesini Güçlendirmek

Bu stratejik amaç, merkezin yeni ve yenilikçi kozmetik, temizlik ve kimyevi ürünler yaratma, mevcut ürünleri iyileştirme ve bu süreçleri daha verimli ve etkili hale getirme yeteneğini artırması anlamına gelir. Bu, sadece yeni formülasyonlar geliştirmekten öte, aynı zamanda bu ürünlerin üretilebilirliğini, sürdürülebilirliğini ve pazar başarısını güvence altına alacak bir dizi faaliyeti kapsar.

2) Eğitim ve Sertifikasyon Faaliyetlerini Yaygınlaştırmak

Bu stratejik amaç, kozmetik, temizlik ve kimyevi ürünler alanına yönelik çeşitli eğitim programları sunmayı ve bu eğitimleri başarıyla tamamlayan katılımcılara sektörde geçerliliği olan sertifikalar vermeyi ayrıca eğitim ve sertifikasyon faaliyetlerinin sayısını, çeşidini, erişilebilirliğini ve etkisini artırmayı kapsamaktadır.

3) Üretim ve Ticarileştirme Süreçlerini Sürdürülebilir Hale Getirmek

Merkezde geliştirilen ürünlerin satış potansiyelini arttırmayı, pilot üretim kapasitesini optimize etmeyi ve çevreye duyarlı, ekonomik açıdan sürdürülebilir üretim modellerinin geliştirilmesini kapsamaktadır.

4) Ulusal ve Uluslararası Görünürlüğü Artırmak

Bu amaç, merkezin bilimsel ve akademik etkiyi artırmasını, sektörel tanınırlığını geliştirmesini, dijital platformlarını (web sitesi, sosyal medya) aktif kullanarak tanıtım materyalleriyle faaliyetlerini geniş kitlelere duyurmasını, uluslararası işbirlikleri kurmasını ve bununla ilgili faaliyetlerini artırmasını kapsamaktadır.

5) Yönetim ve Finansal Kaynak Kapasitesini Güçlendirmek

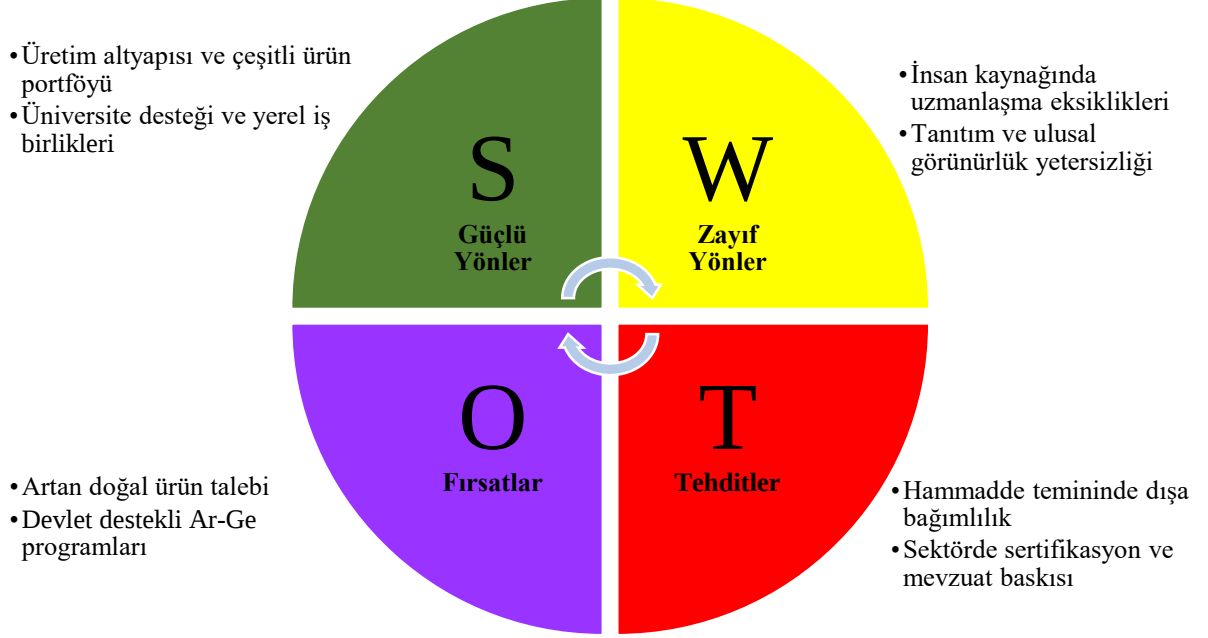
Merkezin iç süreçlerini (karar alma, iş akışları, insan kaynakları) optimize ederek daha verimli ve şeffaf bir yönetim yapısı oluşturmayı, mevcut personelin gelişimini desteklemeyi, üniversite bütçesi dışındaki ulusal/uluslararası projeler, hizmet gelirleri gibi farklı finansman kaynaklarına erişimi artırmayı, elde edilen kaynakları en verimli şekilde yöneterek merkezin

uzun vadeli finansal sürdürülebilirliğini sağlamayı kapsamaktadır.

6. STRATEJİK HEDEFLER

Amaç 1	:	Ar-Ge ve Ürün Geliştirme Kapasitesini Güçlendirmek
Hedef 1.1	:	Geliştirilen yeni ürün formül sayısını arttırmak
KPI 1.1	:	Kozmetik ürünlerinde her yıl en az 1 yeni ürün formülasyonu geliştirmek
	:	Temizlik ürünlerinde her yıl en az 1 yeni ürün formülasyonu geliştirmek
Hedef 1.2	:	Pilot üretimi yapılan ürün sayısını arttırmak
KPI 1.2	:	Geliştirilen kozmetik ürünlerden en az 1 yeni ürünün pilot üretimini gerçekleştirmek
	:	Geliştirilen temizlik ürünlerden en az 2 yeni ürünün pilot üretimini gerçekleştirmek
Hedef 1.3	:	Pilot üretimden seri üretime geçen ürün sayısını arttırmak
KPI 1.3	:	Pilot üretimi yapılmış ürünlerden en az 2 yeni ürünün seri üretimini yapmak
Amaç 2	:	Eğitim ve Sertifikasyon Faaliyetlerini Yaygınlaştırmak
Hedef 2.1	:	Düzenlenen eğitim/seminer sayısını (adet/yıl) arttırmak
KPI 2.1	:	Kozmetik alanında yılda en az 2 eğitim veya seminer düzenlemek
Hedef 2.2	:	Sertifika programları başlatmak
KPI 2.2	:	2026 sonuna kadar bir sertifika programı başlatmak
Amaç 3	:	Üretim ve Ticarileştirme Süreçlerini Sürdürülebilir Hale Getirmek
Hedef 3.1	:	Yıllık ürün satış gelirindeki artış oranını arttırmak
KPI 3.1	:	Ürün tanıtmak amacıyla üniversite kampüsünde yılda en az 2 kez stant açmak
	:	Ürün satışını arttırmak için ürün tanıtmak amacıyla en az 200 adet broşür bastırmak
	:	Ürün satışını arttırmak için ürün tanıtmak amacıyla en az 50 adet tanıtım afişi bastırmak
Hedef 3.2	:	Satış protokolü sayısını arttırmak
KPI 3.2	:	2025-2026 döneminde en az 1 yeni kurumla satış protokolü imzalamak
Amaç 4	:	Ulusal ve Uluslararası Görünürlüğü Artırmak
Hedef 4.1	:	Akademik makale yayımlamak
KPI 4.1	:	SCI ve/veya TR-Dizin’de en az 1 yayın yapmak
Hedef 4.2	:	Katılım sağlanan organizasyon (fuar/konferansa/kongre) sayısını arttırmak
KPI 4.2	:	Ulusal veya uluslararası 1 fuar/konferansa/kongrelere katılım sağlamak
Amaç 5	:	Yönetim ve Finansal Kaynak Kapasitesini Güçlendirmek
Hedef 5.1	:	Alınan dış kaynak destekli proje sayısını arttırmak
KPI 5.1	:	2026 sonuna kadar dış kaynaklı proje sayısını 2’ye çıkarmak
	:	2026 sonuna kadar sektöre yönelik kozmetik alanında en az 4 eğitim düzenleyerek merkez döner sermayesini katkı sağlamak
Hedef 5.2	:	Gerçekleştirilen birimler arası iş birliği sayısını arttırmak
KPI 5.2	:	Üniversite içi en az 1 farklı birimle ortak faaliyet yürütmek

7. DURUM ANALİZİ (SWOT)



8. PAYDAŞLAR

- Üniversite içi akademik birimler
- Yerel yönetimler
- Kamu kurumları
- Özel sektör temsilcileri
- Öğrenciler ve mezunlar

9. PERFORMANS GÖSTERGELERİ

Tüm stratejik hedeflerde belirtilen KPI'lar, performans ölçümünde temel kriter olarak kullanılacaktır.

10. UYGULAMA TAKVİMİ (GANTT)

Faaliyet/Hedef	2025	2026
Yeni ürün formülasyonu geliştirme	*	*
Eğitim/seminer düzenleme	*	*
Sertifika programı hazırlığı	*	*
Ulusal fuar katılımı	*	*
Dış kaynaklı proje başvuruları	*	*

11. RİSKLER VE ÖNLEMLER

Risk	Önlem
Hammadde temininde gecikmeler	- Alternatif tedarikçi ağı oluşturmak - Tedarikçilerle uzun vadeli, güvene dayalı ilişkiler kurmak, düzenli iletişim sağlamak ve tedarikçilerle şeffaf bir çalışma ortamı oluşturmak - Tedarik süreleri uzun veya temini zor olan kritik hammaddeler için, belirlenen risk seviyelerine göre yeterli güvenlik stoku bulundurmak - Üretim planlaması ve pazar talebi doğrultusunda doğru ve gerçekçi hammadde ihtiyaç tahminleri yapmak - Tedarikçilerin teslimat sürelerine, ürün kalitesine ve genel performansına ilişkin düzenli takip ve değerlendirme yapmak
Merkezin düzenlediği eğitimlere katılan katılımcı sayısının yetersizliği	- Eğitim programları oluşturulmadan önce potansiyel katılımcıların (sektör profesyonelleri, öğrenciler, akademisyenler) gerçek ihtiyaçlarını, beklentilerini ve bilgi boşluklarını belirlemek için anketler, odak grupları veya mülakatlar yapmak - Eğitim sonrası geri bildirim toplamak, analiz etmek ve uygulamak - Kariyer gelişimine katkısını vurgulamak - Etkin tanıtım ve iletişim stratejileri geliştirmek; erişim kolaylığı (yüz yüze, online eğitimler) ve esneklik sağlamak (katılımcıların programlarına uygun şekilde eğitim zamanını hazırlama) - Uygun fiyatlandırma yapmak
Ürünlerin satışında hukuki engeller	- Mevzuat takibi ve danışmanlık alınması - Ürün mevzuatı ve yasal uyum konusunda düzenli eğitimler vermek

12. İZLEME VE DEĞERLENDİRME MEKANİZMASI

Planın izleme süreci performans göstergeleri (KPI) üzerinden yıllık olarak yapılacaktır. Gerektiğinde Yönetim Kurulu ve paydaş görüşleriyle plan revize edilecektir.