



NİTELİKLİ ARAŞTIRMA ve VERİ HİZMETLERİ
27 AĞUSTOS 2026 PERŞEMBE

ARAŞTIRMA-1

"27/08/2026 BUGÜN TARİHLİ RESMİ GAZETE"

CUMHURBAŞKANI KARARI

— İthalat Rejimi Kararında Değişiklik Yapılmasına İlişkin Karar (Karar Sayısı: 11644)

YÖNETMELİK

— Türkiye Emisyon Ticaret Sistemi Yönetmeliği

ARAŞTIRMA-2

"2026 Ücret Hesaplama Rehberi – İş Hukuku ve SGK" duyurusuna ulaşmak için lütfen

<https://www.alomaliye.com/2026/08/26/2026-ucret-hesaplama-rehberi-is-hukuku-ve-sgk/>
linkini tıklayınız.

Kaynak: Alo Maliye

ARAŞTIRMA-3

"Nitelikli İşgücü Yetiştirme Programı" duyurusuna ulaşmak için lütfen

<https://www.istib.org.tr/duyurular/duyuruDetay/4760> linkini tıklayınız.

Kaynak: İSTİB

OSKAR GÜMRÜK MÜŞAVİRLİĞİ VE LOJİSTİK HİZMETLERİ. LTD. ŞTİ.

Giyim Sanatkarları Sitesi 4. Ada B Blok Kat: 5 No: 509 (Deposit Arkası) İkitelli/İST Tel: 444 60 27 (pbx)
www.oskarlojistik.com.tr www.oskargumruk.com.tr e-mail: info@oskargrup.com



ARAşTIRMA-4

"Hizmet, Perakende Ticaret ve İnşaat Güven Endeksleri, Ağustos 2026"

Güven endeksi hizmet sektöründe %0,1 azaldı, perakende ticaret sektöründe %0,8 azaldı, inşaat sektöründe %0,4 azaldı.

<https://veriportali.tuik.gov.tr/tr/press/58157>

Kaynak: TÜİK

ARAşTIRMA-5

"Marka ve TURQUALITY® Desteęi - TURQUALITY® Otomasyon Sistemi DYS Geçiři" duyurusuna ulaşmak için lütfen <https://tim.org.tr/tr/marka-ve-turquality-destegi-turquality-otomasyon-sistemi-dys-gecisi> linkini tıklayınız.

Kaynak: TİM

ARAşTIRMA-6

"İř Yaşamında Pozitif Psikoloji ile İyi Oluř Ücretsiz Webinar Programı - (03 Eylül 2026 Perşembe / Saat 13:30)" duyurusuna ulaşmak için lütfen

<https://isoakademi.com/seminerler/sem8326-is-yasaminda-pozitif-psikoloji-ile-iyi-olus-webinari> linkini tıklayınız.

Kaynak: İSO Akademi

OSKAR GÜMRÜK MÜşAVİRLİğİ VE LOJİSTİK HİZMETLERİ. LTD. şTİ.

Giyim Sanatkarları Sitesi 4. Ada B Blok Kat: 5 No: 509 (Deposite Arkası) İkitelli/İST Tel: 444 60 27 (pbx)
www.oskarlojistik.com.tr www.oskargumruk.com.tr e-mail: info@oskargrup.com



ARAŞTIRMA-7

"Değerler İnşası I Referans Değerler Kurumlar Kişiler I Korumaktan İnşa Etmeye: Makâsıdı Yeniden Okumak" yazısına ulaşmak için lütfen <https://tasam.org/tr-TR/Icerik/75491/degerler-insasi-i-referans-degerler-kurumlar-kisiler-i-korumaktan-insa-etmeye-makasidi-yeniden-okumak> linkini tıklayınız.

Kaynak: TASAM

ARAŞTIRMA-8

"Yıkıcılığın Ötesinde: İçselleşen Yıkım"

Yönetim literatüründe çok az kavram "yıkıcı inovasyon" kadar hızlı biçimde iş hayatına etki etti ve benimsendi. Prof. Clayton Christensen'in "yıkıcı inovasyon" teorisi, yalnızca yeni bir akademik kavram ortaya koymadı, şirketlerin rekabete bakışını da değiştirdi. Bir şirketin bugün pazar lideri olmasının yarın da lider kalacağı anlamına gelmediğini, hatta bazen bugün onu güçlü kılan unsurların yarının zayıflığına dönüşebileceğini gösterdi.

Bu fikir kısa sürede yönetim dünyasının ortak sözlüğüne yerleşti. Strateji toplantılarından yatırımcı sunumlarına, start-up dünyasından yönetim kurulu gündemlerine kadar yıkıcı inovasyon, rekabeti anlamanın en güçlü tanımlamalarından biri haline geldi. Şirketler artık yalnızca mevcut rakiplerini değil, kendilerini dışarıdan yıkım oluşturabilecek yeni teknolojileri, iş modellerini ve küçük oyuncularını da izlemek zorundaydı.

Ancak bir kavram ne kadar başarılı olursa, o kadar kolay genelleşiyor. Yıkıcı inovasyonun başına da bu geldi. Kavram giderek belirli bir rekabet mekanizmasını tanımlayan teorik bir yaklaşım olmaktan çıktı, pazar yapısını ya da yerleşik rekabet dengelerini değiştiren çok farklı süreçleri açıklamak için kullanılmaya başlandı.

Oysa Christensen'in teorisindeki yıkım bundan çok daha spesifik bir mekanizmaya işaret ediyordu: Yeni bir oyuncu, yerleşik şirketlerin yeterince cazip bulmadığı uçtaki müşterilere ya da daha önce hiç hizmet alamayan gruplara daha basit ve düşük maliyetli bir alternatif sunarak pazara girer.

OSKAR GÜMRÜK MÜŞAVİRLİĞİ VE LOJİSTİK HİZMETLERİ. LTD. ŞTİ.

Giyim Sanatkarları Sitesi 4. Ada B Blok Kat: 5 No: 509 (Deposit Arkası) İkitelli/İST Tel: 444 60 27 (pbx)
www.oskarlojistik.com.tr www.oskargumruk.com.tr e-mail: info@oskargrup.com



Yerleşik şirket ise mevcut, yüksek marjlı müşterilerine odaklandığı için bu yeni alanı başlangıçta ciddi bir tehdit olarak görmez. Yeni oyuncu zaman içinde ürününü geliştirerek pazarın üst segmentlerine ilerler ve sonunda yerleşik şirketin asıl müşterileri için de güçlü bir alternatif haline gelir.

Christensen'in teorisinin asıl gücü, bir şirketin karşısındaki değişimi gördüğü halde ona neden zamanında karşılık veremediğini açıklamasındaydı. Sorun yalnızca rakibin daha yenilikçi olması değildi. Yerleşik şirketin kaynakları, süreçleri ve değerleri, onu bugün için rasyonel görünen seçimlere yönlendirirken yarının tehdidini gözden kaçırmaya neden olabiliyordu.

Şirketi bugün başarılı kılan rasyonellik, yarının tehdidine karşı onu kırılgan hale getirebiliyordu.

Disruption'ın Sınırları

Christensen'in teorisinin elbette eleştirilecek tarafları da var. Tarihçi Jill Lepore, 2014'te The New Yorker'da yayımladığı ve hala referans gösterilen yazısında, yıkım kavramının zamanla neredeyse her türlü değişimi ve başarısızlığı açıklamak için kullanılmasına itiraz etti. Bir yıl sonra Andrew King ile Baljir Baatartogtokh, Christensen'in kendi örneklerinin çoğunu sektör uzmanlarına sorarak MIT Sloan Management Review'de yayımladıkları çalışmada, teorisinin dört temel unsurunun çoğu vakada iddia edildiği kadar doğrulanmadığını ortaya koydu: Yerleşik şirketlerin inovasyonu sürdürme çizgisinde ilerlemesi, bu iyileştirmelerin zamanla müşteri ihtiyaçlarını aşması, şirketlerin yıkıma karşılık verebilecek kapasiteye sahip olmalarına rağmen bunu kullanmaması ve sonunda yıkım nedeniyle ciddi biçimde gerilemesi.

Bu tartışmalar Christensen'in temel iç görüşünü ortadan kaldırmıyor. Tam tersine, yıkımın hangi koşullarda gerçekten işlediğini daha dikkatli düşünmemizi sağlıyor. Çünkü teorisinin asıl çarpıcı tarafı, sorunun şirketin dışındaki rakipten çok şirketin kendi rasyonelliğinde yatmasıydı.

Yerleşik şirketler, mevcut müşterilerinin taleplerini karşılamaya ve mevcut işlerinin ekonomik mantığını korumaya odaklanırken, başlangıçta küçük, düşük marjlı ve belirsiz görünen yeni bir pazara kaynak ayırmak için yeterli gerekçe bulamayabiliyordu. Dolayısıyla yıkımın stratejik riski yalnızca "Yeni rakip kim?" sorusuyla sınırlı değildi. Asıl mesele, bugün rasyonel görünen kararların yarının tehdidine karşı organizasyonu ne ölçüde körleştirebildiği.

OSKAR GÜMRÜK MÜŞAVİRLİĞİ VE LOJİSTİK HİZMETLERİ. LTD. ŞTİ.

Giyim Sanatkarları Sitesi 4. Ada B Blok Kat: 5 No: 509 (Deposit Arkası) İkitelli/İST Tel: 444 60 27 (pbx)
www.oskarlojistik.com.tr www.oskargumruk.com.tr e-mail: info@oskargrup.com



Uberleşmezsen Kodaklaşırın

Bu iç görü, son yirmi yılın yönetim anlayışını da önemli ölçüde şekillendirdi. Şirketlere verilen mesaj giderek şuna dönüştü: Dışarıdan gelecek yıkımı erken fark et, yeni oyuncularını izle, yeni teknolojileri deneyimle, start-up'ların hangi iş modellerini uyguladığına bak. Bu yaklaşımın popüler özeti ise neredeyse bir yönetim klişesine dönüştü: "Uberleşmezsen Kodaklaşırın."

Mesaj açıktı. Pazarın dışından gelen değişimi yeterince erken fark edip kendini buna göre konumlandırıramazsan, bir gün kendi sektöründe lider olsan bile geride kalabilirsin.

Bu anlatının güçlü örnekleri var. Netflix'in Blockbuster karşısındaki yükselişi bunların en bilinenlerinden. Uber ise daha karmaşık bir örnek. İlginç biçimde, Christensen'in klasik ölçütlerine göre Uber taksi sektöründe bir yıkıcı inovasyon örneği sayılmıyordu çünkü düşük segmentlerden ya da yeni bir pazardan başlayıp yukarı ilerlemek yerine doğrudan mainstream müşteriye daha iyi bir alternatif sunmuştu. Christensen daha sonra Uber'in geleneksel taksi modeline karşı kurduğu farklı iş modelinin bu değerlendirmeyi yeniden düşünmeyi gerektirebileceğini kabul etti.

Bu ayrım önemli, çünkü bize iki şeyi hatırlatıyor: Her büyük değişim yıkım değildir ve yıkımın klasik hikayesinde değişimin kaynağı çoğunlukla organizasyonun dışındadır. Yeni bir oyuncu ortaya çıkar, yeni bir teknoloji ya da iş modeli bu oyuncunun elini güçlendirir, yerleşik şirket ise değişimi dışarıdan gözlemleyerek buna karşılık vermeye çalışır.

Yıkımın Öznesi Değişiyor

Yapay zekâ bu hikayeye yalnızca yeni ve güçlü bir teknoloji eklemiyor. Yıkımın öznesini değiştiriyor. Yapay zekâ sayesinde bir kişinin, küçük bir ekibin ya da birkaç yapay zekâ ajanının daha önce büyük organizasyonlar gerektiren ürün ve hizmetleri geliştirebilmesi, yıkımın giriş maliyetini düşürüyor. Fakat asıl önemli değişim, yapay zekânın artık yalnızca dışarıdan gelen rakipleri güçlendirmemesi, mevcut şirketlerin de kendi işlerinden değişim üretmesini mümkün kılması.

Müşteri geribildirimlerini sürekli analiz eden bir yapay zekâ ajanı, yeni bir ürün ihtiyacını ürün ekibinden önce fark edebilir. Bir üretim tesisinin dijital ikizi, yalnızca arızaları tahmin etmekle kalmayıp enerji, su ve hammadde kullanımını yeniden tasarlayabilir. Bir finans kuruluşunun yapay zeka sistemleri, müşterilerin henüz açıkça ifade etmediği ihtiyaçları tespit ederek yeni ürünler önerebilir.

OSKAR GÜMRÜK MÜŞAVİRLİĞİ VE LOJİSTİK HİZMETLERİ. LTD. ŞTİ.

Giyim Sanatkarları Sitesi 4. Ada B Blok Kat: 5 No: 509 (Deposit Arkası) İkitelli/İST Tel: 444 60 27 (pbx)
www.oskarlojistik.com.tr www.oskargumruk.com.tr e-mail: info@oskargrup.com



Burada olan şey yalnızca otomasyon değil. Organizasyonun içine, onu sürekli değiştirmeye çalışan bir zeka katmanı yerleşiyor. Bunu “yıkıcı inovasyonun içselleşmesi” olarak adlandırmak mümkün.

Christensen bize şirketlerin neden yıkıma uğrayabildiğini anlattı. Yapay zekâ ise başka bir soruyu gündeme getiriyor: Ya yıkım artık şirketlerin başına gelen bir şey olmaktan çıkıp, şirketlerin rutin iş yapış şekillerinin bir parçası haline gelirse? Bu durumda mesele artık yalnızca “yıkıma uğra ya da uğrat” yaklaşımından çıkıyor, yıkımın organizasyonun işletim sisteminin bir parçası haline nasıl getirileceğine dönüşüyor.

Yıkıcı İnovasyondan İçselleştirilmiş Yıkıma

Bugünün şirketlerinde inovasyon hâlâ büyük ölçüde dönemsel ya da birimsel bir faaliyet. Yıllık ürün geliştirme takvimleri, çeyreklik strateji toplantıları, belirli aralıklarla yapılan müşteri araştırmaları ve bunların sonuçlarını değerlendiren inovasyon ekipleri, kurumsal hayatın alışıldık parçaları. Bunun arkasında, değişimin öngörülebilir ve yönetilebilir bir ritmi olduğu varsayımı var.

Yapay zekâ bu varsayımı değiştiriyor. Yapay zekânın organizasyonlara getirdiği kapasite daha hızlı içerik üretmek, analiz yapmak veya kod yazmanın ötesinde. Müşteri davranışlarından üretim süreçlerine, tedarik zincirlerinden kaynak kullanımına kadar farklı alanlardan gelen sinyalleri sürekli işleyebilmek ve aralarındaki ilişkileri birlikte görebilmek. Böylece organizasyonun değişimi fark etme zamanı ile buna karşılık verme zamanı arasındaki mesafe kısalıyor.

İçselleştirilmiş yıkım ile kastettiğim, yıkımın organizasyonun dışından gelmesini beklemek yerine, değişimi sürekli algılama, anlamlandırma ve gerektiğinde organizasyonu buna göre yeniden düzenleme kapasitesini doğrudan işletim sisteminin parçası haline getirmek.

Klasik yıkıcı inovasyonda mesele, hangi yeni oyuncunun mevcut şirketi tehdit edecekti. İçselleştirilmiş yıkımda çerçeve değişiyor. Bir rakip ortaya çıkmadan önce, organizasyon kendi iş modelindeki zayıflığı ya da yeni bir fırsatı fark edebiliyor.

Bu farkın önemli olduğu yerlerden biri müşteri davranışı. Geleneksel bir perakende organizasyonunda müşteri iç görüşü, araştırmalar, satış verileri ve saha ekiplerinden gelen geri bildirimlerin belirli aralıklarla bir araya getirilmesiyle oluşur. Müşterinin davranışındaki değişim ile organizasyonun buna verdiği karar arasında doğal olarak bir zaman farkı vardır.

OSKAR GÜMRÜK MÜŞAVİRLİĞİ VE LOJİSTİK HİZMETLERİ. LTD. ŞTİ.

Giyim Sanatkarları Sitesi 4. Ada B Blok Kat: 5 No: 509 (Deposite Arkası) İkitelli/İST Tel: 444 60 27 (pbx)
www.oskarlojistik.com.tr www.oskargumruk.com.tr e-mail: info@oskargrup.com



Yapay zekâ bu döngüyü yalnızca kısaltmakla kalmıyor. Müşteri görüşmelerini, arama davranışlarını, ürün kullanımını, terk edilen sepetleri ve destek taleplerini birlikte değerlendiren sistemler, müşterinin henüz doğrudan ifade etmediği ihtiyaçları da tespit edebiliyor. Böylece müşteriye dinleme faaliyeti belirli bir döneme bağlı olmaktan çıkıp organizasyonun kendisini değiştirmesi için sürekli akan bir sinyale dönüşüyor.

Üretimde bu dönüşüm daha somut görülebilir. Bir fabrikanın dijital ikizi üretim süreçlerini simüle etmek, ekipman performansını izlemek ve bakım ihtiyacını tahmin etmek için kullanılabilir. Ancak aynı altyapı, farklı üretim senaryolarını karşılaştırmak ve enerji ya da hammadde kullanımındaki değişikliklerin sonuçlarını önceden görmek için de kullanılabilir. Böyle bir sistemin değeri mevcut hattın daha verimli çalışmasından zaman içinde üretim hattının kendisinin değişip değişmemesi sorusunda ortaya çıkıyor. Bir malzemenin maliyeti yükseldiğinde bu artık yalnızca satın alma departmanının sorunu olmaktan çıkabilir. Yapay zekâ, alternatif malzemeleri, üretim yöntemlerini ve ürün tasarımını birlikte değerlendirerek ürünün kendisinin yeniden tasarlanmasını önerebilir. Organizasyonun yaptığı şey böylece mevcut süreci optimize etmekten farklılaşarak sürecin sınırlarını yeniden çizmeye doğru kayar.

Sürdürülebilirlik açısından da benzer bir değişim söz konusu. Enerji tüketimini birkaç puan azaltmak önemli bir operasyonel kazanım, ancak yapay zekâ enerji, su, malzeme ve lojistik akışlarını aynı sistem içinde değerlendirebildiğinde şirketi çok daha farklı bir karara götürebilir: Aynı ürünü aynı kaynak yapısıyla üretmeye devam etmek gerçekten şart mı? Buna verilecek cevap bazen bir optimizasyon, bazen tamamen yeni bir üretim yöntemi, bazen de yeni bir ürün olabilir.

İçselleştirilmiş yıkımın ayırt edici tarafı tam olarak burada ortaya çıkıyor. Müşteri verisinde, üretim hattında, tedarik zincirinde ve ürün geliştirme sürecinde beliren sinyaller, organizasyonun kendisini değiştirmesi için sürekli girdilere dönüşüyor. Böyle bir organizasyonda inovasyon ayrı bir faaliyet olmaktan uzaklaşıp operasyonun içine karışıyor. Organizasyon artık değişime yalnızca cevap vermiyor, kendi değişimini sürekli üreten bir yapı hâline geliyor.

Bu da rekabet avantajının geleceğine dair daha zor bir soruyu gündeme getiriyor: Bir şirketin en değerli yetkinliği, bugün neyi iyi yaptığı mı, yoksa yarın neyi değiştirmesi gerektiğini herkesten önce anlayabilmesi mi?

OSKAR GÜMRÜK MÜŞAVİRLİĞİ VE LOJİSTİK HİZMETLERİ. LTD. ŞTİ.

Giyim Sanatkarları Sitesi 4. Ada B Blok Kat: 5 No: 509 (Deposit Arkası) İkitelli/İST Tel: 444 60 27 (pbx)
www.oskarlojistik.com.tr www.oskargumruk.com.tr e-mail: info@oskargrup.com



Rekabetin Yeni Doğası

Yönetim düşüncesinin son 40 yılı, büyük ölçüde şu sorunun etrafında şekillendi: Bir şirket, rakiplerinin kolayca taklit edemeyeceği bir rekabet avantajını nasıl yaratır ve korur?

Michael Porter'ın stratejiye en önemli katkılarından biri, bu avantajın yalnızca daha iyi kaynaklara sahip olmakla ilgili olmadığını, şirketin kendisini rakiplerinden farklı bir şekilde konumlandırmasının da kritik önemini göstermesiydi. Maliyet liderliği, farklılaştırma ve odaklanma stratejileri, şirketlere rekabet içinde savunulabilir bir konum yaratmanın yollarını sundu. Rekabetin görece yavaş değiştiği ve bir kez oluşturulan avantajın belirli bir süre korunabildiği bir dünyada bu çerçeveye güçlüydü.

Ama strateji literatüründe bu görüşe çoktan bir itiraz var. UC Berkeley'den David Teece'in "dinamik yetkinlikler" kavramı, hızlı değişen ortamlarda asıl belirleyicinin sahip olunan kaynaklar kadar, bu kaynakları algılama, yakalama ve yeniden yapılandırma kapasitesi olduğunu öne sürdü. Columbia Business School Profesörlerinden Rita McGrath da benzer bir noktadan hareketle "geçici avantaj" fikrini savundu. İstikrarlı avantaj artık istisna, art arda gelen geçici avantajları yönetebilmek ise kural.

Yapay zekâ, bu tartışmayı teorik bir tercihten operasyonel bir zorunluluğa dönüştürüyor. Artık yalnızca hangi kaynaklara sahip olduğumuz ya da bugün rakiplerimizden nasıl farklılaştığımız kadar, yarın neyi değiştirmemiz gerektiğini ne kadar erken fark edebildiğimiz de önem kazanıyor. Organizasyon, yaptığı işin artık eskisi kadar değer yaratmadığını rakiplerinden önce fark edebiliyor mu? Ve fark ettiğinde kendisini ne kadar hızlı yeniden kurabiliyor?

İçselleştirilmiş yıkımın stratejik önemi tam olarak bu iki sorunun cevabında saklı. Bunun bir nedeni de erişimin demokratikleşmesi. Geçmişte bir bankanın kredi değerlendirmedeki ya da bir üreticinin kalite süreçlerindeki onlarca yıllık birikimi, yani kurumsal hafızası, kendi başına bir giriş engeliydi. Yapay zekâ bu birikimin önemli bir bölümünü daha erişilebilir kılıyor, veri ve hesaplama gücü, sermayesi kısıtlı oyuncular için de giderek ulaşılabilir hale geliyor. Bu, rekabet avantajının ortadan kalktığı anlamına gelmiyor; kaynağının değiştiği anlamına geliyor.

Teece'in terimleriyle söylersek, avantaj giderek bir stok olmaktan çıkıp bir akışa dönüşüyor. Geleceğin güçlü organizasyonlarını birbirinden ayıran asıl şey, değişimi algılama, yeni fırsatları yakalama ve kendilerini yeniden yapılandırma kapasitesini gündelik işleyişlerine ne ölçüde yerleştirdikleri olacak.

OSKAR GÜMRÜK MÜŞAVİRLİĞİ VE LOJİSTİK HİZMETLERİ. LTD. ŞTİ.

Giyim Sanatkarları Sitesi 4. Ada B Blok Kat: 5 No: 509 (Deposite Arkası) İkitelli/İST Tel: 444 60 27 (pbx)
www.oskarlojistik.com.tr www.oskargumruk.com.tr e-mail: info@oskargrup.com



Organizasyonel Zekânın Yükselişİ

Şirketlerin çoğu bugün yapay zekâyı hala mevcut süreçlerin üzerine eklenen bir verimlilik katmanı olarak görüyor. Bu kullanım biçimi anlaşılır olmakla birlikte yapay zekanın stratejik etkisinin önemli bir bölümünü gözden geçiriyor. Çünkü yapay zekâ yalnızca işlerin daha hızlı yapılmasını sağlamaz;, organizasyonun çevresini nasıl algıladığını ve bu algıya nasıl karşılık verdiğini de değiştirebilir.

Burada yeni bir organizasyonel kapasite ortaya çıkıyor: Organizasyonel zekâ. Bunu, bir şirketin çevresindeki değişimleri sürekli algılaması, farklı kaynaklardan gelen sinyalleri birlikte anlamlandırması ve ortaya çıkan iç görüleri davranışa dönüştürebilmesi olarak düşünmek mümkün. Müşteri davranışındaki değişim, üretimdeki bir verimsizlik, tedarik zincirindeki kırılganlık veya yeni bir pazar fırsatı, birbirinden bağımsız raporların konusu olmaktan çıkıp aynı sistem içinde değerlendirilebilir.

Bir çalışan için yapay zekâ bir asistan olabilir. Organizasyon içinse daha farklı bir işlev üstlenebilir: Şirketin çevresinden sürekli bilgi toplayan, bu bilgiyi ilişkilendiren ve hangi alanlarda değişim gerektiğine dair sinyaller üreten bir algılama ve öğrenme katmanı.

Burada önemli bir paradoks ortaya çıkıyor. Yapay zekâ modelleri giderek daha erişilebilir hale geliyor. Aynı büyük dil modeline ve benzer yapay zekâ araçlarına iki rakip şirket de erişebiliyor. Dolayısıyla teknolojinin kendisi, tek başına kalıcı bir avantaj yaratmakta giderek daha az yeterli hale geliyor. Fark, teknolojinin organizasyonun içine nasıl yerleştirildiğinde ortaya çıkıyor.

Bir sigorta şirketi yapay zekâyı hasar değerlendirmesini hızlandırmak ve operasyonel maliyeti düşürmek için kullanabilir. Bir diğeri aynı teknolojiyi hasar verilerindeki değişimleri, müşteri davranışını ve risk göstergelerini birlikte izleyen bir sisteme dönüştürebilir, buradan elde ettiği iç görüleri fiyatlamaya, ürün tasarımına ve risk politikalarına düzenli olarak aktarabilir. Her iki şirket de aynı teknolojiye erişebilir. Ancak yalnızca biri yapay zekâyı öğrenen bir organizasyonel döngünün parçası haline getirmiştir.

Bu ayırım, yapay zekâ çağının yönetim gündemini değiştiriyor. Şirketler bugüne kadar yıkıma karşı nasıl savunma yapacaklarını, yeni rakipleri nasıl izleyeceklerini ve mevcut avantajlarını nasıl koruyacaklarını öğrendiler. Artık farklı bir kapasiteye ihtiyaçları var: Kendi iş modellerini, süreçlerini ve kaynak tahsis biçimlerini gerektiğinde içeriden değiştirebilmek.

OSKAR GÜMRÜK MÜŞAVİRLİĞİ VE LOJİSTİK HİZMETLERİ. LTD. ŞTİ.

Giyim Sanatkarları Sitesi 4. Ada B Blok Kat: 5 No: 509 (Deposit Arkası) İkitelli/İST Tel: 444 60 27 (pbx)

www.oskarlojistik.com.tr www.oskargumruk.com.tr e-mail: info@oskargrup.com



Christensen'in teorisi, yıkımın yerleşik şirketlerin başına nasıl gelebileceğini açıklıyordu. Lepore ve sonraki eleştiriler ise bu çerçevenin nerede ve nasıl kullanılabileceğinin sınırlarını tartışmaya açtı. Yapay zeka bu tartışmaya yeni bir soru ekliyor: Yıkım yalnızca maruz kalınan bir güç değil, tasarlanabilen bir organizasyonel kapasite haline gelebilir mi? Cevap evetse ki bence öyle, stratejik avantajın anlamı da değişiyor.

Şirketlerin artık yalnızca yıkımdan korunmaları gerekmiyor. Yıkımı kontrollü biçimde kendi organizasyonlarının içine yerleştirmeleri gerekiyor.

Yapay zekâ çağında sürdürülebilir rekabet avantajının en gerçekçi tanımı değişimi öngörmektense, değişme kapasitesini kurumsallaştırmak haline geliyor. Gelecekte öne çıkan şirketler yıkımdan kaçınanlar olmayacak. Yıkımı kendi çalışma biçimlerinin bir parçası haline getirenler olacak.

Kaynak: HBR Türkiye

Not: Lütfen detaylar için kırmızı yazıların üzerini tıklayınız.

OSKAR GÜMRÜK MÜŞAVİRLİĞİ VE LOJİSTİK HİZMETLERİ. LTD. ŞTİ.

Giyim Sanatkarları Sitesi 4. Ada B Blok Kat: 5 No: 509 (Deposit Arkası) İkitelli/İST **Tel:** 444 60 27 (pbx)
www.oskarlojistik.com.tr www.oskargumruk.com.tr e-mail: info@oskargrup.com