

Teknoloji aynı anda
hem **rekabeti**
hem **iş birliğini**
nasıl **geliştiriyor?**

REKABERLİK

Hızlı trende
teknoloji
desteği

BKM Genel Müdürü
Soner Canko ile
çok özel **röportaj**



Denemeyi göze alamadığınız zaman, deneyime güvenin.

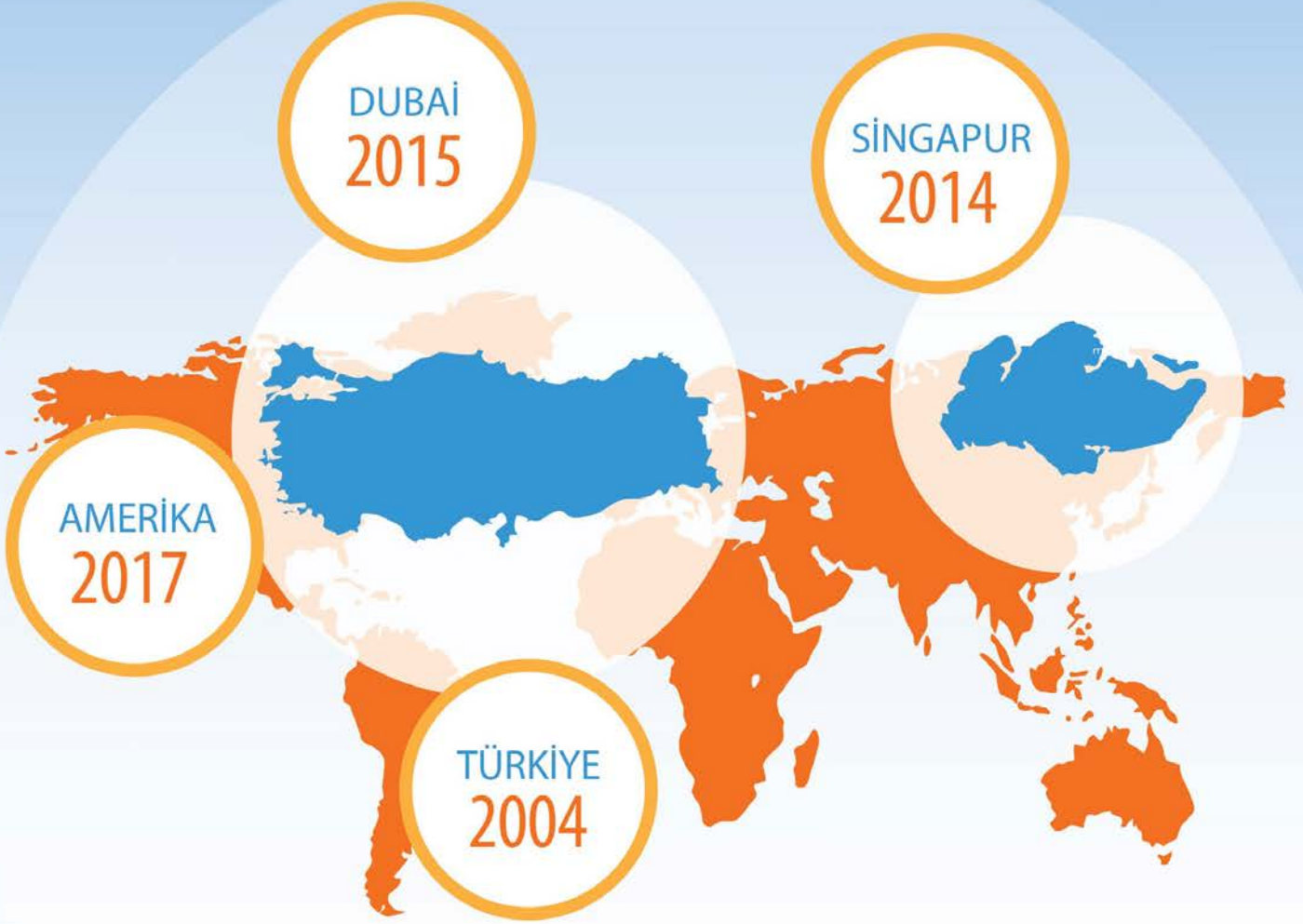
200 den fazla Kurumsal müşteride 7 yıllık 'Cloud' deneyimi bizi bu alanda dünyanın önde gelen hizmet sağlayıcılarından biri haline getiriyor...



www.t-systems.com/cloud

.....T...Systems.....

KURUMSAL İŞ ÇÖZÜMLERİMİZİ ULUSLARARASI PLATFORMLARA TAŞIYORUZ!



Kuruluşumuzdan bugüne en son teknolojiye yatırım yaparak; kurumların, rekabet ortamında bir adım öne geçmeleri için inovatif ve değer yaratan çözümler sunuyoruz. Türkiye'den aldığımız güç ile uluslararası yolculuğumuza devam ediyoruz.

CRM | PRM | Ürün & Katalog Yönetimi | Satış ve Sipariş Yönetimi | Büyük Veri





Fatih Sari
TechInside
Yayın Koordinatörü

**TECH
INSIDE**



Başlarken...

TechInside'in ilk tohumları yılbaşında CES fuarı için bulunduğumuz Las Vegas'ta atıldı. Daha öncesi de vardı elbette ama mevcut ekip yani Hakkı Alkan, Ahmet, Usta ve son olarak ben ilk defa o zaman telaffuz etmeye başladık TechInside'i. Yayın danışmanımız ve kurucu ortağımız olan M.Serdar Kuzuloğlu ile dev bir kadro da oluştu bir bakıma.

Lafta değil gerçekten bağımsız, herhangi bir kurum ya da şirketin borazanlığını yapmayacak, analizleriyle sektöre yönlerecek ve sektördeki uzmanların görüşlerine her zaman öncelik verecek bir yayın olarak konumlandı TechInside.

Haziran ayında beta testlerine başladığımız minik yavrumuz TechInside.com ile gördük ki aklımızdakileri yapabiliyoruz. Dahası siz sektördeki dostlarımızdan da inanılmaz olumlu dönüşler ve destek alıyoruz. İşte dedik artık basılı ve e-dergimizi hayata geçirmenin zamanı geldi. Tasarımcı arkadaşımız sevgili Samet Özdemir bütün kaprislerimizi, revize taleplerimizi sineye çekerek bu okunması kolay ve olabildiğince renkli tasarıma imza attı.

Sektörün eski kalemleri gazeteci dostumuz Doruktan Türker de yazılarıyla sayfalarımıza renk kattı. Bize inanan dostlarımız verdikleri reklamlarla ne denli başarılı olacağımızı gördüklerini haykırdı adeta. Günün sonunda TechInside masalarınıza kadar ulaştı.

Ortaya koyduğumuz çoklu model ile yani TechInside.com, TechInside basılı dergi ve TechInside e-dergi ile Türkiye'de BT ile ilgili tüm üst seviye profesyonellere ulaşacağız. Kısaca TechInside Türkiye'deki teknoloji yayıncılığının da çıkış noktası olacak.

Evet, kısaca bu defa Vegas'ta olan Vegas'ta kalmadı ve her ayın 15'inde ya da o günü takip eden Pazartesi günleri ofislerinizi ziyaret edecek yeni bir yayınıımız oldu. Umarım TechInside'i beğenirsiniz ve ülkemizin en seviyeli ve dolu dolu içeriği olan BİLİŞİM yayınına birlikte imza atarız.

📧@fatih_sari 📧fatih.sari@techinside.com

Synology, Türkiye...

Küresel pazarın öncü NAS cihazı tedarikçisi...

4

Dijital cüzdan ...

Yeni nesil ödeme sistemlerine yatırım...

6

Rekaberlik

Aynı sektörde büyümeye çalışan işletmelerin...

10

TÜİK

Türkiye'de veri büyümesi KOBİ'lerin güçlü...

11

Röportaj: Soner Cankö

Kapak konumuz olan rekaberlik kavramının...

18

Xerox, Sahte Ürünleri...

Güvenlik güçlerinin yasal desteğini de arkasına...

20

Ulaşım

Huawei'nin demiryolu alanındaki başarısı...

24

SDN Bilişim İnternet Yayıncılık San. Tic. Ltd. Şti Adına Sahibi
Hakkı Alkan

Yayın Koordinatörü
Fatih Sari

Genel Yayın Yönetmeni
Ahmet Usta (Sorumlu)

Yayın Danışmanı
M.Serdar Kuzuloğlu

Editör
Gökhan Alkan

Grafik Tasarım ve Uygulama
Samet Özdemir

Reklam Satış ve Rezervasyon
Buket Aksu

Baskı ve Cilt
Portakal Basım Matbaacılık San. Tic. A.Ş

Dağıtım
KRY NET Dağıtım ve Lojistik Ltd. Şti.

Yönetim Adresi
Eski Büyükdere Caddesi Yamaç Sokak
No: 6/4
Tel: 212-269 70 87
info@techinside.com
4.Levent/ İstanbul
Aylık, ücretsiz yerel süreli yayın.



OYUNCULAR
İÇİN
PS4



#PS4ElimeGeçince

PS4™



Synology, Türkiye pazarına odaklandı

Küresel pazarın öncü NAS cihazı tedarikçisi Synology, çok inandığı Türkiye pazarına yatırım kararı aldı.



Volkan Yiğit

Değişen ve gelişen teknoloji ile birlikte veri artışı inanılmaz boyutlara ulaşırken veri depolama, eskiye oranla daha kritik bir sürece dönüştü. Bu alandaki teknolojik çözümler ve yeni uygulamalardan biri de NAS (Network Attached Storage-Ağa Bağlı Depolama) ürünleri. Bu ürünler, günümüzde her sektörden tüm ölçekteki kurumlar ve son kullanıcılar için verimli ve ideal özelliklere sahip. Kuruluşundan itibaren kendisini kurumsal ve ev tipi kullanıcılar için kullanışlı depolama çözümleri sunmaya adanmış Tayvan kökenli Synology, veri de-

polama, paylaşım ve farklı platformlar arasında dosya senkronizasyonu servisleri geliştiriyor.

2000 yılında kurulan Synology'nin NAS alanında dünya lideri bir marka olduğuna, kullanıcı ve enerji dostu NAS ürünleri ile veri depolama alanında inovatif çözümler sağladıklarına dikkat çeken **Synology Türkiye Ürün Müdürü Volkan Yiğit**, Türkiye pazarına neden odaklandıkları hakkında şu bilgileri veriyor: Kullanıcı ve enerji dostu NAS ürünleri ile veri depolama alanında köklü dönüşüm Synology olarak sağladığımız yenilikçi çözümlerle veri depolama alanında köklü bir dönüşüm gerçekleştiriyoruz. Kurumların ve son kullanıcıların iş performanslarını artıran NAS ürünlerimizin kullanımı kolay kullanıcı arayüzleri mevcut. Verimli ve kullanışlı bir deneyimi garanti altına alan ürünlerimiz, sahip olma maliyeti, enerji tasarrufu sağlaması gibi avantajlar ile birlikte çevikliği ve gücü de kullanıcılarının hizmetine sunuyor.

Türkiye, dinamik ve gelişen bir ekonomiye, geçiş noktalarını kapsayan merkezi konumuna ve büyük bir iç pazara sahip. Bu nedenlerle yüksek performanslı ve kullanımı kolay NAS çözümlerimizi Türkiye pazarına sunmaya ve Türkiye'ye yatırım yapmaya odaklandık. Çözümlerimizi geniş bir yelpazeye sunabilmek bizim için oldukça önemli."

Verilerinize istediğiniz an, istediğiniz yerden kolayca ulaşabilirsiniz

Synology'nin sunduğu kapsamlı ürün ve servis portföyünün büyük kurumsal şirketlerin yanında KOBİ'lerin ve ev tipi kullanıcıların ihtiyaçlarını karşıladığını belirten Yiğit, verilere istenilen zamanda, istenilen yerden erişilebilmenin günümüz dünyasındaki önemini de altını çiziyor: Artan veri miktarı ile birlikte sağladığımız çözümlerin önemini de artıyor. Nerede bulunduğu ve hangi cihazın kullanıldığından bağımsız olarak, verilere erişilebilmek, paylaşmak için güvenli ve hızlı bir yol sağlayarak daha güçlü bir veri koruması ile mükemmel erişilebilirlik özelliklerini bir araya getiriyoruz.

Synology, ödüllü Surveillance Station 6.3'ü kullanıma sunuyor

Synology, üstün performans, tam güvenilirlik ve zengin navigasyona sahip Surveillance Station 6.3 sürümünü kullanıcıların hizmetine sundu. Canlı görüntü ile tek bir arayüz üzerinden eş zamanlı olarak 720 piksel çözünürlükte ve 64 kanala kadar görüntüleme imkânı veren sürüm, net ve pürüzsüz bir gözetleme deneyimini garanti ediyor. Yüksek yatırım getirisine sahip Surveillance Station 6.3, bu benzersiz deneyimi aynı kalitede mobil cihazlar için de sağlıyor.

EPSON FARKIYLA EVDE GERÇEK FUTBOL DENEYİMİ



EPSON CLO Teknolojisiyle 3 Kat Daha Zengin Renk Parlaklığı !

EH-TW5200, 15.000:1 kontrast oranı, Epson 3LCD teknolojisiyle güçlendirilmiş yüksek çözünürlüklü 2D/3D görüntüler, 2.000 lümenlik eşit derecede yüksek Beyaz ve Renkli Işık Çıkışı (CLO) ile gün ışığında da fark yaratır.

Detaylı bilgi için: www.epson.com.tr/clo



EPSON
WORLD LEADER
IN PROJECTORS

3 kata
kadar

**PARLAK
RENKLER,**
Epson Projektörleri ile*

* Epson'un 5.000 lümenin üzerindeki bazı modelleri için geçerlidir. Karşılaştırma, lider 1-chip DLP projektörlerle, Temmuz 2011'den Haziran 2012'ye kadar toplanan NPD verilerine dayanılarak yapılmıştır. Renk Parlaklığı (Renkli Işık Çıkışı) IDMS 15.4'e uygun ölçülmüştür. Renk Parlaklığı kullanım koşullarına göre değişiklik gösterir.

Daha fazla bilgi için lütfen www.epson.eu/CLO adresini ziyaret ediniz.



EPSON®
EXCEED YOUR VISION

Dijital cüzdan, ilk tercih edilen ödeme yöntemi olacak

Yeni nesil ödeme sistemlerine yatırım yapan firmalar, yoğun rekabete bir adım önde başlayacak.

Ülkemizdeki akıllı telefon penetrasyonu yüzde 90 civarında ve mobil telefon kullanıcı sayısı 67 milyonu aştı. Mobil cihaz sayısındaki artış ile birlikte alışveriş, fiziksel mekânlara bağlı olmaktan çıktı ve mevcut ödeme sistemlerine alternatif olan çok sayıda yeni ödeme sistemleri kullanılmaya başlandı. Ödeme sistemlerinin mobil ticaret ve dijital cüzdan ekseninde gelişeceği söyleyen **Pozitif Teknoloji Yönetim Kurulu Üyesi Onur Baran Çağlar**, bu sürecin yoğun rekabet ortamında yeni nesil ödeme sistemlerini iş süreçlerine yansıtmayan firmaların aleyhine işleyeceğine dikkat çekti.

Ödeme sistemlerinde; sanal POS, kredi, ön ödemeli ve banka kartları, çevrimiçi ve mobil alışveriş, ATM, kiosk, EPOS ve yakın alan gibi teknolojiler kullanılıyor. Bunlara ilaveten mağaza içi alışveriş, para çekme, para gönderme ve fatura ödeme yöntemleri gibi geniş bir ödeme alternatifi bulunuyor. Günümüzde ise mobil cihaz sayısının artması ve yaygınlaşması ile birlikte e-ticaret, evrilmeye ve hızla m-ticarete dönüşmeye başladı.

Yeni ödeme sistemleri, pazarlama stratejisinin bir parçası olmalı

6493 sayılı yasa ile düzenlenmeye çalışılan "Ödeme Sistemleri Pazarı" konusunun, nakit ve kartlı işlem yapan perakende, finans, ulaşım, eğitim, sağlık, internet ve telekom gibi sektörleri, dolayısıyla ticaret ile uğraşan herkesi yakından ilgilendirdiğine dikkat çeken Çağlar, "90'lar da sadece bir ödeme sistemi kullanılırken, bugün internet, mobilite ve e-ticaret ile hayatımıza giren 150'ye yakın ödeme sistemi mevcut, yenilerinin ise çok yakında zamanda kullanılmaya başlanması bekleniyor. Pazarlama stratejisi oluştururken, müşterilerin ödemelerini yapacağı sistemler göz ardı edildiğinde strateji de otomatikman eksik kalmış oluyor." dedi.

Ödeme sistemleri, mobil ticaret ve dijital cüzdan ekseninde gelişecek

Akıllı mobil cihaz sayısındaki hızlı yükseliş sayesinde alışveriş yapmanın fiziksel mekânlara bağımlı olmaktan çıktığını söyleyen Çağlar, artık alışverişlerin



Onur Baran Çağlar

istenilen mekân, zaman ve cihaz ile anında yapılabilir hâle geldiğini belirtti: "Yeni yayımlanan araştırmalara göre; örnek olarak Carlisle & Gallagher Consulting Group'un araştırması verilebilir, dijital cüzdanlar, 2017 yılı itibarıyla akıllı telefon kullanıcılarının ilk tercih ettiği ödeme yöntemi olacak. Bugün Türkiye'de yüzde 30 akıllı telefon penetrasyonu mevcut ve mobil telefon kullanıcı sayısı yüzde 90 penetrasyon ile 67 milyonu aştı. Bu durum, ödeme sistemlerinin mobil ticaret ve dijital cüzdan ekseninde gelişeceğini gösteriyor."

Ödeme sistemleri, artık sadece bankaların sorumluluk alanında değil

Elektronik ticaretin hızla geliştiğini ifade eden Çağlar, bu konuda şu bilgileri verdi:

"Ödeme sistemleri, ilk sanal POS'lardan çok kanallı yöntemlere evrildi ve bugün artık bankaların sorumluluk alanlarından çıkmaya başladı. Fiziksel perakende alışveriş yöntemleri, çevrimiçi (online) alışveriş, temassız ödeme ve mobil alışveriş yöntemleri ile desteklendiğinden alışveriş ve ticaret hacimleri de büyümeye başladı."



İnternet kullanım oranı yüzde 53,8 oldu

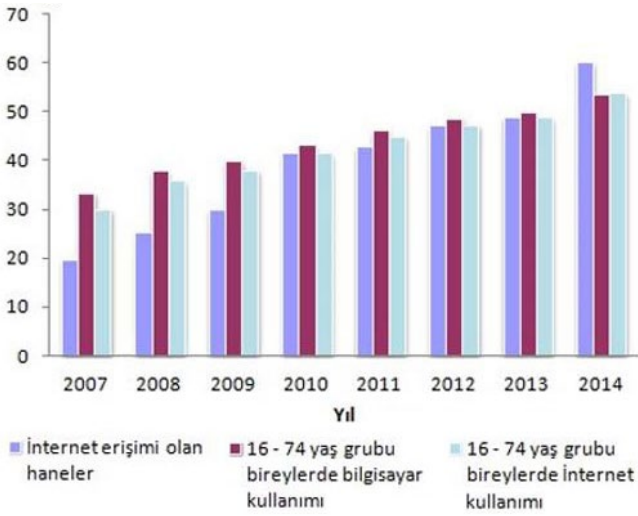
Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından yapılan Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması, 2014'ün sonuçları açıklandı.

Araştırmaya göre bilgisayar ve internet kullanım oranları 16-74 yaş grubundaki bireylerde sırasıyla yüzde 53,5 ve yüzde 53,8 oldu. Bu oranlar erkeklerde yüzde 62,7 ve yüzde 63,5 iken, kadınlarda yüzde 44,3 ve yüzde 44,1'dir. Bilgisayar ve internet kullanım oranları, 2013 yılında yüzde 49,9 ve yüzde 48,9'du.

Bilgisayar ve internet kullanım oranlarının en yüksek olduğu yaş grubu 16-24. Bilgisayar ve İnternet kullanımı tüm yaş gruplarında erkeklerde daha yüksek.

Düzenli internet kullanıcısı arttı

İnterneti 2014 yılının ilk üç ayında hemen her gün veya haftada en az bir defa kullanan 16-74 yaş grubu düzenli internet kullanıcılarının oranı yüzde 44,9 oldu. Bu oran, 2013 yılının aynı döneminde yüzde 39,5'ti.



Temel göstergeler, 2007-2014

İnternet erişimi olan hane oranı yüzde 60,2 oldu. Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması sonuçlarına göre 2014 yılı Nisan ayında Türkiye genelinde internet erişim imkânına sahip hanelerin oranı yüzde 60,2 oldu. Bu oran 2013 yılının aynı ayında yüzde 49,1'di.

Evden internete erişimi olmayan hanelerin yüzde 42,8'i evden internete bağlanmama nedeni olarak internet kullanımına ihtiyaç duymadıklarını belirtti. Bunu yüzde 31,9 ile internet bağlantı ücretlerinin yüksekliği takip etti.

Genişbant internet erişim imkânına sahip hanelerin oranı yüzde 57,2 oldu. Buna göre hanelerin yüzde 37,9'u sabit genişbant bağlantı (ADSL, kablo TV altyapısı üzerinden kablolu internet, fiber vb.) ile internete erişim sağlarken, yüzde 37'si mobil genişbant bağlantı ile internete erişim sağladı. Darbant bağlantı ise hanelerin yüzde 6'sında internet erişimi için kullanıldı.

B2B iş'te bütün mesele bu!

**B2B şirketleri için
kurumsal iletişim danışmanlığı,
algı yönetimi ve modellenmesi
alanlarında etkin çözümler
üretiyoruz.**

**Gelin uzmanlığımızı ve
tecrübelerimizi sizinle
paylaşalım.**

kimiz@kimiz.com.tr

KİMİZ&KİMİZ



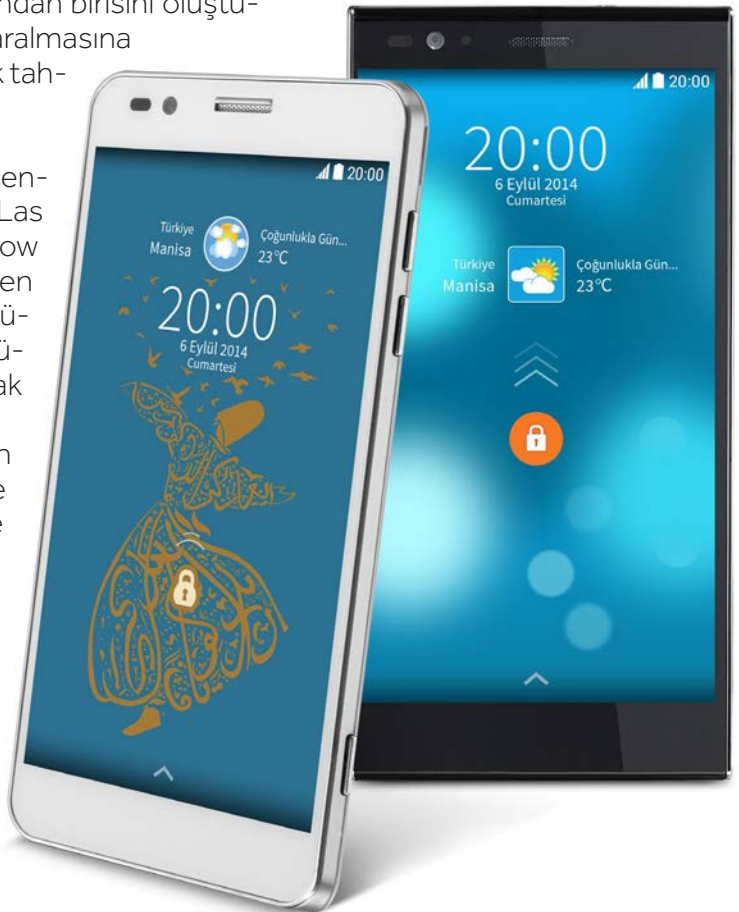
IFA 2014'ün Ardından

Tüketici elektroniği alanında dünyanın en büyük ikinci etkinliği kabul edilen IFA 2014 geleceğe ne getirdi? Yakından bakıyoruz.

Tüketici Elektroniği dünyanın en büyük pazarlarından birisini oluşturuyor. 2014 yılında beklenen yüzde 3'lük pazar daralmasına rağmen pazarın büyüklüğü 737 milyar avro olarak tahmin ediliyor.

Bu büyük pazar için her yıl iki önemli etkinlik düzenleniyor. Bunlardan ilki ve en büyüğü Ocak ayında Las Vegas'ta düzenlenen Consumer Electronic Show (CES). Bu yıl 185 bin metrekare alanda, 3.200'den fazla katılımcı ile gerçekleşen etkinlikte küresel büyük markalar, kendine yeni pazar arayan orta ve küçük ölçekli üreticiler yanı sıra kendilerini tanıtmak isteyen yeni girişimlere de alanlar ayrılmıştı. Pazarın ikinci büyük etkinliği ise IFA. IFA Eylül ayının ilk haftası içinde Berlin'de düzenleniyor. Bu sene 90. kez düzenlenen etkinlik 150 bin metrekareye yaklaşan alan ve 1.500'ün üzerinde katılımcı ile gerçekleşti.

SDN Medya olarak ShiftDelete.Net ve TechInside markalarımız ile beş kişilik bir ekip olarak katıldığımız IFA 2014 etkinliği boyunca küreseller kadar yerli markaların en son ürünlerini inceleyip aynı zamanda çeşitli röportajlar yaparak yayın kanallarımızdan video olarak paylaştık.



Aslında bu durum tam olarak tüketici elektroniği pazarındaki dönüşümü bize gösteriyor. Geçmişte bu tarz etkinlikleri basılı medyalarımızda paylaştığımızda çok büyük ilgi ile okunurken artık tüketiciler anlık olarak bu içeriğe dijital ortamlar üzerinden ulaşmak istiyor.

Her yıl onlarca benzeri etkinlikte değişimi takip eden bizler için aslında yaptığımız işin niteliği de eş zamanlı olarak değişiyor. Kendimizi en az bu tarz etkinliklere katılan firmalar kadar yenilemek ve müşterilerimizin karşısına bu şekilde çıkmak bir mecburiyet oluyor.

Değişen diğer şeyler

Gerek CES gerekse IFA için küresel markaların merakla beklenen yeni ürünleri tanıtılırken aynı zamanda yenilikçi teknolojilere de yer veriliyor. Bunların arsında kavisli ekranlar, bükülebilir ekranlar, 3D yazıcılar, her geçen yıl daha fazla gelişen robot süpürgeler, sürekli akıllanan ev cihazları, ev otomasyon sistemleri gibi başlıklar mevcut. Değişimi yansıtan tüm ürünler içinde

mobil akıllı telefonların ve tabletlerin ayrı bir yeri bulunuyor. Özellikle gelişmekte olan pazarlarda bu sınıflardaki ürünler için ekonomik olarak tabir edilen düşük fiyatlı ürünler pazarın toplam hacmini hızla büyütüyor. Pastanın bu payına girmek isteyen pek çok yeni marka her gün mantar gibi ortaya çıkıyor. Öte yandan yerli üreticiler için de bir fırsat alanı yaratan bu pay hem GSM operatörleri hem de Vestel gibi markalar için akıllı telefon pazarına giriş için kendi markaları ile ortaya ürün çıkarma şansını sağlıyor.



Gözümüzden kaçmayan bir detay yok değil; küresel markalar artık amiral gemilerine ait duyuruları CES ve IFA gibi etkinlikler de yapsa bile organizasyonlar başlamadan 1 veya 2 gün önce özel olarak düzenledikleri etkinliklerde gerçekleştiriyorlar. Bu durum uzun vadede CES ve IFA gibi organizasyonların popülerliğine zarar verebilir. Eğer

böyle bir şey gerçekleşirse bu durum küresel markalardan ziyade çıkış yapma fırsatını arayan küçük ve orta ölçekli işletmeler ile yerel markalara zarar verebilir. Ancak bu değişim için henüz önümüzde uzun bir yol olduğunu görüyoruz.

Sahibini parmak izinden tanıyan küçük dev adam

Huawei, Almanya'da düzenlenen IFA Tüketici Elektroniği Fuarı'nda yeni Ascend Mate7 ve Ascend G7 telefonlarını tanıttı. Huawei'nin yeni modelleri sahip oldukları büyük ekran, güçlü pil ve parmak izi tanıma gibi teknolojilerle ilgi uyandırdı.

Huawei'nin akıllı telefonu Ascend Mate7, 6 inç full HD çözünürlüğünde ekrana ve konforlu kullanım imkanı sunan 7.9 milim inceliğinde gövdeye sahip. Telefondaki 8 çekirdekli octa-core işlemci ve 4100 miliamperlik pil, yüksek performans sunarken kullanıcıyı yarı yolda bırakmıyor.



IFA 2014'ten Vestel'in akıllı telefonu Venus

TechInside ekibi olarak fuarın resmi açılış tarihinden iki gün önce etkinliğin gerçekleşeceği Almanya'nın Berlin şehrine gittik. Fuarın bir gün öncesinde basın özel günü gerçekleşti. Bu gün ise pek çok küresel firma yeni ürünlerinin tanıtımını gerçekleştirdi. Bu firmalar arasında Türkiye'nin henüz küresel anlamda başarılı olmuş bir elektronik markası yok ancak Vestel, Arçelik gibi markalarımız fuar alanında yer alacak ve onlar da yeni ürünlerini tanıttı.

Henüz fuar başlamadan dikkatimizi çeken nokta Vestel'in tanıttığı Venus adını verdiği akıllı cep telefonu oldu. Vestel mühendislerinin tasarımı yaptığı Venus, Snapdragon 400 işlemci ve 1 GB RAM ile özelleştirilmiş Android işletim sistemi arabirimine sahip.

Sony'den bir yılda iki amiral gemisi!

Sony Mobile, 3 Eylül'de Almanya'nın Berlin şehrinde gerçekleştirilen IFA 2014'te yeni amiral gemisi Sony Xperia Z3'ü tanıttı. Sony dünyanın ilk ve tek PS4 Remote Play (uzaktan PS4 erişim) özellikli akıllı telefonu Sony Xperia Z3 oldu.

PS4 Remote Play özelliği sayesinde Xperia Z3 ya da Xperia Z3 Compact kullanıcıları, ev içinde aynı Wi-Fi ile PS4'lerine bağlanabiliyor ve oyunlarını oynamaya devam edebiliyor. TV kullanım halindeyse DUALSHOCK4 Wireless Controller ile PS4'e bağlanabiliyor. Kullanıcılar, Xperia Z3 veya Xperia Z3 Compact'ı PS4'ün ikinci ekranı gibi kullanabilir.

Yeni Xperia Z3 ve Xperia Z3 Compact 2 gün süren uzun pil ömürleriyle de kullanıcılarını yarı yolda bırakmama iddiasına sahip.

REKABERLİK

Aynı sektörde büyüme-ye çalışan işletmelerin sadece rekabet ile bir birinin önüne geçmeye çalıştığı dönem son buldu. Artık ortak çıkarlar için birlikte çalışmaları gerekiyor. Rekabetin devam ettiği bir ortamda birlikte çalışmak yeni bir kavram doğuruyor.

Ahmet Usta

Rekaberliğin Dayanılmaz Hafifliği

Eski kavrama yeni Türkçe karşılık

Rekaberlik tanımını ilk kez, Steve Blank'ın The Startup Owner's Manual isimli kitabını Türkçeye çevirirken, Coopetition kelimesinin karşılığı olarak türettim ve paylaştığım pek çok kişinin beğenmesi üzerine kullanmaya başladım.

Coopetition veya co-opetition kavramının geçmişine baktığımızda temellerinin 50 yıl önce yani 1944 yılında yayınlanan Theory of Games and Economic Behavior (Oyun Kuramı ve Ekonomik Davranış) isimli kitaba dayandığını görüyoruz. Princeton Üniversitesi öğretim üyesi matematikçi John von Neumann ve ekonomist Oskar Morgenstern tarafından kaleme alınan Oyun Kuramı, zaman içinde gelişerek istatistik, sosyal bilimler, biyoloji, mühendislik, politik bilimler, bilgisayar bilimleri, yapay zekâ ve felsefe gibi alanlarda da kullanılmaya başlandı. Oyun kuramı, bireyin, başarısının diğerlerinin seçimlerine dayalı olduğu seçimler yapması olan bazı stratejik durumların matematiksel olarak davranış biçimlerini modellemeye çalışıyordu.

Competition (rekabet) ve Cooperation (işbirliği) kelimelerinin bir araya getirilerek yeni ve modern bir kavrama dönüşmesine ise 1997 yılında Barry J. Nalebuff ve Adam M. Brandenburger'in kaleme aldığı Co-opetition (Ortaklaşa Rekabet-Scala Yayınları) isimli kitapla şahit oluyoruz. Oyun kuramını iş dünyası açısından ele alan kitap kuramı bir oyun tanımlamasına



"İş hayatında yöneticiler genellikle 'rekabeti yok etmek' isterler. Ancak bu durumda işbirliğinden kaynaklanan çeşitli fırsatları da yok etmiş olabilirler."
F. William Barnett

dönüştürüyor ve iş oyunu olarak okuyucuya sunuyordu. İş oyunu bir tarafın kaybedip diğer tarafın kazandığı oyun tanımını ortadan kaldırarak rekabet içindeki işletmelerin uzun vadeli çıkarlarında kârlılık sağlaması için oyunun kurallarını iş birliği ile belirledikleri bir yapıyı tanımlıyordu.

McKinsey & Co. Direktörü F. William Barnett bu kitabı şöyle özetlemişti; "İş hayatında yöneticiler genellikle 'rekabeti yok etmek' isterler. Ancak bu durumda işbirliğinden kaynaklanan çeşitli fırsatları da yok etmiş olabilirler. Rekaberlik, iş hayatının iki boyutundan da nasıl yararlanabileceğinizi gösteriyor; pastayı nasıl büyütebileceğinizi ve bu büyük pastadan aldığınız payı nasıl arttırabileceğinizi..."

Neden şimdi? Neden Rekaberlik?

Rekaberlik ile kelime olarak değil ama kavramsal olarak ilk karşılaşmam bu yıl Ocak ayında Silikon Vadisine yaptığım seyahatte gerçekleşti. Silikon Vadisindeki Facebook, Google, Twitter, LinkedIn gibi şirketlerde çalışan ve aynı zamanda vadide kendi girişimlerini kurmuş Türk arkadaşlar ile çeşitli görüşmeler yapmış-

tım. Hepsi ortak bir noktanın altını çizmişti; "Buradaki ekosistem dayanışma üzerine kurulu."

İlk anda bu ifadenin detayını anlamayabiliriz. Biraz açmakta fayda var. Silikon Vadisindeki farklı şirketlerde çalışan mühendisler belirli dönemlerde bir araya gelerek problemlerini, çözümlerini ve sır teşkil etmeyecek şirket bilgilerini bir birileri ile paylaşmaktalar. Aşkın olduğumuz rekabet dünyasına oldukça yabancı bir yaklaşım. Arkasında basit bir sebep var; Ekosistem ne kadar büyürse bu şirketler o kadar fazla pastadan pay alabilecekler. Yaptıkları iş tam olarak Coopetition yani Rekaberlik.

Harvard Business Review blog yazarlarından Marquis Cabrera bu yılın Şubat ayında kaleme aldığı yazısında; "Rekaberlik yeni teknolojiler üzerinde çalışan firmaların yüksek araştırma ve geliştirme maliyetlerini makul şe-



Farklı cihazlardan iş akışınızı yönetin. Xerox ConnectKey® ile işinizi kolaylaştırın.

Artık, ağdan kopmadan güvenle ve kolayca çalışabilirsiniz. ConnectKey® uygulamaları ve Xerox çok fonksiyonlu yazıcılarınızla çıktı alabilir, tarama, arşivleme yapabilir, hatta tek bir tuşla dokümanlarınızı buluta yükleyebilirsiniz. Her tür mobil cihazdan dokümanlarınıza erişebilir ve baskı alabilirsiniz; böylece hiçbir zaman hiçbir yerde işleriniz aksamaz. Çığır açan McAfee® ve Cisco® ortaklığımızla sunduğumuz ek güvenlik katmanları sayesinde işiniz rahat çalışır.



xerox.com.tr

Ready For Real Business



kilde yönetmelerini sağlayabiliyor" diyerek rekaberiğin gelişim sürecinde teknolojinin rolünü vurgulamıştı.

Avea Mobil Bağlantılar Direktörü Baran Yurdağül; "Michael Porter'ın en temel rekabet analizinde belirttiği ve teknoloji pazarlarında sıkça rastlandığı gibi, ikame ürün tehdidi ve işletmeler arası yüksek rekabet koşulları, rekabetçi iş ortaklıklarının eğilimini artırdı" diyerek kavramın önemine dikkat çekiyor.

İçinde bulunduğumuz çağda bazı teorilerimiz var. Örneğin Intel'in kurucularından Gordon Moore her iki yılda bir mikroişlemcilerin içindeki transistör sayısının iki katına çıkacağını söylemişti. Benzer şekilde Amazon'un kurucusu Jeff Bezos'un adıyla anılan Bezos teorisine göre Bulut depolama çözümlerinin fiyatları her üç senede bir yüzde 50 azalacağı öngörülüyor. Bu teorilerin ne kadar doğru olup olmadığını tartışmak yazımızın konusu değil ancak son iki yılda tüm dünya tarihi boyunca üretilen bilginin toplamına eşdeğer bilgi

"Ne kadar akıllı olursanız olun ve hayalleriniz ne kadar büyük olurlarsa olunsunlar, onları tek başınıza gerçekleştiremezsiniz."
Stuart Richardson

ürettiğimizi göz önüne alırsak teknolojik gelişmenin hızı katlanarak büyümekte. Bu büyümenin karşısında bireylerin, işletmelerin hatta devasa ölçüdeki küresel şirketlerin dahi tek başına, üstelik konvansiyonel rekabet çekişmesini de sürdürürken, mücadele etmesi giderek imkansızlaşıyor. Rekaberlik kaçınılmaz bir yönetim stratejisi haline geliyor.

"Herhangi bir ilişkide olduğu gibi iyi bir birliktelik zaman ve çabaya ihtiyaç duyar. Üstelik tüm iyi niyetlere rağmen kimi zaman bu ilişki göz yaşları ile son bulabilir."
Stuart Richardson

Cabrera'nın rekaberiğin doğasını herkesin masaya farklı bir şey koyduğu durum olarak tanımlıyor; "Pek çok koşulda geleneksel işbirliği yerine bir rekaberlik kurmak daha mantıklıdır zira motivasyon, ajanda ve hedefler için şeffaflık sağlar."

Öte yandan rekaberiğin çekici cazibesi içinde aldatıcı bir yönünün olduğunu gözden kaçırmamak gerekiyor. Günün sonunda elde edilecek değeri yükseltmek için sahip olunan fikri mülkiyet, özgün işletme kültürü ve alışkanlıklarını gereğinden fazla feda etmek gerekiyor. Adventure Capital Kurucusu Stuart Richardson bu durumu şöyle özetliyor; "Herhangi bir ilişkide olduğu gibi iyi bir birliktelik zaman ve ça-

baya ihtiyaç duyar. Üstelik tüm iyi niyetlere rağmen kimi zaman bu ilişki göz yaşları ile son bulabilir."

Rekaberlik ve teknoloji

Silikon Vadisinde rekaberiğin bir kültüre dönüştüğünden bahsetmiştim. Bu durum mikro veya makro ölçekte yaşanabiliyor. En çok bilinen örnek Samsung ve Apple arasında devam edegelen rekaberlik. Apple pek çok bileşen için Samsung'dan ürün tedarik ederken aynı zamanda nihai ürünler pazarında acımasız bir mücadele devam ediyor. SAP ve Oracle kurumsal pazarda rekabeti sürdürürken farklı ürünleri için birleşik çözümler sağlıyor. Bir diğer örnek Microsoft ve Apple arasında yaşanıyor. Çeyrek asra uzanan bir süreçte iki firmanın büyük bir savaşın iki cephesi olduğunu düşünsek de aslında Microsoft Apple platformları için ürünlerini pazara sürmeye devam ediyor.

Rekaberliği teknolojinin bir mecburiyet haline getirmesi ile birlikte aynı zamanda rekaberiğin sürdürülebilmesi için yardımcı bir araç olarak da karşımıza çıkıyor. İnternet ve mobil iletişim teknolojileri bilginin paylaşılmasını kolaylaştırırken büyük veri yönetim araçları ve iş zekası uygulamaları farklı kaynaklardan gelen verilerin ilişkilendirilmesi ve eşleştirilerek ortaya yeni sonuçların çıkarılmasını mümkün kılıyor.

Rekabeti anlamaya çalışmam, onu yenmeye çalışırım.
Charles Revlon

GÜVENLİĞİ GÜNDEMİNİZE ALIN.



İşinizi güvenlikle güçlendirin.

Yine bir Cuma günü, yine üst düzey bir yönetim toplantısı. Geleceğin iş dünyasında daha fazla bilişim projesini yönetmeniz gerekecek. Peki, güvenlikten söz eden var mı? İşte bunu sağlamak sizin elinizde.

Kaspersky Security for Business, dünyanın ilk bütünlük güvenlik platformudur. İşinizde mobil cihaz yönetimi, şifreleme, sistem yönetimi avantajlarından yararlanırken, Kaspersky'nin kötü yazılımlara karşı ödüllü korumasıyla işinizi güvence altına alabilirsiniz.

Güvenliği Kaspersky ile gündeminize alın, işinizi güçlendirin.

kaspersky.com.tr

KASPERSKY 

IBM Küresel Servislerinin yayınladığı bir raporda teknolojinin rekaberiğe etkisini şu şekilde tanımlıyor; "İletişim, özellikle internet, küresel ölçekteki rekabet arenasına giriş bariyerlerini aşağı çekerken hiper-rekabeti besliyor. Bunun ötesinde zaman her geçen gün daha kritik ve nadir bir kaynağa dönüşüyor. Veriye anında ulaşabilmek bilgi karmaşasını azaltırken işletmeler için pazardaki değişiklikleri ivedilikle tespit etmek ve olabildiğince hızlı tepki vermek giderek artan bir ihtiyaçta dönüşüyor. Sonuç olarak geleneksel olarak bir biri ile rekabet etmeyen endüstrilerde bir gecede yüksek rekabet ortamını doğurabilecek rakipler ortaya çıkabiliyor. İş dünyasının bu dinamiklerinde işbirliğine dayanan rekabetlik hiç olmadığı kadar çok ihtiyaç haline dönüşüyor."

Rekabetliğin görüldüğü endüstriler

Yazımızın başından bu yana ele aldığımız gibi rekabetlik öncelikli olarak bilişim, yüksek teknoloji, sağlık, sigortacılık alanlarında görülüyor. Dünyanın belli merkezlerinde faaliyet gösteren ama küresel büyüme stratejisine sahip firmaların yeni coğrafyalarda faaliyete geçebiliyor. Bu gibi durumlarda o güne kadar bir biri ile çok ezici bir rekabet içinde

"Rekabetlik yeni teknolojiler üzerinde çalışan firmaların yüksek araştırma ve geliştirme maliyetlerini makul şekilde yönetmelerini sağlayabiliyor" - Marquis Cabrera



olmadan pastadan pay alan küçük firmaları hayatta kalması rekaberiğe bağlı hale gelebiliyor. Ancak kimi zamanlarda rekabetlik bu gibi firmaları kurtarmaya yetmeyebiliyor.

Hayatta kalmanın bir rekabetlik oluşturmaya bağlı olduğu durumları küresel ölçekte de görebiliyoruz. Örneğin Qualcomm'un mobil işlemci alanındaki önlenemez yükselişine karşın Nesnelerin İnterneti için ortak platform geliştirmek üzere Intel, Samsung, Broadcom, Atmel, Dell "Open Interconnect" adını verdikleri bir konsorsiyum oluşturdu. Bu durum tarihte ne ilk, ne de son görülecek örneklerden bir tanesi.

Nasıl bir Rekabetlik Stratejisi Belirlemelisiniz?

Her işletmenin ve sektörün farklı ihtiyaçları ve davranış şekilleri olmakla birlikte başarılı bir rekabetlik kurmak için belli başlıklarda strateji geliştirilmesi gerekiyor.

- Bilgi paylaşmaya hazırlanın
- Yeni bir şeyleri ortaya çıkartmayı hedef olarak belirleyin
- Tarafların masaya farklı şeyler koydukları bir rekabetlik oluşturun
- Rekabetlik yaparken rekabet ile alakalı kanunları çiğnemediğinizden veya kartel oluşturmadığınızdan emin olun

Kimi zaman da rekabetlik iş dinamiklerinin beraberinde getirdiği bir sonuç olsa da bazı sektörlerde bir zorunluluk olarak ortaya çıkabiliyor. 1996 yılında Amerika Birleşik Devletlerinde sağlık sigorta verilerinin taşınabilirliği ve kullanılabilirliği ile alakalı bir yasa pazarın yedi büyük oyuncusunun bir araya gelerek MedUnite adını verdikleri yapıyı kurmaları sonucunu doğurmuştu.

Sadece rekabet etmek adına, birilerini oyundan atmaya çalışarak sürdürülen rekabet pek uzun sürmeyecektir. Korkutulmaya çalışılan biri sizi hiçbir zaman önemsemez ve büyük bir ihtimalle işini sizden daha iyi yapar. Yapmanız gereken rakibinize saygı duymaktır. Henry Ford

Rekaberlik için hangi teknolojiler size yardım edebilir?

Şüphesiz bu dönemin en hızlı yükselen teknoloji kavramlarından birisi Bulut. Daha önce yüzlerce farklı kaynaktan karşınıza çıkmış bulut kavramını size tekrardan anlatmak niyetinde değiliz (en azından şimdilik). Ancak bulut bir birinden farklı alt yapılar, sistemlere ve süreçlere sahip işletmelerin veri paylaşımı yaparken aynı zamanda bilgi güvenliğini sağlaması için doğru bir çözüm olacaktır.

Şu anda ihtiyaç duymamış olma ihtimaliniz yüksek olabilir ancak Büyük Veri kavramı ve bu kavrama hizmet eden çözümler rekaberlik için kaçınılmaz teknoloji alanlarından birisi haline gelecek. Gelecek dönem stratejileriniz bu konuya şimdiden eğilmenizde fayda var. Her ne kadar iş zekası tam olarak beklentilerdeki şekli ile anlamını bulabilmiş bir tanım olmasa da bulut ve büyük veri çözümleri ile bir arada kullanılması kaçınılmaz bir alan haline geliyor.

Bilişim dünyasının kutsal üç başlığını ele aldığımıza göre bunları danışmanlık hizmetleri ile taçlandırmanız da kaçınılmaz hale geliyor. Küresel ve yerel danışmanlık hizmetleri için rekaberliğin her geçen gün giderek artan bir payı olduğunu hep birlikte izleyeceğiz.



Son soru

Belki de en önemli sorunun net bir cevabını vermedik; "Rekaberlik yaparken kendimize ait fikri mülkiyet haklarımızı ve verilerimizi nasıl koruyacağız?" Bu sorunun cevabı yine ticari hayatın değişmeyen tek kuralında saklı; "İşin püf noktası."

İnsanlar ile elinizde özel bir sos olduğunu paylaşmanız bu sosun tarifini vermenizi hiç bir zaman gerektirmez.

Bazı rekaberlik örnekleri

-Türkiye'de tüm bankaların bir araya gelerek BKM çatısı altında BKM Express ödeme sistemine verdikleri destek rekaberliğin ülkemizde görüldüğü en güzel örneklerden bir tanesi. Ödeme sistemleri açısından kendi aralarında sıkı bir rekabet içinde olan bankaların bu ortak çalışmaya imza atması büyük bir başarı olarak karşımıza çıkıyor.

-Rekaberlik için bir diğer örnek ise yine ödeme sistem-

WELCOME BACK, M8 ;)



Hey @HTC, it's a pleasure to have you back on Windows Phone!
#Frenemies

3:30 PM - 22 Aug 2014

388 RETWEETS 351 FAVORITES



Akıllı cep telefonu üreticisi HTC'nin yeni amiral gemisi HTC One M8 için Windows 8 uyumlu bir model üreteceğini açıklamasından hemen sonra Nokia bir tweet attı. Nokia şöyle bir mesaj veriyordu; "Tekrardan hoş geldiniz (M8) dostum". Burada dostum kelimesi yerine HTC'nin telefon modeli M8 kullanılmıştı ve M8 İngilizce okunuşu ile dost anlamına gelen mate kelimesini çağırıştırıyor.

Nokia'nın attığı tweet içinde hashtag olarak #Frenemies kelimesi kullanılmıştı. Friend & Enemies birleştirilerek elde edilen bu kelimeyi Dost Düşman olarak dilimize çevirebiliriz. Tam olarak düşmanlık seviyesinde bir rekabet içinde dostluk için birliktelik mesajı verilmişti.

lerinden Ortak POS sistemleridir. Perakende satış yapan noktalarda onlarca farklı bankaya ait farklı POS sistemleri barındırmak yerine ortak POS sistemi kurmak aynı zamanda bu sistemin içinde yer alan bankaların da işletmelerde var olmasını kolaylaştırıyor.

-Visa ve MasterCard büyük rekabet içinde olan iki firma olarak ortak standartların belirlenmesinde iş birliği yapıyor.



Rekabetlik Üzerine Soner Canko ile Özel Röportaj

Bankalararası Kart Merkezi (BKM) bankacılık sektöründe rekabetlik açısından örnek alınabilecek önemli yapılarından birisi olarak karşımıza çıkıyor. Bu bağlamda **BKM Genel Müdürü Soner Canko** ile özel bir söyleşi gerçekleştirdik.

Soner Bey rekabetlik denilince kendi bakış açısından bunu nasıl görüyorsunuz?

Bir sektörde rekabet yapmak, pazar payını, kârlılığını arttırmaya çalışmak işin doğasıdır. Ama sektörün içindeki bir oyuncu tek başına ne yaparsa yapsın oyunun kurallarını koyamaz, değiştiremez ve yönlendiremez. Özellikle monopol piyasası olmayan, tam rekabet şartlarının geçerli olduğu, çok sayıda oyuncunun faaliyet gösterdiği sektörlerde baktığınız zaman işbirliğinin altyapıda, teknolojiye operasyonlarda fevkalade kıymetli olduğunu görüyoruz. Aslına bakarsanız rekabet kelimesi ağırlıklı olarak bence satış ve pazarlama faaliyetlerinde kendini göstermelidir. Biz aynı mutfağı kullanıyor olabiliriz, aynı tencerelerde ve aynı araçlar ile aynı yemekleri yapıyor da olabiliriz ama bunun sunumu, bunun satışı o kadar farklı olabilir ki sonuçta farklı kitlelere farklı ürünler halinde sunulabilir. Bankacılık sektörünü de bu açıdan baktığınızda çok yoğun rekabetin yaşandığı bir sektör. Öte yandan oyunun kurallarını belirlemek ve değiştirmek söz konusu olduğunda tüm rakiplerin masanın etrafında bir araya gelmesi kamu özel ve büyük

küçük hep birlikte fikir birliğine ulaşması gerekiyor. Biz açıkçası bu sektörde bunu özellikle ödeme sistemlerinde çokça görüyoruz. Dünyadaki ödeme sistemlerinin de kuralları hep rekabetlik ile olmuş. Hiç bir oyuncu tek başına bu işin ana belirleyicisi olmamış. Küresel oyunculara baktığınızda Visa, MasterCard, American Express, Discover, Unionpay hep bir araya gelmişler. Özellikle Payment Card Industries (PCI) standartları bu kuruluşlar belirlmiş. Bu gün kafamız rahat, mesajlaşma formatı, yazılım formatı, güvenlik standardı dediğimiz zaman bu konularda artık yeni şeyler konuşmuyoruz.

Bazı sektörlerde endüstri standartları oturmadığı zaman yaşananları biliyorsunuz. Çocukluğumuzda BETA, VHS standardı savaşı vardı. Sonuçta herkes kaybetti.

Mobil telefonlar ilk çıktığında farklı kıtalarda farklı standartlar vardı. Bu gün artık bunlar komik birer hatıra oldu. Bu gün cebinize koyduğunuz kredi kartı veya banka kartı dünyanın en ücra köşesinde kullanılıyor. Bunlar küreselleşen dünyanın vaz geçilmezleri.

Rekabetlik bizim için sektörün tümüyle ortak başarısı için olmazsa olmaz şartlardan birisi.

BKM'nin kendi ürünü olan BKM Express için bir rekabetlik ürünü diyebilir miyiz?

Kesinlikle en güzel örnek. Gerçekten 16 banka BKM Express'e katkı veriyor ama 16 banka aslında bir birleri



ile yoğun bir rekabet içindeler ve pazar payı almaya çalışıyorlar.

BKM Express'i tüm üye bankalarımızın katılabileceği bir platform haline getirdik. Eşit şartlarda rekabeti bozmadan, tüketici lehine olmasını gözeterek, gizlilik prensiplerine riayet ederek paydaşların bilgilerinin mahremiyetini koruyarak bu projeyi hayata geçirdik.

BKM Express hem iş modeli olarak hem kullanıcılarına getirdiği yeni kart ödeme alternatifi olarak tüm dünyanın ilgisini çekiyor. Avrupa'dan bize gelen bir çok ülkeye örnek olduk. Örneğin İspanyol bankaları tek bir çatı altında bir araya geldiler. Yeni ülkeler bize katılmak istiyor.

Bize gelen en önemli soruların başında "nasıl bu kadar rakip farklı paydaşı bir araya getirdiniz?" bence işin sırrı burada. Burada işin sırrı teknoloji değil iş modeli.

Uluslararası kuruluşlara, ülkelelerin kuruluşlarına ulusal ölçekteki rekabetlik kültürümüzü büyük bir hızla götürüyoruz.

Bu durum ödeme sistemleri alanında faaliyet gösteren firmalar için yeni bir rekabet alanı mı oluşturuyor?

Ben farklı yorumluyorum. Onlar işlerini iyi yaptığı sürece onlara zarar verecek bir şey yapamıyoruz, rekabet yaratmıyoruz belki o küresel markaların iş yapış hızlarını arttırıyoruz, kan akışlarını hızlandırıyoruz, bir parça onlara adrenalin veriyor olabiliriz. Sonuçta bizim yaptığımız bu tarz oluşumlar bir ihtiyaçtan yola çıkıyor.

Biz kendimizi dev aynasında görmeden bu kurguladığımız rekabetlik iş modelini yeni teknolojiler ve fırsatlar ile desteklemeye çalışıyoruz.

İşbirliği ile kartel oluşturmak arasında ince bir çizgi olduğunu düşünüyorsunuz. Bu taraftan nasıl bakıyorsunuz?

Bu günün dünyasında her şey kayıtlı, her şey şeffaf ve her attığımız adımda dijital bir iz bırakıyoruz. Çok partili bir rekabetlik söz konusu. Tarafların tümünün tek bir noktada buluşup kartel oluşturması imkansız. Yeni bir iş modeli, yeni bir kârlılık yaratmak için bile bu kadar zorlanırken kartel oluşturmak mümkün değil.

Bu noktada biz profesyonellere çok görev düşüyor. Böyle bir gelişme olsa bile sektöre ve paydaşlara, düzenleyicilere yansımaları olur. Biz bu işi kurumsallaştırmak ve kişiden bağımsız bir güvenceye oturtmak için bu konuyla alakalı çok sıkı kurallarımız var.

Sadece bir kaç kişinin kapalı kapılar ardında bunu başarması bu günün dünyasında o kadar kolay ve basit bir yapı değil.

Elbette bu gibi şeylere karşı önlem alınmasın demiyoruz. Tüm bu çok yönlü hususları göz önüne almasak hem yerel hem küresel kaynaklarımızı israf eder bir duruma düşeriz.

Önümüzdeki dönemi nasıl görüyorsunuz?

Önümüzdeki dönem rekabetlik adına tüm dünyada çok önemli adımların atılması gereken bir dönem. Benim için rekabetliğin ana vatanı Silikon Vadisi. Dünyanın hiç bir yerinde Silikon Vadisinde gördüğüm gibi rekabetlik görmedim. Her hangi bir yerde oturan iki kişi, bir birini hiç tanımasa bile, fikirlerini paylaşmaktan çekinmiyorlar ve kahveleri bittiğinde yeteneklerini birleştirip nasıl iş yapabileceklerini değerlendirerek masadan kalkabiliyorlar. Dünyanın hiç bir yerinde böyle bir anlayış yok. Hiç kimse kendi iş modelini, hayalini en yakınlarıyla bile paylaşmıyor. Maalesef bu durum ülkemizde daha da vahim. Hal böyle olunca yeni fikirlerin test edilmesi imkansız hale geliyor, geri bildirim alma mekanizması önlenmiş oluyor. Bizim kültürümüzde şu anda geri bildirim hiç kalmamış halbuki bizim tarihi köklerimizde bunun olduğunu düşünüyorum. Çocukluğumuzda faturalar vardı ve şöyle yazardı; "Memnuniyetiniz dostlarınıza şikayetinizi müessesemize bildiriniz." Bu geri bildirim mekanizması bugünün dünyasında atılması gereken çokça adım var. Umuyorum ki Silikon Vadisinde başlayan bu rekabetlik kültürü tüm dünyada tüm sektörleri etkilesin ve kaynak israfını engellesin.



Xerox sahte ürünleri ortadan kaldırmaya kararlı

Güvenlik güçlerinin yasal desteğini de arkasına alan Xerox Türkiye, orijinal olmayan ürünleri üretip satanlara karşı amansız bir mücadele veriyor.

Teknolojinin gelişimiyle ofset ve dijital baskı makineleri de gelişiyor, daha önce olmayan yeni uygulama alanları ortaya çıkıyor. Kişiselleştirme, değişken veri ile baskı gibi pazarlama eğilimleri dijital baskı sistemlerine olan talebi artırıyor. Araştırmalar dijital baskı pazarının ofsete göre daha çok büyüyeceğini ve bu alana yatırım yapan ve yapacak olan firmaları önemli pazar fırsatlarının beklediğini gösteriyor.

Xerox'ta 17 yıldır çalışan ve yaklaşık son altı aydır da Xerox Türkiye Genel Müdürü olarak görev yapan Burak Özer ile şirketin yasal olmayan sarf malzemeleriyle mücadelesini konuştuk.

"Smithers&Pira'nın araştırması 2014-2018 arası baskı pazarında ofset baskısı pazarının büyüklüğünün yüzde 6,5 azalacağını, dijitalin baskı pazarının ise yüzde 33 artacağını belirtiyor. Gene aynı araştırmaya göre 2015 yılında dijital baskı pazarının perakende değeri 117 milyar dolara ulaşacak."

Dijital baskı sistemleri pazarındaki en fazla büyüme Türkiye gibi gelişen pazarlarda oluyor. Türkiye'de yüksek hacimli dijital baskı sistemlerinin kullanımı matbaa ve yayınevleri ile kurumsal pazarlarda çift haneli oranlarda büyüyerek artarken, ev ve küçük ofislere yönelik yazıcı ve çok fonksiyonlu ofis ürünlerinde ise özellikle sahte ve kaçak sarf malzemeleri kullanımından kaynaklı çok önemli sıkıntılar yaşanıyor. Bu alandaki gelirlerde her geçen yıl, bu sorundan dolayı ciddi oranlarda azalmalar yaşanıyor.

Ekonomiye de zarar veriyor

Orijinal olmayan sarf malzemelerinin kullanımındaki artış üretici markaları ve tüketicileri zor duruma düşüren sonuçlar doğurduğunu belirten **Xerox Türkiye Genel Müdürü Burak Özer**, "Sahte ve kaçak sarf malzemesi

kullanımı, yazıcılarda ciddi anlamda hasarlar oluşturuyor. Tüketicilere çok düşük maliyetlere sunulan bu ofis cihazları, artık üretici markaların düzenli olarak zarar ettikleri, servis ve müşteri memnuniyetsizliği sorunları yaşadıkları bir konu haline geldi. Büyük markalar uğradıkları bu zararlardan dolayı ya bu alanda daha fazla üretim yapmaktan vazgeçiyor ya da ilgili yerel emniyet birimleri ile kaçak ve sahte toner üretimi yapan kişi ve kuruluşlarla mücadele etmeye çalışıyor" dedi.

Xerox adına sahada görev yapan uluslararası güvenlik uzmanları ile TC Emniyet Müdürlüğü'nün ilgili birimleri ile yakın iş birliği içinde çalıştıklarını da ifade eden Özer, sözlerini şu şekilde bitirdi.

"Sahte ve kaçak sarf malzemesi üreten kişi ve kuruluşların adreslerine baskınlar düzenleniyor. En son operasyon İstanbul Bahçelievler ve Güngören'de gerçekleştirildi. Operasyon sonucunda binlerce adet sahte Xerox sarf malzemesi ele geçirildi, imha edilmek üzere bu malzemelere el konuldu. Geçtiğimiz dönemlerde de benzeri bir operasyon Eyüp ve Ümraniye'de gerçekleştirilmişti. Tüketicilerin bu konuda duyarlı olmalarını, orijinal olmayan ürün sattıklarından şüphelendikleri kişi ve adresleri bizlere bildirmelerini rica ediyoruz."



Burak Özer



Teknolojinin Doğası - Nedir ve Nasıl Evrilir?

Bir parça metal alaşımı ve fosil yakıtı bir araya getirerek ses hızına yakın bir süratle gökyüzünde uçuyoruz. Atom çekirdeklerinin fırl fırl dönmesinden ufacık sinyaller oluşturarak beynimizdeki sinirsel devreleri görüntülüyoruz. Teknoloji artık bir kimyaya dönüşüyor.

Peki, teknolojinin tanımı hakkında bir fikrimiz var mı? Onun nasıl oluştuğu, olgunlaştığı, dönüştüğü ve geliştiği hakkında hiç fikir yürüttük mü?

Yazar teknolojik gelişmeleri ele alırken kavramın kendisini tanımlama gayreti içinde. Bu kitap sabırsız aksiyon meraklıları için değil. Bu kitap bir mühendisin hiç düşünmediği bir pencereden bakması veya fikir dünyasını genişletmek isteyenler için.

Yazar: Brian Arthur Çeviren: İdil Çetin Liste Fiyatı: 21.50 TL

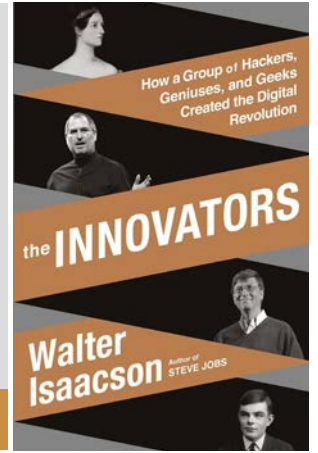
The Innovators – Yenilikçiler

Yenilikçiler: Bir grup haklayıcı, dahi ve bilgisayar delisi dijital devrimi nasıl yarattı? 2011 yılında Steve Jobs'un efsanevi biyografisini yazan Walter Isaacson'un yeni kitabı ile karşı karşıyayız.

İçinde bulunduğumuz, belki de bir kaç asır sonra bu çağa ismini verecek, dijital dönüşümün baş mimarlarını ele alan Isaacson her birinin yaşamından aldığı ufak parçaları bir puzzle gibi birleştirip dijital devrimin büyük resmini çiziyor.

Sadece dijital devrimi değil onun arkasında yatan düşünce şeklini ve mimarlarının bakış açısını anlamak isteyenler için.

Yazar: Walter Isaacson Dil: İngilizce Liste Fiyatı: 25 \$



The Everything Store – Her Şeyin Dükkanı

İlk açıldığı gün sadece internet üzerinden kitap satan Amazon.com'un dünyanın en büyük e-ticaret sitesine dönüşme hikayesi. Yayınlandığı 2013 yılında Financial Times ve Goldman Sachs Yılın İş Kitabı ödülleri alan, Washington Post, Forbes, The Economist, Bloomberg gibi yayınlar tarafından ödüllendirilen, araştırmacı gazeteciliğin en güzel örneklerinden birisi.

Eğer Amazon'un bir e-ticaret sitesinin ötesine geçip dünyanın en büyük bulut servisine dönüşmesi, film ve müzik endüstrisinde ne yapmak istediği, Twitch satın almasının arkasında nasıl bir düşünce tarzının yattığını anlamak istiyorsanız bu kitabı kaçırmamalısınız.

Yazar: Brad Stone Dil: İngilizce. Liste Fiyatı: 15 \$

Küçük Prens

Tüm dünyada milyonlarca satan, bir çocuğun gözünden modern dünyanın gündemine göz kırpan bir masal dünyasına açılan kapı.

Yoğun iş hayatından çocuklarımıza yeterince vakit ayıramadığınızı düşünüyorsanız akşam uyku vaktinden önce onlara okuyabileceğiniz, hiç eskimeyen bir hikâye. Eğer çocuklarınız yoksa bile 96 sayfalık bu kitap bir akşam uykuya dalmadan önce kendinize format atıp ertesi güne çocukça bir ümit ile uyanmanız için en etkili ilaç olabilir.

Yazar: Antoine de Saint-Exupery Çeviren: Sumru Liste Fiyatı: 17 TL





Sony Eurasia'da görev değişikliği

Sony PlayStation Grup Ürün Müdürü olarak atanan Mustafa Yiğit, yeni görevi kapsamında PlayStation'ın Türkiye'deki tüm operasyonlarının yönetiminini üstlenecek. Sony Eurasia'da 2011 yılından bu yana PlayStation Ürün Müdürü olarak çalışan Mustafa Yiğit, PlayStation Grup Ürün Müdürlüğü görevine getirildi. Yeni görevi kapsamında PlayStation'ın Türkiye'deki tüm operasyonlarının yönetiminini üstlenecek olan Yiğit, evli, bir çocuk babası ve iyi derecede İngilizce konuşuyor.

Size gelecekte bahsederler Gelecek! Ne kadar büyü- lü ve gizemli bir kelime.

Her birimiz sürekli ve hiç durmadan geleceği merak ederiz, gelecekte endişe duyarız, geleceğe hazırlanmaya çalışırız. Oysa dünyanın farklı köşelerinde yapılan birçok 'değerler' çalışması gelecek kaygısının ve geleceği beklemenin bugünkü mutluluk ve başarının önündeki en büyük engel olduğunu söylüyor. Ben de geleceği merak ediyorum. Teknoloji seven, bilim-kurguya bayılan, astronomiyle yakinen ilgilenen, fütürizme kafa yoran, felsefenin hastası, sosyolojiyle antropolojiyi de hiç ihmal etmeyen birisi olarak başka türlü tühaf olurdu zaten. Yine de benim geleceği bir 'engel' haline getirmeye hiç niyetim yok.

Aksine bu köşede size geleceği ve geleceğin bize sunmaya hazırlandığı güzellikleri anlatacağım. Bir mutluluk keleşeği olmaya niyetim yoksa da geleceği sadece distopik, faşist, karanlık, savaşlarla dolu ve diktatörlerin, robotların ya da dünya dışı türlerin istilası altında bir yer olarak tarif etmeyi reddediyorum.

Sonuçta, biz insanlar akıllı, zarif ve seçkin bir türüz. Hata yapsak da (ki sıklıkla yapıyoruz) çabuk öğrenip yolumuzda



Doruktan Türker

ilerlemeye devam ediyoruz.

Her yazıda pembe bir tablo olacağına ihtimal vermiyorum tabii ki. Öte yandan bilinçli olarak tercihim 'olumlu' senaryolardan yana kullanacağımı peşinen beyan ediyorum.

Peki hangi temalar olacak bu köşede?

Mutlaka ve illa ki uzayda kolonileşme, yapay zekâ, robotik, tıp teknolojileri, sanal gerçeklik, iletişim teknolojileri, genetik, gelecek felsefesi, gelecekte sanat, gelecekte hukuk ve adalet sıklıkla uğrayacağım konular olacak. Ancak bunlarla sınırlı kalmayacağım. Günün getirdikleri ve o haftanın gündemi de rotamızı belli edecek.

Başlıkta da dedim ya sıklıkla 'size gelecekte bahsederler'. Boşverin. Ben birlikte bir yolculuğa çıkmayı ve geleceği yaşamayı öneriyorum.

Görüşmek üzere...



Samsung'da kamu Dr. Erdem Erkul'a emanet

Dr. Erdem Erkul, Ağustos ayı itibarıyla "Kamu Sektörü Kıdemli Müdürü" olarak, Samsung Electronics Türkiye'deki yeni görevine başladı. Lisans ve yüksek lisansını İşletme ve Kamu Yönetimi alanlarında tamamlayan Dr. Erdem Erkul, doktora öncesi araştırmalarını Harvard Üniversitesi ve Massachusetts Üniversitesi ABD Ulusal e-devlet Merkezi'nde sürdürdü. Erkul, doktorasını ise Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü'nde tamamladı.



Genesys Türkiye'ye yeni Ülke Müdürü

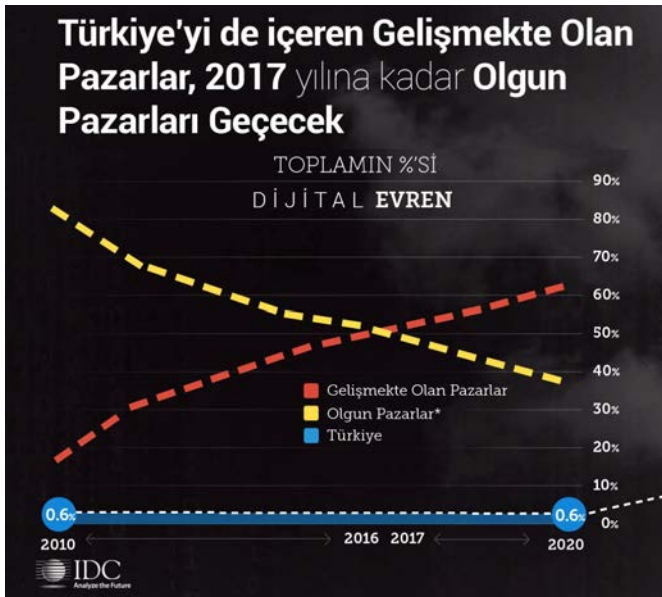
Murat Tipi Genesys Türkiye'ye ülke müdürü oldu. İş hayatına 1997 senesinde, NCR'da satış uzman yardımcısı olarak başlayan Murat Tipi, sırasıyla 2000 senesinde Satış Yöneticisi, 2007 senesinde Satış Müdürü görevlerini üstlendi. 2010 yılına kadar telekomünikasyon, alt yapı, çağrı merkezi çözümlerinden sorumlu olarak NCR'ın Türkiye'deki stratejik önemi olan ve en büyük müşterilerine hizmet verdi.

Türkiye Dijital Evreni mercek altında

Türkiye'de veri büyümesi KOBİ'lerin güçlü potansiyeli, şirketlerde sanallaştırmanın artması ve telekomünikasyon sektörünün dinamikliği ile öne çıkıyor.

EMC'nin sponsorluğunda, IDC tarafından gerçekleştirilen EMC Dijital Evren Araştırması'nın Türkiye sonuçları açıklandı. "Fırsatların Dijital Evreni: Zengin Veriler ve Nesnelerin İnternetinin Artan Değeri" başlıklı çalışma, Türk Dijital Evreni'ni analiz etti. Raporun en ilgi çekici noktası bilgi güvenliği konusunda, Türk Dijital Evreninin yüzde 50'si korunmayan, risk altındaki verilerden oluşuyor.

2014 yılında 45 EB (Eksabayt) olarak ölçülen Türk Dijital Evreninin, 2020 yılında 284 EB'ye ulaşacağı öngörülüyor. Türkiye'nin, 2013-2020 yılları arasında 4.4 trilyon gigabayttan 44 trilyon gigabayta çıkması beklenen dünya genelindeki Dijital Evren'deki payının ise, yüzde 0,6 olarak kalması bekleniyor.



Şu an dijital dünyadaki verilerin yüzde 60'ını Almanya, Japonya ve ABD gibi gelişmiş pazarlar üretiyor. Araştırmanın sonuçlarından çıkarılan öngörülere istinaden; 2017 yılına kadar, Türkiye'nin de aralarında bulunduğu gelişmekte olan pazarların; gelişmiş pazarları geride bırakacağı tahmin ediliyor.

EMC Türkiye Genel Müdürü Önder Sönmez, araştırma sonuçlarıyla ilgili değerlendirmesinde şunları söylüyor: "Bu yılki araştırma, Türk Dijital Evreninin ana hatlarını ve Türkiye'ye özgü bulguları ortaya koyuyor. Araştırma sonuçları gösteriyor ki; Türkiye çok fazla potansiyel vaat eden ve dijital evrenin yapılandırılması konusunda hızlı ve emin adımlar atması gereken ülkeler arasında yer alıyor. Dijital evrenin ortaya koyduğu en büyük zorlukların çoğu, organizasyon kaynaklı. İlerleyen dönemde Türk şirketlerinin hayatta kalabilmesi ve büyümelerini sürdürebilmesi için planlı ve stratejik bir yaklaşım benimsenmesi gerekiyor."

Dikkat, geçen çeyreğe oranla ortalama saldırıları arttı

Geçen çeyreğin Threats Report'undan bu yana, McAfee Labs 250 bini aşkın yeni ortalama saldırısı URL'si topladı; bununla birlikte geçen yıla ait toplam rakam yaklaşık bir milyon yeni internet sitesi oldu. Toplam hacimde görülen artışın yanı sıra, hala kullanılan orta saldırılarının gelişmişliğinde de kayda değer bir artış gerçekleşti.

Sonuçlar, hem toplu hem de kişiye özel ortalama saldırısı mesajlarının tüm dünyadaki bilişim suçlarınınca başvurulan saldırı stratejilerinde halen yaygın olarak kullanıldığını gösterdi. Öte yandan, Amerika Birleşik Devletleri en çok ortalama saldırısı URL'sine ev sahipliği yapan ülke olmaya devam ediyor.

Oltalama saldırılarının başarısı devam ediyor!

McAfee Labs "McAfee Labs Threats Report: August 2014"ü yayınladı. Rapor, oltalama saldırılarının (Phishing) işletme ağlarına sızmak için kullanılan etkili bir taktik olmaya devam ettiğini ortaya çıkardı. İş dünyasındaki kullanıcıların çevrimiçi sahtekârlıkları tespit etme becerilerini sınanan McAfee Phishing Quiz, katılımcıların yüzde 80'inin yedi Olta saldırısı e-postasından en az bir tanesini tespit etmeyi başaramadığını gün yüzüne çıkardı. Ayrıca testten alınan sonuçlar, en kritik şirket verilerinden bazılarını ellerinde bulunduran finans ve İK birimlerinin sahtekârlıkları tespit etme konusunda, yüzde 4 ila yüzde 9 oranında farklarla geride kalarak, en kötü performansı sergilediklerini gösterdi.





20 bin kilometre demiryolunda Huawei imzası

Huawei'nin demiryolu alanındaki başarısı, aynı zamanda şirket içindeki ulaşım odaklı Ar-Ge çabalarına verilen önemi de gösteriyor. Şirketin bu alandaki çalışmalarını Huawei Türkiye Kurumsal Çözümler Satış Direktörü Serdar Yokuş özetledi.

Bu teknolojinin arkasındaki inovasyon, iç ve dış denetimlerden, üçüncü parti sağlayıcılarla gerçekleştirilen uyumluluk testlerinden, projelerin hayata geçirilmesi sırasında kazanılan deneyimden ve EIRENE standartlarına uyumun kontrolü adına Lloyds ve TUV gibi bağımsız kuruluşların denetimlerinden güç alıyor.

Huawei uzun süredir çok sağlayıcı GSM-R ekipmanlarının geliştirilmesine destek veriyor ve önde gelen GSM-R ekipmanı üreticileri arasında uyumun yaygınlaşması için 2005 yılından beri çaba gösteriyor. Örneğin Huawei, daha önce 142 kilometre uzunluğa ve saatte 350 kilometre hıza sahip Gu-



angzhou-Shenzhen-Hong Kong demiryolu hattı üzerinde yedekli olarak kurguladığı GSM-R kablo-suz demiryolu iletişimi çözümüyle en karmaşık senaryolara bile uyum

sağlayacak sertifikasyonlar sahip yüksek bir tasarım standardına imza attı.

Türkiye'deki 466 kilometrelik Es-kişehir-Kütahya-Balıkesir projesi, Alstom'un sunduğu ETCS L2 tren kontrol sistemine sahip olacak ve Türkiye'nin bundan sonraki çağdaş demiryolu hattı projeleri için önemli bir temel oluşturacak.

GSM-R çözümleri konusunda kendini kanıtlamış sağlayıcılardan olan Huawei, 2012'de global GSM-R iletişim pazarında yüzde 61'lik pazar payına sahip ve dünya genelinde 20 bin kilometre uzunluğundaki demiryolu hattı üzerinde hizmet veriyor.

Sayılarla Huawei GSM-R

- Huawei Global olarak 2006 yılından beri tüm dünyada GSM-R sistemini kuruyor.
- Bugüne kadar toplam 20.000 Km'lik bir iş hacmine ulaştı.
- Başarılı projelerden örnekler;
- 1) 2006, ilk GSM- Soft switch Şebeke, endüstride ilk Softswitch uygulaması
- 2) 2007, Shanghai Maglev Treni ile 430km/h hızda ortalama 20 Mbps DL veri hızı
- 3) 2009, Australia, CityRail Network
- 4) 2010, Çin, Endüstride ilk operasyonel R4 ağı
- 5) 2011, Rusya, Sochi, 157 Km
- 6) 2012, Türkiye, Güney Afrika, Birleşik Arap Emirlikleri, Türkmenistan.

Ankara – Eskişehir TCDD demiryolu hattı

Tüneller ve viyadükler kapsayan 270 Km'lik video görüntüleme ve sinyalizasyon sistemi 390 IP kamera ile Huawei tarafından sağlanmaktadır.

Eskişehir – Kütahya – Balıkesir TCDD demiryolu hattı

Huawei Enterprise'in son büyük projesi ise Eskişehir – Kütahya – Balıkesir arasındaki demiryolu hattında GSM-R ve telekomünikasyon altyapı sistemlerinin sağlanması oldu. Birden fazla ürün ve hizmet sağlayıcının yer aldığı kablosuz ses ve veri iletişimi altyapısı olan GSM-R'a uyumun sağlanması, EKB hattı üzerinde kurulacak sistemin Avrupa Demiryolu Trafik Yönetim Sistemine (European Rail Traffic Management System-ERTMS) uyumunun sağlanması açısından önemli bir dönüm noktasına karşılık geliyor.

İdeal çözümler uyum içinde bir arada

GSM-R, demiryolu hatları üzerinde tren, yer personeli ve diğer personelin operasyona dayalı ses ve veri iletişimini güvenle sağlamak üzere kurgulanan, dünya çapında kabul görmüş bir kablosuz iletişim sistemine karşılık geliyor.

GSM-R'ın teknik özelliklerinin ve ekipman gereksinimlerinin net ve sıkı bir şekilde belirlenmiş olması, tıpkı Eskişehir-Kütahya-Balıkesir (EKB) gibi hızlı tren hattında olduğu gibi birden fazla servis sağlayıcının

yer aldığı sistemlerin kurgulanmasını mümkün hale getiriyor. EKB demiryolu hattı, projenin farklı ihtiyaçlarını en iyi şekilde karşılamak üzere birçok farklı sağlayıcıdan temin edilen çok sayıda ağ ekipmanı barındırıyor. Demiryolu hatları, standartları Avrupa ve Dünya Demiryolları Birliği tarafından belirlenen ve demiryolu ulaşımının ortaya koyduğu gereksinimler için özel olarak tasarlanmış GSM-R isimli özel bir iletişim ağına ihtiyaç duyuyor. Hızlı tren hatları üzerinde yer alan ulaşım ağının yüksek hızı nedeniyle normal GSM anahtarlama sisteminin ve fonksiyonlarının yetersiz kalması, demiryollarına özgü standartları olan yeni bir sistem kurgulama ihtiyacı doğurdu.

Huawei Türkiye'de GSM-R adına neler yapıyor?

Huawei, Türkiye'deki GSM-R çalışmalarına Türkiye'deki demiryolu yatırımlarının artmasıyla birlikte 2011 yılında başladı. Bu konuda yerel bir ekip kurulmuş durumda. Önemli bir bölümü Türk mühendislerden ve çalışanlardan oluşan bu ekip, Türkiye'nin ihtiyaçlarına özgü çözümlerin kurgulanmasına ve pozisyonlanmasına yönelik hizmetler sunuyor.

Huawei, bu yıl 3. kez katıldığı Eurasia Rail fuarında ilk kez sahada gerçekleştirdiği projeleri de tanıttı. Böylece GSM-R için kurgulanan teknolojilerin yanı sıra, proje yönetimine ve süreç takibine dair yeteneklerini de sergileme fırsatı yakaladı.

Huawei, Eurasia Rail fuarında sinyalizasyon ve operasyona özel GSM-R altyapısının yanı sıra tren içi hizmetlere ve yolculara yönelik kablosuz genişbant iletişimine dair LTE çözümünü de sergiledi.



99 dolara Süper Bilgisayar

Onbinlerce dolara satın alınan sunucuların devri sona eriyor. 90 GFLOPS gücüne sahip ve sadece 5 Watt enerji tüketen Parallella yeni dönemin ilk temsilcisi.

2012 yılının Ekim ayında Kickstarter üzerinde kaynak arayan ilginç bir proje ile karşılaşmıştık. Temel olarak mikroişlemci tasarlayan bir firma olan Adapteva, 100 doların altında fiyat ile üretecekleri Süper Bilgisayar için destekçiler arıyordu. 750 bin dolar bütçe arayışı kısa bir süre içinde tamamlanarak toplam 900 bin dolara yakın para toplanmıştı.

Aradan geçen 18 aya yakın süre sonunda Adapteva dünyanın ilk 100 dolar altında fiyata sahip Süper Bilgisayarlarını geçtiğimiz aydan itibaren satmaya başladı.

İçerisinde Zynq-7010 Dual-core ARM A9 CPU bulunan sistem Adapteva'nın 16 ila 64 çekirdekten oluşan Epiphany hızlandırıcısını barındırıyor. 1 GB bellek ve 10/100/1000 Mbit ethernet portuna sahip sistem yaklaşık 9x5 cm büyüklükte. Yani kabaca tek elinizin içine sığıyor. Bu ufak sistemin gücü ise hayret verici ölçüde; 64 çekirdekli sistem 90 GFLOPS gücüne sahip ki bu teorik olarak 45 GHz hızında çalışan tek



bir işlemcinin gücüne denk. Üstelik bu sistemlerden dilediğiniz kadarını paralel olarak bağlayarak gücüne güç katabiliyorsunuz. Sistemin sadece 5 Watt enerji tükettiğinin altını da çizmek lazım.

Dünya değişiyor. 35 dolara satılan Raspberry Pi multimedya ve modüler bilgisayar anlayışına yeni bir bakış açısı getirmişti. Şimdi aynı şey süper bilgisayarlar için gerçekleşiyor. Kurumların ve işletmelerin on binlerce dolar harcayarak satın aldığı pahalı sunucuların devri bitiyor.

Bu tarz yenilikler Türkiye'deki girişimciler ve girişimci işletmeler için çok önemli. zira bu sistemler ile sunulabilecek bütünsel çözümler, örneğin meteorolojik analiz sistemleri ve fiziksel hesaplamalar gerektiren uygulamalar, yenilikçi projeler olarak büyük katma değerler ortaya çıkması için fayda sağlayabilir.



Ahmet Usta

Genel Yayın Yönetmeni

✉ ahmet.usta@techinside.com

🐦 @ahmetusta

Teknolojinin kaynağı nedir?

Teknolojiyi bilgimiz ile üretiyoruz. Bilgiyi kavramlar ile ifade ediyoruz. Kavramlar düşüncelerden doğuyor. Düşüncelerin temelinde kelimeler yer alıyor. Peki, kelimelerin kaynağı nedir?

Teknoloji literatürüne baktığımızda yenilikçi tüm kelimelerin onu üreten kültürlerde doğduğunu görüyoruz. Eğer kelimeler teknolojiye doğuyorsa, kelimelerden başlayıp teknolojiye kadar giden tüm bu ilişkiler silsilesi içinde kelimeler hem yaratan hem de yaratılan bir unsur olabilir mi?

Hayır, amacım okuyucunun kafasını karıştırmak değil. Ama sorularıma devam etmek istiyorum. Lütfen okumaya devam edin.

Bilgi teknolojileri ekosistemi içinde iki uzman konuşurken sokaktaki bir vatandaşın konuşulanları anlama oranı nedir? Bu durum Türkiye'de, Japonya'da veya Kuzey Amerika'da farklı mıdır?

Bu yazıyı on binlerce kişi okumuyor. Bu dergi sade-

ce bilgi ve iletişim teknolojileri ile iç içe çalışan kişilerden oluşan seçilmiş özel bir grup insana gönderildi. Muhtemelen bu sayfaya ulaşana kadar okuduklarınız içinde anlamadığınız kelime hiç yoktu veya yok denecek kadar azdı. Kendimize şu soruyu sormalıyız; sokaktaki bir vatandaşın anlamadığı bu kelimelerin kaçını biz ürettik? Hemen kendi adıma cevaplayalım; ilk sayımızın kapak konusu olan "Rekabirlik" kendi ürettiğimiz bir kelime. Kelime işlemci uygulamasında yazarken, altı kırmızı ile çizildiğinde, sağ tıklayarak sözlüğe ekle derken gurur duyduğumuz bir kavram.

TechInside herhangi bir yayın gibi olsun istemiyoruz. Eksiklerimiz ve süreç boyunca şekillenecek çok fazla yönümüz olacaktır. Ama yapılması gerekeni yapmak için yola çıktık. Düşünmek için sorgulamak, düşüncelerimiz ile kavramlar oluşturmak, kavramlar ile bilgiyi tanımlamak ve bu bilgi teknolojiyi ifade ederken yeni düşünceler için yeni kelimelere yelken açmak.

Bu yolculuğumuzda bizimle birlikte olmak isteyen herkese güvbertimizde yer var.

TECH INSIDE

Başlarken

TechInside'in ilk temelleri CES 2015 etkinliğinde bir araya gelen Hakkı Alkan, Ahmet Usta ve Fatih Sarı tarafından atıldı. Daha sonra aramıza katılan M. Serdar Kuzuloğlu ile dev bir kadro oluşturduk. Haziran 2014'de internet sitesi açılan TechInside'in ilk basılı dergisi 15 Eylül 2014'de okuyucusu ile buluştu. Kısacası Vegas'da olan bu sefer Vegas'da kalmadı.

Kapak Konusu: REKABERLİK

Aynı sektörde büyümeye çalışan işletmelerin sadece rekabet ile bir birinin önüne geçmeye çalıştığı dönem son buldu. Artık ortak çıkarları için birlikte çalışmaları gerekiyor. Rekabetin devam ettiği bir ortamda birlikte çalışmak beraberinde Rekaberlik denilen yeni bir kavramı doğuruyor. TechInside olarak Coopetition kelimesinin Türkçe karşılığını ilk kez bizim kullandığımız Rekaberlik kavramını teknolojinin nasıl şekillendirdiğini ve rekaberlik için teknolojiyi nasıl kullanabileceğimize yakından baktık.

Röportaj: BKM Genel Müdürü Soner Canko

"Bir sektörde rekabet yapmak, pazar payını, kârlılığı arttırmaya çalışmak işin doğası ama işbirliği yapmadan bunları belli bir olgunluk seviyesine getirmek neredeyse imkansız. Sektörün içindeki bir oyuncu tek başına ne yaparsa yapsın oyunun kurallarını koyamaz, değiştiremez ve yönlendiremez." Diyen Canko değerli görüşlerini bizimle paylaştı.

IFA 2014'ün Ardından

CES'den sonra dünyanın en büyük ikinci tüketici elektroniği etkinliği olan IFA'da değişim kendini gösterdi. Büyük markalar fuarda sergiledikleri yenilikçi ürünleri için fuar öncesinde özel tanıtımlar gerçekleştirdi. Bu durum akla; "Büyük etkinlikler popülaritesini kaybediyor mu?" sorusunu getirdi. Bu gelişme küçük ve orta ölçekli firmaların küresel açılım yapması için bir tehdide dönüşebileceğini yazdık.

Haberlerden Derlemeler

-Küresel pazarda ürettiği NAS çözümleri ile tanınan Synology Türkiye pazarındaki yatırımlara odaklanma kararı aldı.

-Pozitim Teknoloji Yönetim Kurulu Üyesi Onur Baran Çağlar dijital cüzdan uygulamalarına yatırım yapan firmaların yoğun rekabette yarışa bir adım önde başlayacağını söyledi.

-TÜİK rakamlarına göre Türkiye'de internet kullanan bireylerin oranı yüzde 53,8'e yükseldi.

-Xerox'un orjinal olmayan sarf malzemelerine karşı açtığı savaştaki stratejisini Xerox Türkiye Genel Müdürü Burak Özer değerlendirdi.

-Huawei'in Türkiye'deki devlet demiryollarında teknolojiyi nasıl kullandığına yakından baktık.

-Adapteva'nın 99 dolarlık süper bilgisayarını sunucu dünyasını nasıl değiştirecek? Bu soruya göz attık.

Köşe Yazıları

- Fatih Sarı: Yayın hayatına yeni başlayan dergimizin doğuş hikayesini anlattı.

-Doruktan Türker: Teknolojiyi ve geleceği merak eden insan doğasına dokundu.

-Ahmet Usta: İlk kapak konumuz olan Rekaberlik için TechInside vizyonunu paylaştı.

#Notelnside

Bu sayfa notlarınız için ayrılmıştır.

•

•

•

•

•

•

•

•



TECH INSIDE

Binlerce **teknoloji haberi** içinde hangileri sizin için önemli?
Bu haberler işletmeniz, kararlarınız ve kariyeriniz için
NE ANLAMA GELİYOR?



Haberi her yerde bulabilirsiniz.
Sizin için ifade ettiği değeri
burada bulacaksınız.



www.techinside.com



@TechInsideCom



www.glasshouse.com.tr

GLASSHOUSE
TEKİLLEŞTİRMEDE TEK

EMC²
BUSINESS
PARTNER

SOLUTION PROVIDER
SIGNATURE