

TÜRKİYE DİJİTAL OLGUNLUK RAPORU 2023

NİSAN 2024



digitopia



DÖNÜŞÜM YOLCULUĞUNDA İHTİYACI DOĞRU TESPİT ETMEK VE İŞ BİRLİĞİNE AÇIK OLMAK ÖNEMLİ

Dijital dönüşüm, belirli bir süresi olan projelerden ziyade, sürekli yenilik ve taahhüt gerektiren süregelen bir yolculuktur. Bu dönüşüm serüveni, kısa vadeli hedeflere ulaşmaktan çok, şirket kültürüne derinden entegre olan ve tüm ekibin düşünce yapısını şekillendiren bir seyahate dönüşmektedir.

Şirketler, bu yolculuğa çıkarken her detayı önceden tahmin edemeseler de mevcut durumlarına objektif bir bakış atarak ve gerçekçi hedefler belirleyerek bir strateji geliştirebilirler. Bu planlama, dijitalleşme sürecinin her adımını haritalamak için kritik bir öneme sahiptir.

Dönüşümü tetikleyen sorunları ve ihtiyaç alanlarını doğru tespit etmek, bu yolculuğun temel taşlarından biridir. Bu aşamada, şirketlerin dijital olgunluk seviyeleri, sektörlerindeki ve diğer alanlardaki teknolojik gelişmeleri takip etmelerini, ilham almalarını ve hedeflerini belirlemelerini kolaylaştırır. Netleşen hedeflerle, şirketler ihtiyaçlarına uygun projeleri belirleme ve uygulama sürecine geçebilirler.

Bu süreçte, teknolojiye ihtiyaç duyan şirketlerin, iş birliğine açık olmaları da büyük değer taşır. Ülkemizin teknoloji tedarikçileri, özel sektörün dijital dönüşümünü destekleme potansiyeline fazlasıyla sahiptir.

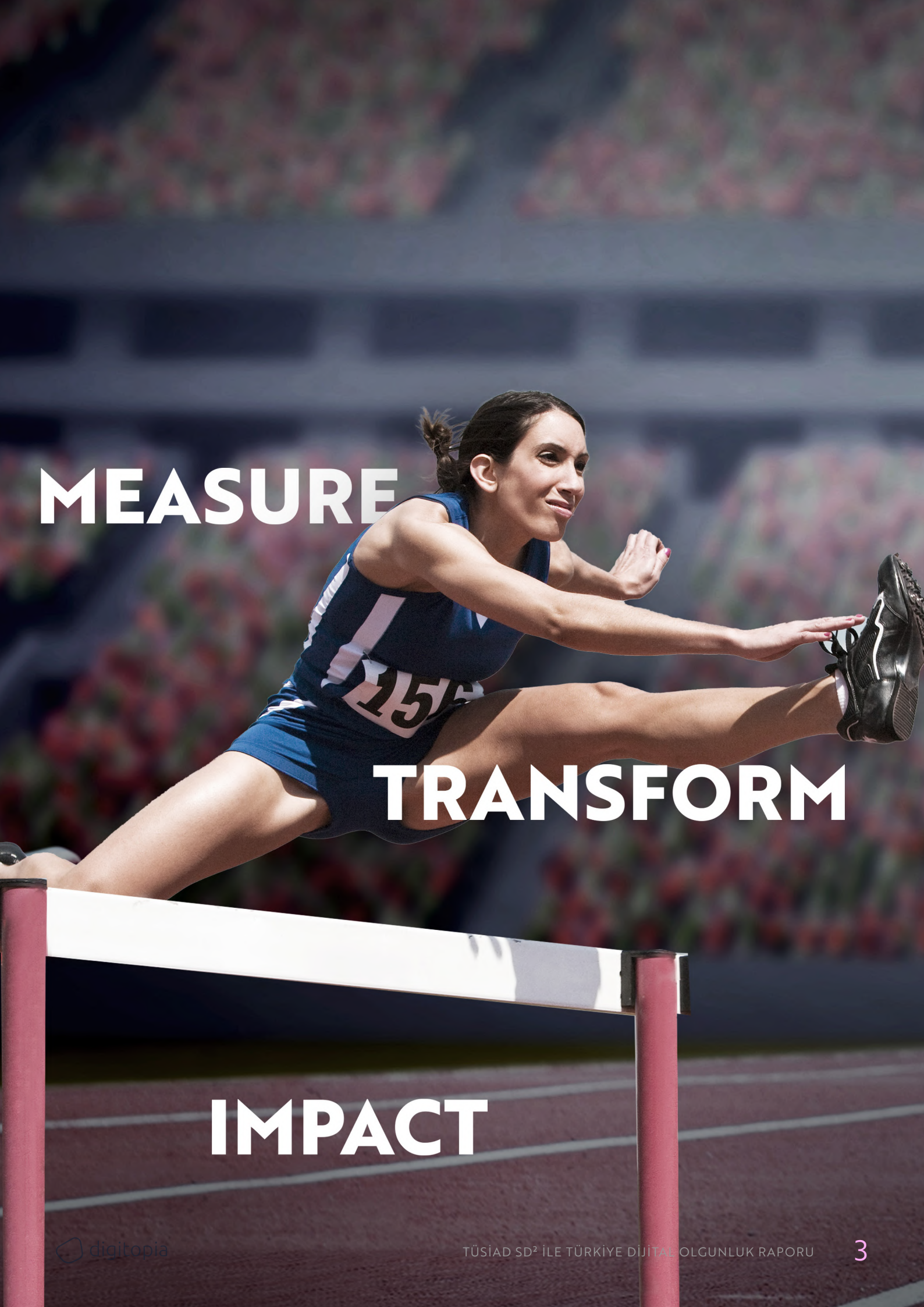
TÜSİAD SD² (Sanayide Dijital Dönüşüm) platformu, teknoloji kullanıcılarına ilham verecek saha uygulamaları ve çeşitli teknolojilerin nasıl kullanıldığına dair örnekler sunar. Bu platform, ölçülen sektörlerdeki çeşitli ihtiyaçlara yönelik çağrılar yaparak, şirketlerin teknoloji ortaklarıyla iş birliği yaparak projelerini hayata geçirmelerine olanak tanır.

Bu süreç, sadece teknolojik bir yükseliş değil, aynı zamanda bir bilinç ve kültür dönüşümüdür; bu dönüşüm yolculuğu boyunca şirketler, sadece kendilerini değil, aynı zamanda topluma ve dünyaya olan katkılarını da yeniden şekillendirirler.

Onur Eren

TÜSİAD SD² Görev Gücü Başkanı





MEASURE

TRANSFORM

IMPACT

TÜRKİYE’NİN DİJİTAL GELECEĞİ: BİR DÖNÜŞÜM VE OLGUNLAŞMA ÇAĞRISI

Türkiye’nin özel sektörü için dijital dönüşüm, rekabetçi avantajı artırma ve sürdürülebilir başarıya ulaşma yolunda hayati bir öneme sahiptir. Bu yönetici özeti, şirket liderlerine, dijital yetkinliklerini geliştirerek Türkiye’nin küresel pazarda daha güçlü bir konuma gelmesi için ilham verici bir kılavuz sunmayı amaçlamaktadır.

Dijital teknolojileri benimsemek, iş modellerini yeniden düşünmek ve müşteri deneyimini zenginleştirmek, şirketlerin pazar paylarını genişletmeleri ve yenilikçilikte öncü olmaları için elzemdir. Yenilikçi dijital çözümler, operasyonel verimliliği artırmanın yanı sıra, müşteri ihtiyaçlarını daha doğru bir şekilde anlamayı ve bunlara hızla yanıt vermeyi sağlar.

Veri analitiği ve yapay zeka gibi teknolojilerin stratejik kullanımı, karar alma süreçlerini iyileştirir ve pazar trendlerine dayalı daha bilinçli stratejiler geliştirmeyi mümkün kılar. Bu, Türkiye’deki şirketlerin küresel rakipleriyle rekabet edebilmesi için önemli bir avantaj sağlar.

Dijital dönüşümün başarısı, şirket kültüründe yenilikçiliği ve sürekli öğrenmeyi teşvik etmekle başlar. Çalışanların dijital becerilerini geliştirmek ve bu yeni teknolojilere adaptasyonunu sağlamak, dönüşüm sürecinin temel taşlarından biridir.

Son olarak, sürdürülebilir bir dijital dönüşüm için, özel sektörün liderleri, sektörel işbirliklerine ve ekosistem içindeki paydaşlarla ortaklıklara açık olmalıdır. Bu, Türkiye’nin dijital dönüşüm yolculuğunda sinerji yaratır ve ulusal ekonominin dijitalleşme sürecine katkıda bulunur.

Halil Aksu
Co-CEO Digitopia

İÇİNDEKİLER

TÜRKİYE' NİN DİJİTAL GELECEĞİ: BİR DÖNÜŞÜM VE OLGUNLAŞMA ÇAĞRISI	2
I. TÜRKİYE'NİN DİJİTAL OLGUNLUĞU: SEKTÖREL ANALİZ VE GLOBAL KARŞILAŞTIRMA	6
II. DİJİTAL DÖNÜŞÜMDE STRATEJİK ADIMLAR: TÜRKİYE'NİN ÖZEL SEKTÖRÜ İÇİN BİR DEĞERLENDİRME	8
III. DİJİTAL ZİNDELİK HALA KONDİSYON AĞIRLIKLARI	10
IV. DİJİTAL UFUK: YARINI BUGÜNDEN KUCAKLAMAK	12

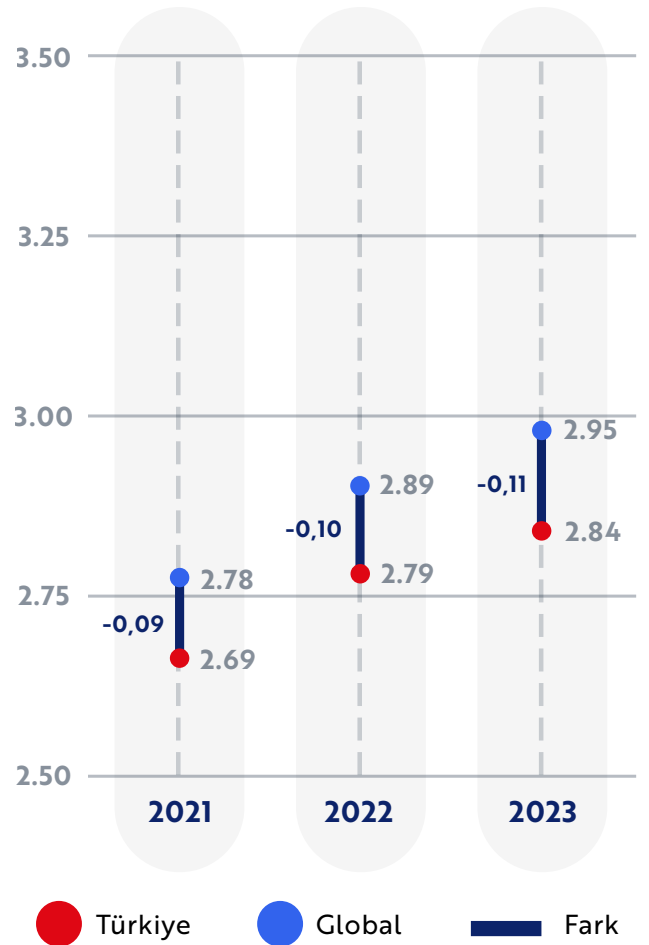


I. TÜRKİYE'NİN DİJİTAL OLGUNLUĞU: SEKTÖREL ANALİZ VE GLOBAL KARŞILAŞTIRMA

Türkiye'nin dijital dönüşüm yolculuğunda özel sektör, rekabetçi bir pazarda sürdürülebilir başarı için stratejik adımlar atmaktadır.

Dijital olgunlukta dünya ortalamasına kıyasla Türkiye'nin durumu, küçük adımlarla ilerlemesine rağmen, global eğilimlerin biraz gerisinde kalmaktadır. Bu durum, özellikle ekonomik belirsizliklerin yatırımları etkilemesine karşın, dijital dönüşüm alanındaki yatırımların artırılmasının önemini vurgulamaktadır.

Türkiye'deki sektörler arasında, otomotiv, bankacılık ve tüketici ürünleri gibi alanlarda dijital yeteneklerin geliştirilmesine yönelik önemli adımlar atılmıştır. Bu sektörlerdeki şirketler, operasyonel verimlilik, müşteri deneyimi ve inovasyon kapasitelerini artırarak dijital dönüşümü hızlandırmak için çaba göstermektedirler. Ancak, global rakiplerle arasındaki farkın az da olsa açılması, Türkiye'nin bu alanlarda daha fazla çaba göstermesi gerektiğini göstermektedir.



Figür 1: DMI Türkiye - Global Karşılaştırma

Dijital dönüşüm sürecinde, veri analitiği, yapay zeka ve dijital pazarlama gibi alanlarda yapılan yatırımlar, Türk şirketlerinin karar alma süreçlerini iyileştirmesi ve pazar ihtiyaçlarına daha hızlı yanıt vermesi açısından kritik öneme sahiptir. Bu teknolojiler, şirketlerin pazar trendlerini daha iyi anlamasına ve buna göre stratejiler geliştirmesine olanak tanır.

Şirketlerin dijital dönüşümde başarılı olabilmeleri için, çalışanların dijital becerilerinin sürekli olarak geliştirilmesi gerekmektedir. Bu, hem iç operasyonların daha etkin yürütülmesini hem de müşterilere daha yenilikçi ve kişiselleştirilmiş hizmetler

sunulmasını sağlar. Ayrıca, dijital güvenlik ve veri koruma alanlarına yapılan yatırımlar, müşterilerin ve iş ortaklarının güvenini kazanmak için hayati öneme sahiptir.

Özetle, Türkiye'nin özel sektörü, dijital dönüşüm yolculuğunda önemli adımlar atmaktadır, ancak global trendlerle tam anlamıyla uyum sağlamak ve rekabetçi avantajını sürdürmek için daha fazla çaba ve yatırım gerekmektedir. Bu süreçte, şirketlerin teknolojiyi benimsemeleri, yenilikçi çözümler geliştirmeleri ve dijital yeteneklerini sürekli olarak geliştirmeleri önem taşımaktadır.



II.

DİJİTAL DÖNÜŞÜMDE STRATEJİK ADIMLAR: TÜRKİYE’NİN ÖZEL SEKTÖRÜ İÇİN BİR DEĞERLENDİRME

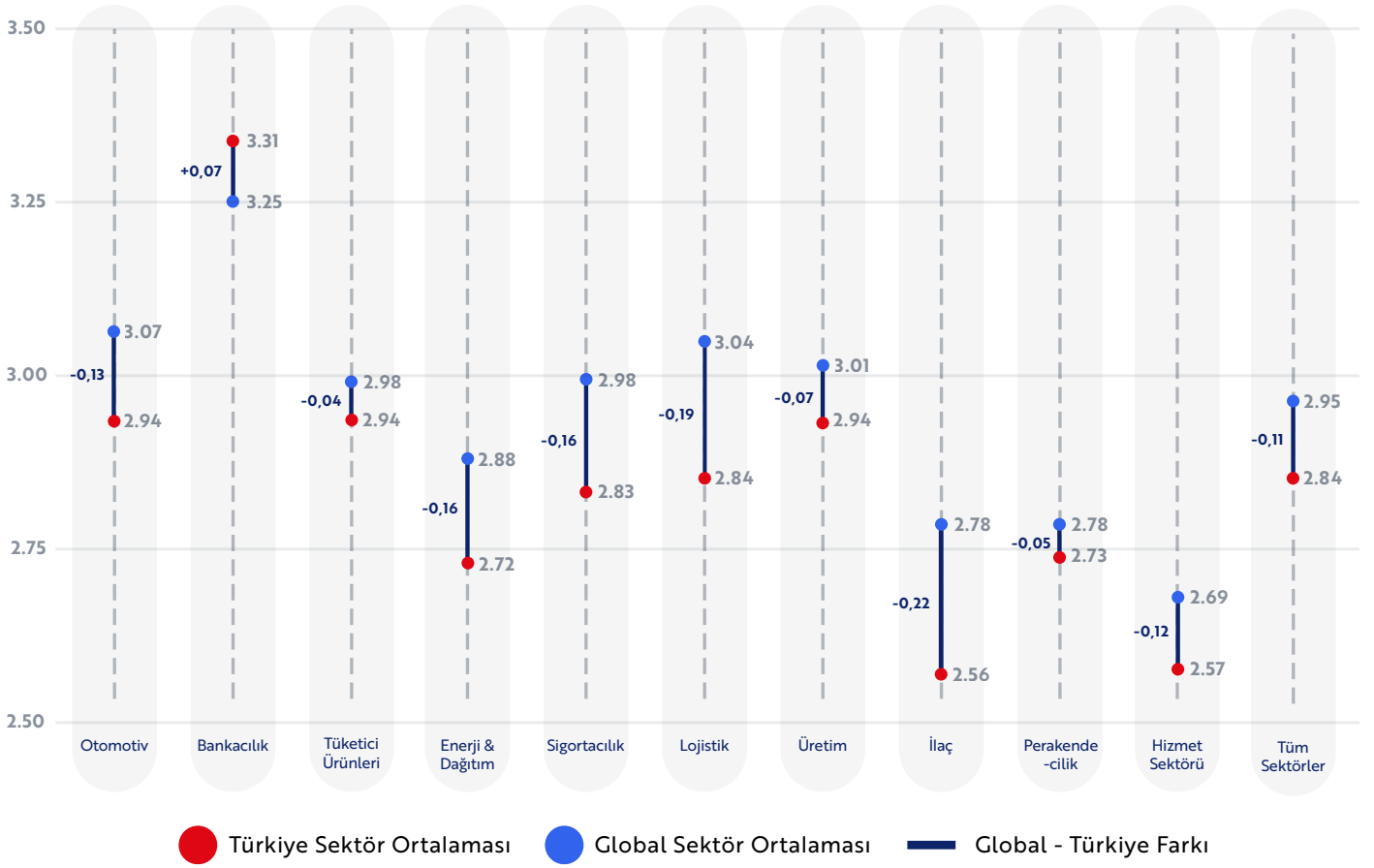
Türkiye’nin dijital dönüşüm çabalarında, özel sektörün stratejik adımlar atması, global düzlemde rekabetçi bir konuma erişmesi açısından hayati önem taşımaktadır.

Mevcut verilere göre, Türkiye’nin dijital olgunluk puanları çeşitli sektörlerde global ortalamaların altında yer almakta, bu da yatırım ve gelişim alanlarına dikkat çekmektedir.

Bankacılık sektörü, global ortalamaları aşan nadir sektörlerden biri olarak öne çıkarken, otomotiv ve tüketici ürünleri sektörleri de küresel düzeye yakın performans sergilemektedir. Bu, Türkiye’nin belirli alanlarda dijital yetkinliklerini geliştirme potansiyeline sahip olduğunu göstermektedir. Ancak enerji & dağıtım, sigortacılık ve lojistik gibi diğer önemli sektörlerde daha büyük bir farkla geride kalındığı gözlemlenmektedir.

İlaç ve hizmet sektörleri gibi bazı alanlarda gözlenen daha geniş farklar, bu sektörlerde dijital dönüşümün daha fazla odaklanması gereken bir alan olduğunu işaret etmektedir. Bu sektörler, teknolojik yenilikleri benimseyerek ve dijital becerilerini geliştirerek küresel rakipleriyle olan farkı kapatabilir.

Türkiye’nin özel sektörü, dijital dönüşüm yatırımlarını sürdürmeli ve mümkün olan yerlerde artırmalıdır. Bu, özellikle ekonomik belirsizliklerin ve değişen pazar koşullarının hızına uyum sağlamak ve rekabetçi kalmak için gereklidir. Şirketler, dijital altyapılarına, inovasyon kapasitelerine ve müşteri deneyimi geliştirme alanlarına odaklanarak bu dönüşümü hızlandırabilir.



Figür 2: Türkiye - Global Sektör Karşılaştırması

Sonuç olarak, Türkiye'nin dijital dönüşümde karşılaştığı zorluklar ve fırsatlar, sektörel özelliklere göre değişiklik göstermektedir. Türkiye'nin özel sektörü, bu fırsatları değerlendirerek ve stratejik yatırımlar yaparak dijital olgunlukta global ortalamalara

ulaşma ve hatta bu ortalamaları geçme potansiyeline sahiptir. Bu süreçte, şirketlerin teknolojiyi benimsemeleri, yenilikçi çözümler geliştirmeleri ve dijital yeteneklerini sürekli olarak geliştirmeleri kritik öneme sahiptir.



III.

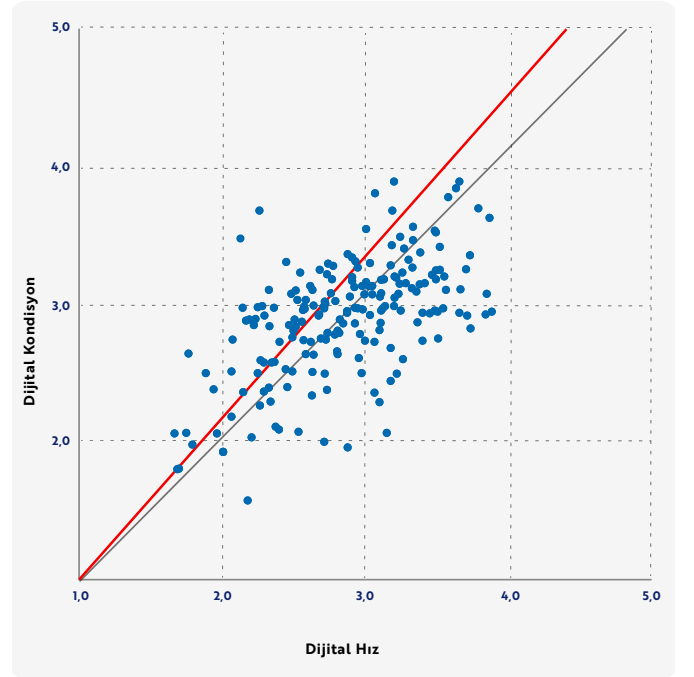
DİJİTAL ZİNDELİK HALA KONDİSYON AĞIRLIKLARI

2019 yılından beri yaptığımız dijital olgunluk ölçümleri ortak ve devam eden bir gerçeğe işaret ediyor: Şirketlerin yönetim ve teknoloji boyutları, başka bir deyişle temel teknoloji yatırımları ve finans odaklı dijitalleşme çabaları öncelikli ve daha olgun.

Oysa dijital dönüşüm stratejilerini ve yol haritalarını, müşteri deneyimi ve operasyonel verimlilik tetiklemeli ve sürüklemelidir. Yapılan teknoloji yatırımları bu alanlara hizmet etmeli, şirketlerin rekabet güçlerine katkıda bulunmalıdır.

Yaptığımız müşteri ve yönetici görüşmelerinde sürekli bir yoğunluk olduğunu, sürekli bir "yangın söndürme" modu yaygın olduğunu ifade ettiler. Bundan dolayı bazen stratejik önceliklere yeterince efor, akıl ve kaynak ayırlamadığını dile getirdiler.

Dijital olgunluk ölçümü ile bu konudaki farkındalık gelişmektedir. DMI metodun altı boyutu iki gruba ayrılmaktadır. Yatay eksen, dijital hızı temsil etmektedir: müşteri, operasyon ve inovasyon boyutlarını içermektedir. Dikey eksen ise, dijital



— Türkiye Ağırlık Merkezi

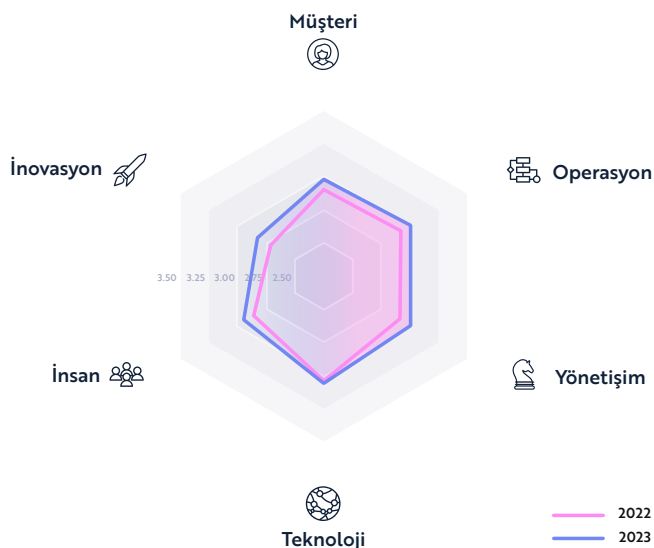
Figür 3: Dijital Zindelik (Ironman) Analizi

kondisyonu ifade etmektedir: insan, yönetim ve teknoloji boyutlarından oluşmaktadır.

Dijital Olgunluk Ölçümü grafiğinde görüldüğü üzere, şirketlerin çoğu diyagonal çizginin üstünde kalmaktadır. Yani kondisyonu daha güçlü, hızı ve çevikliği biraz daha düşüktür. Kriz dönemi, belirsizliklerin yoğun olduğu dönemler, sağlamlık ve dayanıklılık bakımından bu faydalı ve akıllıca görünmektedir. Ama rekabet gücü, çeviklik, büyüme ve müşteri yakınlığı bakımından şirket özellikle dijital hız boyutlarına yatırım yapmaları gerekmektedir.

Bir başka bakış açısı da “kar tanesi” analizi. Dijital olgunluk verilerine bir de altıgen radar grafiği ile baktığımızda, kurumların ne kadar dengeli ve uyumlu olduklarını görüyoruz. Yine görüldüğü üzere, altıgenin alt yarısı biraz daha geniş, yani dijital kondisyon güçlü. Altıgenin üst yarısı biraz daha zayıf, kurumların dijital hızı biraz daha geride. Asıl odaklanılması gereken noktalar bunlar.

Peki, hangi alana neden yatırım yapacağınıza nasıl karar vereceksiniz? Piyasa koşulları, kurumsal öncelikleriniz ve stratejilerinize uygun olarak, üstteki modelden de



Figür 4: Dijital Kar Tanesi Analizi



esinlenerek, belli bir denge gözetmenizi tavsiye ediyoruz. Çalışmalarımız gösteriyor ki, daha dengeli “kar tanesi” olan kurumlar, genelde dengesiz olan kurumlardan daha iyi performans göstermektedir. Ama bu demek değildir ki, amacınız altıgen grafiğini simetrik hale getirmek olsun. Tam aksi, öncelikle kurumsal stratejileriniz dijital dönüşüm yatırımlarınıza şekil vermelidir. Gelişim ve olgunlaşma sürecinizi bu şekilde izlerseniz, denge unsurunu da gözetmiş olursunuz.

Dijital dönüşüm yolculuğu pek çok zorluk ve karmaşıklık içermektedir. Ölçemediğini yönetemezsin. Dijital olgunluğunu ölçen ve düzenli olarak takip eden kurumların, etmeyenlere göre çok daha hızlı, güvenli ve başarılı bir şekilde ilerlediklerini, olgunlaştıklarını görüyoruz.

IV. DİJİTAL UFUK: YARINI BUGÜNDEN KUCAKLAMAK

1. DİJİTAL ENTEGRASYON: SEKTÖREL SINIRLARI AŞMAK

Kurumsal Entegrasyon: Tüm iş fonksiyonları arasında dijital teknolojilerin sorunsuz entegrasyonu, bilginin serbest akışını sağlamak ve teknolojinin organizasyonun ortak hedeflerine hizmet etmesini garanti altına almak için kritik öneme sahiptir.

İleri Analitik: Veri analitiğinin gücünden yararlanarak derinlemesine içgörüler elde edin, karar alma süreçlerini güçlendirin ve müşteri

deneyimlerini kişiselleştirin. Gelişmiş analitik yeteneklerine yapılan yatırımlar, pazar trendleri ve müşteri davranışları hakkında daha nüanslı bir anlayış kazandırır.

Müşteri Deneyimini İyileştirme: Dijital inovasyon yoluyla müşteri deneyimlerini yükseltin. İster gelişmiş çevrimiçi arayüzler, ister kişiselleştirilmiş hizmetler veya yenilikçi dijital ürünler aracılığıyla olsun, odak noktanız müşteri beklentilerini aşmak olmalıdır.





2. DÖNÜŞÜMÜ BENİMSE: ÖĞRENME, İŞBİRLİĞİ VE ÖLÇÜM

Diğer Sektörlerden Öğrenme: Sektörler arası öğrenme, değerli içgörüler sunar. En iyi uygulamaları ve başka yerlerde başarılı olmuş yenilikçi stratejileri benimsemek için kendi sektörünüzün sınırlarının ötesine bakın.

Ekosistem ile İşbirliği: Dijital çağdaki başarı, yalnızca bir kişinin çabasına bağlı değildir. Ortaklar, tedarikçiler, müşteriler ve hatta rakiplerle işbirliği yaparak değer yaratın ve karşılıklı büyümeyi teşvik edin.

İlerlemenizi Ölçün: Dijital dönüşüm ilerlemenizi sürekli ölçmek hayati öneme sahiptir. İlerlemenizi takip etmek ve gerektiğinde stratejileri yeniden kalibre etmek için metrikleri ve KPI'ları kullanın.

3. DEĞİŞİMİ KUCAKLA: LİDERLİK, DİRENÇLİLİK VE KAPSAYICILIK

Liderliği Geliştirme: Çevik, ileri görüşlü ve değişime açık bir liderlik zihniyeti geliştirin. Liderler, dijital girişimleri sadece desteklemekle kalmamalı, aynı zamanda bunların aktif savunucuları olmalıdır.

İleriye Doğru Başarısız Olma: Başarısızlığın inovasyona giden bir adım taşı olarak görüldüğü bir kültür teşvik edin. Geri adımlardan ders alın ve bunları daha ileri gelişmeler için motivasyon kaynağı olarak kullanın.

Kimseyi Geride Bırakma: Dijital dönüşüm yolculuğunda kapsayıcılığı öncelik haline getirin. Bu, tüm paydaşları, çalışanlardan müşterilere kadar, dijital olgunluk yolculuğunuza dahil etmek anlamına gelir.

TÜRKİYE DİJİTAL OLGUNLUK RAPORU 2023

NİSAN 2024

Digitopia Research Team

info@digitopia.co

www.digitopia.co

TÜSİAD SD²

sanayidedonusum@tusiad.org

www.tusiadsd2.org/

