



VUCA DÖNEMİNDE AYAKTA KALMAK İŞ DÜNYASI İÇİN STRATEJİ ÇALIŞTAYLARI PROJE DOKÜMANI

27 Aralık 2016

Projenin Önemi:

İçinden geçmekte olduğumuz dönem iş dünyası açısından alışageldik kalıpların dışında düşünmeyi ve hareket etmeyi gerektirmektedir. Bu dönemi belirleyen temel uluslararası ve ulusal faktörleri aşağıdaki şekilde kategorize etmek mümkündür:

Siyasal:

- Siyasal kutuplaşmanın artması, kurumsal kapasitenin zayıflığı.
- Özellikle gelişmiş ekonomilerde popülist politikaların güç kazanması.
- Seçim ve referandumların yoğunluğu.
- Brexit sonrası AB'nin siyasal ve ekonomik durgunluğu.
- Yeni ABD yönetiminin öngörülemeyen politikaları
- Türkiye'de anayasa değişikliği ve referandum süreci.

Ekonomik:

- Küresel durgunluk, gelişmekte olan piyasalarda dış finansman bağımlılığı.
- Emtia fiyatlarında ve döviz kurlarında oynaklık.
- Likiditenin azalması, finansmanın pahalı hale gelmesi.
- Avrupa piyasalarında talep düşüklüğü.
- Türkiye'de düşük büyüme ve enflasyon riski.

Toplumsal:

- Toplumsal kutuplaşmanın artması.
- Göç ve mülteci hareketleri.
- Gelir dağılımında eşitsizlik.

Özel Sektör:

- Değişen üretim ve tedarik teknolojileri ve otomasyon (Sanayi 4.0)
- Artan müşteri talepleri, kar marjlarında baskı
- Artan çalışan beklentileri, Z jenerasyonu etkisi
- Katma değerli üretime geçiş.
- Yeni pazar oluşturma çabaları.

- Çevresel ve sosyal beklentiler, itibar riskleri.

Yukarıda örnek olarak verilen ve bir çok alanda çoğaltılabilecek faktörlerin iş dünyasına olan etkilerini analiz etmek ve doğru stratejileri hayata geçirmek gerekmektedir. 1990'lı yılların başında Soğuk Savaş'ın bitmesiyle beraber askeri bir terim olarak ortaya çıkan ve daha sonra iş dünyasına uyarlanan VUCA, mevcut şartları doğru anlamak için analitik bir çerçeve sunmaktadır. Buna göre VUCA;

1. Volatile (Değişken): Değişimin hızının ve boyutlarının artması.
2. Uncertain (Belirsiz): Öngörülemezliğin belirleyici kural olması.
3. Complex (Karmaşık): Faktörler ve süreçler arasındaki ilişkilerin anlaşılabilmesi.
4. Ambiguous (Muğlak): Olaylara anlam vermenin zorlaşması, neden – sonuç ilişkilerinin netleştirilememesi.

olarak tanımlanabilir. Dolayısıyla iş dünyasının karar vericilerinin VUCA dönemini anlamaları ve hazırlıklı olmaları, işletmelerin yarının dünyasında ayakta kalabilmesi için bir zorunluluk olarak ortaya çıkmaktadır.

Amaç

Projenin amacı, küresel ve bölgesel düzeyde artan siyasal, ekonomik ve sosyal belirsizliklere karşı başta Ege bölgesi olmak üzere Türkiye'de mukim iş dünyasının “riskleri yönetebilmesi ve fırsatları değerlendirebilmesi” amacıyla doğru stratejileri belirlemesini ve uygulamasını sağlamaktır.

Bu amaca yönelik olarak düzenlenecek çalıştay serilerinde katılımcıların;

- Mevcut şartları ve VUCA dönemini doğru anlamaları
- Kendi sektör ve şirketlerine özgü değerlendirmelerini yapmaları
- Elde edecekleri sonuçlara göre vizyon ve stratejilerini geliştirmeleri
- Bu stratejiyi kurumlarında uygulamaları ve sonuçları değerlendirmeleri

hedeflenmektedir. Böylece tek taraflı ve bir defaya mahsus bir seminerden ziyade, yıl boyunca yapılacak çalışmalar ile sürece yayılmış, interaktif ve uygulanabilirliği göz önünde bulundurulmuş bir yöntem benimsenecektir.

Kapsam

Proje kapsamı, 2017 yılında Şubat ayında başlayacak ve yıl sonuna kadar düzenlenecek toplam sekiz aylık toplantıdan oluşmaktadır. Toplantılara StratejiCo. danışmanları katılacak, çalıştaylarda yapacakları sunumlar ve katılımcılarla ele alacakları konular çerçevesinde içerikleri belirleyeceklerdir. Söz konusu çalıştayların taslak programı aşağıda sunulmuştur:

Şubat – VUCA Dönemini Anlamak: İçinden geçtiğimiz şartların analizinin yapılması, VUCA'nın genel değerlendirmesi ve bu dönemde ortaya çıkabilecek riskler ile fırsatlar.

Mart – Kurumsal Risk Değerlendirme: VUCA dönemi şartlarına göre uluslararası, ulusal, sektörel ve şirket bazında faktörlerin değerlendirilmesi, kurumsal ve finansal risk haritasının çıkarılması.

Nisan – Vizyon ve Strateji Geliştirme: Şirketin vizyonunun ve gidişatının belirlenmesi için uygulanacak ilkeler, her katılımcının kendi şirketinde uygulayabileceği öz değerlendirme ve strateji geliştirme araçları.

Mayıs - Kurumsal Dönüşüm: Kurumlarda dönüşümü belirlemek ve yönetmek için yöntemler, aile şirketleri için ipuçları.

Haziran – Çalışan İlişkileri ve Performans Yönetimi: VUCA döneminde çalışanlar ve varsa sendika ile ilişkilerin yönetilmesi, çalışan bağlılığının ve üretkenliğin korunması.

Eylül – Müşteri İlişkileri: Varolan müşterilerin elde tutulması ve yeni müşterilerin kazanılması için ilişki kurma yöntemleri.

Ekim – İtibar Yönetimi: Toplum, kamu kurumları ve diğer paydaşlar nezdinde VUCA itibarın yönetilmesi.

Kasım – Kriz Yönetimi: Çalkantılı dönemlerde krizleri önlemenin yolu, kriz dönemlerinde yapılacaklar ve araçlar.

Aralık – Genel Değerlendirme: Yıl boyunca yapılan çalışmaların değerlendirilmesi, edinilen tecrübelerin paylaşılması. Bundan sonraki adımlar.