

# CEO'LARIN AJANDASINDA NELER VAR?

KPMG 2018 CEO ARAŞTIRMASI'NIN SONUÇLARINA GÖRE CEO'LARIN AJANDASINDA ÜÇ KRİTİK BAŞLIK VAR JEOPOLİTİK DALGALANMA, SİBER RİSK VE JENERASYON DEĞİŞİMİ. 51 ÜLKEDEN 2 BİN CEO İLE YAPILAN ARAŞTIRMA, DEĞİŞİM VE DÖNÜŞÜMÜ YÖNETMEYE ÇALIŞAN CEO'LARIN BENZER İKİLEMLERLE KARŞI KARŞIYA KALDIĞINI GÖSTERİYOR.

*Fotoğraflar: Dünya Gazetesi Fotoğraf Arşivi*



**Stratejik kararlar  
almadan önce  
sosyal medya  
kaynaklarından  
gelen veri ve bilgiye  
güven duyanların  
oranı**

**Küresel CEO'lar:  
% 81**

**Türk CEO'lar:  
% 88**



**Yapay zeka  
teknolojisinin  
daha çok yeni iş  
alanı yaratacağına  
inanınların oranı**

**Global CEO'lar:  
% 62**

**Türk CEO'lar:  
% 84**

**Stratejik  
ortaklıklarla  
büyüme  
hedeflerini  
yakalayacağına  
inanınların oranı**

**Küresel CEO'lar:  
% 33**

**Türkiye'deki CEO'lar:  
% 52**





**K**PMG'nin bu yıl küresel olarak dördüncü kez düzenlediği CEO Araştırması'na, ekonomiye yön veren 11 kilit ülkeden bin 300 CEO'nun yanı sıra Türkiye'nin de aralarında olduğu 40 ülkeden CEO'lar görüş verdi. Türkiye'den 25 CEO, iş hayatındaki değişim ve dönüşümle ilgili gözlem, strateji ve deneyimlerini aktardı. Teknoloji çağının fırsat ve tehditlerinin CEO gözüyle değerlendirildiği araştırma, coğrafyanın sorunları farklılaştırmadığını, her ülkeden CEO'ların benzer zorluklarla mücadele ettiğini ortaya koyuyor.

### **"Jenerasyon değişimi yakından takip edilmeli"**

Araştırmayı yorumlayan KPMG Türkiye Başkanı Murat Alsan, "Herkesin ve her şeyin birbirine bağlanmaya başladığı, diğer yandan da dalgalanmaların yaşandığı bir dünyanın tehditlerine ve fırsatlarına CEO'ların nasıl karşılık verdiğini CEO araştırmalarından takip ediyoruz. Görüyoruz ki Afrika, Amerika, Asya-Pasifik, Avrupa, nerede olurlarsa olsunlar tüm CEO'lar engellere rağmen büyüme hedefliyor. Kendilerini bekleyen büyüme sancılarının da farkındalar. Bu şartlarda şirketlerini bü-

yütecek yeni yollar ve yenilikçi yöntemler peşinde olduklarını anlıyoruz" dedi.

CEO'ların, risk ajandasının sürekli değiştiği bir dünyada iş yaptığını vurgulayan Alsan, şunları söyledi: "Bu sorunlar için bekle-gör yaklaşımı bir seçenek değil.

Mesela CEO'ların siber güvenlik alanında sistemlerindeki savunmasız noktalara ilgili çözümleri ertelemesi düşünülemez. İkincisi, her ne kadar siyasi oyuncu olmasalar da her CEO'nun jeopolitiği gündeminde tutması gerekiyor. Hem kendilerinin hem yönetim kurullarının; jeopolitiğin finans, iş ve çalışma modelleri ile



açıyor ama engellere rağmen neredeyse tamamına yakını büyüme hedefliyor.

■ Korumacılık ve ülkesellik CEO'ların büyüme hedeflerini tehdit ediyor. Türkiye'deki CEO'ların tehdit listesinin en başında 'ülkeselliğe dönüş' var.

■ Türkiye'de siber farkındalık artmış görünüyor. Geçen yıl CEO'ların yüzde 72'si organizasyonlarının siber saldırılara hazırlıklı olmadığını ifade etmişti. Bu yıl hiçbiri tamamen hazırlıklı olduğuna inanmıyor. Türkiye'deki CEO'ların yüzde 40'ına göre her şirketin siber saldırıya uğraması an meselesi.

■ CEO'lar jenerasyon değişimiyle baş etmek zorunda. Dijital dünyadan gelen yeni müşteriler, geleneksel müşteri davranış ve beklentilerini değiştirdi. Köklü ve büyük kurumsal şirketler, acil adaptasyon ve dönüşüm zorunluluğu karşısında bocalıyor.

#### **Hem umutlu, hem temkinli**

■ Dünyadaki ve Türkiye'deki CEO'lar hem kendi endüstrilerinin hem kendi işletmelerinin büyümesine bu yıl daha olumlu bakıyor. Fakat bu güven, ulusal büyüme beklentilerine aynı şekilde yansımıyor. Özellikle Avrupa'nın büyük ekonomileri ve Türkiye'de CEO'ların, ülkelerinin yakın gelecekteki büyümesine duydukları güven düşüyor. Ekonomilerde bu nedenle büyümenin sancılı olacağı tahmin ediliyor.

■ CEO'lar belirsizliklere ve engellere rağmen

büyüme için inorganik yöntemlere dikkat çekiyor. Küresel CEO'ların yüzde 33'u, Türkiye'deki CEO'ların yüzde 52'si stratejik ortaklıklarla büyüme hedeflerini yakalayabileceğine inanıyor.

■ Küresel CEO'ların yüzde 70'inin, Türkiye'deki CEO'ların yüzde 68'inin gelecek üç yıldaki coğrafi genişleme hedeflerinin başında gelişmekte olan pazarlar var. Bunlar arasında her üç CEO'dan birinin önceliği Orta/ Güney Amerika. İkinci sırada Doğu Avrupa geliyor. Türkiye'deki CEO'lar için Afrika da ilk üçte yer alıyor.

#### **Yapay zeka dönemi**

■ Teknoloji çağında CEO'ların önemli görevlerinden biri de akıllı makineler ve yetenekli insanların bir arada çalıştığı bir gelecek için işletmelerindeki işgücünü yeniden yapılandırmak. Türkiye'deki CEO'ların yüzde 84'ü yapay zeka teknolojisinin çok sayıda yeni iş alanı yaratacağını düşünüyor. Bu teknolojiyi daha çok deneyimleyen küresel CEO'larda ise bu oran yüzde 62.

■ 'CEO'lar karar alırken neye güveniyor?' sorusunun yanıtı; sosyal medya. Küresel CEO'ların yüzde 81'i, Türkiye'deki CEO'ların ise yüzde 88'i stratejik kararlar almadan önce sosyal medya kaynaklarından gelen veri ve bilgiye güveniyor. Geleneksel medya ikinci sırada yer alıyor. Devlet kurumlarının açık veri kaynakları hem dünyada hem Türkiye'de listenin sonunda.

işletmelerin büyümesi üzerindeki etkisini anlaması için bu şart. Ayrıca büyümeyi sağlamak için jenerasyon değişimini çok yakın takip etmek önemli. Y kuşağının beklenti ve tercihleri, işletmelerin büyümesini doğrudan belirleyecek."

#### **Araştırmadan çıkan sonuçlar**

■ Tüm CEO'ların ajandasının ilk sıralarında aynı üç başlık var; jeopolitik dalgalanma başlığı altında tanık olduğumuz yükselen korumacılık ve ülkesellik, siber risk ve demografik değişimler...

CEO'lar bu üç güçlü rüzgara karşı yelken

