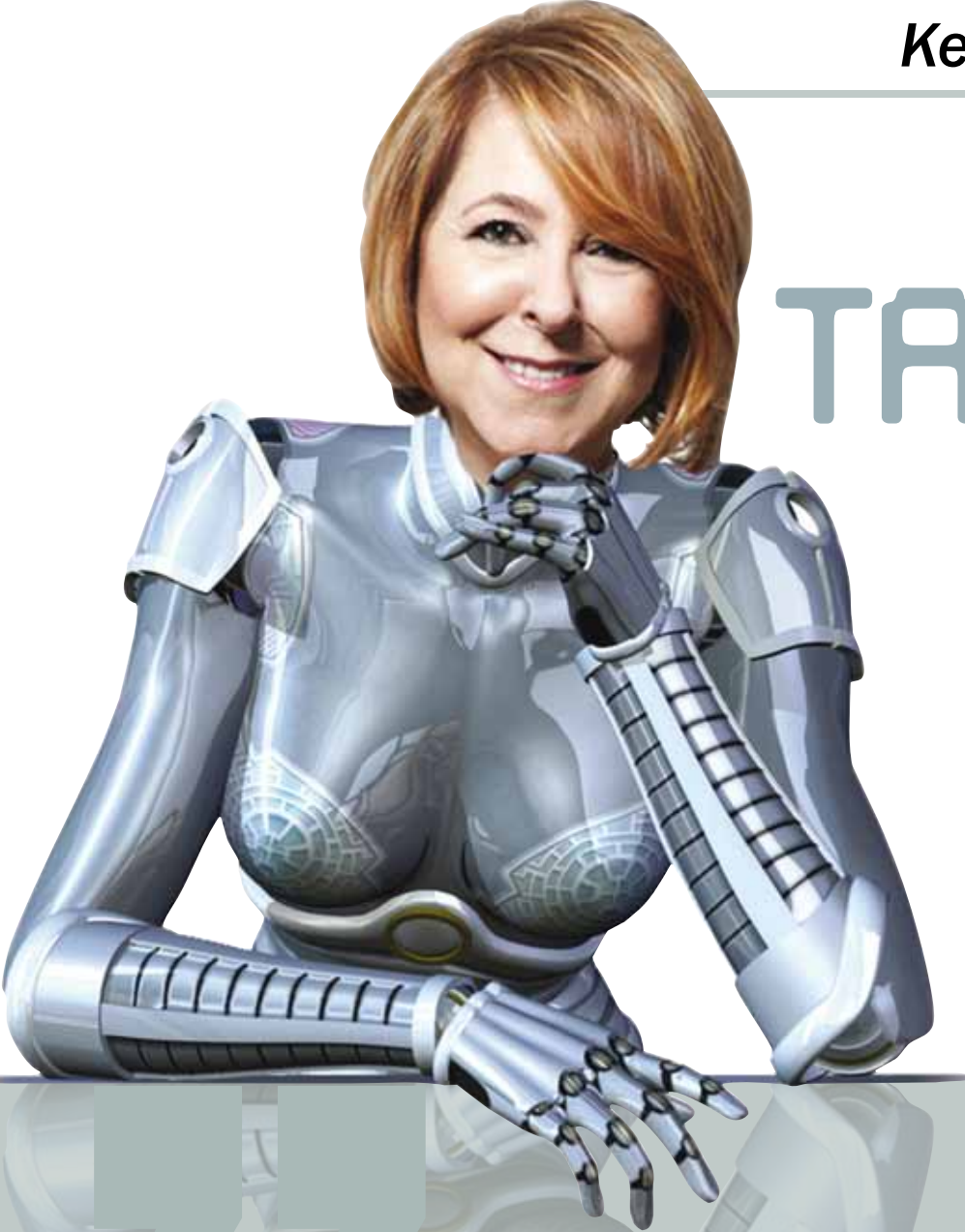


TEKNOLOJİYE AYAK UYDURMAYANLAR BATAR

Keskin bilgi yayılım

UFUK TARHAN



Sert, sevimsiz ve keskin bir başlık oldu ancak çok yalın bir gerçeği yumuşatıp, süsleyerek anlatacak kadar ne zamanımız ne de yerimiz var... Olanakları verimli kullanmak gerekiyor.

O yüzden pat diye en son söyleyeceğimi baştan söyleyeyim; **“Teknolojiye ayak uyduramayanlar batar!”**

Zaten farkında olanların vaktini almayalım, onlar tempolarını düşürmeden ilerlemeye, sürdürülebilir başarılarla koşturmayaya devam etsinler. Hala farkında olmayanlar ya da bu laftan kuşku duyanlar ise derin nefes alıp aşağıdaki yazıyı okusunlar...

Tüm olan biten arasında bireysel, kurumsal hatta toplumsal değişim, gelişim stratejilerinizi yaparken bu trend özetini her şeyin temeline yerleştirmenizde, tüm süreçlerinizi, üretiminizi sorgulamanızda, uyumlanmanızda, upgrade ve sync olmanızda büyük yarar var. Başlangıç noktanız, giriş kapınız ise sosyal medya denen ve aslında “dijit üretme merkezi” olan araçları çok ama çok iyi kullanmak, mobilleşmek olmalı.



Tedarik sanayicilerinin; günümüzde, gelecekte de var ve başarılı olmak için odaklanmaları gereken en önemli konu; başta kendi iş alanları, sektörleri olmak üzere teknolojik trendlerdir.

En güçlüler değil, değişime en fazla ayak uyduranlar ayakta kalır

Bu deyiş kadar yol gösterici, uyarıcı bir söylem duymadım desem yeridir... Buna bir de ben ekleme yapayım ve diyeyim ki ayakta kalmaktan öte, **“önde, lider, birinci, en yukarıda, sektör lideri, en başarılı vb. olmak isteyenler ise değişimin bizzat kendisi, değişimi başlatan, yol açan”** olmalıdır... Ve sürdürülebilir büyüme için gereklilik aslında bu kadar yalın ve nettir.

Büyük ve güçlü mü hızlı ve farklı, yararlı mı?

Tüm araştırmalar, tüm tarihi gerçekler apaçık anlatır, rakamlarla ispatlar; bir zamanların güçlü, sarsılmaz, yıkılmaz zannedilen ancak şimdi isimleri dahi hatırlan-

mayan lider şirketlerinin, markalarının temel yok oluş nedenleri **zamanın ruhuna, trendlere yani aslında teknolojik gelişmelere, değişimlere ayak uyduramamaları, yavaş ve geri kalmalarıdır.**

Şirketleri batıran, yok olmalarına neden olan faktörler;

- “O kadar güçlüyüz ve büyügüz ki bize bir şey olmaz, isteseler dahi batıramazlar!”, “Bize bir şey olmasına izin vermezler, çünkü bizimle birlikte onca ekosistem, kendileri de çöker!” yanılığı, körlüğüdür.
- Büyük balık küçük balığı yutar kuralının değiştiğini, artık hızlı, atak ve kıvrak, derhal değişebilen, çağa ayak uydurabilen, hatta değişimi başlatan zerre kadar yapılanmaların, küçük şirketçiklerin büyükleri piranalar gibi parçaladığının fark edilememesidir.

Şirketleri var eden, parlamalarına, büyümelerine neden olan faktörler;

Tabii ki yukarıdaki durumun tam tersi de bir zamanlar isimleri dahi bilinmeyen, küçük olanlar için geçerlidir. Onlar da geleceğin trendlerini, isterlerini fütürist bakışla erkenden algılayan, bunlara uygun teknolojileri geliştiren ya da hızlıca adapte olan ufak ama çevik şirketler, yapılar için geçerlidir. Ancak unutmayalım, eğer ilerleyen zamanlarda yani büyüdüklerinde yukarıdaki sarmala girerlerse onlar da aslında geleceğin batacak şirketleridir...

Teknolojiye ayak uydurmak ne demek? Ne Yapmak lazım?

Şirket sahiplerinin, tepe yönetimde olanların özellikle de hiçbir çağda görülmemiş boyutta, hızda ve kapsamda buluşların, gelişim, dönüşümlerin gerçekleşmekte olduğu günümüzde, gelecekte de var ve başarılı olmak için **odaklanmaları gereken en önemli konu;** başta kendi iş alanları, sektörleri olmak üzere **teknolojik trendlerdir.** Ondan önce de **hiper ve mega trendleri** iyi anlamaktır. Tüm bunları kullanarak geleceği **fütürist** bakışla şekillendirmeleridir.

Hiper, Mega ve Teknolojik Trendler:

Hiper Trendler: Nano, Genetik teknolojilerdeki gelişmeler, Trans Humanizm (İnsanlığın Dönüşümü) – İnsanlığın Evrimi, Uzak Teknolojileri

Mega Trendler: Sanallaşma (Dijitalleşme), Robotlaşma, Yenilenebilir Enerji

Teknolojik Trendler: Big Data (Büyük Bilgi), Bulut Bilişimi, IoT (İnternet Of Things-Şeylerin İnterneti), M2M, (Machine To Machine – Makinadan Makinaya) V2V Vehicle To Vehicle (Araçtan Araca), Artificial Intelligence (Yapay Zeka), We-

Fütürist Ufuk Tarhan Hakkında:

ODTÜ Ekonomi Mezunudur. 1982-2005 arasında çoğunluğu teknoloji olmak üzere çeşitli sektörlerde üst düzey yöneticilik yapmıştır. 2006 da M-GEN Gelecek Planlama Merkezi'ni, 2011'de M-GEN Dijital Ajansı kurmuştur. 2002 Yılı-Dünya Gazetesi-Bilişim Sektörünün En Başarılı İş Kadını Ödülünün sahibi olan Tarhan; 2009-2011 yıllarında Fütüristler Derneği Başkanlığı yapmıştır. 1 Mart Gelecek Günü'nün yaratıcısı ve küratörüdür. Halen Türkiye'nin ilk ve tek Fütürist kadın konuşmacısıdır. Gelecekçi, sürdürülebilir iş modelleri, dijital iş stratejileri tasarlar ve uygular, İş Avatarlığı yapar. Blogger, Harvard Business Review Türkiye, Platin Dergisi, Hürriyet Eğitim, Yenibiris.com, Martı Dijital Dergisi yazarıdır. Twitter'da mutlaka takip edilmesi gereken 25 Türk arasında gösterilmektedir. ODTÜ'de ve çeşitli Üniversitelerde Future Studies dersleri verir. Halen Bahçeşehir Üniversitesi'nde “İnovasyon ve Girişimcilik” master'ı yapmaktadır. World Future Society, Association of Professional Futurists Üyesi, The Futurist Türkiye Dergisinin yayın haklarını Türkiye'ye getiren kişidir.

arable Technologies (Giyilebilir Teknolojiler), Augmented reality (Artırılmış Gerçeklik), Hologram Teknolojileri, 3D Baskı ve Çizim Teknolojileri, QR Kodlama, Lokasyon Bazlı, Kişiyeye Özel Uygulamalar

Başlangıç noktanız, dijitalleşmekte ilk adımınız işinizde sosyal medya ve mobile geçiş olmalı...

Tüm olan biten arasında bireysel, kurumsal hatta toplumsal değişim, gelişim stratejileriniz yaparken bu trend özetini her şeyin temelini yerleştirmenizde, tüm süreçlerinizi, üretimizi sorgulamanızda, uyumlanmanızda, upgrade ve sync olmanızda büyük yarar var.

Başlangıç noktanız, giriş kapınız ise sosyal medya denen ve aslında "dijit üretim merkezi" olan araçları çok ama çok iyi kul-

lanmak, mobilleşmek olmalı. Çünkü dijitalleşmeye ilk adımlarınız daha doğrusu yeni çağın online, mobil web/bulut ekonomisinde yer almanızı sağlayacak dijital rampa, sıçrama tahtası sosyal medya ile bulutta döşeniyor olacak.

Söylediklerim konusunda en ufak kuşku olanlar şu linkten > <http://goo.gl/vrON2R> fırından yeni çıkmış, taze taze yayınlanan Türkiye'nin (ve dünyanın) en son dijital, sosyal medya, internet rakamlarını veren rapora bir göz atınlar...

Fütürist bakış önemli!

Kuşkusuz her şeyi yine, yeniden revize etmek durumunda kalacağız, ancak **gelecek 5-10 hatta 15 yıl için kendisini, firmasını, markasını bunlara göre şekillendirenlerin hata yapma olasılığı daha düşük, önde koşma şansı çok daha yük-**

sek olacak gibi duruyor. Bir **fütürist** olarak mutlaka dikkate almanızı öneririm...

Bir de her hafta birkaç saatinizi mutlaka "future of automotive, future of cars, future of digital, future of technology" gibi videolar izleyerek, makaleler okuyarak değerlendirin. "Ama bunlar İngilizce, ben bilmiyorum, anlamıyorum! diyenler; mazereti ve mızırndanmayı bırakıp, "tercüme" programlarının ne kadar geliştiğine şaşsın ve kullansınlar.

Birkaç geleceği düşünme egzersizi;

Geleceğin liderlerinin neden teknolojiyi çok ama çok iyi kullanabilmeleri, yaptıkları her işi teknolojiyle neden bütünleştirmeleri gerektiğinin cevabı aslında yukarıdaki satırlarda çok açık görünüyor. İlave olarak sektörünüzü ilgilendiren birkaç örnekle, soruyla zihinlerinizi, düşünme ve yaratıcılık kanallarınızı gıcıklayalım;

- Yenilenebilir enerji ile çalışan elektrikli araçlar yaygınlaştığında sektörünüzün ve işinizin hangi açılardan etkileneceğini bir haftada kaç saat düşünüyor, hazırlıklarınızı planlıyor hatta ufak ufak işe koyuluyorsunuz?
- Araçların içi büyük ölçüde akıllı camlar, yüzeylerle donandığında, materyal, kaplama yöntemleri nano teknoloji ile bütünüyle dönüştüğünde, yol sinyalleri ile aracınız kendi kendine haberleşip, rota belirleyecek kadar becerikli olduğunda siz neler yaparak para kazanmaya devam edeceğinizi hayal ediyorsunuz?
- İnsansız araçlar yollara koyulduğunda, yedek parçalar 3D yazıcılardan basılabilir hale geldiğinde, robotlar üretim ve satış alanlarında hizmete başladığında acaba siz kime servis verecek, kime ne ile üretim yapacaksınız?

Bunları ve daha yüzlerce soruyu hiç düşündünüz mü? Hayır diyenler hemen başlasın... Ara sıra diyenler de hızlansın...

Son olarak şunu söylemek isterim;

Tüm insanlık tarihi boyunca bütün değişimlerin temelinde, tetikleyici olan temel faktör aslında teknolojidir. İnsanlar kullandıkları teknolojileri değiştirdikçe iş hayatı ve aslında yaşamsal katmanlar, her boyutta değişir. Bunlar değiştikçe yeni teknolojik buluşlar yapılır, tekrar ve kesintisiz bir değişim, dönüşüm içinde devinim sürer. Bugüne kadar böyle geldik. Bundan sonra da bu şekilde gideceğiz... O halde neden bile bile lades?... ■

Dijitalleşmeye ilk adımlarınız daha doğrusu yeni çağın online, mobil web/bulut ekonomisinde yer almanızı sağlayacak dijital rampa, sıçrama tahtası sosyal medya ile bulutta döşeniyor olacak.

