



Rüstü Bozkurt

rustu.bozkurt@dunya.com

İş dünyasının “analitik ihtiyaç” katmanları

Sayısal teknolojinin yarattığı “veri üretimi fırtınaları” giderek şiddetleniyor; toplumların rekabetindeki öncelikler yeraltı ve yerüstü varlıkları, fiziki sermaye stokları, insan kaynakları bilimsel ve teknolojik birikimleri “veriden değer üretmeye” odaklanıyor.

Analitik, içinde bulunduğumuz ortamın yarattığı fırsatları en yüksek, tehditleri en düşük düzeyde değerlendirmek için veri üretmenin, veriyi malumata dönüştürmenin, malumatı bilgi haline getirmenin, bilgileri anlayarak ve anlamlandırarak insan yaşamını zenginleştirmenin zihinsel ağılardaki örüntülerin bütünüdür. Analitikte en ilkel düzeyi 1.0 aşaması olarak adlandırıyoruz; “alışkanlıkla iş yapma aşaması” olarak tanımlıyoruz. Alışkanlıkla iş yapma aşamasından, analizle iş yapma aşamasına geçişi de analitik 2.0 olarak değerlendiriyoruz. Bu ikinci aşamaya geçebilmek için de “veri bilincinin yükselmesi”, “verinin çağımızdaki önemin kavranması”, “veri derleme, saklama ve değerlendirme” konusunda gerekli yapıların oluşturulması gerekiyor. Analitikte 3.0 aşamasını, çağımızın gerçeği, yaygın metaforuyla günümüzün petrolü olan “büyük verinin” ehlileştirilmesi, işe yarayanlarının ayıklanması, işe yarayanların da kümeler haline getirilerek kullanılabilir olgunluğa eriştirilmesidir. Analitik etkinliğin önemli adımı, 4.0 aşamasıdır; işe yarayan verileri malumata, malumatları bilgilere, bilgileri de “yeni bir ürün ve iş yapma metoduna dönüştürme” olarak tanımlanır. Son tahlilde, yeni ürün ve metotlarda maddi ve kültürel zenginlik üretmek insan yaşamını kolaylaştıran, paydaşların yararlarını artıran mal ve hizmet üretimine de analitik 5.0 aşaması diyoruz.

Sayısal teknolojinin yarattığı “veri üretimi fırtınaları” giderek şiddetleniyor; toplumların rekabetindeki öncelikler, yeraltı ve yerüstü varlıkları, fiziki sermaye stokları, insan kaynakları, bilimsel ve teknolojik birikimleri “veriden değer üretmeye” odaklanıyor. Veri üretimi arttıkça, verinin derlenmesi, saklanması, işlenmesi, değerlendirilmesi, ürün ve metoda dönüştürülmesi yeni analitik alanlar açıyor ya da analitik alanların derinlik kazanması ihtiyacını artırıyor.

Davranış analitiği

Tüketici değer, beklenti ve davranışlarını kavrayarak platform yapılarında “rekabet üstünlüğü” yaratma, günümüz üretim ve ticaretinin ana akımını oluşturmaya adaydır. Teknolojinin yarattığı yeni iş süreçleri, yeni ulaşım metotları ve yeni bağlantı ve iletişim olanakları “davranış bilimini” yükselen değer haline getiriyor. Son dönemlerde, Nobel Ekonomi Ödülleri’nin davranış ekonomisi çalışmalarına verilmesi bir moda eğilimi değil, temel bir eğilimin

Tüketici değer, beklenti ve davranışlarını kavrayarak platform yapılarında "rekabet üstünlüğü" yaratma, günümüz üretim ve ticaretinin ana akımını oluşturmaya adaydır. Teknolojinin yarattığı yeni iş süreçleri, yeni ulaşım metotları ve yeni bağlantı ve iletişim olanakları "davranış bilimini" yükselen değer haline getiriyor.

hayata yansımalarıdır. Akademisyenler ve uygulamacılar dört davranış özelliği üzerinde özellikle duruyor: Beceri-temelli davranışlar, kural-temelli davranışlar, bilgi-temelli davranışlar ve uzmanlık-temelli davranışlar.

Beceri-temelli davranışların etkinliği, belli bilgileri almamızı gerektirir. Becerilerimizi artırmamız için sağlıklı algı, güçlü bilişsel bir etkileşim ve kararlı uygulamaların birbirini bütünlemeleri gerekir. Bilgi temelli davranışlarımızın amaçlarımıza bizi en kısa yoldan ulaştırması, amaca en kısa yoldan ulaştıracak ciddi bir metot geliştirmeye mümkündür.

Kural-temelli davranışlarımızın yerli yerine oturması, işimizle ilgili bileşenleri ve rutinleri, başka bir deyişle yapı bileşenleri olan "sabitleri" net olarak tanımlarsak mümkün. Zihinlerimizde depolanan kuralları, katılmış usul ve esasları, "tutucu" ve "geliştirici" etkilerini anlamanın metotları da yaratmak istediğimiz sonuca ulaşmanın hayati sorunlarıdır.

Bilgi-temelli davranışlar, veri üretiminde, verinin malumata dönüşürülmesinde, malumatın bilgi haline getirilmesinde, bilgilere anlama derinliği kazandırılmasında ve anladıklarımızın hayata taşınmasında ciddi "metot bilgisi" gerektirir. Bilincin en üst düzeyi, zihni model varsayımlarımızın, hızlı zihinsel simülasyonlar yapabilmesi ve beklenti oluşturmalarıdır. Dışa ve dünya bakışımızın tutarlı sonuçlar üretebilmesi her şeyden önce bir metot sorunudur. Metot, o kadar önemlidir ki sadece esas etkiler!"

Uzmanlık-temelli davranış, özellikle bugünün "hızlı değişim süreçlerinde" işimizi iyi yapmanın etkin aracıdır. Zor zamanlarda, ani değişimler yaşandığında, hızlı çözümler üretecek bilgi, beceri, ilke ve kuralların bütünlüğünü gözetilen metotlara sahip olmadan uzman olunamaz.

Uzmanlık, hızlı ve uygun karar verme, hızlı ve yalın kararlar üretme, olası alternatifleri karşılaştırma, özellikle belirsizlik ortamında karar vermede etkili olur. Uzmanlık, bilgi-temelli birikimlerden beslenir, belirsizliklerin en yüksek olduğu anlarda, en uygun çözümler bulabilmeyi sağlar.

İlişki ve iletişim analitiği

İş dünyasının gündeminde sadece "davranış analitiği" yok; "ilişki analitiği" de akademisyenlerin ve uygulamacıların üzerine eğildikleri konulardan biri. Harvard Business Review /Türkiye'de Paul Leonardi ve Noshir Contractor'un "Çalışan Analitiğini İyileştirmek" başlıklı makaleleri örneklerden sadece biri.

Akademisyenler "kısıtlı ilişki ağları" ve "çoklu ilişki ağlarının" yarattığı fırsat ve tehditleri "özelliklere dayalı analiz" odağından ele alıyor. Kişisel ve durumsal özelliklere dikkat çekerek, bu analitik çalışmalarını

nın performans etkilerini yorumluyorlar. Ayrıca "ilişki temelli analitik" çalışmalarının iç sınırlamaları ile dış sınırlamalarının analitiğiyle de performans etkileri yaratıyor.

Bizim bu yazıda merkez düşüncemizin ne olduğunu da paylaşalım: Analitik konusunda "dar düşünmenin" ciddi bir tuzak olduğunu anlatmak istiyoruz. Veri, enformasyon ve bilginin değer üretmenin özüne yerleşmiş olması, hayatın bütün alanlarında, bütün derinliklerinde analitik ihtiyacı yarattığına ilişkin farkındalığımızı artıralım, diyoruz.

İlişki analitiği ve davranış analitiği nasıl ki bireylerin, grupların performansını artırdığı gibi "bağlantı analitiği" ve "eşleştirme" de özellikle 5G standardıyla birlikte artacak olan "küresel işbirliklerinde sinerjik etki" yaratmanın gerek şartı haline geliyor.

İş dünyasının ilgisi

Büyük veri bizi ister istemez analitik yetkinliğimizi geliştirmeye zorlayacak. Büyük verinin analitik ihtiyacını karşılamamanın iki yolu var. Birincisi "edilgen tutum". Ülkemizde yaygın söylemiyle "bekle ve gör" anlayışı. Bekle-gör anlayışı, hızla değişen günümüz koşullarında tehlikeli bir davranış biçimidir. Edilgen davranış topluları üretime değer katarlara değil, izleyenler sınıfına iter. Diğeri, "etken" tutumdur; öngörme ve önlem alma disiplininin kaynağını alır; bilgi, beceri, kural ve uzmanlık temelli davranışla yaratmak istediği sonuçlara doğru ilerler. Bekle-gör anlayışı, yakınma, her sorunu devletin çözmesini bekleme anlayışını yaygınlaştırır; etken davranış ise sorunlarla yüzleşme ve çözümler üretme özgüvenini gerektirir.

İş dünyamızın insanları önce şu soruyu kendine sormalı: Bu yazıda anlatılan "analitik ihtiyacı" yazarın bir fantezisi mi, yoksa çağımızın temel teknolojilerinin yarattığı bir eğilim mi? Fantezi deniyorsa, söylenecek söz yok... Eğilim deniyorsa, hemen eğilimin fırsatlarını aramaya, tehlikelerini öngörmeye yönelip, adımlarımızı atalım. Kendimiz için bir "erken uyarı" sistemi oluşturalım...

Bernard Lewis'in iyi niyetli cehalet ile art niyetli ihanet anlatımından ikisinin de aynı kapıya çıktığını düşünürüm. Zamanında işimizle ilgili net bilgi edinemezsek, etkin koordinasyon yapamaz ve odaklanamaz; kaynaklarımızı israf ederiz. Art niyetli ihanette de hayatın öz gerçeğinin önüne kendi gerçeklerimizi koyarak, Memleketin çıkarı yerine kendi gerçeklerimizi koymadır. Bu tutum, maddi ve kültürel zenginlik üretimini yavaşlatır; kaynakların yerli yerine gitmesini engeller.

Bütün yolların Roma'ya çıktığı günler gibi, bugünlerde de performans artırıcı bütün çabalar "analitik yetkinliği geliştirmeye" odaklanıyor.