

VUCA



Dijital CEO

III. Dönem Raporu

2021

(dijitalceo.com.tr)

FANUC

Vizyon 100



İÇİNDEKİLER

- MODERATÖR YAZISI (3)
- DİJİTAL CEO HAKKINDA (4)
- FANUC HAKKINDA (5)
- AMAÇ (6)
- DİJİTAL CEO III. DÖNEM TOPLANTILARI (7)
- YÖNETİCİ ÖZETİ (8-10)
- KATILIMCI YÖNETİCİ PROFİLLERİ (11 - 13)
- İNSAN (14 - 25)
- PANDEMİ SONRASI DÖNEMDE ÜRETİMİN YENİ HALİ (26-45)
- ÜRETEBİLMEK İÇİN YAPILMASI GEREKENLER (46 - 73)
- YAPAY ZEKA VE DERİN ÖĞRENME (74 – 80)
- ŞİRKETLER İÇİN YENİ FIRSATLAR VE KURUM İÇİ GİRİŞİMCİLİK (81 – 88)
- DİJİTAL EKOSİSTEMLER VE ŞİRKET İŞBİRLİKLERİ (89 – 94)
- YÖNETİCİLERDEN AKILDA KALANLAR (95 - 114)
- ANKET SONUÇLARI (115 - 120)

Değerli Yöneticilerimiz,

Tüm dünya gibi ülkemiz de son 2 yıl pandeminin büyük etkisi altındaydı. Pandemi, önce bir sağlık krizi olarak ortaya çıktı ve ardından başka krizlerin de tetikleyicisi oldu. Tedarik zincirindeki kırılmalar, lojistikte artan maliyetler üretimde önemli aksamalara sebebiyet verdi. Bu ise global ve yerel anlamda hammadde sıkıntılarının baş göstermesine neden oldu. Görünen o ki pandemi hayatımızdan çıksa bile etkileri kalıcı olacak.

Vizyon 100 çatısı altında gerçekleşen Dijital CEO sanal toplantılarının 3. Dönemini «**Üretim**» konusuna ayırmak istedik. Yaklaşık 100 üst düzeyimiz ile 12 ayrı sanal toplantı ile bir araya geldik ve hepsinin tek tek düşüncelerini dinledik. Konuşulan konuları bu rapor ile sizlerin beğenisine sunuyoruz.

Raporda önemli birçok başlık var ama “VUCA”, “Pandemi Sonrası Krizler Dönemi”, “İşbirliği Kültürü”, “Ortak Kapasite ile Hammadde Üretimi”, “Adaptasyon”, “Startuplar ve Kurumlar”, “Küresel Yetenek Kıtılığı”, “Nitelikli İnsan Kaynağı”, “Glocalization (Küreyerelleşme)”, “İnsan ve Doğa İlişkisi”, “Veriden Fayda Sağlamak”, “Mutluluk Ekonomisi”, “Döngüsel Ekonomi”, “4 Kuşak”, “Dijital Olgunluk”, “Sürdürülebilirlik” ve “Siber Güvenlik” konularının dikkatle takip edilmeleri gerektiğini düşünüyorum.

Toplantılarımıza katılarak yorumlarıyla katkıda bulunan değerli yöneticilerimize, tüm toplantılarımıza yorumcu olarak katılan Sn. Bülent Kutlu’ya ve Vizyon 100 Kurucusu Sn. Berkay Güner başta olmak üzere bu güzel projeyi gerçekleştirdikleri için Vizyon 100 ekibine içtenlikle teşekkür ederim.

2022 yılı hepimiz için sağlık ve mutluluk dolu bir yıl olsun.

Keyifli okumalar,

Teoman Alper Yiğit
FANUC Türkiye Genel Müdürü



DİJİTAL CEO HAKKINDA

Vizyon 100 platformu çatısı altında Dijital CEO sanal toplantıları pandeminin etkisiyle Mayıs 2020'de yapılmaya başlanmıştır. Toplamda 3 dönem gerçekleşen Dijital CEO sanal toplantıları 19 Ocak 2022 tarihinde gerçekleşen son toplantı ile birlikte toplamda 30'a ulaşmıştır. Her bir toplantıda 8-12 arasında CEO ve Genel Müdür seviyesinde yöneticinin katılımıyla farklı sektör ve kurumlardan olmak üzere yaklaşık 300 üst düzey Dijital CEO sanal toplantılarında yer almıştır.

Dijital CEO sanal toplantıları genellikle haftanın Çarşamba günü 10:30-12:30 saatleri arasında moderatör yöneticinin yaptığı açılış konuşması ve sonrasında yönlendirmesi ile belirli bir konu başlığında katılımcı yöneticilerinin konuşmalarıyla gerçekleşmektedir. Her bir toplantıda 2 ayrı soru ile canlı anketler yapılmakta ve katılımcı yorumcu ile konuşmalar ve anket sonuçları anlık olarak değerlendirilmektedir.

Dijital CEO sanal toplantıları Mayıs/Haziran 2020'deki ilk döneminde 8, Ekim/Kasım/Aralık 2020'deki ikinci döneminde 10 ve Ekim/Kasım/Aralık 2021'deki üçüncü döneminde 12 adet olmak üzere toplam 3 dönem sürmüştür. Her bir dönem sonunda sonuç raporları yayımlanmıştır. Dijital CEO raporlarına www.dijitalceo.com.tr sitesinden ücretsiz olarak ulaşabilirsiniz.

**Vizyon 100 hakkında özet bilgi için www.vizyon100.com/Vizyon100OzetTanitim.pdf ya da www.vizyon100.com/AboutVizyon100.pdf dokümanlarını inceleyebilirsiniz.*

FANUC HAKKINDA

FANUC, CNC kontrol sistemleri, robotlar, ROBODRILL (İşleme Merkezi), ROBOCUT (Tel Erozyon), ROBOSHOT (Plastik Enjeksiyon ve ROBONANO (Hassas Torna) gibi üretim makineleri için fabrika otomasyonunda dünya lideridir. 1956'dan beri Yamanaka Gölü yakınındaki Fuji Dağı eteğinde 1,7 milyon metrekarelik bir alanı kapsayan fabrikasında FANUC, otomasyon endüstrisinde CNC kontrolör, robot ve makinelerin geliştirilmesine öncülük etmiştir. Dünya çapındaki 264 FANUC iştiraki ve 7000'den fazla çalışanı ile FANUC müşterilerine satış, servis, teknik destek, Ar-Ge ve müşteri hizmetleri alanlarında yüksek kaliteli hizmetler sunmaktadır.

FANUC, geleceğin fabrikasını yaratma hedefiyle endüstriyel dünya için nesnelerin endüstriyel internetini (Industrial IoT - IIoT) tasarlayan ilk firmalardan biri olarak geliştirdiği FIELD (FANUC Intelligent Edge Link and Drive) uygulaması ile bir üretim tesisindeki her cihazı aynı ağa bağlamayı mümkün kılmaktadır. Bununla birlikte robotlarda sıfır duruş hedefiyle yola çıkılarak geliştirilen Zero Down Time (ZDT) ile robotları gerçek zamanlı izleme teknolojisi sunmaktadır. Covid-19 pandemisi döneminde güvenlik ve verimlilik zorluklarının giderilmesi amacıyla FANUC Assisted Reality (FAR) ile uzaktan servis seçeneği devreye alınmıştır.



FANUC Türkiye : +90 444 93 62 / sales.tr@fanuc.eu

AMAÇ

Vizyon 100 platformu; FANUC Türkiye katkıları ile 2021'nin Ekim, Kasım, Aralık ve Ocak 2022 aylarında «**Dijital CEO**» başlığında toplam 12 adet kapalı sanal toplantı gerçekleştirmiştir.

Bu toplantıların her birine büyük çoğunluğu CEO/Genel Müdür olmak üzere, farklı sektörlerden ve farklı fonksiyonlardan üst düzey yöneticiler katılmıştır. 12 toplantı sonunda yaklaşık **100** değerli yönetici bir araya getirilmiştir.

Toplantıların moderatörlüğünü FANUC Türkiye Genel Müdürü **Sn. Teoman Alper Yiğit** yapmıştır. Toplantılar esnasında iki adet canlı anket yapılmıştır. Canlı anketlerin yorumlanması amacıyla CDO Turkey İcra Kurulu Başkanı ve Startup Trace CEO'su Sn. Bülent Kutlu toplantılarda yer almıştır.

Bu çalışma, şirketlerimizin «**İnsan**», «**Pandemi Sonrası Dönemde Üretimin Yeni Hali**», «**Üretebilmek İçin Yapılması Gerekenler/Alınacak Yollar**», «**Yapay Zeka ve Derin Öğrenme**», «**Şirketler İçin Yeni Fırsatlar ve Kurum İçi Girişimcilik**» ve «**Dijital Ekosistemler ve Şirket İşbirlikleri**» başlıklarındaki bakış açılarını bir rapor halinde sunmak üzere yapılmıştır.



Teoman Alper Yiğit
FANUC Türkiye Genel Müdürü

DİJİTAL CEO III. DÖNEM TOPLANTILARI

(EKİM/KASIM/ARALIK 2021, OCAK 2022)

7 Ekim 2021



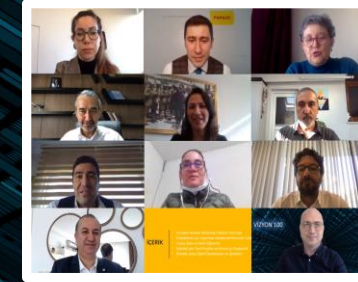
13 Ekim 2021



27 Ekim 2021



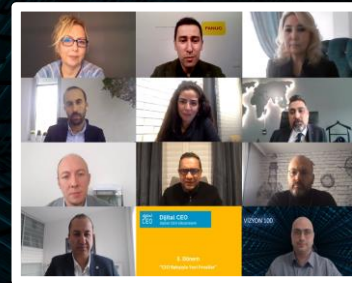
4 Kasım 2021



11 Kasım 2021



17 Kasım 2021



24 Kasım 2021



1 Aralık 2021



8 Aralık 2021



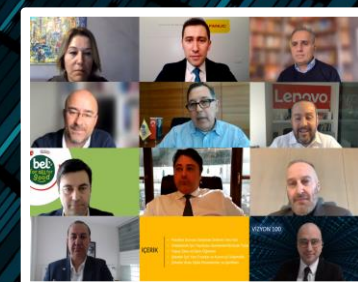
15 Aralık 2021



12 Ocak 2022



19 Ocak 2022



ÖZET

Dijital CEO 3. Dönem sanal toplantılarına katılan yöneticiler aşağıda belirtilen 6 konu başlığında konuşmalarını gerçekleştirmişlerdir.

1. İnsan
2. Pandemi Sonrası Dönemde Üretimin Yeni Hali
3. Üretebilmek İçin Yapılması Gerekenler/Alınacak Yollar
4. Yapay Zeka ve Derin Öğrenme
5. Şirketler İçin Yeni Fırsatlar ve Kurum İçi Girişimcilik
6. Dijital Ekosistemler ve Şirket İşbirlikleri

ÖZET - Devam

İnsan dediğimizde «Mutluluk Ekonomisi», «Kurum Kültürü», «Küresel Yetenek Kıtlığı», «Değişimi Yönetmek», «Meta Evren (Metaverse)», «Uzaktan Çalışma Verimsizlikleri», «Şefkatli Liderlik», «Multi Disipliner Olmak», «Büyük İş Bırakma» ve «Siber Güvenlik» konuları ön plana çıkmıştır.

Pandemi Sonrası Dönemde Üretimin Yeni Hali başlığında «Üretimde Nitelikli Eleman», «VUCA», «Tedarik Zinciri Kırılmaları», «Üretimde Yeni Fırsatlar», «Üretim Maliyetlerindeki Artış», «İnsan ve Doğa İlişkisi», «Hibrit Çalışma», «Kuşakların Birleşimi», «Ticaret Savaşları», «Yönetici Tecrübelerinin Geriye Gitmesi», «Üretici Yıldız», «Endüstriyel Otomasyon», «Üreticiden Tüketicie Doğrudan Ulaşım», «Dijital İkizler», «İş ve Yaşam Robotları», «Şirketler ve Lojistik Çözümleri», «Üretim Sektöründe Denetim» ve «Pandemi Sonrası Krizler Dönemi» konuları ele alınmıştır.

Üretebilmek İçin Yapılması Gerekenler/Alınacak Yollar başlığında «Nitelikli İnsan Kaynağı», «Adaptasyon», «Ortak Kapasite İle Hammadde Üretimi», «Üretim ve Teknoloji Odaklı Olmak», «Tarım ve Gıda», «Z Nesli», «Tedarik Zinciri ve Lojistik», «Finansal Kaynaklara Ulaşım», «Küreyerelleşme (Glocalization)», «İşletme Sermayeleri», «Kültürel Dönüşüm», «Öngör-Düzeltil-Uygula», «Değer Ekonomisi», «İş Robotları», «Dijital Dönüşüm», «Enerji Kıtlığı», «Sürdürülebilirlik», «Mavi Okyanus Stratejisi», «Hızlı Ticaret Dönemi», «4 Kuşak», «MRP», «Kuşak – Yol Projesi», «Deniz Yolu Taşımacılığı», «Altyapı», «Dijital Olgunluk» ve «Döngüsel Ekonomi» konuları öne çıkan alt başlıklar olmuştur.

ÖZET - Devam

Yapay Zeka ve Derin Öğrenme ana başlığında «Veriden Fayda Sağlamak», «Sektörlerde Yapay Zeka», «Kültür Değişimi», «Dijital Pazarlama» ve «Verimlilik» konuları öne çıkan alt başlıklar olmuştur.

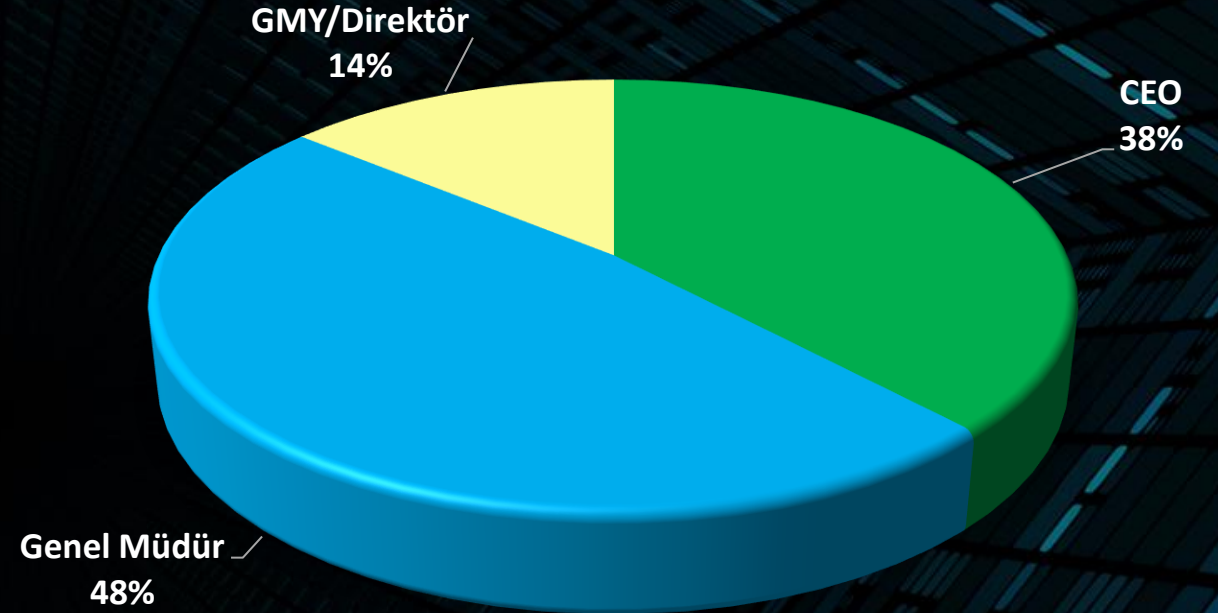
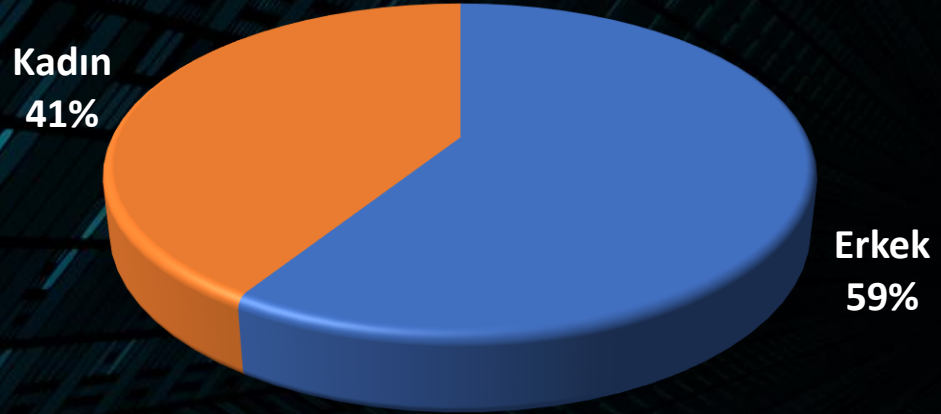
Şirketler İçin Yeni Fırsatlar ve Kurum İçi Girişimcilik kapsamında ise «Startuplar ve Kurumlar», «Girişimci Ruh», «Kurum İçi İletişim», «Şirket İçi Bölünmeleri (Spin Off)», «Stoksuz E-Ticaret (Dropshipping)» ve «Unicorn» öne çıkan konular olmuştur.

Dijital Ekosistemler ve Şirket İşbirlikleri başlığında ise «İşbirliği Kültürü», «Bulut Bilişim», «Dijital Köprüler» ve «Sektörel Ekosistemler» konuları ele alınmıştır.

Anket bölümünde ise Dijital CEO sanal toplantıları esnasında gerçekleştirilen canlı anketlerin toplu sonuçları verilmiştir.

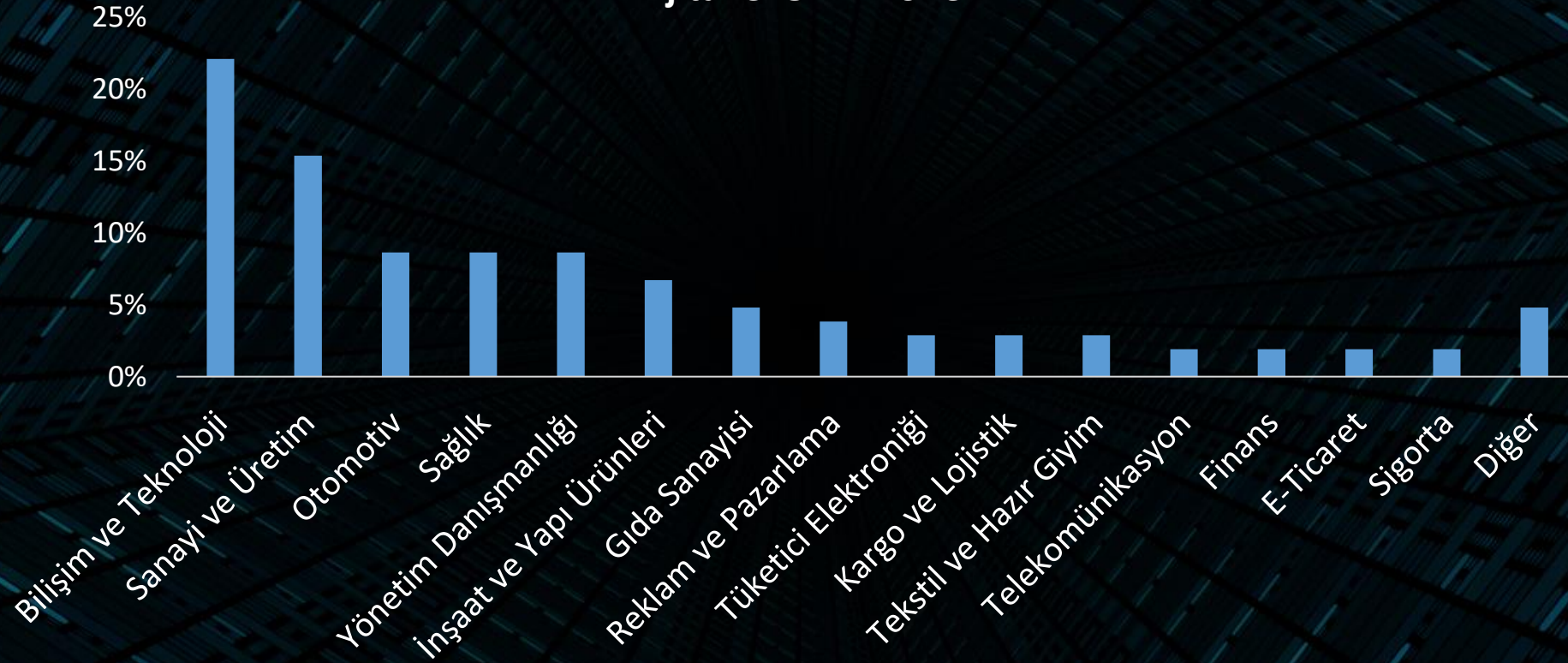
KATILIMCI YÖNETİCİ PROFİLLERİ

KATILIMCI YÖNETİCİ PROFİLLERİ



KATILIMCI YÖNETİCİ PROFİLLERİ-Sektörel

Katılımcı Yönetici Sektörel Dağılım
Dijital CEO III. Dönem



INSAN

İNSAN

Bu alanla ilgili konuşmalar 10 başlık etrafında şekillenmiştir. Bunlar;

1. MUTLULUK EKONOMİSİ
2. KURUM KÜLTÜRÜ
3. KÜRESEL YETENEK KİTLİĞİ
4. DEĞİŞİMİ YÖNETMEK
5. META EVREN (METAVERSE)
6. UZAKTAN ÇALIŞMA VERİMSİZLİKLERİ
7. ŞEFKATLİ LİDERLİK
8. MULTİ DİSİPLİNER OLMAK
9. BÜYÜK İŞ BIRAKMA
10. SİBER GÜVENLİK

İnsan sosyal bir varlıktır. Pandemi ile beraber tüketicilerin ve çalışanların aidiyet ve motivasyonlarının azalması şirketleri olumsuz yönde etkilemiştir. Yeni dönemde tüketiciler için değerleri olan şirketler öne çıkmıştır.

Tüketicilerin ve çalışanların şirkete bağlılığını artırmak için iş dışı iletişimlerin kurulması ve etkileşimlerin olması, sadece kazanç değil mutluluğa da odaklanması özellikle pandemi döneminde çok etkili olmuştur. Bu nedenle bazı şirketler mutluluk üzerine yaklaşımlar geliştirmeye başlamışlar bunda da başarılı olmuşlardır.

En temelde insan mutlu bir yaşam ister. Ekonomiyi sadece kazanç üzerine değil aynı zamanda mutluluk üzerine inşa etmek pandemi gibi önemli krizlerde çok etkili olacaktır.



KURUM KÜLTÜRÜ

Pandemi ile birlikte hibrit çalışma, ofislerin değişimi ve organizasyonların dijital teknolojilere olan ihtiyacının artması, iş hayatında kalıcı olabilecek önemli dönüşümlere işaret etmektedir. Bu zorlu süreçte; dijital teknolojilerin seçimi kadar organizasyonda yer alan her çalışanın bu teknolojileri benimsemesi, hızlı bir biçimde adapte olması ve değişimi özümseyerek desteklemesi gerekmektedir.

Pandemi süreci ve sonrasında geleneksel yönetim yapısının değişmesi, hiyerarşinin zayıflaması ve karar mekanizmalarının çeşitlenmesi beklenmektedir. Bu da organizasyonların doğal olarak değişimini tetikleyecektir. Özellikle çeviklik, adaptasyon, dönüşüm yönetimi, dijitalleşme gibi kavramların hayati hale geldiği bu yeni döneme uygun ‘**Kurum Kültürü**’ her zamankinden daha önemli hale gelmiştir.

Pandemi sonrasında şirketlerde kendi kurum kültürlerinin pekiştirilmesine ya da oluşturulmasına yönelik kapsamlı çalışmaların yapılacağı öngörülmektedir.



KÜRESEL YETENEK KITLIĞI

Pandemi ile birlikte neredeyse tüm sektörlerin dijital dönüşüm çalışmalarına hız vermesi ve bu çalışmaları kısa bir dönem içerisinde tamamlama istekleri bir anda yetenekli bilişimci açığını ortaya çıkarmıştır. Bilişimdeki kısıtlı insan kaynağı şirketlerin dijital kapasitelerini artırmaları için yapması gereken yatırımları yapamaz duruma getirmiştir.

Aynı zamanda sağlık sektöründe uzman kişilere, üretimde, tedarik ve lojistik zincirinde yetenekli personele olan ihtiyaç küresel olarak çok artmıştır.

Küresel şirketler yetenek açıklarını yerinde eğitim yaparak kapatmaya çalışsalar bile yeterince etkin olamamaktadırlar. Bu nedenle aynı coğrafyada olmadıkları halde yetenekleri uzaktan çalışır hale getirerek iş devamlılığını sağlamaktadırlar.

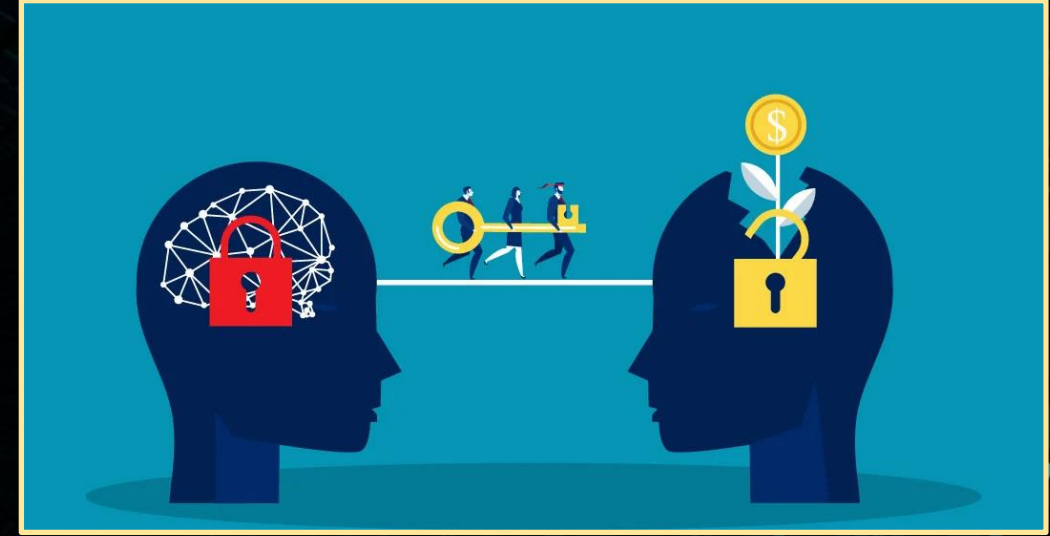
Küresel yetenek kıtlığı önlem alınmadığı takdirde ülkemizde önümüzdeki 5 yılı en çok etkileyecek sorunların başında gelecektir.



Değişim bağlı bağına zorludur. Değişim sürecinde yapılması gereken ilk şey nasıl bir değişim istendiğine doğru ve net şekilde karar verilmesidir.

Sonrasında ise bu değişimle ilgili sorular sormak ve cevaplar bulmak, değişim sürecinde büyük bir adım atmayı sağlayacaktır. Gerçekçi bir yaklaşım için dürüst sorular sormak ve dürüst cevaplar elde etmek gerekir. Bahane uydurmak, anlık cevaplar vermek ya da çözümler üretmek şirketlerin kendilerini kandırmalarından öteye gitmeyecektir.

Pandemi ile şirketlerin değişime zorlanmaları birçok çalışanın konfor alanlarından çıkmalarını gerektirmiştir. Doğal olarak değişime direnç çok yüksektir. Yeni dönemin şartlarına uyum sağlamak ancak değişimle mümkündür. Bu ise tepe yönetimlerin kararlı olmasıyla mümkündür.



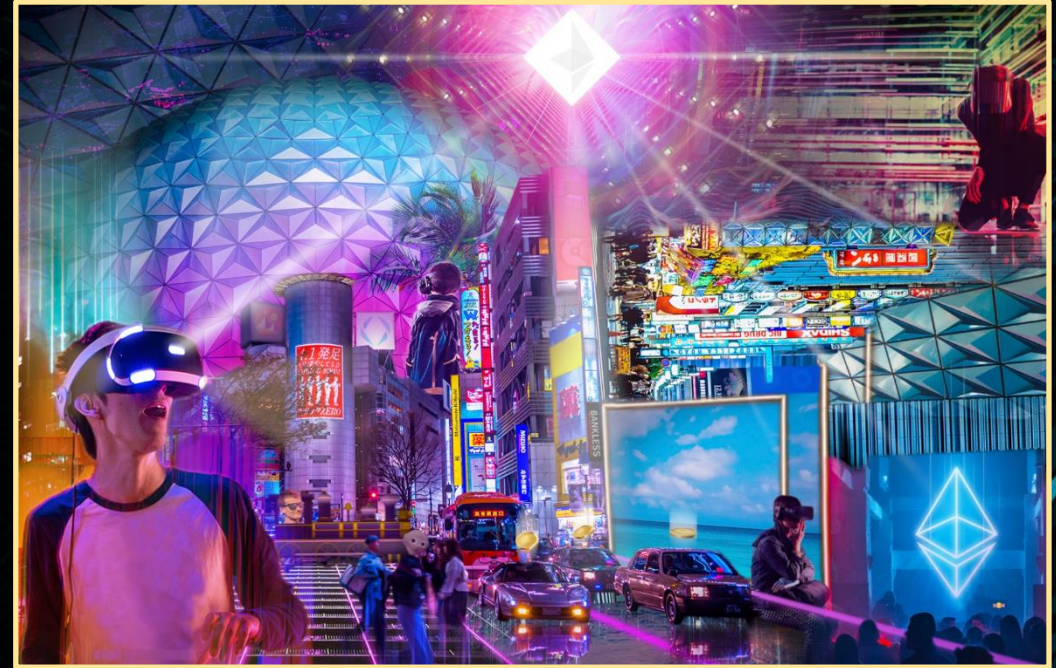
META EVREN (METAVERSE)

Metaverse terimi, ilk olarak bilim kurgu yazarı Neal Stephenson'un 1992 tarihli "Snow Crash" isimli romanında kullanılmıştır. Son günlerin popüler filmi "Ready Player One-Başlat" ile popüleritesi çok artmıştır.

Bugünkü anlamıyla Meta Evren, video konferans, oyun, kripto para birimleri, arsa alım-satım, sanal gerçeklik ve canlı yayın gibi farklı dijital teknolojilerin bir araya geldiği sanal dünya olarak düşünülmektedir.

Meta Evrende kişilerin kendi avatarlarını yaratarak gün içindeki sanal toplantılara katılması, diğer avatarlarla oyun oynaması ya da konuşması, birlikte eğlenmesi ve alışveriş yapması gibi teknolojik imkanlar ortaya çıkacaktır.

Meta Evren (metaverse)'nin teknolojideki insan dokunuşu eksikliğini bertaraf edeceği düşünülmektedir. Bu nedenle ciddi yatırımlarla çok yakın gelecekte daha fazla hayatımızda olacaktır.



UZAKTAN ÇALIŞMA VERİMSİZLİKLERİ

Uzaktan çalışmanın verimlilik, sonuç alma, toplantıların gereksiz yere uzatılmasının önüne geçme gibi birçok konuda önemli avantajlar sağladığı gerçektir. Bununla birlikte uzaktan çalışmanın yaşamın tadını azalttığı, ev koşullarının çalışanları olumsuz etkilediği ve çalışan performansının ölçülmesinin doğru yapılamayacağı görüşünde olan birçok yönetici vardır.

Kanadalı bir firmanın yaptığı ankete göre çalışanların %53'ü en çok kahve molaları özlemişler. Dolayısıyla şirketlerin uzaktan çalışma konusuna dikkatli şekilde eğilmeleri çalışan motivasyonu ve ilişkileri kapsamında önemli faydalar sağlayacaktır.

Bu nedenle birçok kurum tamamen uzaktan çalışmaya geçmek yerine Hibrit Çalışma modellerini benimsemişlerdir.



Yeni liderlik anlayışında «**çalışanlarla samimi iletişim**», «**yeniyi anlayabilme**», «**adapte olabilme**» ve «**uzaktan yönetebilme etkinliği**» başlıklarında 4 önemli nokta ön plana çıkmaktadır.

Şirketlerde ara kademelerin azalacak olması liderliğin önemini daha da artırmaktadır.

Şirketlerin esnek çalışmayı, hız ve verimliliklerini artırması yanı sıra işbirliği altyapısını kurmaları, liderlerin güçlü yönetim ve iletişim altyapılarıyla mümkün olacaktır.

Bu dönemi başarıyla yöneten kurumlara bakıldığında çalışanlarına yol gösteren, karar almaktan korkmayan, cesur kararlar alabilen, vizyoner, samimi ve şefkatli liderlik örnekleri görülmektedir.



MULTİ DİSİPLİNER OLMAK (ÇOKLU BECERİ)

Pandemi ile birlikte çoklu görev becerisi gerektirmeyen çok az iş kalmıştır. Çalışanlar, bu zorlu dönemde iş dünyasında bir anda tek bir göreve odaklanma lüksüne nadiren sahip olacaklardır.

Yeni dönemde çoğu işte çalışanların zaman ve enerjileriyle ilgili farklı talepleri dengelemesi gerekecektir ve işverenler birden fazla önceliği ele alabilmelerini bekleyeceklerdir.

Pandemi sürekli kriz yönetimiyle baş başa kalan şirketlerin çoklu beceriye sahip, yaptıkları işin liderliğini de üstlenen çalışanlara yönelmesine çok hız kazandırmıştır.

7/24 olağanüstü şartlarda çalışılması, pandemi tedbirlerinin hızla değişkenlik göstermesi multi disiplinler, çoklu beceriye sahip çalışanların önemini çok artırmıştır.



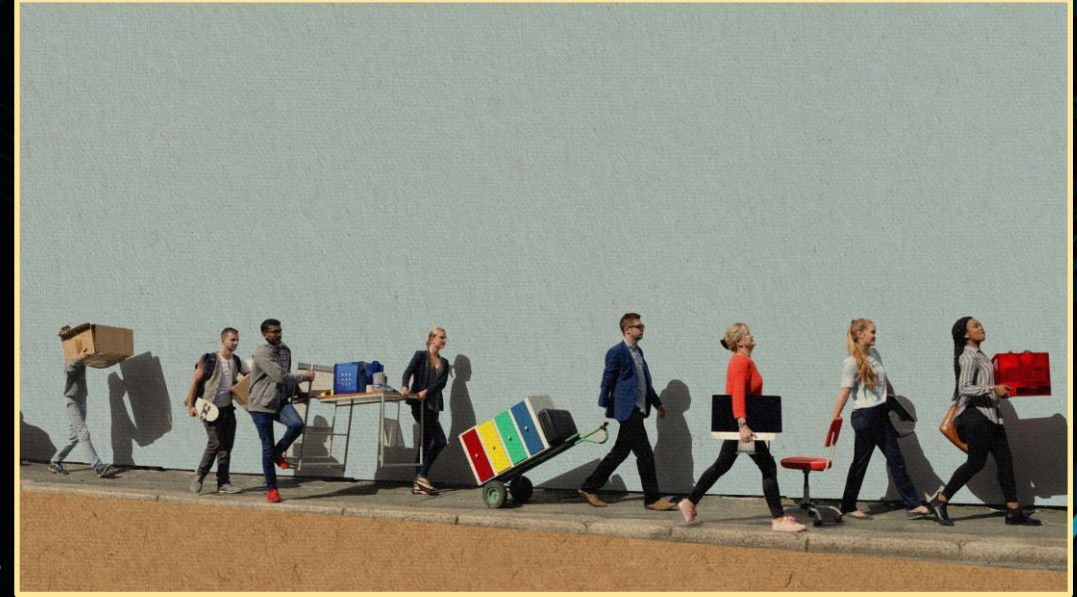
BÜYÜK İŞ BIRAKMA

Pandemi süreciyle birlikte çalışanların yaşamlarıyla ilgili bazı alanları daha fazla sorgulamaya hatta şirketlerini ve kariyer yolculuklarını nasıl devam ettireceklerine dair daha fazla düşünmeye başlamışlardır.

Amerika'da «The Great Resignation-Büyük İş Bırakma» akımı başlamıştır. Yaklaşık 5 milyon kişinin işlerini çeşitli nedenlerle bıraktıkları görülmektedir.

Bu akımın dünyanın diğer ülkelerine yayılabileceği, özellikle bulunduğu pozisyonu başarıyla sürdüren değerli çalışanların pandemi sonrası dönemde farklı arayışlara gidecekleri ve şirketlerinden ayrılma noktasına gelebilecekleri öngörülmektedir.

Bu yeni dönemde şirketler değerli çalışanlarını önceleyerek ve isteklerini dikkate alarak bu zorlu dönemde yolculuklarına birlikte devam edebilmenin koşullarını oluşturmaya çalışacaklardır. Çalışanı için empati kurmak bu çalışmaların ilk basamağı olacaktır.



Dijital CEO sanal toplantılarında en çok dile getirilen ve anketlerde ön plana çıkan konu «Siber Güvenlik» olmuştur.

Pandemi sürecinde uzaktan çalışma ile birlikte şirketlerin siber güvenlik endişeleri daha çok artmıştır. Merkezi bir koruma yapısından dağıtık bir yapıya geçiş, birtakım zorlukları da beraberinde getirmiştir. Özellikle uzaktan çalışma sistemine geçiş yapan şirketler için «Çok Faktörlü Koruma» ve «Veri Kaybını Önleme» gibi güvenlik yazılımları can simidi haline gelmiştir.

İnsan hali hazırda siber güvenlikte en büyük zaafıdır. Pandemi sonrasındaki yıllarda şirketlerin hızla dijital dönüşüm süreçlerinden geçmeye başlayacakları, bunun öncelikli olarak siber güvenlik yatırımlarını artıracığı düşünülmektedir.



PANDEMİ SONRASI DÖNEMDE ÜRETİMİN YENİ HALİ

PANDEMİ SONRASI DÖNEMDE ÜRETİMİN YENİ HALİ

Bu alanla ilgili konuşmalar 18 başlık etrafında şekillenmiştir. Bunlar;

1. ÜRETİMDE NİTELİKLİ ELEMAN
2. VUCA
3. TEDARİK ZİNCİRİ KIRILMALARI
4. ÜRETİMDE YENİ FIRSATLAR
5. ÜRETİM MALİYETLERİNDEKİ ARTIŞ
6. İNSAN VE DOĞA İLİŞKİSİ
7. HİBRİT ÇALIŞMA
8. KUŞAKLARIN BİRLEŞİMİ
9. TİCARET SAVAŞLARI
10. YÖNETİCİ TECRÜBELERİNİN GERİYE GİTMESİ
11. ÜRETİCİ YILDIZ
12. ENDÜSTRİYEL OTOMASYON
13. ÜRETİCİDEN TÜKETİCİYE DOĞRUDAN ULAŞIM
14. DİJİTAL İKİZLER
15. İŞ VE YAŞAM ROBOTLARI
16. ŞİRKETLER VE LOJİSTİK ÇÖZÜMLERİ
17. ÜRETİM SEKTÖRÜNDE DENETİM
18. PANDEMİ SONRASI KRİZLER DÖNEMİ

ÜRETİMDE NİTELİKLİ ELEMAN

Pandemi ile birlikte çalışanların inisiyatif olarak problemleri çözmeleri kritik hale gelmiştir. Yetenekli çalışanlara olan ihtiyaç çok artmış ve İnsan Kaynakları bölümleri yetenekli çalışan ve yönetici arayışlarını yoğunlaştırmışlardır.

Özellikle üretimde ve tedarik zincirinde yetenekli personel sürdürülebilirlik için çok önemlidir. Beyaz yakaya olan ihtiyaç artmakla birlikte mavi yakaya olan ihtiyaç çok kritik seviyededir.

Bu yeni dönemde şirketlerin çalışan ve yöneticilerinin kapasite ve yeteneklerinin artırılmasına yönelik yoğun bir eğitim çalışmasına girecekleri düşünülmektedir.

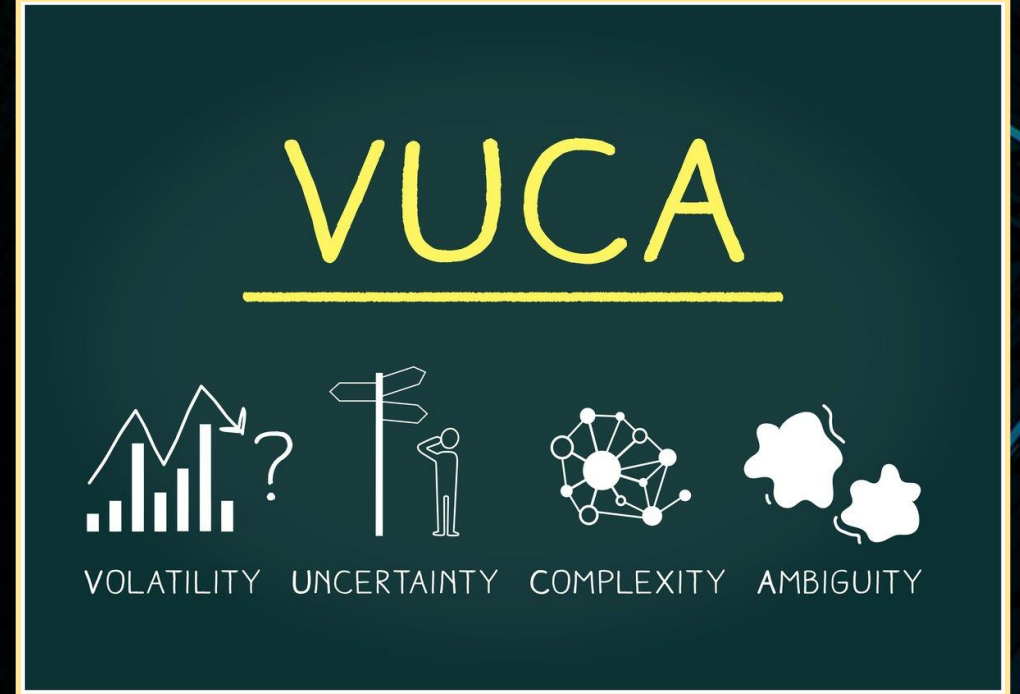


VUCA

Pandeminin gerçek sonuçlarının henüz anlaşılmadığı, öngörü yapmakta ve strateji oluşturmakta oldukça zorlandığımız bir dönemden geçmekteyiz.

«Pandemi 2022’de bitecek mi ? Devam ederse ülkeler ve kurumlar hangi önlemleri devreye alacaklar? Aşılar beklenen sonuçları verecek mi ? Dünyayı bir ekonomik tsunami bekliyor mu? Pandemiden sonra sırada ne var?» gibi sorulara verilecek kısmi cevaplar olsa bile gelecek, belirsiz ve karmaşık görünmektedir.

Pandeminin etkisi, ekonomideki dalgalanmalar, dijital dönüşümün yarattığı üretim süreçlerindeki değişiklikler, artan çalışan talepleri ve müşteri beklentileri, sosyal ve çevresel faktörler gibi bir çok etken nedeniyle **VUCA** (Değişkenlik-Belirsizlik-Karmaşıklık-Muğlaklık) dönemindeyiz.

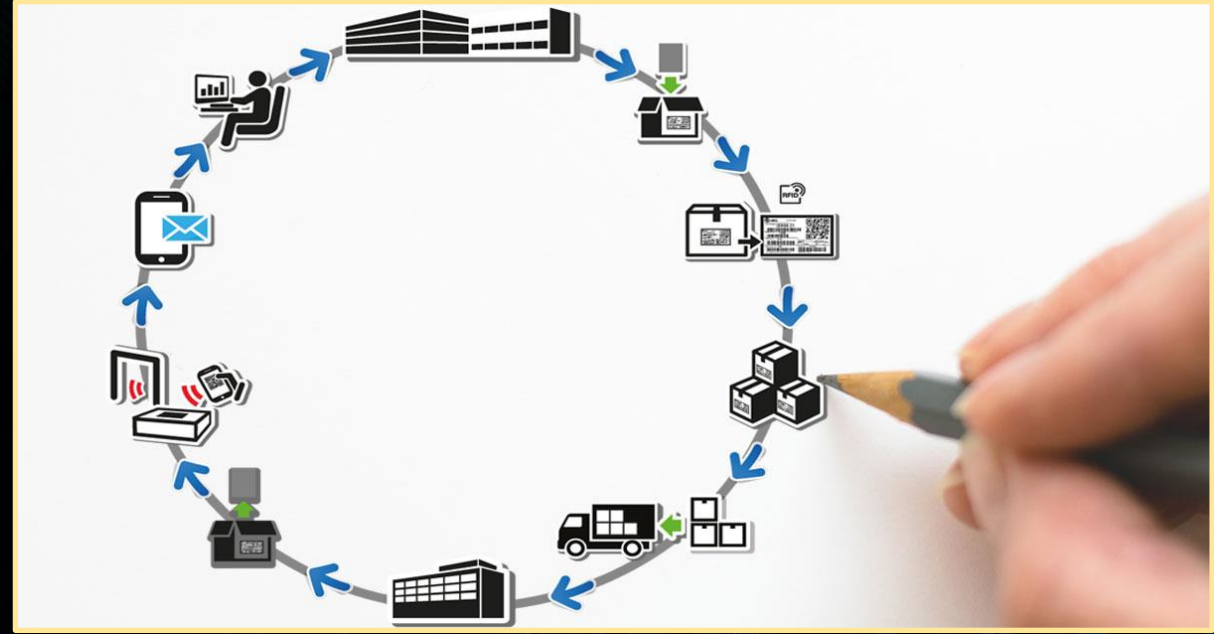


TEDARİK ZİNCİRİ KIRILMALARI

Tedarik zincirindeki aksaklıklar tüm dünya ticaretini derinden etkilemeye başlamıştır. Özellikle ortaya çıkan konteyner sorunu, tedarik ve lojistik zincirindeki sorunların daha da büyümesine yol açmıştır.

Çin ile Avrupa ve Amerika arasındaki konteyner taşıma ücretlerinin bir yıl içinde 5 kat artması herkesi sıkıntıya sokmuştur. Başka ülkelere ihracat yapmak isteyen şirketlerimiz navlun maliyeti nedeniyle zor duruma düşmüşlerdir.

Tedarik zincirindeki kırılmalar, global olarak üretim maliyetlerindeki artışlar, ileriye dönük doğru fiyatlandırma yapmanın zorluğu ticaret ortamındaki güveni de zedelemektedir.



ÜRETİMDE YENİ FIRSATLAR

Dijital CEO toplantılarında yöneticilerden alınan görüşler ışığında diyebiliriz ki ekonomik açıdan önümüzde belirsiz ve karmaşık bir dönem vardır. Tüm dünya gibi ülkemiz de bu süreçle mücadele edecektir.

Bununla birlikte iyi değerlendirilirse bazı fırsatlar Türkiye'nin önünde durmaktadır. Bunlardan birincisi tedarik zincirinin ve üretim sahalarının Asya gibi bölgeler dışında başka bölgelerde de kurulması isteğinin Türkiye'yi Avrupa bölgesinde avantajlı bir konuma getirmesi olarak düşünülebilir.

Güçlü lojistik sektörü ile Türkiye'nin Avrupa ve Asya'da önemli bir kesişim noktası ve tedarik zincir merkezi olması öngörülmektedir.



ÜRETİM MALİYETLERİNDEKİ ARTIŞ

Tedarik zincirindeki aksaklıklar, navlun maliyetlerinin artması, hammadde tedarikinde yaşanan zorluklar, enerji fiyatlarının artması, küresel yetenek kıtlığı, sağlık sorunları nedeniyle artan harcamalar ve global ölçekteki ticaret savaşları üretim maliyetlerini tüm dünyada ve tüm sektörlerde artırmıştır.

Üretim maliyetlerindeki artışlar doğal olarak enflasyonun artışını tetiklemiştir. Enflasyondaki artışın kalıcı olacağı endişesiyle ticaret hacimleri daralmaya başlamıştır.



İNSAN VE DOĞA İLİŞKİSİ

Pandemi sırasında ortaya çıkmıştır ki bir markanın değeri o markaya sahip şirketin hangi değerlere sahip olduğu ile çok ilişkilidir.

Kurumun benimseyeceği değerlerin neler olduğu ve bunların çalışanlara nasıl benimsetileceği, sistemli bir çalışma gerektirir. Her şirket bulunduğu sektöre, yönetici ve çalışan yapısına uygun olacak şekilde insan ve doğa ilişkisi, sosyal sorumluluk, müşteri odaklılık, liderlik, takım ruhu, yenilikçilik, güvenilirlik, verimlilik, girişimcilik, dinamizm, sorumluluk, özgünlük, bütünlük, doğruluk, cesaret, estetik, coşku, saygı.... gibi onlarca değer arasından kendine uygun olanları seçer.

Bunlardan doğaya verilen değer şirketler ve de müşterileri için çok önemli bir konu haline gelmiştir.

Özellikle doğaya saygıyı samimi şekilde gösteren şirketler pandemi sonrası dönemde tüketici gözünde daha itibarlı ve güvenilir şirketler olacaklardır.



HİBRİT ÇALIŞMA

Hibrit çalışma modeli kısaca “yarı ev, yarı ofis”ten çalışma sistemi olarak özetlenmektedir. Mesainin belirli süresini evde, belirli süresini ofiste çalışarak geçiren ofis çalışanları pandemi öncesi dönemde dahi vardı. Pandemi süreci ile birlikte hibrit çalışma düzenine geçen çalışanların sayısı bir hayli artmıştır. Böylelikle ofislerdeki kalabalık ortam durumu hafifletilmiş olmaktadır.

Pandemi ile birlikte iş dünyasında çalışma şeklinin eskisi gibi olmayacağı açıktır.

Paylaşımli ofis döneminin başladığı, ofis yapılarının esnek düzene döndüğü, evlerin ofis ortamına döndürüldüğü, çalışanların ofis dışında operasyonlarını rahatlıkla sürdürdüğü bir dönemde hibrit çalışma modelinin iş hayatının vazgeçilmezi olacağı öngörülmektedir.



KUŞAKLARIN BİRLEŞİMİ

Pandemi döneminde ilk defa 4 kuşağın bir arada olduğu, çalıştığı ya da ortak karar aldığı bir zaman yaşamaktadır.

1946-1964 arası doğan **Bebek Patlaması** (BB) kuşağı, 1965-1979 arası doğan **X** kuşağı, 1980-1995 arası doğan **Y** kuşağı ve 1996-2020 arası doğan **Z** kuşağı olarak hayatın birlikte içindeyiz.

4 kuşağın bir arada olması doğal olarak bir takım çatışmaları beraberinde getirmektedir. Bu nedenle şirketler çalışanları ve müşterileri için herhangi ortak bir stratejiyi değil kuşaklara göre farklı stratejiler uygulayarak kuşakların birleşimini sağlama yoluna gideceklerdir. Önümüzdeki 5 yılda kuşakların birleşimlerinin getirdiği sorunlar daha çok göz önüne çıkacaktır.



TİCARET SAVAŞLARI

Amerika ile Çin arasındaki ticaret savaşlarından pandemi ve beraberinde tedarik krizine uzanan bir süreçteyiz. Ülkeler arasındaki gerilimler özellikle pandemi ile beraber gizli bazen açık ticaret savaşlarına dönmeye başlamıştır. Ticaret savaşlarının olduğu bir dönem yaşanmaktadır.

Pandeminin ne zaman biteceği henüz tam olarak bilinmemektedir. Bu süreçte ortaya çıkan enflasyonun kalıcı olma riski gelişmiş ülkeler de dâhil ülkeleri endişeye sevk etmiş durumdadır.

Ticaret savaşlarının da bir sonucu olarak gıda fiyatlarının yükselişi, navlun fiyatlarındaki artış, enerji maliyetlerindeki rekor seviyeler, daha düşük karbon salınımına geçişin getireceği maliyetler önümüzdeki zamanda gündemde olacak konular olarak düşünülmektedir.



YÖNETİCİ TECRÜBELERİNİN GERİYE GİTMESİ

Dijital CEO toplantılarına katılan yöneticiler son 2 yılda yaşananların etkisiyle önceki tecrübelerin giderek anlamını yitirmeye başladığını belirtmişlerdir.

Artık 30 yıllık bir tecrübeye sahip bir yönetici dahi toplam tecrübesinin 2 yıllık zamanda yaşananlarla kıyaslanamayacağını belirterek yönetici tecrübelerinin geriye gittiği öngörüsünde bulunmuşlardır.

Artık yeni bir dönemdeyiz ve yönetim şeklimiz yeni kurallara göre belirlenecektir.



ÜRETİCİ YILDIZ

Tedarik zincirinde yaşanan sıkıntılar, navlun fiyatlarındaki artış, küresel yetenek kıtlığı üreticilerin maliyetlerini artırmış durumdadır. Karbon ayak izinin azaltılmasına yönelik ekstra maliyetler üretici şirketleri zor duruma sokmaktadır. Olası hammadde sıkıntısı tüm gerçekliğiyle önümüzde durmaktadır.

Bununla birlikte üretim kapasitelerinin daralması, Asya'dan üretiminin yerel noktalara taşınıyor olması üretici kurumların önemini çok artırmıştır. Devletler ihtiyaç duydukları üretimi içlerinde ya da en azından yakın coğrafyalarda yapabilmeyen arayışlarına başlamışlardır.

Bulduğumuz coğrafyada üretimin, üreticinin yıldız olduğu dönemlere girilmiştir.



ENDÜSTRİYEL OTOMASYON

Endüstriyel otomasyon, endüstri ekosisteminin her noktasında önemli avantajlar sağlamaktadır. Bu sistemler, kısa sürede daha çok ve kaliteli ürün üretme, üretim esnasında hata oranını minimize etme ve üretim döngüsünü standardize edilmiş kriterlere göre tamamlamada belirleyici bir rol üstlenmektedirler..

Yeni endüstri çağında operasyonel süreçlerden üretimsel proseslere kadar her aşamayı robotize etmeyi mümkün kılan endüstriyel otomasyon, binlerce röleli devrelerin hayatımızdan çıkmasını sağlamıştır. Bugün, insan iş gücünü neredeyse yarı yarıya indiren bu akıllı sistemler, fabrikalarda bulunan üretim hatlarını oluşturan robot, taşıyıcı bant ve pnömatik ekipman gibi makinelerin elektromekanik kontrolü için maksimum performans sunmaktadırlar.

Pandemi sonrası dönemde çok kritik bir hale gelen fabrikaların dijital dönüşüm yolculukları endüstriyel otomasyondan geçmektedir.



ÜRETİCİDEN TÜKETİCİYE DOĞRUDAN ULAŞIM

Üretim maliyetlerindeki artış, hammadde bulma sıkıntısı üreticilerin kazançlarını verimli şekilde artırabilme arayışlarına yöneltmiştir.

Arada herhangi bir aracı olmadan bir üreticinin servis ve ürünlerini doğrudan tüketiciye e-ticaret platformları üzerinden ulaştırmakla ilgili son zamanlarda başarılı uygulamalar görülmektedir. Özellikle pandemi bu konuda üreticiye ve e-ticaret platformlarına avantajlar sağlamıştır.

Bu şekilde üretici için stok maliyetleri azalırken, aracı komisyonlarını tüketiciye doğrudan indirim olarak kullanılabilmektedirler.

Üreticiden tüketiciye doğrudan ulaşım yeni dönemin iş yapış şekilleri arasındaki yerini alacaktır.

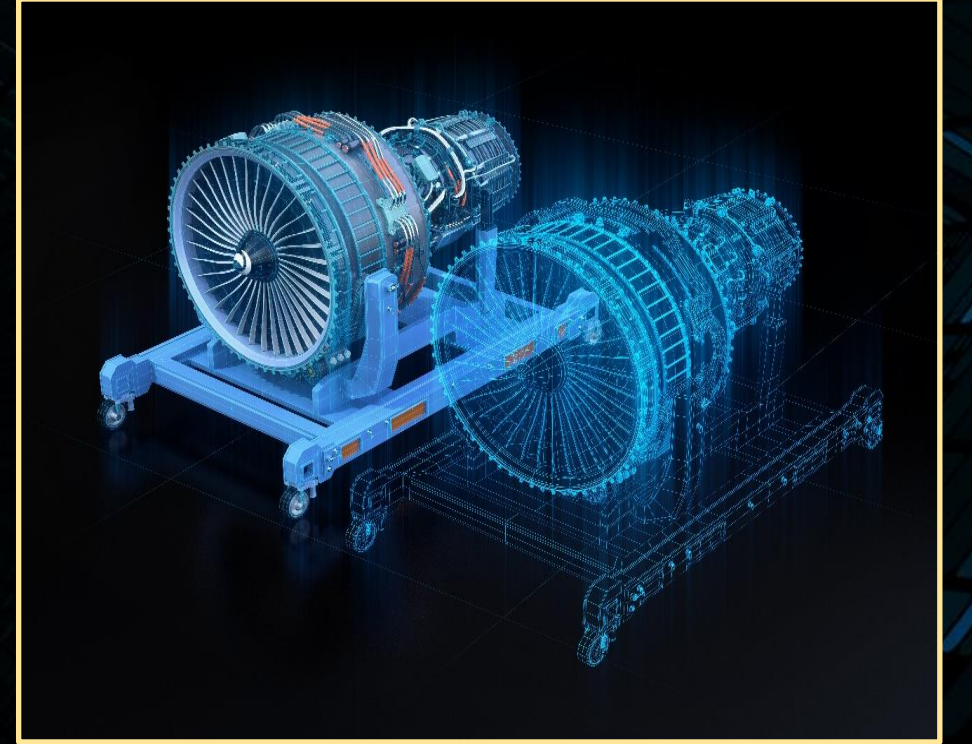


DİJİTAL İKİZLER

Dijital ikiz, bir ürünün, sürecin veya hizmetin sanal bir modelidir. Fiziksel nesnenin sanal kopyasıdır. Bu sanal kopya bir araba, bir makine, bir tren hatta bir jet motoru bile olabilir.

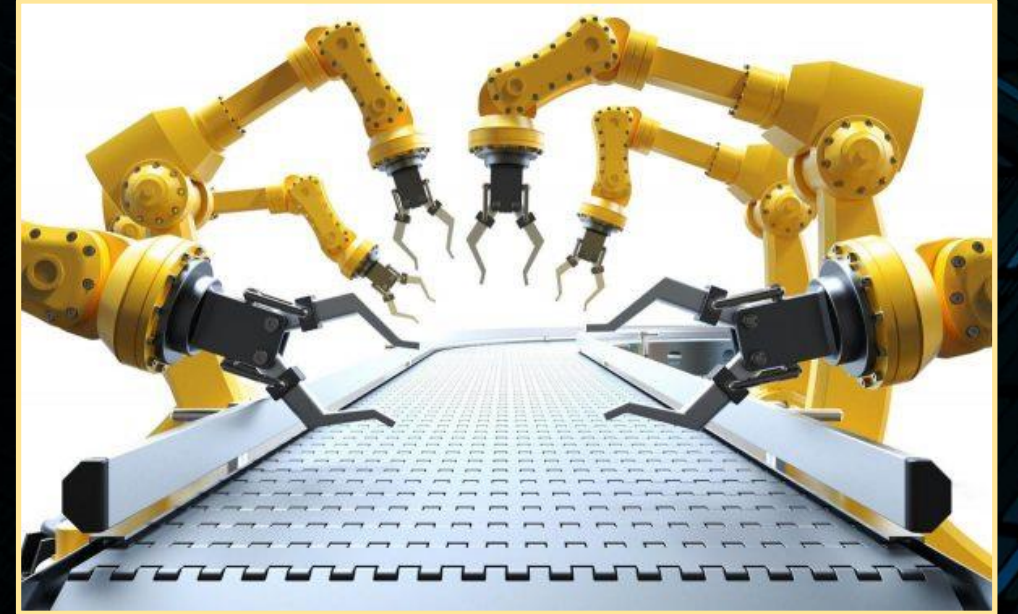
Uçak motorları, trenler, açık deniz platformları ve türbinler gibi nesnelere, üretilmeden önce sanal olarak tasarlanıp test edilebilir. Dijital ikizler, bakım-onarım işlerine yardımcı olmak için de kullanılabilirler. Örneğin, mühendisler, gerçek hayattaki ürünü uygulamaya geçirmeden önce parçalar için gereken bir düzeltmenin uygulanabilirliğini test etmek için dijital bir ikiz kullanabilir. Akıllı fabrikaların kurulmasında ve tüm üretim süreçlerinin simüle edilmesinde de kullanılmaktadır.

Dijital ikizler yeni dönemde akıllı fabrikaların temeli haline gelmiş, endüstri haricinde sağlık, veri modelleme, süreç yönetimi gibi alanlarda kullanımları artmıştır.



Pandemi döneminde robotları sadece üretim sahalarında değil, ev ortamında, ulaşım, sağlık ve bakım gibi hayatın her alanında kullanmanın önemi insan sağlığı ve bu tip krizlerle baş etmek açısından net şekilde ortaya konmuştur.

5G teknolojileri, giyilebilir teknolojiler, robot asistanlar, yapay zeka, makine öğrenmesi ve robot teknolojilerinde kaydedilen önemli gelişmelerin yakın bir gelecekte bir çok alanda insan ve robot arasında değerli bir işbirliğinin ortaya çıkmasına önemli katkılar sunacağı öngörülmektedir.



ŞİRKETLER VE LOJİSTİK ÇÖZÜMLERİ

Tedarik zincirinde yaşanan sıkıntılar, navlun maliyetlerindeki artış, lojistikteki darboğazlar şirketleri kendi çözümlerini bulmaya yöneltmiştir.

Büyüyen e-ticaret platformları kendi kargo ve lojistik şirketlerini kurarken, aynı zamanda dağıtım ağlarını kurdukları mahalli depolama alanlarıyla büyütmüşlerdir.

Global teknoloji firmaları özellikle pandemi döneminde lojistik çözümü olarak havayolu taşımacılığını tercih ederken bazı şirketler denizyolu taşımacılığı için gemi filoları kurmuşlardır. Şirketlerin bazıları ise karayolu taşımacılığı için araç filolarını genişletmişlerdir.



ÜRETİM SEKTÖRÜNDE DENETİM

PANDEMİ SONRASI
ÜRETİMİN YENİ HALİ

Pandemi nedeniyle ülkeler arası hava sahalarının ve sınırlarının kapatılması fabrika denetimlerinin uzaktan yapılması ve belgelendirilmesi ile ilgili çözümleri de beraberinde getirmiştir.

Uzaktan denetim ile verimliliğin, hızın çok arttığı ve yapılabildiği tespit edilmiştir. Pandemi hayatımızdan çıksa dahi uzaktan denetim yöntemlerinin kalıcı olacağı tahmin edilmektedir.

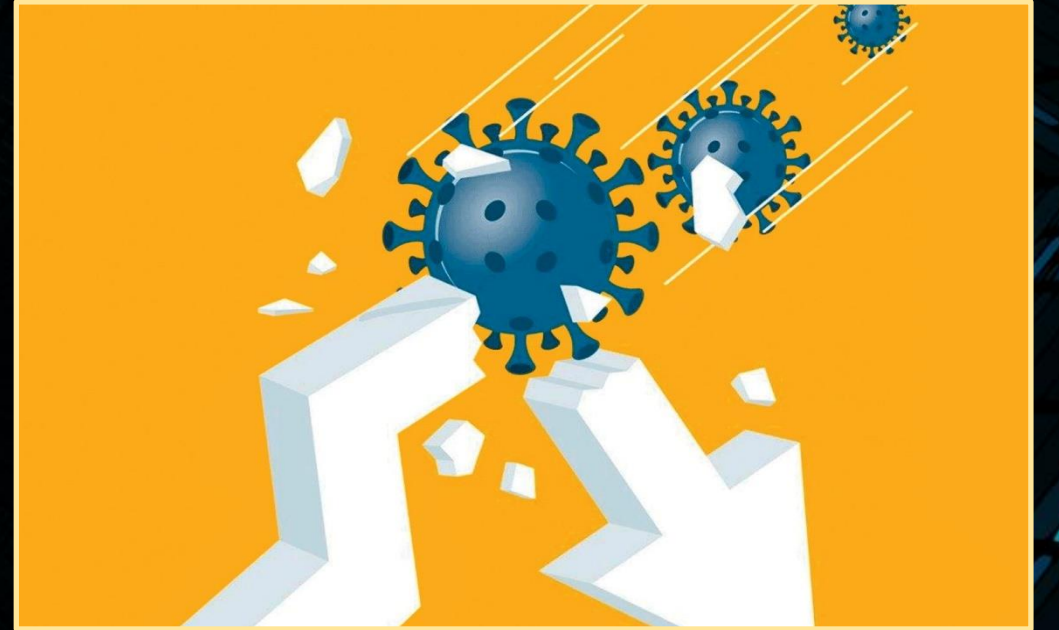


PANDEMİ SONRASI KRİZLER DÖNEMİ

Pandemi nedeniyle dolaşımların sınırlandırılması üretim kapasitesinin azalmasına ve tedarik zincirinde önemli aksamalara sebebiyet vermiştir.

Ortaya çıkan çip krizine, rekor seviyelere gelen enerji fiyatlarının eklenmesi, alüminyum gibi endüstrinin önemli öğelerinde ortaya çıkabilecek tedarik sorunu başka krizlerin tetiklenmesine yol açacaktır.

Gıdaya ve malzemeye ulaşım zorluğu, sağlık malzemelerinde ve ilaç tedariğindeki zorluklar, enflasyonun kalıcı hale gelmesi, küresel yetenek kıtlığı, hammadde bulma sıkıntısı, lojistikte yaşanan darboğazlar pandemi sonrası dönemde önemli riskleri ve muhtemel krizleri de beraberinde getirmektedirler.



ÜRETEBİLMEK İÇİN YAPILMASI GEREKENLER/ALINACAK YOLLAR

ÜRETEBİLMEK İÇİN YAPILMASI GEREKENLER/ALINACAK YOLLAR

Bu alanla ilgili konuşmalar 26 başlık etrafında şekillenmiştir.

1. NİTELİKLİ İNSAN KAYNAĞI
2. ADAPTASYON
3. ORTAK KAPASİTE İLE HAMMADDE ÜRETİMİ
4. ÜRETİM VE TEKNOLOJİ ODAKLI OLMAK
5. TARIM VE GIDA
6. Z NESLİ
7. TEDARİK ZİNCİRİ VE LOJİSTİK
8. FİNANSAL KAYNAKLARA ULAŞIM
9. KÜREYERELLEŞME (GLOCALIZATION)
10. İŞLETME SERMAYELERİ
11. KÜLTÜREL DÖNÜŞÜM
12. ÖNGÖR-DÜZELT-UYGULA
13. DEĞER EKONOMİSİ
14. İŞ ROBOTLARI
15. ÜRETİMDE DİJİTAL DÖNÜŞÜM
16. ENERJİ KİTLİĞİ
17. SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK
18. MAVİ OKYANUS STRATEJİSİ
19. HIZLI TİCARET DÖNEMİ
20. 4 KUŞAK
21. MRP
22. KUŞAK-YOL PROJESİ
23. DENİZYOLU TAŞIMACILIĞI
24. ALTYAPI
25. DİJİTAL OLGUNLUK
26. DÖNGÜSEL EKONOMİ

NİTELİKLİ İNSAN KAYNAĞI

Pandemi ile birlikte birçok sektör ve iş dalı olumsuz yönde etkilenmiş bu da işsizlik sorunun büyümesine yol açmıştır. Bununla birlikte yeni fırsatların ortaya çıkmasıyla yeni iş dalları da iş hayatına girmeye başlamıştır. İşsizlik ile birlikte nitelikli insan kaynağı sorunu da baş göstermiştir.

Pandemi sonrası dönemde 150'ye yakın yeni iş dalının ortaya çıkacağı düşünülmektedir. Özellikle sağlık, dijital oyun, e-ticaret ve lojistik alanlarında birçok yeni girişim ve iş dalının ortaya çıkacağı öngörülmektedir.

Hangi alanda ya da meslek dalında olursa olsun şirket çalışanlarının bu fırsatları avantaja çevirmeleri için kişisel gelişimlerine ve dijitale daha fazla önem vermeleri gerekecektir.



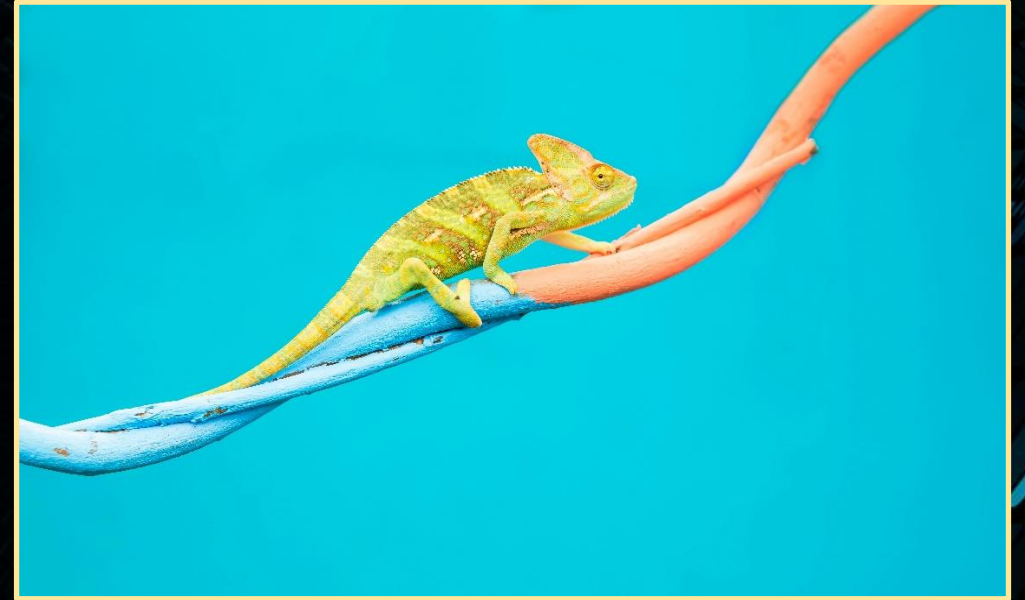
ADAPTASYON

Pandemi süreci, iş dünyasını hem organizasyonlar hem de çalışanlar açısından oldukça derinden sarsmıştır.

Bu süreç, hızla ve aslında sürekli devam eden krizler içerisinde yaşadığımızı ve artık değişimin her şirket için, her birimiz için kaçınılmaz olduğunu göstermektedir. Pandemi süreci ve halihazırda yaşananlar değişimin ve sürekli belirsizliğin hayatımızdaki yerini daha da sağlamlaştırmıştır.

Pandemi en güçlü ya da en zekilerin ayakta kalmadığını, hızla adapte olanların ayakta kaldığını biz kez daha gözler önüne sermiştir. Büyük olanın, küçük olanı yendiği değil, hızla adapte olanın, diğerlerini yendiği bir döneme girilmiştir.

Krizin kaynağının ne olduğu bir tarafa, krizler karşısında hızlı adaptasyon yetkinliğine sahip olmak ve bu yetkinlikleri hem kişisel hem organizasyon olarak geliştirmek oldukça önemli hale gelmiştir. Hızla adapte olabilenin ayakta kaldığı ve öne geçtiği olamayanın geride kaldığı bir dönem bizleri beklemektedir.



ORTAK KAPASİTE İLE HAMMADDE ÜRETİMİ

Pandemi nedeniyle dolaşımların sınırlandırılması üretimin kapasitelerinin azalmasına ve tedarik zincirinde önemli aksamalara ve hammadde bulma sıkıntısına sebebiyet vermiştir.

İthal yolla alınan bazı hammaddeleri ülkemizdeki şirketlerin tek başına yapmaları çok zordur. Buna karşın bilgi birikimlerini ve belirli alanlardaki tecrübelerini kullanarak ortak kapasite kullanımı ile ülkemiz için gerekli olan hammaddeler üretilirken üretim kapasiteleri global ölçek için yeterli seviyelere ulaştırılabilecektir.



ÜRETİM VE TEKNOLOJİ ODAKLI OLMAK

Pandemi sürecinde ortaya çıkan sağlık ve teknoloji sorunları şirketlere ve ülkelere sadece kullanan değil yapan olmanın gerekliliğini de ortaya koymuştur.

Rekabetin sınır tanımadığı ve acımasız olduğu yüksek teknoloji ürün ve servislerini sunabilmek ancak vizyoner bakış açısıyla mümkündür.

Pandemi süreci ve sonrası için oyunun kuralları bir nebze de olsa değişmiş kartlar yeniden dağıtılmıştır.

«Yapay Zeka», «5G» ve «Robot Teknolojileri»nin hakim olacağı bu yeni dönemde değerli ve önderlik eden kurumlarımızla birlikte ülkemizin hazır olması için seyreden değil yapan ve üreten tarafa geçiş yapmak zorunludur.



Gıda üretim hızı, nüfus artış hızının gerisinde kalmıştır. Gübre fiyatlarının artması, yetersiz insan kaynağı, navlun maliyetlerinin artması, tarım teknolojilerinin kullanımındaki yetersizlikler, eğitim eksikliği ve iklim koşulları tarım ve gıda üreticilerini olumsuz yönde etkilemektedir. Bu da tarımdaki verimliliğin ve üretimin daha da düşeceği anlamına gelmektedir.

Gıdaya ulaşımında önümüzdeki dönemde riskli durumun ortaya çıkabileceği göz önüne alınarak şirketlerin tarım alanında yatırım yapmalarının teşvik edilmeleri çok fayda sağlayacaktır.

Topraksız tarım alternatif bir çözüm olarak düşünülebilir.



Z NESLİ

Daha çok 2000 sonrası doğumlulardan oluşan Z kuşağı tamamen dijitaldir; onlar her zaman internete bağlıdır, internet dünyasında yaşamaktadır. Dolayısıyla bu kuşağın üyelerinin iletişim ve sosyal etkileşim alışkanlıkları da dijital hale gelmiştir. İnternet meraklısı, teknolojik okuryazar olan bu kuşak; çoklu görevlerle şekillendirilmiş, bir görevden diğerine hızlı bir şekilde hareket etmekte ve hata yapmaktan ziyade hıza daha çok değer vermektedirler. Bu kuşak hızlı ticaretin, e-ticaretin tam merkezindedir.

Pandemiye ve sonrasına en hazır kuşak Z kuşağıdır. Diğer kuşaklar pandemi ile birlikte Z kuşağını daha iyi anlar ve iletişim kurar hale gelmiştir.

Z kuşağı kendi isteklerini talep eden ve bunda ısrar eden bir kuşak olduğundan şirketler, ürün ve hizmetlerini bu kuşağın gerçekleri ve kurallarına göre tasarlamalıdır. Tüketim alışkanlıklarının gelecek 10 yılına bu kuşak damga vuracaktır.

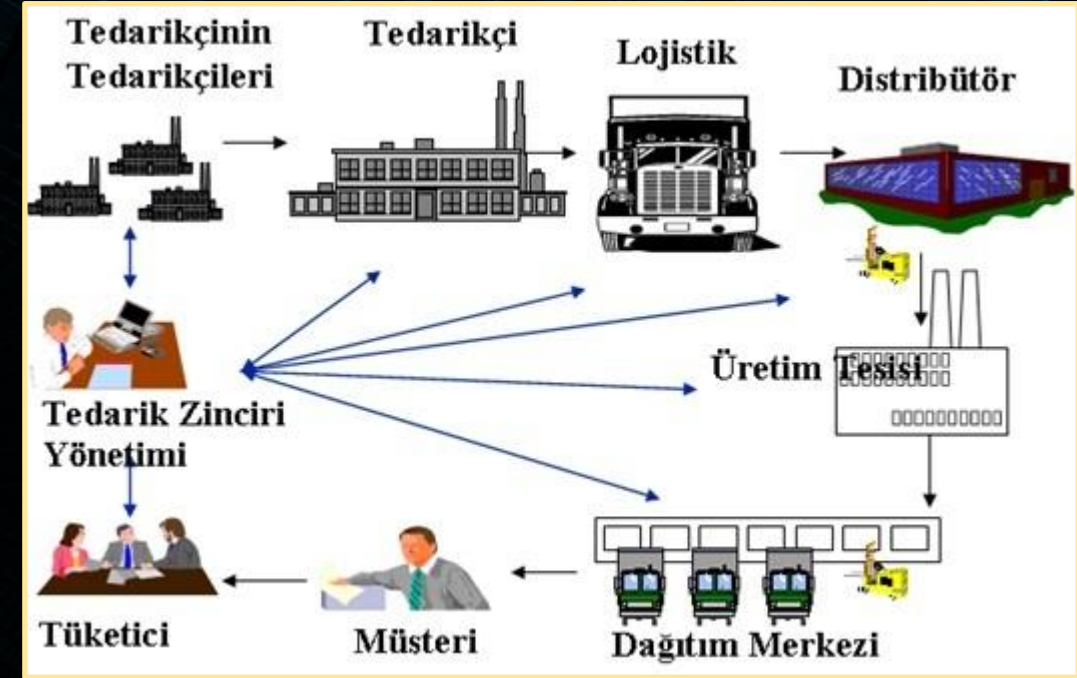


TEDARİK ZİNCİRİ VE LOJİSTİK

Tedarik zinciri bir işletme için hammaddeden tüketime kadar olan hareketin, üretimi aksatmayacak şekilde, artı değer kazandırılması amacıyla planlanması olurken, lojistik ise aynı yönetimi tüketiciyi temel alarak üretim dışındaki tüm operasyonların planlama işlemi olarak tanımlanmaktadır.

Özetle tedarik zinciri ve lojistik bir ürünün ortaya çıkması ile tüketiciye ulaştırılması süreçlerinin tümünü kapsar ve mükemmel müşteri deneyimine ihtiyaç duyar.

Tedarik zinciri ve lojistikte yaşanan darboğazlar ya da hatalar üretim ve müşteri deneyimini içerisinden çıkılamayacak kadar olumsuz girdapların içerisine iter. Bu nedenle bütüncül bir bakış açısı gerekir. Özellikle pandemi döneminde şirketler tedarikçi ve lojistik ağları ile olan iletişimlerini hatasız hale getirmek için uçtan uca dijitalleşme yatırımlarına ve diğer şirketlerle ortak kapasite kullanımı gibi işbirliklerine yönelmişlerdir.



FİNANSAL KAYNAKLARA ULAŞIM

Pandemi öncesi dönemde dahi önemli yatırımlar alan Türk girişimleri pandemi döneminde global ölçeklere ulaşarak aldıkları yatırım miktarlarını önemli boyutlara taşımışlardır.

Teknoloji girişimlerine yatırım yapmak risklidir fakat getirileri çok büyüktür. Önümüzdeki dönemin ana kavramlarından birisi de teknoloji girişimlerine yatırım yapan «Dijital Fonlar» olacaktır.

Özellikle büyük şirketlerimizin faaliyette buldukları sektörlerle de uygun olacak şekilde teknoloji girişimlerine yatırım yapacak özel dijital fonlar kurmaları önemli iş fırsatlarını da beraberinde getirecektir.



KÜREYERELLEŞME (GLOCALIZATION)

Pandemi sürecinden etkilenen tüm ülkelerin sınırlarını kapatması, dış ticaretini minimum seviyeye indirmesi, sağlık ve gıda güvenliği, üretim ham madde ihtiyacı, sanayide kullanılan ara elektronik parça ve malzemelerin tedariki gibi önemli konularda büyük sıkıntıların yaşanmasına neden olmuştur. Yaşanan bu zorluklar, şirketlerin kendi ya da yakın sınırları içerisinde uçtan uca çözümler bulmaları, tedarik zincirini faaliyette buldukları her bölge için çeşitlendirmeleri gerektiği sonucunu ortaya çıkarmıştır.

Ayrıca şirketler ülke sınırları içerisinde ya da dışarısında ürün ve hizmetlerini satmak isteyeceği bölgelere kolayca ulaşmak için o bölgelere yakın coğrafyalarda tedarik zincirleri oluşturarak yerel çözümler geliştireceklerdir.



İŞLETME SERMAYELERİ

Finansın en temel konularından biri olan işletme sermayesi, bir işletmenin faaliyete başlayabilmesi ve faaliyetlerini sürdürebilmesi için kullanılan, kısa zamanda paraya dönüşebilen varlıklar ve bu amaçla yapılan harcamalar olarak ifade edilmektedir.

İşletme sermayesi kuvvetli kurumlar kriz anlarında var olan durumlarını avantaja çevirirken zayıf olan kurumlar ise çok zor durumlara düşebilmektedirler.

Pandemi ile birlikte ticaret hacminin düşmesi ile bazı sektörlerin olumsuz etkilenmesi özellikle KOBİ düzeyindeki ya da nakit yönetimini düzgün yapamayan şirketleri diğerlerinden çok daha olumsuz etkilemiştir.

Yaşanan pandemi krizi ile beraber tüm işletmeler için sermaye yeterliliği konusu ve finansal kurumlarla olan iyi ilişkiler sürdürülebilirlik açısından en temel konu haline gelmiştir.



KÜLTÜREL DÖNÜŞÜM

“Kültür stratejiyi kahvaltıda yer.” klasik hale gelmiş ama önemli dersler çıkarılması gereken bir cümledir.

Özellikle üretimde dijital dönüşümü uygulamak isteyen bir şirket öncelikle genetiğinin yani kültürünün buna uygun olup olmadığını sorgulayarak çalışmalarına başlamalıdır. Kültürel dönüşüm diğer tüm süreçlerden çok daha zorlu bir süreçtir ve zamana gereksinim duyar.

Şirket kültürü yıllar içerisinde oluştuğundan değişmesi de yıllar alabilir. Çevik ve hızlı hale gelmek isteyen bir şirket bunu genç ve değişime ayak uydurabilen çalışanları işe alarak çözmeye çalışabilir ama bu yeterli olmayacaktır. Çünkü şirket kültürü dediğimiz konu çalışanı kapsadığı gibi iş yapış şekillerini, şirket müşterilerini ve bulunulan sektörün kendine göre kurallarını da kapsar.



ÖNGÖR-DÜZELT-UYGULA

Pandemi süreciyle beraber şirketler süreçlerini yönetirken ortaya çıkabilecek hataları minimum seviyeye indirebilmek için farklı yöntemler geliştirmektedirler.

Pandemi ile birlikte öne çıkan yöntemlerden birisi de «Öngör-Düzeltil-Uygula» yaklaşımıdır. Buna göre önce süreçlerdeki darboğazları ve sorunları objektif şekilde ortaya çıkar, bunları detaylı şekilde incele ve sonrasında gerekirse dış kaynak kullanımı ile birlikte gerçekçi çözümlerle düzelt ve uygula.

Zaman kayıplarının önüne geçmek, verimliliği gerçek anlamda artırmak ve sürdürülebilir bir organizasyon yönetimi için «Öngör-Düzeltil-Uygula» yaklaşımının fayda sağlayacağı düşünülmektedir.



DEĞER EKONOMİSİ

Fiyat genellikle ekonomik işlemlerde en büyük etken olmakla birlikte, her zaman bir malın gerçek ekonomik değerini temsil etmez. Bir şirketin sunduğu ürün ya da servislerinin fiyatı oluşturduğu marka algısı ile beraber hizmetlerini hangi kalitede sunduğu, ürün ya da servislerine tüketicinin gerçekte ne kadar ihtiyaç duyduğu, rakip şirketler tarafından sunulan benzer ürünün ya da servis kalitesinin olup olmadığına göre değişkenlikler gösterir.

Değer ekonomisi ürünün hacminden çok yarattığı değer ile ifade edilir. Örneğin bir kamyon domatesin değeri küçük bir teknolojik aletin değerinden çok daha az olabilir. Değer ekonomisinde **Bilgi Birikimi** "Know-how" , yetenekli insan kaynağı, işbirliği ve süreklilik esastır

Pandemi tüm dünya olduğu gibi ülke olarak işbirliği ile üretime ve katma değer yaratacak ürün ya da servislere odaklanmamız gerektiğini gözler önüne sermiştir.



İŞ ROBOTLARI

Tedarik zincirindeki kırılmalarla beraber üretimde yaşanan darboğazlar pandemiden olumlu ya da olumsuz etkilensin tüm üretici şirketleri süreçlerini uçtan uca yeniden gözden geçirmeye itmiştir.

Şirketler üretim operasyonlarını başka coğrafyalarda yaptırabilseler ya da ucuz işgücüne sahip olsalar dahi, üretimde iş robotları fabrikalardaki yerlerini hızla almaya başlamıştır. Ülkemiz 1000 kişiye düşen robot sayısında ilk 25 ülke arasında yer almamaktadır.

Ülkemizin ucuz iş gücü yaklaşımı bizde üretim yaptıran ülkelerdeki fabrikaların iş robotları ile tam otomasyona geçmesi ile, ucuz iş gücünü avantaj olmaktan çıkarıp aksine işsizlik sorununu ortaya koyacaktır.

Ülkemiz gençlerinin yeni dünya düzenine göre eğitimden geçmesi iş robotları ile birlikte üretim dünyasına girmeleri büyük önem arz etmektedir.



ÜRETİMDE DİJİTAL DÖNÜŞÜM

Dijital dönüşüm çalışmaları ülkemizde özellikle finans, telekomünikasyon, e-ticaret ve perakende sektöründe faaliyette olan şirketlerde gerektiği şekilde yapılmakla birlikte karanlık fabrikalar kavramının temeli olan akıllı fabrikalarda olması gerektiği şekilde ilerlememektedir.

Bu durum gerek yeterli sermayeye sahip olamamak ya da günlük operasyonların yoğunluğu ile bu konuya yeterli önemi verememek nedenleriyle ortaya çıkmış olabilir.

Buna mukabil üretimde dijital dönüşüm pandemi sonrası dönemin en önemli konularından birisi haline gelmesi gerektiği açıktır. Yatırım yapmanın yanı sıra vizyoner bakış açısı ile mavi yakaları da bu konuya dahil etmek önemli bir adım olacaktır.



ENERJİ KITLIĞI

Avrupa ve Asya'da gaz fiyatları tüm zamanların en yüksek seviyesine ulaşmıştır. Petrol fiyatları üç yılın en yüksek seviyesindedir. Çin, Hindistan ve Almanya'daki enerji kıtlığı nedeniyle kömür fiyatları yükselmektedir. Karbon salınımı azaltmak için kömür kullanımından vazgeçilmesi enerji krizlerini başka bir boyuta taşımaktadır. Çin, yerel kömür ve gaz rezervlerini stoklarken Rusya, Batı Avrupa'ya gaz tedarik etme konusunda istekli değildir.

İngiltere'de yenilenebilir enerji üretiminin normalden çok daha düşük olduğu yetersiz rüzgarlı bir yaz geride kalmıştır. Elektrik için kömürden uzaklaşan ülkenin tekrar kömür kullanması ise zor görünmektedir.

Pandemi süreciyle birlikte tüm dünyada oluşan ve 1970'li yıllardan beri görülmemiş bir enerji krizine doğru gidilmektedir. Üretim maliyetlerinin en büyük kalemlerinden birini enerji oluşturmaktadır. Enerji krizinin olası bir üretim krizine dönme olasılığı çok yüksek görünmektedir. Ülkemizin yenilenebilir enerji kaynaklarına yapacağı yatırımlar üretim açısından her zamankinden daha önemli hale gelmiştir.



SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

Şirketler en önemli öncelik olarak iş devamlılığını sonrasında ise sürdürülebilirliği görmektedirler. Sürdürülebilirlik, çalışanlar ve tüketicilerle ilgili denge politikasıyla ilintilidir. Çünkü dengeli çalışma ve büyüme sürdürülebilirliğin en önemli unsurudur.

Gereğinden fazla büyüme; motivasyonu ve verimliliği düşürecek, ilerleyen zamanlarda geçmişteki başarılar yakalanamayacaktır. Fazla küçülme tehlikeli olduğu gibi fazla büyüme de tehlikeli olabilecektir. Pandemi ile birlikte bazı sektörler olumsuz etkilenirken bazı sektörler ise gereğinden fazla büyümüştür. Gereğinden fazla büyüyen sektörlerde bu kez tedarik zincirinde aksamalar oluşmaya başlamıştır.

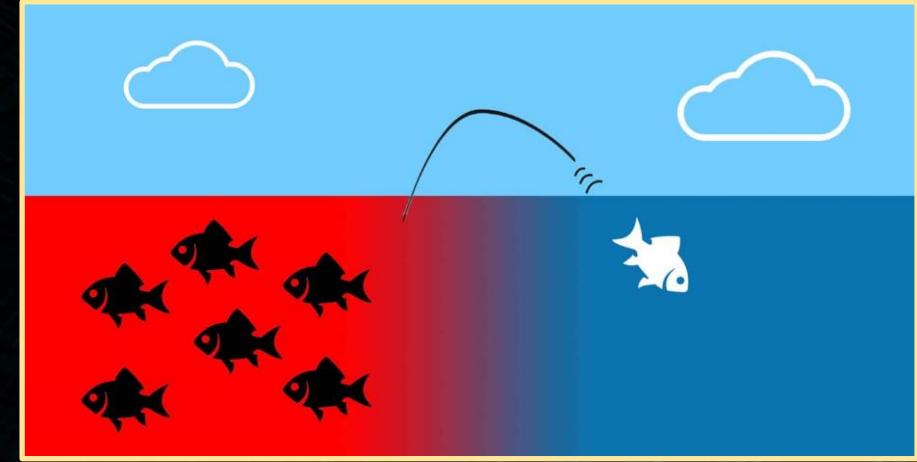
Sürdürülebilirlik sadece şirket büyümesi ile ilgili değil aynı zamanda insan ve doğa ilişkisindeki denge politikalarıyla da ilişkilidir. 2030 yılında dünya nüfusunun 7.7 milyardan 8.5 milyara ulaşacağı ön görülmektedir. Bu da sürdürülebilirliğin mutlaka ön plana çıkarılması gerektiğini ortaya koymaktadır.



MAVİ OKYANUS STRATEJİSİ

Birbiri ile rakip konumunda olan kurumların benimsediği çeşitli rekabet stratejileri vardır. Birçok işletmenin faaliyetlerini “kızıl okyanus” olarak ifade edilen yoğun rekabetçi pazarlarda sürdürdüğü bilinen bir gerçektir. Strateji alanına yaptıkları katkı ile son yıllarda gündeme gelen W. Chan Kim ve Renee Mauborgne, şirketlerin birbirleri ile aynı pazar koşullarında sert rekabetçi mücadelelere girişmelerinin rakipler için zararlı sonuçları üzerinde durmuşlardır. Alternatif olarak geliştirdikleri “mavi okyanus stratejisi” büyük ilgi görmüştür.

Farklı ve inovatif olmak temelde ötesine bakmaya cesaret etmekten gelir. Hiç kimsenin ya da hiçbir şirketin bakmadığı yöne bakabilmek şirketlerin “kızıl okyanus” stratejisinden “**mavi okyanus stratejisi**”ne dönmelerine büyük katkı sağlayacaktır.



Pandemi ile birlikte Z kuşağının ekonomi döngüsüne girmesi ticaretin oldukça hızlı bir hale gelmesine önemli katkı yapmıştır. Önümüzdeki dönem hızlı ticaretin olduğu ve bu yönde şirketlerin yatırımlarını artıracakları bir dönem olacaktır.

Özellikle hızlı ticaret yapısına uygun teknoloji girişimleri bu yeni dönemde yerlerini alacaklardır.



4 KUŞAK

1996 yılı sonrası doğan ve X kuşağının çocukları olarak kabul edilen Z kuşağı ilk defa pandemi döneminde şirketlerde yer almaya başlamışlardır. Bu da 4 kuşağın bir arada çalıştığı ya da ortak karar aldığı bir zaman diliminde olduğumuz anlamına gelmektedir.

4 kuşağın bir arada çalışması doğal olarak bir takım kurum için çatışmaları da beraberinde getirmektedir.

Bu nedenle şirketler çalışanları için her kuşağın kabul edebileceği minimum ölçülerde ortak bir kurum kültürü oluşturmalıdır.

Şirketlerin özellikle Z kuşağını da düşünerek kuşaklara göre farklı kurum stratejileri geliştirmeleri gelecek 5 yıllık zaman diliminin önemli bir konusu olacaktır.



MRP

Malzeme ihtiyaç planlaması (MRP), işletmeler için üretkenliği artırmak için tasarlanmış, bilgisayar tabanlı bir envanter yönetim sistemidir. Şirketler, hammadde miktarlarını tahmin etmek ve teslimatlarını programlamak için malzeme ihtiyaç planlama sistemlerini kullanır.

MRP, doğru envanterin üretim süreci için tam olarak ihtiyaç duyulduğunda ve mümkün olan en düşük maliyetle mevcut olmasını sağlamaya yardımcı olur. Bu nedenle MRP, üretim operasyonlarının verimliliğini, esnekliğini ve karlılığını artırır. Fabrika çalışanlarını daha üretken hale getirebilir, ürün kalitesini artırabilir ve malzeme ve işçilik maliyetlerini en aza indirebilir. MRP ayrıca üreticilerin, ürünlerine yönelik artan talebe daha hızlı yanıt vermesine ve müşteri kaybına neden olabilecek üretim gecikmelerinden ve stok tükenmesinden kaçınmasına yardımcı olur ve bu da gelir artışına ve istikrarına katkıda bulunur.

Tedarik zincirinde kırılmaların yaşandığı bu dönemlerde MRP kullanmak üretici şirketler için bir zorunluluktur.



KUŞAK YOL PROJESİ

Kısaca “Kuşak- Yol” olarak anılan “İpek Yolu Ekonomi Kuşağı” ve “21. Yüzyıl Deniz İpek Yolu” projesi, hem karadan hem de denizden Doğu Asya, Orta Asya, Batı Asya, Afrika ve Avrupa’nın birbirine bağlanmasını; “Kuşak-Yol” üzerindeki ülkeler arasında ortaklıklar kurmayı ve bu ülkelerde dengeli ve sürdürülebilir kalkınmalar gerçekleştirmeyi amaçlamaktadır. Ancak, bölge ülkelerinin endişeleri, “Kuşak-Yol” güzergâhı üzerindeki ülkelerin hem iç sorunları hem de bu ülkelerin kendi aralarındaki sorunlar, ABD ve Rusya gibi büyük devletlerin projeye olumsuz yaklaşımları ve olası yüksek işletim maliyetleri, bu projenin başarıya ulaşmasında karşılaşılabilecek zorluklardır. Asya-Avrupa-Afrika kıtalarının ortasında yer alan Türkiye, coğrafi ve jeopolitik konumu nedeniyle Çin’in “Kuşak –Yol” projesinde önemli bir yere sahiptir.

“Kuşak–Yol” projesinde sadece yol değil aynı zamanda kuşakta olmalıyız. Mesela Asya'dan gelen ürünlerin son noktalarından birisi olan Pire limanı gibi Türkiye’den de bir liman olmalıdır.



DENİZYOLU TAŞIMACILIĞI

Şirketlerin ürettiği ürünleri ya da göndermek istediği ürünleri ya da herhangi bir belgenin veya emtianın veya bir kimyasal maddenin ya da herhangi bir maddenin, bir ülkeye ulaşmasını arzu ediyor ise, tercih edebileceği sistemler, deniz, hava, kara gibi seçeneklerden meydana gelecektir.

Günümüzde tercih edilen popüler seçeneklerden bir tanesi, denizyolu taşımacılığıdır. Denizyolu taşımacılığı deniz yolları üzerinden, limanlar arası transfer işleminin gerçekleştirilmesi, ürünlerin nakledilmesi, istenilen yere, istenilen zamanda gönderilmesidir.

Denizyolu taşımacılığı, karayolu taşımacılığından 12 kat daha verimlidir. Bu nedenle liman işletmeciliği ve gemiler çok değerli hale gelmiştir. Türkiye'nin gemi inşası alanında tecrübeli ve ileri seviyede olması denizyolu taşımacılığında ülkemize önemli avantajlar sağlamaktadır.

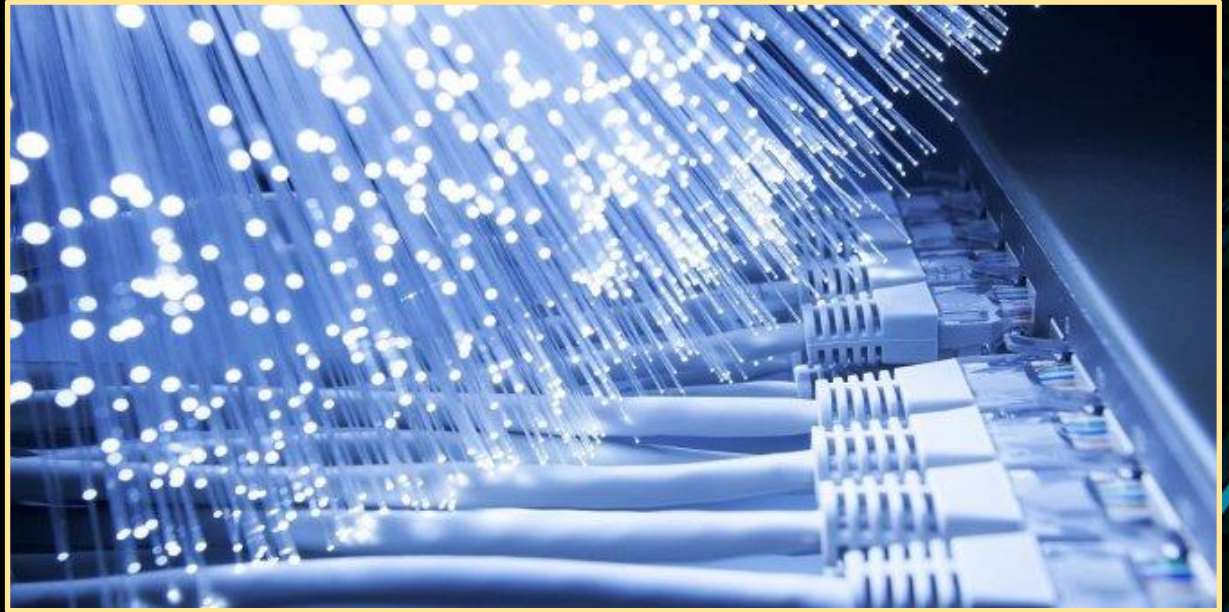


ALTYAPI

Pandemi ile beraber teknoloji dönüşümün avantajları açık şekilde ortaya çıkmıştır. 5G üretimde %25'lik kapasite artışları sağlamıştır. Tedarik sisteminde %65'lere ulaşan verimlilikler sağlamıştır. Dijital dönüşümün temel unsurlarından birisi verinin bir noktadan başka bir noktaya herhangi bir gecikme olmaksızın aktarılmasıdır.

Enerji kesintilerinin olduğu yerlerde veri kaybı da yüksek olur aynı zamanda bilişim sistemlerine olan güven azalır.

Özetle gelecekte enerji ve fiber altyapısının güçlü olması ekonomilerin gücüyle doğru orantılı olacaktır. Güçlü altyapı güçlü ülke, üreten ülke anlamına gelir.



DİJİTAL OLGUNLUK

Dijital dönüşümde başarılı olmak isteyen şirketler öncelikle genetiklerinin buna uygun olup olmadığını anlamalıdır. Şirket kültürü dijital dönüşümde kilit önemdedir. Belirli bir dijital olgunluğa ulaşmamış şirketlerin öncelikle şirket kültürlerinde değişime gitmeleri gerekir.

Dijital dönüşüme başlamış şirketlerin dijital olgunluk seviyelerini her yıl ölçmeleri gerekir. Bu şekilde geriye dönük kıyaslama yapabileceklerdir.

Dijital olgunluk seviyelerini ölçmek tüm şirketler için göz ardı etmemeleri gereken mutlaka uygulamaları gereken bir prosestir.



DÖNGÜSEL EKONOMİ

Döngüsel ekonomi, kaynakları ekonomi içinde mümkün olduğunca uzun süre tutarken fiziksel kaynakların katma ve içsel değerini koruyan ve hammadde tüketimini, atığı ve değer zinciri risklerini en aza indirmek amacıyla kullanım ömrünün sonunda değeri yakalayan bir piyasa ekonomisidir.

Pandemi ile beraber tedarik zincirinde yaşanan kırılmalar hammadde bulma sıkıntısını ortaya çıkarmış emtiaya ulaşmayı maliyetli ve zor hale getirmiştir. Yeni dönemde kaynakları mümkün olduğunca uzun süre ve ortak şekilde kullanmak, hızla eskitmemek ve hızla tüketmemek bu sorunların çözümüne önemli katkılar sağlayacaktır. Döngüsel ekonomi yeni dönem için avantaj olabilecektir.



YAPAY ZEKA VE DERİN ÖĞRENME

YAPAY ZEKA VE DERİN ÖĞRENME

Bu alanla ilgili konuşmalar 5 başlık etrafında şekillenmiştir.

1. VERİDEN FAYDA SAĞLAMAK
2. SEKTÖRLERDE YAPAY ZEKA
3. KÜLTÜR DEĞİŞİMİ
4. DİJİTAL PAZARLAMA
5. VERİMLİLİK

Kurum içerisinde dijital olarak oluşturulan birçok veri olmasına rağmen asıl sorun verilerin yorumlanmasında yaşanmaktadır. Çünkü veriyi ticari bir fayda sağlayacak noktaya taşımak için doğru şekilde anlamlandırmaya ihtiyaç vardır. Bu ise veriyi daha iyi anlamlandıran uzmanlara ihtiyaç olduğu gerçeğini ortaya çıkarmaktadır.

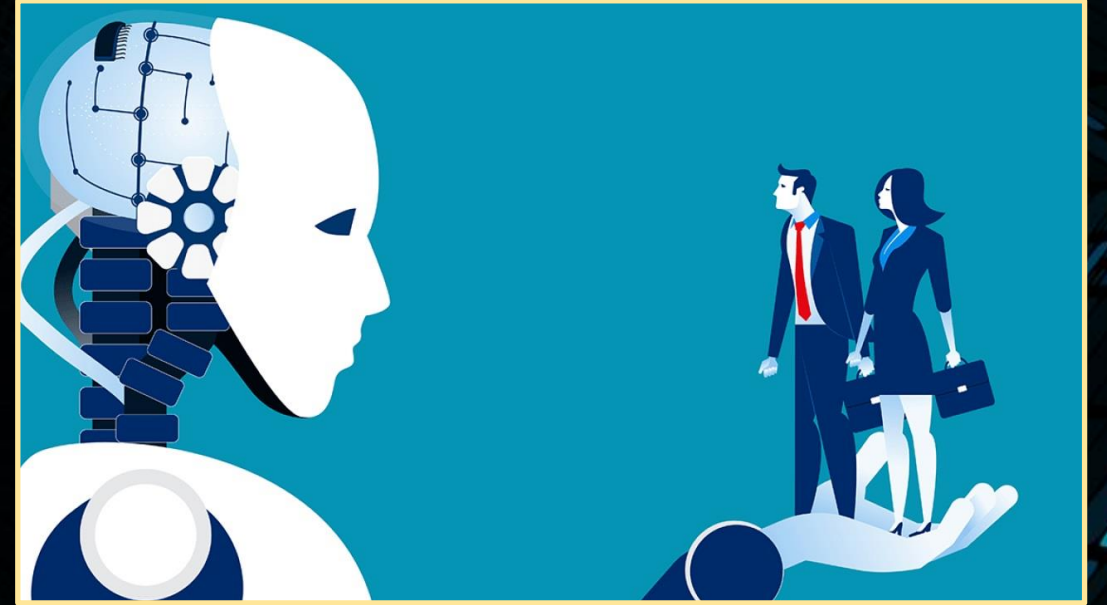
Veriyi başkalarının anlamlandırarak kullanmaları çoğu zaman şirketlerin işine yaramamaktadır. Şirketler veriyi kendileri yorumlamalı ve kullanmalıdırlar.



Yapay zeka bir süredir dünya gündemindeydi. Bununla birlikte pandemi sonrasında hızla değişen müşteri davranışları şirketlerin orta vadeli strateji kurmalarını bir hayli güç hale getirmiştir.

Bu nedenle sektör farkı gözetmeksizin değişen müşteri davranışlarını en hızlı şekilde gözlemlemenin ve doğru şekilde anlayabilmenin yolu derin öğrenme ve yapay zeka teknolojilerini kullanmaktan geçmektedir.

Her bir sektör için yapay zekanın kullanım alanı değişkenlik gösterecektir. Bu nedenle yapay zekayı verimli şekilde kullanmak için şirket kültürü ve insan kaynakları yapıları şirket ve sektörler için farklı olacaktır.



KÜLTÜR DEĞİŞİMİ

«Beni öldürmeyen acı, güçlendirir.» felsefesiyle şirketlerin birçoğu pandemi sonrası döneme hazırlık içerisinde.

Pandemi nedeniyle tüketici taleplerindeki ve davranışlarındaki ani değişimler, devletlerin aldığı önlemler, tedarik ve lojistik zincirinde ortaya çıkan aksaklıklar iş modellerinin daha önce olmadığı kadar hızlı şekilde değişmesini gerektirmiştir. VUCA döneminde olduğundan şirketler stratejilerini oluştururken iş modellerindeki hızlı değişimleri öncelikle dikkate almalıdırlar. Organizasyonun yeni senaryolara adapte olup olamayacağı iyi hesaplanmalıdır.

Yeni strateji oluşturma kurallarından birisi esnek ve hızlı düşünmek, alınan kararlar için hızlıca eyleme geçmektir. Bu dönem her şeyin hızla yapıldığı, oyunun kurallarını Z kuşağının belirlediği, öngörünün zorlaştığı, alınan kararların tekrar ve tekrar değiştiği zor bir dönemdir.

Bu dönem her türlü senaryoya hazır olmak için esnek, hızlı ve dijital olma dönemidir. Bu da kültür değişimine işaret eder.



DİJİTAL PAZARLAMA

Dijital pazarlama, kısaca elektronik cihaz veya internet kullanarak yapılan tüm pazarlama faaliyetlerini kapsar. Dijital pazarlama sürecinde markalar müşterilerine ulaşmak, ürün ve hizmetlerini tanıtmak veya satmak için ödemeli reklamcılık, mobil uygulamalar, sosyal medya, e-mail pazarlaması, arama motoru gibi dijital kanallardan faydalanırlar. Dijital pazarlamanın en önemli avantajlarından birisi anlık ölçme ve değerlendirme yapılabilmesi olmasıdır.

Yapay zeka destekli dijital pazarlama otomasyonlarının yakın zamanda tüm dünyayı etkisi altına alacağına ve bu kapsamda önemli yatırımların yapılacağı öngörülmektedir.

Üretim yapan şirketlerin tüketiciye doğrudan ulaşmalarına dijital pazarlama otomasyonu önemli katkılar sunacaktır.



VERİMLİLİK

Verimlilik, farklı kişi ve disiplinler için farklı anlamlara gelse de temelde, üretilen mal ve hizmetlerin miktar ve kalitesi ile bunları üretmek için kullanılan kaynaklar arasındaki ilişkiyi ifade eder.

Tedarik zincirindeki ve lojistikteki darboğazlar üretici şirketleri verimliliklerini artırmaları konusunda farklı arayışlara yöneltmiştir.

Ortak kapasite ile üretim şirketler için verimlilik artışlarına önemli katkılar yapacaktır. Beraber üretim modeli de kurumlara fayda sağlayacaktır.

Yapay zeka ve robot otomasyonu kullanımı üretim yapan şirketlerin verimliliklerini artırmaları için önemli katkılar sağlayan değerli çözümler olacaktır. Yapay zekayı uygulamak zor olsa da şirketler mutlaka bu alana yönelmeli, politikalar geliştirmeli ve başlangıç yapmalıdırlar.



ŞİRKETLER İÇİN YENİ FIRSATLAR VE KURUM İÇİ GİRİŞİMCİLİK

ŞİRKETLER İÇİN YENİ FIRSATLAR VE KURUM İÇİ GİRİŞİMCİLİK

Bu alanla ilgili konuşmalar 6 başlık etrafında şekillenmiştir.

1. STARTUPLAR VE KURUMLAR
2. GİRİŞİMCİ RUH
3. KURUM İÇİ İLETİŞİM
4. ŞİRKET İÇİ BÖLÜNMELEİ (SPIN OFF)
5. STOKSUZ E-TİCARET DÖNEMİ (DROPSHIPPING)
6. UNICORN

STARTUPLAR VE KURUMLAR

Kurum içi girişimcilik, inovatif fikirlerin kurumsal şirketlerde çalışanlar tarafından hayata geçirilmesidir.

İnovasyon sadece teknolojiyi kapsamaz, aynı zamanda şirketin kültürünü ve çalışan düşüncesini değiştirmeyi de kapsar.

Pandemi sonrası yeni dönemde şirketler kurum içi girişimciliğe önem verecekler, kendi içlerinden girişimciler çıkaracaklardır. Her bir çalışanını bir girişimci olarak görecektir. Halihazırda holding ve kuruluşlar bu çalışmalara başlamışlardır.

Kurum içi girişimcilikte şirket prosedürlerinden mutlaka ayrı bir çalışma metodolojisi içerisinde süreçler yürütülmelidir.



GİRİŞİMCİ RUH

Girişimci ruhu, temelde ötesine bakmaya cesaret etmekten gelir. Hiç kimsenin ya da hiçbir şirketin bakmadığı yöne bakabilmek için riski göze almak ve cesaretli olmak gerekir. Ötesine bakmak şirketlerin kırmızı okyanus stratejisinden mavi okyanus stratejisine dönmelerine büyük katkı sağlayacaktır.

Oscar Wilde'nin dediği gibi **''Gelecek henüz belirgin olmadan fırsatların farkına varabilenlere aittir.''**

Biontech gibi kurumlar ötesine bakabilmenin çok güzel örnekleridir.



2021 yılı birçok şirket için hibrit ya da uzaktan çalışma düzenine geçmek için hazırlık yılı olmuştur.

Pandemi döneminde çalışan iletişiminin kabul edilebilir sınırlar içerisinde sıkça yapılması olumlu sonuçlar doğurmuştur. Öyle ki ölçme ve değerlendirmenin yapılamadığı hibrit çalışma düzeninde önemli unsurlardan bir tanesi de sıkça ve düzenli şekilde yapılan çalışan iletişimi olmuştur. Çalışan iletişim sadece iş odaklı değil motivasyon odaklı da olmalıdır.

Pandemide iş süreçlerini başarıyla yürüten şirketlere baktığımızda genel olarak çalışan iletişimde başarılı oldukları görülmektedir.



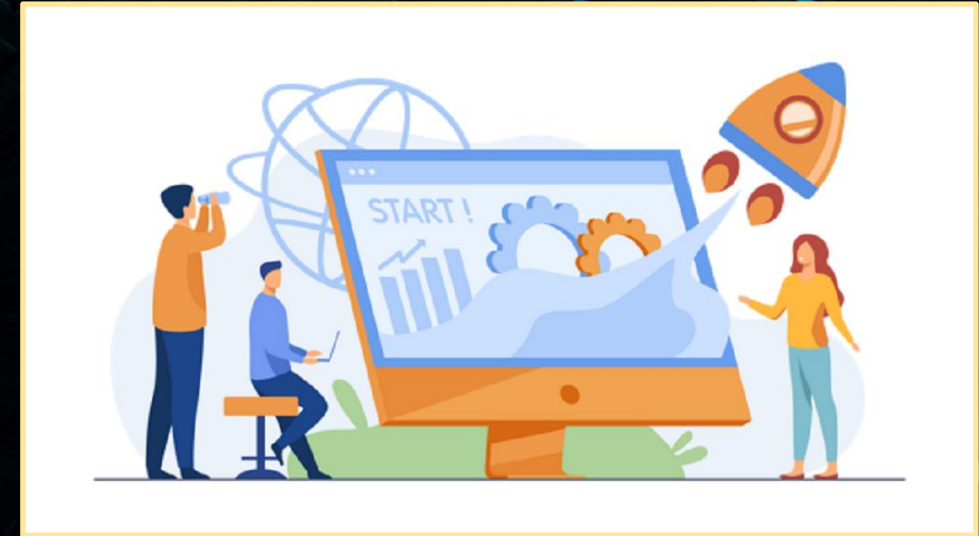
ŞİRKET İÇİ BÖLÜNMELEİ (SPIN OFF)

Şirket içi bölünmesi (spin off) bir şirketin nispeten küçük bir bölümünün ayrılmasıyla ortaya çıkan yeni şirket ya da şirketleri ifade eder.

Pandemi döneminde özellikle e-ticaret platformlarının çok büyümesi şirket içi bölünmelerini hızlandırmıştır.

Son günlerde yapılan reklamlara bakıldığında şirket ya da kurum reklamı yerine şirket içerisinde ya da şirkete bağlı olarak gerçekleştirilen uygulamaların reklamlarını yaptıkları görülmektedir.

Özetle şirket içerisinde gerçekleştirilen uygulamaların ya da girişimlerinin getirileri bir süre sonra şirketin gerçek faaliyet getirilerine yaklaşırsa ya da üstüne çıkarsa bu durum şirket içi bölünmesine yol açacaktır. Pandemi sonrası dönemde şirket içi bölünmelerinin artacağı tahmin edilmektedir.



STOKSUZ E-TİCARET DÖNEMİ (DROPSHIPPING)

Stoksuz E-Ticaret (Dropshipping); ürünleri stoklamaya ve depolamaya gerek kalmadan, alıcı ve satıcı arasında bir köprü oluşturarak yapılan bir e-ticaret modelidir.

Stoksuz e-ticarete alıcı, satıcı ve tedarikçi olmak üzere üç temel taraf vardır. Fakat başrol satıcıdır. Çünkü satıcı ve tedarikçi aynı olduğunda model, B2C ticarete döner. Stoksuz e-ticaret yapan satıcı, stoklarını tutmadığı ve depolamadığı ürünleri satır. Satmak istediği ürünleri e-ticaret sitesi üzerinde ya da sanal pazar yerlerinde listeler. Müşteriler yani alıcılar ise ürünü sipariş eder. Gelen sipariş ise ürünün asıl satıcısına, yani üretici ya da tedarikçiye iletir.

Bu adımdan sonra ürünün gönderimi ve kargo yönetimi, tedarikçinin sorumluluğundadır. Tedarikçi kendi deposundaki ürünü alıcıya gönderir. Böylece tedarikçi herhangi bir pazarlama çalışması yapmadan, satıcı ise üretim ve depolama yapmadan satış gerçekleştirmiş olur. Stoksuz e-ticaret yöntemi bulunduğu coğrafya nedeniyle ülkemize avantaj sağlayabilir.



UNICORN

Tek boynuzlu at anlamına gelen “Unicorn”, girişimcilik dünyasında kullanılan bir terimdir. Unicorn olabilmek için en az bir milyar dolar değerlemeye ulaşmak gerekmektedir. 10 milyar dolar seviyesine ulaşan girişimler ise “Decacorn” olarak ifade edilmektedir.

Yaklaşık 100 Startup’ın 3’ü 5. senesini görebilmektedir. 5. seneyi gören Startup’ların %2’sinin bir Unicorn olma ihtimali vardır. Yani bir Startup’un Unicorn olma ihtimali binde 0.6’dır. Çok düşük bir ihtimal olmasına rağmen ülke olarak Startup’ların kurulması teşvik edilmeli özellikle de sermaye sahipleri bu konuda bilinçlendirilmeli ve yönlendirilmelidir. Her bir başarılı Startup’ın oyunun kurallarını değiştireceği hesaplanmalıdır.

Türkiye’den de son yıllarda Unicorn hatta Decacorn girişim olarak kabul edilebilecek girişimler çıkmıştır. Dünyadaki yaklaşık 700 Unicorn’un 370’i Amerika’dan çıkmıştır.



DİJİTAL EKOSİSTEMLER VE ŞİRKET İŞBİRLİKLERİ

DİJİTAL EKOSİSTEMLER VE ŞİRKET İŞBİRLİKLERİ

Bu alanla ilgili konuşmalar 4 başlık etrafında şekillenmiştir.

1. İŞBİRLİĞİ KÜLTÜRÜ
2. BULUT BİLİŞİM
3. DİJİTAL KÖPRÜLER
4. SEKTÖREL EKOSİSTEMLER

İŞBİRLİĞİ KÜLTÜRÜ

Pandemi ile birlikte küresel sorunlar her geçen gün daha karmaşık ve çok boyutlu hale gelmiştir. Bunların çözümü için sürdürülebilir ve kolektif bir çabaya ihtiyaç vardır.

Şirketler, iş süreçlerini ve gelecek stratejilerini; sadece kârlılık odaklı değil, paydaş odaklı bir yaklaşımla da geliştirirse işbirliği kültürü ile gerçek başarıyı yakalayacaklar ve geleceklerini garanti altına alabileceklerdir.

Şirketler iş devamlılıklarını sağlamak için büyüme temelli yaklaşımdan paydaş temelli, beraber üretim temelli yaklaşıma geçişler yapacaklardır.



BULUT BİLİŞİM

Pandemi; dijital dönüşüm süreçlerini çok hızlandırmış, iş süreçlerinin odağına uzaktan ya da hibrit çalışma modelini yerleştirmiştir. Böylelikle büyük veri, veri güvenliği ve verilerin arşivlenmesi çok önem kazanmıştır.

«**Bulut Bilişim**» bilgisayarlar ve diğer cihazlar için istenildiği zaman kullanılabilen ve kullanıcılar arasında paylaşılan bilgisayar kaynakları sağlayan, internet tabanlı bilişim hizmetlerinin genel adıdır.

Bulut bilişim; çok daha ucuza, kurulum gerektirmeden, her yerden çalışmayı destekleyen bir hizmettir. Bulut bilişim; ihtiyaç olan her türlü bilgi, belge, doküman, dosya ve verinin internetin var olduğu her yerden ulaşılabilir olmasını sağlayan bir teknolojidir. Dolayısı ile pandemi sürecinde ortaya çıkan zorluklarla baş edebilmek için bulut bilişim teknolojilerine ihtiyaç duyulmuş ve bu ihtiyaç katlanarak artmıştır.



DİJİTAL KÖPRÜLER

Şirketlerin her “Dijital Dönüşüm” çalışması olumlu sonuçlanmamaktadır. Yayınlanan bir rapora göre dünyadaki “Dijital Dönüşüm” çalışmalarının %70’i boşa gitmektedir. Bu büyük para ve zaman israfı anlamına gelmektedir.

Şirketlerin dijital dönüşüm çalışmalarının daha fazla başarıya ulaşması için dijital köprüler kurulmalıdır. Dijital köprü dönüşüme yardımcı olan bir şirket, bir sosyal platform, etkinlik ya da bir iş ağı olabilir.

Ülke olarak dijital köprülerimizi artırırsak dijital dönüşüm çalışmalarının başarısını da artırmış olacağız.



SEKTÖREL EKOSİSTEMLER

Pandemi ile birlikte «Dijital Dönüşüm» çalışmaları olağanüstü şekilde hız kazanmışken kurumlar kendi ağlarının etrafında bir dizi diğer dijital işletme, dijital müşteri ve dijital cihaza dokunan dijital ekosistemler inşa etmeye başlamışlardır. Bu şekilde risklerini azaltırken işbirliği kültürü içerisinde güç kazanmaktadırlar.

Pandemi ile dijital ekosistemlerin önemi çok artmıştır.

Yeni dönemde oluşturulacak dijital ekosistem modelleri, doğal ekosistemlerde olduğu gibi özellikle çeşitli kuruluşlar arasındaki rekabet ve işbirliği ile doğrudan ilişkili olacak ve adapte olmanın ölçütü haline gelecektir.



YÖNETİCİLERDEN AKILDA KALANLAR

YÖNETİCİLERDEN AKILDA KALANLAR-1

- Türkiye'de otomotiv satışı online satış için yeterli olgunlukta değil. 2-3 yılı var
- 2. elde günlük 35 bin adet araç satılıyor
- Son 2 yılda çok şey öğrendik
- CEO'lar arasında topluma ne faydalar sağlanabileceği konuşulmaya başlandı
- Dijital Evrim için CDO ataması şart
- Güvenlikte en zayıf halka insan
- İş dünyasında hiçbir zaman insandan vazgeçilmeyecek
- Değişimi yönetmek en zor şey
- Tedarik ve Lojistik'te krizler yaşanıyor
- Önümüzdeki dönemde 3 konu öne çıkacak : Tedarik, Siber Güvenlik ve İklim Değişikliği
- Tedarikte yaşanan krizler nedeniyle için şirketler gemi satın almaya başladılar
- Güvenlikte bireysel ataklardan daha çok ulusal çapta ataklar olmaya başlandı. Birlikte hareket edilirse bu tehlikenin önüne geçilebilir
- Tedarikçi iletişim deneyimi artırmak şirketler için fırsattır
- İç iletişimi artırmak kurum içi girişimcilik için çok önemli
- Şirketler son 2 yılda yaşananlar nedeniyle yeni stratejiler yaratmak durumundalar
- Öngör - Düzelt - Uygula döngüsünde olmalı şirketler
- Fonlara erişim kolaylaştırılmalı
- Yapay zeka destekli sesle hizmet odaklanması gereken konular arasında

YÖNETİCİLERDEN AKILDA KALANLAR-2

- Ülkemizde yılda 2 milyon üzerinde araç değerlemesi oldu. Bunu yapay zeka ve derin öğrenme içinde yapsak çok avantajlı olur
- Yapay zeka çalışmaları ilk defa 1956 yılında başlamış ancak uygulamalar gerçek anlamda son yıllarda yapılmaya başlandı
- Veri analizi ile ciro hedeflerinde 25 milyar dolarlık artış sağlanmış
- Veri odaklı organizasyon ve süreçleri kurmaya odaklanmalıyız
- Kültürümüzde birden fazla iş yapma var
- Uzaktan çalışmanın getirdiği verimsizlikler var
- Ekonomiyi para ile değil mutlulukla ölçsek daha iyi olur
- Mutluluk ekonomisi
- Bu yeni dönemde yukardakileri ikna etmek zor olduğu kadar aşağıdakileri de ikna etmek zor oluyor
- Dijitalde başarı için öncelikle kültürün değişmesi önemli
- Pandemi de şirket içi ve dışı yapılan toplantı sayıları arttı
- Lokalleşme herkes için önemli oldu
- Çip ve Tedarik Zincirindeki sıkıntılar devam ediyor
- Üretici bile olsanız uzaktan çalışma artık yeni normal
- Rüzgar ve güneş enerji sistemlerine yatırımlar önümüzdeki 20 yılda çok artacak
- Dijital ekosistemlerde ciddi eksikliğimiz var
- Bilgi teknolojilerinde yurt dışında maaş anlamında rekabet edilemiyor

YÖNETİCİLERDEN AKILDA KALANLAR-3

- Dijital ekosistemler önemini çok artırdı. İşbirliği yapmayı beceremeyen ayakta kalamayacak
- Startup'ların performansı kurum içinde düşüyor
- Kurum içi girişimcilik kurumda pek fayda sağlamıyor
- Şirketler kurumsal olunca bazı fırsatları ve tehditleri görememeye başlıyorlar. Bu nedenle kurum içi girişimcilik çok önemli
- Üretimde ön görmede ülkece başarılı olduğumuz söylenemez
- Bilgi insanlarında kıtlık yaşıyoruz
- Donanımda üretmeye odaklanmak gerekiyor. Çip krizinde bunu gördük
- Tarımın önemi düşünüldüğünden çok artıyor
- Sanayide 10 kişilik süreçler 2 robota karşılık geliyor
- Kaynakların merkezileştirilmesi verimliliği artırıyor
- Zaman en kıymetli şey
- 1.5 trilyon dolar harcanan dijital dönüşüm çalışmalarının %70 i boşa gidiyor
- Tarımda fiyatlar çok yükseldi. Üretim zorlaşacak
- Hammadde problemi geliyor
- Gelecekte şirketler bir IT odasından ibaret olacak
- Şirketler Z neslinin ne istediğini bilmiyorlar
- Üretim için önce eğitim şart
- Veriden değer elde etmeye çalışmak asıl önemli nokta

YÖNETİCİLERDEN AKILDA KALANLAR-4

- İnşaat sektöründe karlılığı denetlemek önemli unsur
- Angarya işleri yapay zekalara devretmeliyiz
- Online alışverişlerde 14 katlık bir büyüme var
- Kişiselleştirilmiş sağlığa yöneliş var
- Sağlıkta dijital ikiz dönemi
- Otomotiv sektöründe dijital dönüşüm en çok 2. el pazarında kullanılıyor
- Otomotiv sektöründe daha az Show room yatırımı olacak
- Türkiye'de 2. el için müthiş bir algoritma sistemimiz var
- Bir lider yetiştirmek yaklaşık 15 yıl sürüyor
- Yetenek dönüşümü olmaya başladı. Yurt dışına gidişler hızlandı
- Dijital ekosistemler kurmanın önemine şirketler inanmalı
- Bir kişi sadece kendi yaptığı işi değil, tüm şirketi yönetmeli. Girişimci ruhuyla herkes şirketi sahiplenmeli ve yönetmeli
- Ülke olarak karanlık fabrikalarda geri kalıyoruz. Ucuz işgücü karanlık fabrikalarla anlamını yitirebilir
- Mal ve hizmetlere erişimin dijitalleşmesinde çok ilerideyiz
- 2030 yılında 24 bin işin 8 bine ineceği düşünülüyor
- Üretimde darboğazlar yaşanıyor
- Anla-Yanıt Ver, Değiştir ve Geliştir döngüsü
- Nitelikli İnsan Kaynağı = Nitelikli Üretim

YÖNETİCİLERDEN AKILDA KALANLAR-5

- Dijital dönüşüm kapsamında geliştirilen projeleri müşteri kullanmaz ise gerçek fayda sağlanmıyor
- İlaç dağıtımında makine öğrenmesi kullanılıyor
- Türkiye için mutlaka veri üretmeliyiz
- Asıl zor olan veriyi anlamlandırmak ve onu faydaya dönüştürebilmek. Entegre etmek ve bütünsel yaklaşmak önemli
- İşine yaramayanları unut. Analitik düşüncenin önemi çok arttı
- İnşaat sektöründe özellikle yurt dışı lüks turizm yatırımları artıyor
- Otomotiv sektöründe çip sorunu nedeniyle arz dengesi bozuldu ve galericilik başladı ülkemizde
- Sigorta sektöründe artış oldu
- Dijital Göçebe devri başladı
- Siber Güvenlikte istihbarat havuzları oluşturmalıyız
- Risk yönetimine teknoloji de dahil oldu
- Siber dayanıklılık kavramı girdi kurumlara
- Finans, Lojistik ve E-Ticarette siber saldırılar arttı
- Amerika'da şu anda Büyük İş Bırakma (The Great Resignation) akımı var. Bunun globale yayılması bekleniyor. Amerika'da şu ana kadar yaklaşık 5 milyon kişi iş bıraktı
- Ne yaparsak insanlarla yapacağız bu nedenle var olan kaynaklarla devam etmeli ve onları geliştirmeliyiz. Çalışanlarımızı kaybetmemeliyiz
- Olumlu düşüncelere odaklanalım

YÖNETİCİLERDEN AKILDA KALANLAR-6

- En büyük sorun küresel yetenek kıtlığı
- Multi disiplinler yetenek önemli
- Şefkatli Liderlik
- Tamamen VUCA dönemindeyiz. Değişkenlik, Belirsizlik, Karmaşıklık ve Muğlaklık had safhada
- İlk defa 4 kuşak bir arada çalışıyor
- Pandemi nedeniyle fabrikaların kısmi ya da tamamen kapanmaları tedarik ve lojistikte sıkıntılara sebebiyet verdi
- Artık denetimler dahi uzaktan yapılabilir. Pandemi denetim sektöründe verimlilik artışı sağladı
- Çalışanlarda "Care to dare" yani bir iş yapma cesareti karakteri var mı bu önemli
- Yetenek kıtlığı yaşanacak. Çin ve İrlanda en az yetenek kıtlığı, Japonya, Romanya ve Tayvan en çok yetenek kıtlığı yaşayan ülkeler. 2030 yılına kadar 85 milyon yetenek kıtlığı olacak
- Makine üretimi Türkiye ve Çin arasındaki coğrafyada yapılıyor
- Üretim tesislerinde güvenlik açığı var
- 2030 yılında 7.7 milyar insandan 8.5 milyar insana ulaşılacağı ön görülüyor. Bu da sürdürülebilirliğin mutlaka ön plana çıkarılması gerektiğini ortaya koyuyor
- Hızlı ve ortama adapte olan balık büyüklüğü ne olursa olsun yavaş balığı yutuyor artık
- Dijital dönüşümde teknolojiyi değil insanı merkeze koymalıyız
- Verimliliği artırmak için analitik çalışmaları çok önemli
- Bir zaman sonra tüm şirketler teknoloji üreticisi olmaya doğru gidecekler

YÖNETİCİLERDEN AKILDA KALANLAR-7

- Teknoloji dönüşümüne önem verdiğimiz kadar ahlaki dönüşüme de önem vermeliyiz
- Önümüzdeki dönemlerde endüstriyel otomasyon alanında önemli yatırımlar yapılacak
- Pandemi sonrası dönemde üreticiler B2B çalışmadan doğrudan tüketiciye ulaşmak için B2C'ye yönelecekler
- Nitelikli eleman bulmanın maliyetleri artınca üretim maliyetleri de doğal olarak arttı. Üretimdeki finansman yükü giderek artıyor
- Nitelikli eleman bulmak zor ama vasıfsız eleman bulmakta zor. Artık genel olarak eleman bulmak zor
- Eğitim sistemimiz nereye gidecek ? 2030'da neler yapacağız? Üretimde kamu politikaları net olmalı. Amaç bildirgemiz olmalı
- Toplumun kolay yoldan değil üreterek kazanmaya teşvik etmek birinci önceliğimiz olmalı. Dijital finans ile kazanmak önceliğimiz olmamalı
- Sürdürülebilirlik ve uzun süreli kamu politikaları oluşturmak önemli
- Yetenek dönüşümü için eğitim öncelikli olmak zorunda
- Üretimde tedarik sıkıntıları baş gösterdi
- 3 önemli nokta : İnovasyon, Servis Kalitesi ve İnsan
- Üretim minimum insan gücü, maksimum otomasyon prensibiyle yapılmalı
- Hammadde bulmada sıkıntılar yaşanıyor
- Üretimi teşvik edecek plan ve programlara ihtiyaç var
- Malzeme İhtiyaç Planlaması (MRP) ve İşletme Sermayesi şirketler için çok önemli hale geldi

YÖNETİCİLERDEN AKILDA KALANLAR-8

- Nitelikli eleman bulmak çok zor hale geldi. Bu durum Anadolu'da faaliyet gösteren firmalar için daha da zor hale geldi. Bu nedenle yerel eğitim kurumlarına ve üniversitelere büyük iş düşüyor
- İşletme Sermayeleri kritik hale geldi
- Bilişim ve Teknoloji şirketleri şirketlerin faaliyet alanlarında asıl fonksiyon değil destek fonksiyonudur.
- Ülkemize daha fazla yatırımcı çekmek için cazibemizi artırmalıyız
- Şirketlerin gerçek değerlerini gösterecek sistemlere ihtiyaçları var
- Teknoloji dönüşümü ancak eğitim dönüşümü ile mümkün
- Türkiye'nin çıkışı Bilişim sektörüdür
- Adaptasyon, İnovasyon, Yeni Nesli Anlamak ve Liderlik
- Talebe olan arza zam yapılıyor. Bu doğanın bir dengesi
- Her türlü gayrimenkul sistem üzerinden şeffaf ve güvenilir şekilde değerlendirilebilmeli
- Tekstil sektörü %45 - %65 arası brüt kar ile çalışır
- Tekstil ihracatımız 17 milyar dolar seviyesinde
- Yerinde ameliyat ve online konsültasyon dönemi başladı
- Dijital Dönüşümü sağlık sektörü daha yeni kavriyor
- Dünyada açlık varken yiyecek perakendesinin %40 ı çöpe gidiyor. Verimlilik her şeyde önemli
- 2022 yılında Dijital Pazarlama otomasyonu 2 katına çıkacak
- Riski dağıtabilenler yeni dönemde başarılı olacaklar

YÖNETİCİLERDEN AKILDA KALANLAR-9

- Üretimde %60-65'lere ulaşan maliyet artışları var
- Pandemi şirketlerin niş pazarlara girmesi için önemli fırsatlar sundu
- Her ülkenin dijital alışkanlıkları farklıdır
- Pandemi şirketler arası adaletsizliklere yol açtı
- Son 4-5 yılda yönetici ihraç etmeye başladık
- Üreticinin yıldız olduğu dönemlere girdik
- Bulut bilişim ön tarafa çıkıyor
- Hammadde bulmak zorlaştı, dengeler bozuldu dolayısıyla güven ortamı da bozuldu
- Dijitale Dönüşüm mü yoksa Dijital Dönüşüm mü ?
- Mal tedariki finansman gücü ile orantılıdır
- Ortak kapasite ile üretim yapmak çok önemli hale geldi
- Z neslinin staj dönemi bitti artık sürece dahil etmek gerekiyor
- 4 kuşağı aynı yöne doğru baktırmak çok zor
- Herkes bağımsız iş yapmaya çalışıyor bu da verimsizliği artırıyor
- Her büyük şirket kendi IT ekibini kurmamalı dış kaynak kullanımına yönelmeliler
- Küçük firmalar yatırım alamazlarsa ya da hızla yeni döneme adapte olamazlarsa konsolide olacaklar
- İnsan - Makine entegrasyonu artıyor
- Dijital ikiz teknolojileri geliyor
- Teknoloji dönüşümü için önce kültürel dönüşüm gerekiyor

YÖNETİCİLERDEN AKILDA KALANLAR-10

- Yapay zekayı anlatmak yerine sektörlerde yaşatmak gerekiyor
- Dijital balık büyük balığı yer
- Şirketlerin %62 sinin sahip oldukları verileri hiç kullanamadıkları ortaya çıktı
- Veri enkaz mıdır yoksa elmas mı ?
- Ev-Yaşam sektörü büyüdü
- E-ticaretteki karlılık mağazacılıktan düşük
- Tedarik ve stok konusunda yapay zeka çok faydalı olabilir
- Sağlıkta OTC (Reçetesiz ilaç) pazarı büyüdü
- Dijital mecralar sağlık sektöründe çok faydalı oluyor
- Sistem hepimizi finansçı yaptı
- Fiziksel güvenlikte AR/VR teknolojileri kullanımı çok fayda ve verimlilik sağlıyor
- Hırsızlarda güvenlik açıkları için Ar-Ge yapıyorlar
- Pandemi bürokrasi ile uğraşan şirketleri hizaya getirdi
- Dijital ekosistemlere dahil olanlar daha başarılı
- Yazılım sektörü yeterli ve yetenekli eleman sıkıntısı içerisinde
- Şirketler için verimliliği artırmanın en iyi yolu başka şirketler gibi sürekli aynı yazılımları yazmak yerine bulut bilişimde en iyi yazılımı bulup kullanmak olacaktır.
- Dijital köprü olacak şirketlere ihtiyaç var
- Tedarik edilemeyen hammaddeler var

YÖNETİCİLERDEN AKILDA KALANLAR-11

- Tedarik zincirinde kırılmalar yaşanıyor
- Nakit yönetimi şirketler için çok önemli
- Dijitalleşmeyi uçtan uca düşünmek gerekiyor
- Ticaret savaşlarının ortasındayız
- Hammadde krizi geliyor
- Glocalization (Küreyerelleşme) kavramı hayatımıza girdi
- Üretimde kapasite sıkıntısı var. Bu nedenle Çin ya da Hindistan'la yarışmak zor. Ortak kapasite kullanımı kültürü oluşturmalıyız
- Global düşüncede sıkıntılarımız var
- Asıl önemli olan bilgi çalışanı olmaktır
- Değer ekonomisine odaklanmalıyız
- Doğru satış tahmini yapan firmalar öne çıkacak
- Sir Tim Berners-Lee "Kazananlar veriyi üretenler olacak, kaybedenlerse herkes"
- Sanal asistanlar daha fazla kullanılmaya başlanacak
- Teknoloji sağlık uygulamalarında inanılmaz bir seviyeye ulaştı. Örneğin duymayan bir insan işitme cihazları sayesinde 25 metrelik alandaki herşeyi algılayabilir hale geldi
- İşitme sektörü yılda 750 milyar dolar seviyesine ulaştı
- Kadın liderliği önemlidir
- Artık tahsilat ve kur riski tüm şirketlerin gündeminde

YÖNETİCİLERDEN AKILDA KALANLAR-12

- Tekstil ve mobilya gibi sektörler başı çekmek üzere şirketlerde ihracat ve e-ticarete yönelim oldu
- İnovasyon anlamında Almanya'da 48 bin kişinin katıldığı ve 1500'ün üzerinde çıktının sağlandığı organizasyonlar var. Benzeri şeyleri yapmamız gerekiyor.
- Startupların sayısı beklenenin çok üstünde artacak
- Dijital pazarlama şirketlerin gündemine girmek zorunda
- Kuantum teknolojisi özellikle siber güvenlikte çığır açacak
- Artık geriye dönemeyeceğiz
- Şirketler artık uygulamalarının reklamlarını yapıyorlar. Bu şirketlerin faaliyet alanları dışında başka işlere de girebileceği anlamına geliyor.
- Siber güvenlik artık her şeyde
- Şirketlerin liderlik periyotları 61 yıldan 22 yıla düştü. Pandemi bu periyodu çok daha kısalttı
- Yetenekli beyaz yaka sorununa mavi yaka sorunu da eklendi
- Pandemi herkesin tecrübesini azalttı, geriye götürdü
- Hiyerarşik yapılar hızla geriye gidiyorlar. Yetkinlik daha önemli
- Ticari çarpışmalar var
- 2022'de çip krizi yerine alüminyum krizini konuşuyor olabiliriz
- Hem yatay hem dikey işbirlikleri önemli
- E-ticaret firmaları lojistiği daha iyi hale getirecek hub noktaları kurmaya başladılar
- Pasif zamanların elimine edilmesi çok önemli hale geldi

YÖNETİCİLERDEN AKILDA KALANLAR-13

- Anla-Yanıt Ver, Değiştir ve Geliştir döngüsü
- Bilişimde kooperatifçilik anlayışı yerleşmeli. Herkes her şeyi değil en iyi yaptığı şeyi yaparak birbirleriyle dijital ekosistemler kurmalılar
- 4 konu kritik : Dijitalleşme, Otomasyon, IoT ve Güvenlik
- Geleceği var olan jenerasyona göre değil yeni jenerasyona göre hazırlamalıyız
- Yeniye uzak kalan geçmişte yaşar
- Mavi yaka problemi var
- Pandemi döneminde özellikle beyaz yakalarda yetkinlik eksikliğinin olduğu ortaya çıktı
- Topraksız tarıma yatırım yapmak çok değerli olacak
- Gıdanın üretim hızı nüfus artış hızının gerisinde
- Üretimde hız, kalite ve verim çok önemli. Bunlar olmadan olmaz. Ülkemizde kalite ve verimde sorunlar var
- Mavi okyanus stratejisine geçmeliyiz
- Denizyolu taşımacılığı kamyon taşımacılığına göre 12 kat daha verimli
- Kuşak - yol projesinde sadece yol değil aynı zamanda kuşakta olmalıyız. Mesela Asya'dan gelen ürünlerin son noktalarından birisi olan Pire limanı gibi limanlarımız olmalı
- Şirket içi yetkinliklerini haritalamamız lazım
- Donanım ve Yazılım ayrılmaya başladı
- Yapay zeka dijital pazarlamanın merkezine geldi

YÖNETİCİLERDEN AKILDA KALANLAR-14

- Veriyi iyi anlayan, doğru ürünü doğru tüketiciye ulaştıran kurumlar öne çıkacak
- Global anlamdaki 4.5 trilyon dolarlık e-ticaret pazarının 1,5 trilyon doları yurt dışı gönderi
- E-ticarete başarı formülü Trafiği Artır- Ciroyu Artır- Değeri Artır
- İnternet üzerinden ticaret yapılabileceği keşfedildikten sonra girişimciler, sürekli yeni ticaret modelleri deneyerek gelir elde etmeye sağladı. Bu süreçte tutmayan yöntemler de oldu ama dropshipping (stoksuz e-ticaret), e-ticaret trendleri arasında kendine sağlam bir yer buldu. Alıcı için olumsuzluk yaratmayan, satıcı için kolay olan ve tedarikçi için yeni bir satış alanı yaratan bu e-ticaret modeli, zincir içerisindeki tüm taraflar için kazançlıdır. Ülkemiz bu modeli global anlamda kullanmalıdır.
- Bazı global teknoloji firmalarının eleman değişim hızı %150
- Görüntü işleme teknolojileri ulaşım sektörü için kritik öneme sahiptir
- Dijital önemli ama insan daha önemli. Teknolojiye parayla ulaşabilirsin ama onu uygulayacak insan bulamazsan hedeflerine ulaşamazsın
- Sürekli eğitiyoruz, yetiştiriyoruz ve sürekli yetenek kaybediyoruz. Bu döngüden ülkece çıkmalıyız. Maliyeti hepimize fazla olacak
- Fiziki robotlar hayatımıza biz anlamadan giriverdiler. 2000'i geçen sayıda kurum fiziksel robotları yaşamımıza soktular
- İnternette satılabilir malı olan ülkeler arasında Çin'den sonra 2. sıra görünüyoruz.
- Avrupa'da 1 milyon yazılımcıya ihtiyaç var.

YÖNETİCİLERDEN AKILDA KALANLAR-15

- 2 yılda lojistik sektörü ülkemizde çok ilerlemeler kaydetti
- Önümüzdeki dönem meta verse dönemi olacak gibi görünüyor
- Global bilişim ve teknoloji firmalarından bazıları çalışanlarının zamanlarının %20 sini kişisel becerilerine yönelik inovasyonlar bulmalarına harcamalarını teşvik ediyorlar
- Startup'ların kurum içine alınmaları ruhlarını öldürdüğünden gelişimlerini engelleyebilir. Bunun yerine startuplarla büyük kurumların işbirliği kültürü daha değerli olacaktır.
- Dünyadaki 700 Unicorn'un 370 i Amerikadan
- Kurum içi geliştirilen uygulamalar öyle karlı noktalara ulaşacaklar ki mecburen şirket içi bölünmeleri (spin off) yaşanacak
- Ülkemizde yetenek açığı %48 ler seviyesinde. Ciddi noktaya ulaştı
- Bilişim ve teknoloji şirketleri uygulama danışmanlığından süreç danışmanlığına geçmeliler
- Pandemi bireylerin kesintisiz enerji ihtiyacını çok artırdı. 2022'den itibaren enerji kriziyle karşı karşıya kalabiliriz. Bazı teknoloji firmaları ev tipi jeneratör üretmeye başladılar.
- Pandemi yöneticilerin tecrübelerini sıfırladı. Artık herkes 2 yıllık tecrübeye sahip. Pandemi öncesi yaptıklarımızı unutmamız iyi olacak
- Dizel jeneratörler yerine hidrojenle çalışan jeneratörler geliyor. Enerjide hidrojen kullanımı karbon salınımını aşağıya çekecek
- Şirketler bilişim ve teknoloji işlerini dış kaynakla halletmeli
- Ülkemizde 2017 yılında 24 yapay zeka girişimi varken 2021 itibarıyla bu sayı 145'e ulaşmış durumda

YÖNETİCİLERDEN AKILDA KALANLAR-16

- Müşteri ayak izini takip edip bundan fayda sağlayan yapay zeka yazılımları şirketlere çok şey katacak ve onları mutlaka öne çıkaracak
- Dijital pazarlama yapay zeka destekli yapılmalı
- Kişiyeye özel sağlık protokolleri geliyor, hastane sınırları kalkıyor
- Otomotivde CASE
- Online dijital galericilik
- Hayatımız kolaylaşıyor ama tüketim artıyor
- Metaverse insan dokunuşuna yardımcı olacak
- Önceden firma sabit müşteri mobildi, şimdi müşteri sabit firma mobil
- Teknoloji maalesef insan dokunuşunu azaltıyor. Metaverse çözüm olabilir
- Çalışanların beklentisi 1-Maaş 2-Anlamalı İş 3-Esnek Çalışma
- Tam anlamıyla VUCA dönemindeyiz
- Otomotiv yan sanayimiz tehlike altında
- Karbondioksit salınımını azaltacak tedbirler geliyor
- Otomotiv satışları dünyada azalıyor. Yeni jenerasyon satın almak istemiyor
- Elektrikli araçların payı 2030'da %50 ye ulaşacak
- Tedarik Zinciri ve Dijitalleşme bir yerde birleşecek
- Gıda'ya ulaşmak giderek zorlaşıyor
- Coğrafyasızlık artık yaşantımızda

YÖNETİCİLERDEN AKILDA KALANLAR-17

- Bulut bilişim kurumları startup gibi davranmaları için yardımcı oluyor
- Bulut bilişim her yerde her sektörde
- Fiber altyapımız gelecek için yeterli değil
- Blok Zincir (Blockchain) yeni bir çağ başlatacak
- Konum teknolojileri şirketler için çok faydalıdır
- Dijital Olgunluk yolculuğu tüm şirketler için önemlidir
- İklim değişikliği otomotiv sektörünü doğrudan ilgilendiriyor
- Global ve yerel olarak yetenek kıtlığı var
- Batarya ve çip üretimini işbirliği modeli ile yapmalıyız
- Kaynaklar az. Döngüsel ekonomiye geçmeliyiz
- Dijital yatırımı doğru yerde ve doğru zamanda yapmak önemli
- İnsan verinin kendisidir
- Dünyada 189 şebekede 5G çalışmaktadır
- 5G ile üretimin durması %50 iyileşmiş durumda. 5G ile fabrika üretim kapasiteleri%25 artmış
- 5G ile malzeme yönetiminde %65'lik verim artışı sağlanmış. 5G ile %60 daha az kablo kullanılıyor
- Dijital dönüşüm serüveni pandemi öncesi başlamıştı. Pandemi bize dijital dönüşümün sonuçlarını gösterdi
- Dijital dönüşüm özellikle tedarik zincirinde ve fabrikalarda daha çok gerekli
- Dijital ikiz teknolojilerini kullanmak üretiminin yönünü çok değiştirecek
- Sadece üretim değil, üretimi destekleyen tüm fonksiyonlarda dijitalleşmeli. Baştan uca bir yaklaşım olmalı

YÖNETİCİLERDEN AKILDA KALANLAR-18

- Binek araçlar bir zaman sonra 4 tekerlekli yazılımlara dönecekler
- Şirketlerde herkes kendi yaptığı işin CEO'su olmalı
- Küresel yetenek kıtlığı var bu nedenle yetkinliklerin adaptasyonu önemli hale geldi
- Kargo ve Lojistik sektöründe teknolojiye yatırım yapılmazsa kapasite artışı mümkün olmaz
- E-ticarette kampanyalar aynı gün yapılmamalı. Bu müşteri deneyimini olumsuz etkiliyor
- Ortak ATM fırsatını kaçırdık. Kargo ve Lojistik için "Ortak Locker" dönemini başlatmalıyız.
- Veriyi bir yerden başka bir yere hızla ve kesintisiz taşıyamıyorsanız dijitalleşmenin bir anlamı yok
- Üretimde sürekliliği sağlamalı ve sıfır hatalı döneme geçmeliyiz
- Satın alma hızı çok hızlandı ama üretim aynı şekilde değil. Hammadde sıkıntısı var
- Üretimde numuneler için 3D teknolojilerini kullanmalıyız
- "End to End" yaklaşıma "Act to Act" yaklaşımını da eklemeliyiz
- Otomotiv üretimlerinde dur kalkların çok sık yaşandığı zor bir yıl oldu
- 2050 yılına kadar tüm şirketler karbon ayak izini sıfırlamalı yoksa ticarette yer bulamayacaklar
- Coğrafyasızlık ülkedeki yeteneklerimizi kaybetmek için risk olarak önümüzde duruyor
- Her şeyde olduğu gibi medyada değişti. Artık internet medyası ya da internete bağlı televizyonculuk var
- Yönetim aşağıdan yukarıya doğru olmalı. Herkes kendi işinin liderliğini yapmalı
- Yazılımcılarımızı global şirketlere kaptırıyoruz. Sıkıntılar giderek büyüyecek
- Türk oyun şirketleri önemli yatırımlar alıyorlar ve değer yaratıyorlar
- 2022 senesi ve sonrasında Siber Güvenlik, Yapay Zeka ve Metaverse alanlarına önemli yatırımlar olacak

YÖNETİCİLERDEN AKILDA KALANLAR-19

- Asıl direnci yeni teknolojilere aşına olmayan kesim gösteriyor
- Şirket üst düzeyleri “Dijitalleşme” ile “Dijital Dönüşüm” arasındaki farkı iyi anlamalı ve inanmalı
- İhracatın artacağı bir döneme giriyoruz
- Enerji sorununda hala yeterli yatırım yapılmadı. Özellikle de yenilenebilir enerjide
- İhracatta başarılı olmak için dünyadaki trendleri iyi okumak ve anlamak gerekiyor
- Glutensiz beslenme giderek yaygınlaşmaya başladı
- BANI ('Brittle', 'Anxious', 'Nonlinear', 'Incomprehensible')
- Pandemi ile birlikte bütün ülkeler eşitlendi
- 10 yıllık vizyonu koyarak bugünü planlayabiliriz
- Finans dünyası giderek karma karışık bir duruma evriliyor. Finans'ta dijitali kullanmayanlar kazanç elde edemez
- Her ne yapıyorsak yapalım hızla adapte olmamız gerekiyor
- Tersine beyin göçüne odaklanmalı, gerekirse dış dünyadan kaynak çekmeliyiz
- Üretmek daha zor, tükettirmek daha kolay
- Önümüzdeki dönemde değerleri olan şirketler öne çıkacak. Toplum ve dünya için neler yapıyoruz o sorgulanacak

**DİJİTAL CEO III.DÖNEM SANAL
TOPLANTILAR SIRASINDA
YAPILAN
ONLINE ANKET SONUÇLARI**

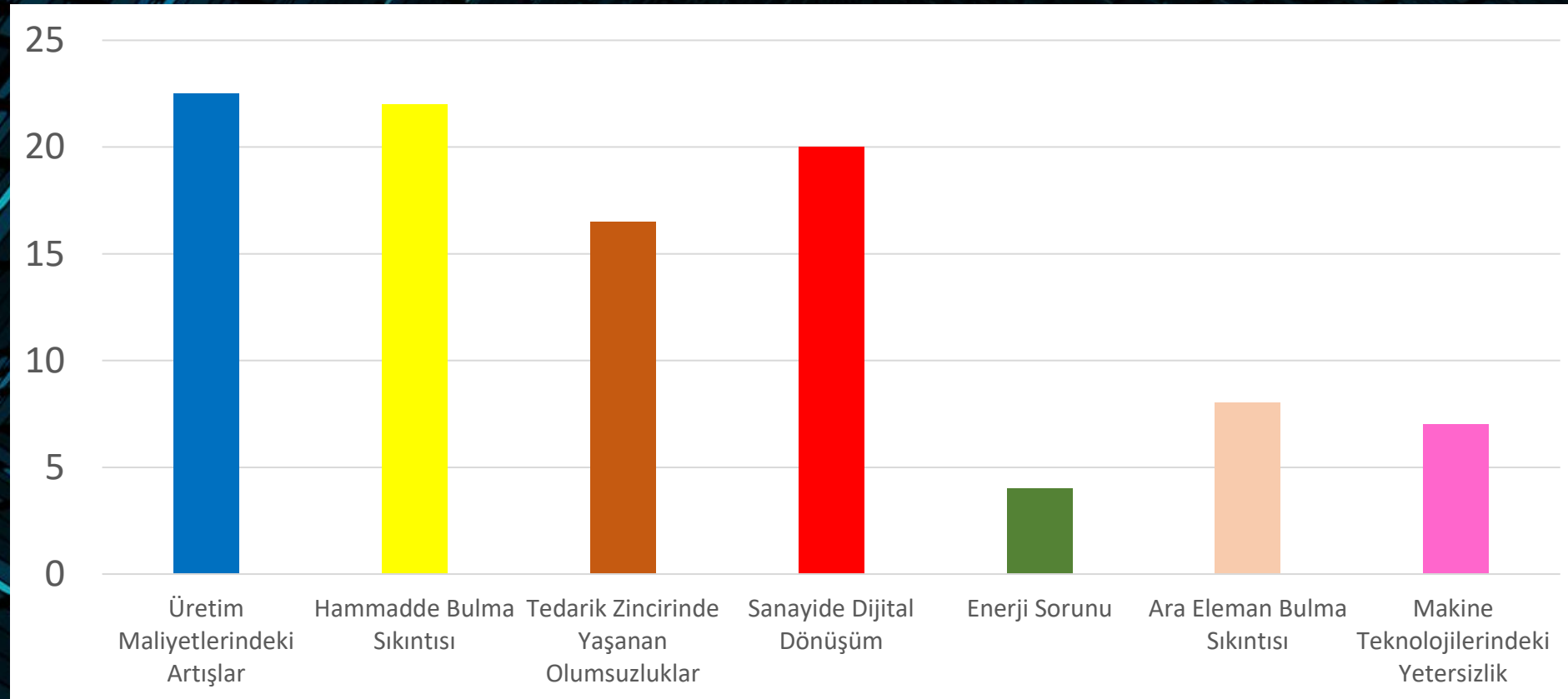
ANKET SORU - 1

Ülkemiz kapsamında düşünüldüğünde önümüzdeki 5 yıl içerisinde üretim yapan şirketler için hangi konuların ön plana çıkacağını düşünüyorsunuz?
(2 seçenekli)

- Üretim Maliyetlerindeki Artışlar
- Hammadde Bulma Sıkıntısı
- Tedarik Zincirinde Yaşanan Olumsuzluklar
- Sanayide Dijital Dönüşüm
- Enerji Sorunu
- Ara Eleman Bulma Sıkıntısı
- Makine Teknolojilerindeki Yetersizlik

ANKET SORU - 1

Ülkemiz kapsamında düşünüldüğünde önümüzdeki 5 yıl içerisinde üretim yapan şirketler için hangi konuların ön plana çıkacağını düşünüyorsunuz?
(2 seçenekli)



ANKET SORU - 2

Sizce ülkemizde üretim teknolojilerinin iyileşmesi için öncelikler neler olmalı?
(2 seçenekli)

- Yapay Zeka ve Derin Öğrenme Çalışmalarının Hızlandırılması
- Yeterli ve Yetkin İnsan Kaynağının Oluşturulması
- Kümeleşmeye Önem Verilmesi
- Konusunda Uzman Yerli ve Yabancı Şirketlerle İşbirliği
- Sektörel Bazda Ortak Stratejilerin Oluşturulması
- Üretimde Hız, Esneklik, Verimlilik ve Rekabet Gücü İçin Yeni Teknolojiler
- Eski Üretim Teknolojilerinden Vazgeçilmesi
- Üretimde Girişimcilik Ekosistemlerinin Büyütülmesi
- Rekabet Edilmeyecek Alanlarda Teknolojik İşbirlikleri

ANKET SORU - 2

Sizce ülkemizde üretim teknolojilerinin iyileşmesi için öncelikler neler olmalı?
(2 seçenekli)

