

“YAPAY ZEKA İLE PERAKENDENİN DÖNÜŞÜMÜ” TOPLANTISI AÇILIŞ KONUŞMASI

İZZET ÖZİLHAN, TÜSİAD YÖNETİM KURULU BAŞKAN YARDIMCISI

10 Haziran 2026, Ankara

Değerli Konuklar, Kıymetli Basın Mensupları

TÜSİAD Yönetim Kurulu adına hepimizi saygıyla selamlıyorum. Hoş geldiniz.

Bugün burada sadece bir teknolojiyi değil; bu teknolojinin diğer birçok alanda olduğu gibi perakende sektörünü de nasıl kökten dönüştürdüğünü ve geleceğimizi nasıl şekillendireceğini konuşmak için bir aradayız.

Peki, neden perakendede yapay zekayı bu kadar güçlü bir vurguyla gündemimize alıyoruz? Çünkü değişimin hızı artık tüm bildiğimiz ezberleri bozdu. Pandemi döneminde yürüttüğümüz çalışmalarda hep vurguladığımız e-ticaret siteleri kurmak, web altyapılarını yenilemek ya da temel operasyonları otomatikleştirmeyi içeren dijitalleşme evresi artık sektörün "standardı" haline geldi.

Bugün ise başka bir dönemdeyiz. Artık sadece veriyi toplayan ve depolayan sistemlerin değil; o veriden saniyeler içinde anlam çıkaran, geleceğe yönelik nokta atışı tahminlemeler yapan ve en önemlisi doğrudan karar alan akıllı sistemler dönemindeyiz. Yapay zeka bu nedenle şirketler için rekabette ayakta kalmanın en temel enstrümanlarından biri.

Kıymetli Katılımcılar,

Perakende sektörü; yarattığı devasa istihdam, teknolojiyi tabana yayma gücü ve doğrudan insana dokunan yapısıyla sanayimizin genel dinamiklerini de şekillendiren, katma değeri son derece yüksek bir lokomotif. Bu alandaki güncel durumu, 2025'in son günlerinde kamuoyu ile paylaştığımız **“Türkiye Perakende Pazar Değerlendirmesi¹”** raporumuzda çok net ortaya koymuştuk.

Bugün yapay zeka; kişiselleştirilmiş alışverişten akıllı tedarik zincirine, görsel tanımadan akıllı asistanlara kadar perakendenin her alanında. Algoritmik karar verme süreçleri özel sektöre çok ciddi bir hız ve operasyonel çeviklik kazandırıyor. Ancak yapay zeka süreçlere dahil edilirken veri olgunluğu veya strateji eksikliği gibi yapısal risklerin yanı sıra, markaların özgünlüklerini koruma ihtiyacı da dikkatle yönetilmeli.

Bu süreçte madalyonun diğer yüzü, yani bu teknolojinin kullanıcısı, tüketicilerin entegrasyonu da kritik önemde. Raporumuzun hazırlık sürecinde Türkiye genelinde gerçekleştirilen tüketici saha araştırması ile tüketicinin farkındalık düzeyini açıkça ortaya koyduk.

Araştırma sonuçlarına göre; tüketicilerin %40'ı yapay zeka hakkında hiçbir bilgiye sahip olmadığını söylerken, sadece %12'si konuya gerçekten hâkim olduğunu belirtiyor. Dijital görüntüleme gibi pratik ve düşük riskli alanlardaki yapay zeka uygulamaları kolayca kabul

¹ <https://tusiad.org/tr/yayinlar/raporlar/item/11893-turkiye-perakende-pazar-degerlendirmesi>

görürken; kişisel veriler, reklamlar veya finansal tavsiyeler söz konusu olduğunda, neredeyse her iki tüketiciden biri hâlâ temkinli ve mesafeli bir tutum sergiliyor.

Buna rağmen adaptasyonun ve beklentinin hızı inanılmaz. Tüketici zahmetsiz bir deneyim ve akıllı çözümler istiyor. Bunu sunan markalar da perakendenin geleceğini inşa ediyor.

Özetle saha verileri; operasyonda verimlilik ve küresel rekabet için yapay zekanın artık temel bir gereksinim olduğunu gösterirken, pazarın sürdürülebilir büyümesi için tüketici nezdindeki teknolojik farkındalığın artırılmasının ve dijital güven ikliminin hep birlikte inşa edilmesinin önemine işaret ediyor.

Sevgili Konuklar,

Bu dönüşüme bugün ortak olamayanların, geleceğin ticaret dünyasında var olması maalesef mümkün görünmüyor. Değerli Ahmet Çağın hocamızın "*Kim Korkar Yapay Zekadan*" kitabında isabetle özetlediği gibi: "**teknolojinin kendisi yüzünden işimizden olmayacağız belki ama onu nasıl kullanması gerektiğini bilenler işimizi elimizden alabilir.**" Tam da bu yüzden, bizim bu teknolojiyi sadece izleyen değil, ustalıkla kullanan tarafta olmamız gerekiyor.

Nitekim, Türkiye’de her geçen gün yapay zekanın iş süreçlerine entegrasyonu hızlansa da hala yolun çok başındayız. Ticaret Bakanlığımızın geçtiğimiz günlerde yayımladığı "**Türkiye’de E-Ticaretin Görünümü 2025**" raporu özellikle KOBİ'ler ve işletmeler açısından sürecin hala ne kadar gerisinde kaldığımızı ortaya koyuyor.

Rapordaki saha araştırmasına göre, e-ticaret yapan işletmelerin yaklaşık %39'u yapay zekayı henüz sadece deneme amaçlı, yani çok düşük düzeyde kullanıyor. Yapay zekadan gerçekten yüksek düzeyde ve stratejik olarak faydalanabilen şirketlerin oranı ise maalesef sadece %5 seviyelerinde kalmış durumda.² İşletmelerin büyük bir bölümü yapay zekayı sadece temel içerik üretmek gibi başlangıç seviyesi işlerde kullanırken, işin operasyonel ve derin entegrasyon boyutunda henüz yolun çok başındayız.

Değerli Katılımcılar,

Tüm bu tablonun yanında, Türkiye’de perakende ve e-ticaret pazarı olarak çok ciddi bir fırsat penceresine de sahibiz. Sektör; dinamizmi, kriz yönetme becerisi, adaptasyon hızı ve teknolojik çevikliğiyle küresel ölçekte her zaman öncü oldu. Yapay zekayı süreçlerine, organizasyon kültürüne ve stratejisinin merkezine doğru entegre eden markalarımızın, sadece yerelde değil küresel ligde de nasıl öne geçeceğine önümüzdeki süreçte hep birlikte şahit olacağız.

Bugün bu salonda hem yapay zekanın sektör için barındırdığı fırsatları hem de ilerlemenin önündeki engelleri konuşacağız. Elbette işin mevzuat boyutunu, veri güvenliğini, etik zorlukları ve bu zorlukları nasıl fırsata çevireceğimizi de tartışacağız.

Nitekim küresel ölçekte ekonomik güvenlik kaygılarının ve korumacı politikaların zirve yaptığı bir dönemden geçiyoruz. Bu perspektifle de süreci okuduğumuzda, artık dijitalleşme hızı ve teknolojik yetkinlik, sadece bir verimlilik aracı değil; ülkelerin ve şirketlerin doğrudan stratejik egemenliğinin ve küresel rekabet gücünün en temel belirleyicisi olduğu bir tablo karşımıza

²Türkiye’de E-Ticaretin Görünümü Raporu 2025, Mayıs 2026 (sayfa 139-140)

çıkıyor. Dolayısıyla yapay zekayı perakende süreçlerimize entegre etmek, sadece ticari bir tercih değil, aynı zamanda ekonomik güvenliğimizi ve tedarik zinciri bağımsızlığımızı sağlama alma hamlesi olarak da görülmeli.

Konuşmama son verirken, kıymetli konuşmacılarımız Barış Karakullukçu, Ahmet Rasim Çağın ve Yusuf Bulut'a, çalışmalarımıza büyük bir özveriyle liderlik eden Perakende ve E-Ticaret Çalışma Grubu Başkanımız Atilla Yerlikaya'ya, bu organizasyonu hayata geçiren TÜSİAD ekibimize teşekkürlerimi ve saygılarımı sunuyorum.