



TÜSİAD YÖNETİM KURULU BAŞKANI

CANSEN BAŞARAN-SYMES'İN

SAMSUNG DIGITAL DEĞİŞİM 2015

"KURUMLARIN DIGITAL VİZYONU"

AÇILIŞ KONUŞMASI

10 Haziran 2015

TÜSİAD AVRUPA İŞ DÜNYASI KONFEDERASYONU (BUSINESSEUROPE) ÜYESİDİR

İstanbul: Meşrutiyet Cad. No: 46 Tepebaşı 34420 İstanbul -Türkiye
Ankara: İran Cad. No:39/4 Gaziosmanpaşa 06700 Ankara- Türkiye
Brüksel: 13. Avenue des Gaulois, 1040 Brussels-Belgium
Washington D.C.: 1250 24th Street, N.W., Suite Nr. 300, Washington D.C.20037-USA
Berlin: Märkisches Ufer, 28 Berlin 10179 Germany
Paris: 33, Rue de Galilée 75116 Paris France

Tel: +90 (212) 249 19 29
Tel: +90 (312) 468 10 11
Tel: +32 (2) 736 40 47
Tel: +1(202) 776 77 70
Tel: +49 (30) 288 786 300
Tel: +33 (1) 44 43 55 35
www.tusiad.org

Faks: +90 212 249 13 50
Faks: +90 (312) 428 86 76
Faks: +32 (2) 736 3993
Faks: +1 (202) 776 77 71
Faks: +49(30) 288 786 399
Faks: +33 (1) 44 43 55 46

e-mail: tusiad@tusiad.org
e-mail: ankoffice@tusiad.org
e-mail: bxloffice@tusiad.org
e-mail: usoffice@tusiad.us
e-mail: berlinoffice@tusiad.org
e-mail: parisoffice@tusiad.org

Değerli Katılımcılar, Hepiniz Hoşgeldiniz.

Sizleri şahsım ve TÜSİAD Yönetim Kurulu adına saygı ve sevgiyle selamlıyorum.

Accenture geçtiğimiz yıl bir rapor hazırladı.

Adı: “Being Digital: Fast Forward to the Right Digital Strategy.”

Bu rapora göre, iş dünyası liderlerinin sadece %19’u dijitalleştiklerini belirtirken, %59’u önümüzdeki 3 yıl içerisinde dijitalleşeceklerini, %55’i ise kurumsal stratejilerini destekleyecek bir dijital stratejilerinin olmadığını belirtiyor.

Bu veriler, bize değişimlere yön veren olmaktan ziyade, değişimleri takip eden kurum kültürlerinin hakim olduğunun sinyallerini açıkça veriyor.

Yine aynı raporda değişime yön veren kurum liderlerinin 3 temel özelliği olduğuna işaret ediyor ve şöyle diyor:

Gelişim odaklılar—yani maliyet iyileştirmeyi odaklarına almaktansa, gelir yaratmaya ve iş geliştirmeye daha eğilimli olanlar.

Dışa dönük yaklaşıma sahipler—yani sadece kendi kurumlarıyla ilgili hareket etmekten ziyade, dış dünyada nelerin olup bittiğiyle ilgilenen, proaktif olarak farklı alanlardaki girişimlerin içinde yer alanlar.

Son olarak da:

Çevik ve pratikler—yani rahat adapte olup, hızlı hareket edebilenler. Dijital dönüşümü gerçekleştirebilen şirketlerin üst yönetim ekipleri bu özelliklere sahip bireylerden oluşuyor. Çünkü bu liderler, hızlı ve doğru strateji oluşturabildikleri gibi, esnek ve yaratıcı işgücünü kuruma çekmekte ve yönetmekte de başarılı oluyorlar.

Bu noktada bir soru sormak isterim. Siz, bu tür yöneticilerden biri misiniz?

Bu ve benzer faktörleri dikkate aldığımızda, kurumların dijital dönüşüm yaratabilmesi için önce kültürlerini bu anlayışa yaklaştırmalarının öncelikli olduğu kanaatindeyim.

Bunu yapabilmenin yollarından biri de, kurum içi girişimci davranışın teşvik edilmesinde ve kurum kültürlerinin yer yer bir start up gibi çalışan bireylerden ve iş modellerinden oluşmasına izin vermekten geçtiğine inanıyorum.

İkinci olarak ele almak istediğim, günümüzde işbirliğinin artan önemi.

Sosyal mecralar hayatımıza birçok şey kattı.

Ancak, inanıyorum ki, en çok da işbirliği yapabilme yeteneğimizi arttırdı. Sosyal mecraları kullananlar, yetenekleri ve tutkulu oldukları konular doğrultusunda birbirlerini bulmaya, ulaşılabilir ve erişilebilir olmaya, birlikte üretmeye, geliştirmeye ve değişimi başlatmaya yatkın olan kişiler.

Teknolojinin içine doğan nesillerin bu kasları daha da güçlü olacak. Oysa baktığımızda kurumsal yapıların işbirliği anlayışı, bu mecralarda yaşamaya alışmış bireylerden epey farklılık gösteriyor.

Burada bir soru daha sormak isterim. Siz acaba bu katı kurumlardan biri misiniz?

Şöyle bir bakacak olursak, dijital dünyada işbirlikleri, kendi bünyenizde olmayan know-how'ı içimize almamızı sağlayacak önemli bir unsur. Örneğin, bazı akımlar tamamen bireylerin beklentilerine kurumların cevap verememesi üzerine kuruluyor.

Üçüncü unsura konuşmamın son bölümünde değineceğim.

Şimdi farklı bir noktaya bakalım.

Dünya Ekonomik Forumu'nun Küresel Rekabetçilik Endeksi'ne göre Türkiye 144 ülke içinde 45'inci sırada. Bu datayı çok sık kullanıyoruz.

Rekabet endeksinde anlamlı bir sıçrama yapabilmek için bilime, inovasyona ve dijitalleşmeye daha fazla yatırım yapmamız gerekiyor. Bunu her ortamda tekrarlıyoruz.

Ancak bu data bize diyor ki, sadece takipçisin ve iyi bir takipçi dahi değilsin...

Oysa kurumlar olarak dijital dönüşüme ayak uydurabilecek adımları attığımız takdirde, ülke olarak kazanımlarımızın da eş zamanlı artacağını öngörmek mümkün.

Dijitalleşmenin tüm sektörler'e yayılması, sürdürülebilir ekonomik ve sosyal faydaları da beraberinde getireceği aşıkâr.

Yine Dünya Ekonomik Forumu'nun 2013 yılında yayınlanan raporunda yer alan bir makaleye göre, gelişmekte olan ülkelerin önümüzdeki 10 yılda dijitalleşme endekslerini ikiye katlamaları, küresel ölçekte 4.4 trilyon dolar nominal GSYİH kazanımı, 930 milyar dolar ek kümülatif hanehalkı geliri ve 64 milyon yeni iş yaratılması anlamına geliyor.

Bunun da 580 milyon kişinin yoksulluk sınırı üzerine çıkmasını sağlaması öngörülüyor.

Avrupa Birliği'nin "akıllı", "sürdürülebilir" ve "farklı grupları içerecek" şekilde belirlediği önceliklere göre ortaya koyduğu iddialı hedefler söz konusu.

Bu hedeflerin hepsine hizmet edebilecek kapsamda olan bilgi ve iletişim teknolojileri, "Akıllı Büyüme" İnisiyatifi altında "Avrupa için Dijital Gündem"i oluşturuyor.

Ülkemizde de bu gündemin izlenmesi ve küresel düzlemdeki gelişmelerden mevcut çalışmalara yön gösterecek şekilde yararlanılması önem taşıyor.

AB ekonomisi için ana hedef, tüketici / kullanıcı odaklı internetten "sanayi interneti"ne geçiş. Endüstriyel internet yazılım ve uygulamalar aracılığıyla küçük değişiklikler yaparak büyük kazanımlar elde etmeyi sağlayacak. Özellikle verimlilik artışı anahtar kazanım olarak görülmekte.

Nesnelerin İnterneti gibi kavramların kavramsal önemi benimsendi, artık operasyonel hale getirilmesi bekleniyor.

Söz konusu dönüşüm küresel. Sadece dijital teknoloji sektörlerini etkileyen bir dönüşüm değil.

Ancak geleneksel sektörlerde bu dönüşümü hızlandıran ülkeler küresel rekabet ortamında sürdürülebilir bir büyüme yakalayabilir.

Dijital Tek Pazar Stratejisi ile yasal düzenleme ortamının sadeleştirilmesi ve üye ülkeler arasında uyumlu hale getirilmesi, böylece girişimciler ve Kobilere başta olmak üzere geleneksel sektörlerde dijital dönüşümün sağlanması hedefleniyor.

Böylece şirketlerin verimliliğinin ve rekabetçiliğinin artırılmasının yanı sıra farklı büyüklüklerdeki şirketler arası etkileşimin de artacağı öngörülüyor.

Sevgili Konuklar,

Bilginin katma değere dönüşmesinin önünü açacak politikaların oluşturulması ve uygulanması öncelikli bir gündem maddesi olmak durumunda.

Tüm alanları yatay kesen bilgi ve iletişim teknolojileri konusunda bütüncül bir yaklaşım sergilenmesi, hem bilişim sektörünü geliştirecek hem de yatay kestiği sektörlerde katma değerın yükselmesine, büyümeye ve istihdama katkı sağlayacaktır.

Bu denli teknolojiyle bütünleşmiş bir dünyada geride kalmamak, dijitalleşme sürecinde hızlı koşanlardan olmak için hem kamuda hem de özel sektörde çok güçlü bir dijital vizyona ihtiyaç var.

Değerli katılımcılar,

Dijital ekonomi, G20 ülkelerindeki önde gelen iş dünyası örgütlerinin de öncelikli konularından birisi.

6,8 milyon işletmeyi temsil eden ve TÜSİAD'ın da üyesi olduğu B20 Koalisyonu, Bilgi ve İletişim Teknolojileri'nin G20 ülkeleri için birçok sosyo-ekonomik fırsatlar sunduğunu vurguluyoruz.

B20 Koalisyonu, küresel entegrasyonun sağlanmasından ekonomik büyümenin desteklenmesine; rekabetin teşvik edilmesinden inovasyon ve iş geliştirmeye; üretim sürecinde belirsizlik ve risklerin azaltılmasından, fiyatlamada şeffaflık ve tüketici tercihlerinin öneminin artırılmasına kadar geniş bir çerçevede dijitalleşmeyi kilit bir faktör olarak görüyor.

Kamu-özel tüm sektörlerin küresel üretkenliğinin artırılması, yeni istihdam yaratılması, çevre ve sürdürülebilirliğin olumlu yönde etkilenecek yaşam kalitesinin iyileştirilmesi de dijitalleşmenin etki alanı içerisinde.

Üçüncü ve son olarak; motivasyonun önemine değinmek istiyorum.

Bilginin bu kadar yaygın ve çok olduğu, herkese açık olduğu ve ayrıca 'büyük data'lerden söz ettiğimiz bir dönemde motivasyondan çok nadiren bahsedildiğini gözlemliyorum.

Bakın; eskiden eğitim sadece imkanı olanlara has bir konuyken ya da belli başlı üniversitelere gidebilen bir azınlığın elinde iken, bugün çok daha ulaşılabilir.

Ayrıca dijital ekonomide yaratıcılığın da ön planda olduğunu biliyoruz, çünkü kurumların kendini ayarıştırabilmesi inovasyona ve yenilikçi yaklaşımlarına bağlı.

Elbette politikaların düzenlenmesinin de bu tür sorunları çözmede etkisi olacaktır. Ancak böyle bir dünya içerisinde öğrenme, yapma, yaratma ve geliştirme motivasyonu olan bireylerin her zaman daha fazla ön plana çıkacağıdır.

Öyleyse, iş dünyası olarak meraklı, araştırmayı seven, cesaret sahibi ve yüksek motivasyonlu bireylerin yetiştirilmesi için nasıl bir yol almalıyız?

Sizleri bu sorularla başbaşa bırakıyor; Samsung ve Capital-Ekonomist dergilerine bu değerli toplantıyı düzenledikleri için teşekkür ediyorum.

Tüm katılımcılar için yararlı bir toplantı olmasını diliyorum.