

TECH INSIDE

Haberde **Analiz** SAYI 7 • MART 2015

TechInside'in bu sayısını
Mobil Dünya Kongresi özel
ekiliyle birlikte 42 dakikada
okuyabilirsiniz.



ÖZELEK



MOBILE™
WORLD CONGRESS

**Sinema ve
teknoloji:
Ayrılmaz ikili**

**BULUT BİLİŞİM
YAŞAMIN İÇİNDEN
GEÇİYOR**

Melih Çelik'in
kaleminden
**Standartların
götürdüğü
yere git...**

Fatih Sarı'nın
kaleminden
**Bir MWC daha
geride kaldı**

ISSN: 2148-8061



9 772148 806004

www.techinside.com

İş'te Teknoloji Hamlesi:

Türkiye'deki Makinelerin 3'te 2'si **İleri Turkcell Teknolojisi** ile Konuşuyor



Jeneratörden sayaca, depodan tıra, Türkiye'deki makinelerin yaklaşık 3'te 2'si İleri Turkcell Teknolojisi ile konuşuyor. Siz de makinelerinizi M2M ile konuşturun, şirketinizi geleceğe taşıyın!



turkcell.com.tr/kurumsal
Müşteri Hizmetleri: 0 532 532 00 00



TURKCELL

Birlikte, her gün daha iyiye...

BTK tarafından www.btk.gov.tr'de açıklanan 2014-2. çeyrek verilerine göre Türkiye'de bulunan toplam 2.3 milyon M2M adedi üzerinden, Turkcell M2M oranı yaklaşık 2/3 olarak hesaplanmıştır. Kullanılan görseller temsildir.



Bulut Bilişim



10-17



6

E-ticaretin şekli değişiyor

E-ticaret yapmak isteyen şirketlere ödeme sistemleri altyapısı hizmeti veren Iyzico'nun CEO'su Barbaros Özbugutu ile yeni e-ticaret yasasını ve sektörü konuştuk.



8

"Siber çağda güvenlik çok önemli"

Meksika'da röportaj yaptığımız Eugene Kaspersky, yaşadığımız çağın siber çağ olduğunu söyleyerek güvenliğin önemine dikkat çekti.



27

Turkcell'den Kocaeli'de "İş'te Teknoloji Hamlesi"

Turkcell İş'te Teknoloji Hamlesi'nin İzmit ayağı Kocaeli Ticaret Odası'nda gerçekleştirildi.



22

Metric büyümesini sürdürüyor

Faaliyetlerini 2007 yılından bu yana sürdüren Metric, yeni projeler ve Metric Akademi gibi oluşumlarla büyümesini devam ettiriyor.

SDN Bilişim İnternet Yayıncılık San. Tic. Ltd. Şti Adına Sahibi
Hakkı Alkan
hakkı.alkan@techinside.com

Yayın Koordinatörü
Fatih Sarı
fatih.sari@techinside.com

Genel Yayın Yönetmeni
Melih Çelik (Sorumlu)
melih.celik@techinside.com

Katkıda Bulunanlar
Atakan Uğur Karagöz
Burçin Aygün
Gökhan Alkan

Grafik Tasarım ve Uygulama
Dursun Çavuş
dursuncavus@gmail.com

Reklam Satış ve Rezervasyon
Buket Aksu
buket.aksu@techinside.com
Şenay Şen
senay.sen@techinside.com

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 ve süreli yayın



#FatihSarı/TechInside Yayın Koordinatörü

@fatih_sari

fatih.sari@techinside.com

Bir MWC daha geride kaldı

Dünyanın en büyük mobil teknolojiler fuarı Mobile World Congress-Mobil Dünya Kongresi (MWC) 2-5 Mart tarihleri arasında İspanya'nın Barselona kentinde gerçekleştirildi.

MWC öncesi www.techinside.com üzerinden bir anket gerçekleştirmiş ve etkinlikte sizce hangi başlıkların öne çıkacağını sormuştuk. Anket sonuçlarımız şöyle: Yeni cep telefonu modelleri (%49), 4G/LTE (%28), Mobil ödeme çözümleri/m-Ticaret (%12), Mobil güvenlik önlemleri (%7) ve Kurumsal mobil uygulamalar (%4).

Siz konunun uzmanlarından gelen oylar aslında etkinliğin önceden bakılmış bir falı gibi olsa da birebir tutması açısından da önem taşıyor. Gerçekten de kongre olarak başlayan ve akıllı telefon furusuyla birlikte mobil teknolojiler fuarına dönüşen MWC'de ilk olarak HTC, Samsung, Sony, ZTE, Microsoft ve LG gibi markaların tanıttığı yeni telefonlar ilgi odağı oldu.

Fuarın üçüncü gününde ülkemizde 4G şartnamesinin açıklanması da MWC'nin 4G/LTE konusunda bir panayı yerine dönmesiyle eşzamanlı oldu diyebiliriz. Tabii 4G işini çözen ülkeler ve buna bağlı olarak şirketler 5G tarafıyla ilgili standartları konuşmaya başlasalar da 4G, MWC'nin yıldızıydı demek gayet mümkün.

Anketimizdeki mobil ödeme çözümleri, mobil ticaret ve mobil güvenlik gibi diğer konularda da oldukça yoğun teknolojiler gösterildi. Biz de TechInside olarak ShiftDelete.Net tarafındaki dostlarımızla birlikte dört kişilik bir ekiple olay yerindeydik. Dergimizin yedinci sayısında sizlere 16 sayfalık özel bir MWC sayısı hazırladık. Umarız beğeniyle okursunuz ve eğer MWC'yi takip edemediyseniz bir nebze de olsa bilgilenebilirsiniz.

Evet, TechInside sizlerin de desteğiyle yedinci sayısına geldi ve yeni doğan bebeğimiz hızla büyüyerek genç bir yayın olma yolunda ilerliyor. Hepimiz için mutlu bir ay olmasını diliyorum.





#VideoInside

Glendor Üniversitesi'ndeki devasa güneş paneli.



Glendor Üniversitesi Güneş Enerjisi Araştırmaları Direktörü Profesör Stuart Irvine, akıllı cihazlarda ve uydularda kullanılan güneş enerjisi teknolojileri hakkında bilgi verdi.

Büyük Britanya teknolojiyle büyüyor

Teknoloji anlamında en önemli ülkelerin başında gelen Büyük Britanya, bilişimi kullanarak kalkınma vizyonunu Galler Photonics Basın Turu'nda bir kez daha gözler önüne serdi.

#FatihSarı/Galler

Birleşik Krallık Ticaret ve Yatırım Ajansı'nın (UKTI) davetlisi olarak gittiğimiz ve 10-12 Şubat tarihleri arasında gerçekleştirilen Galler Photonics Basın Turu'nda adada yapılan bilişim yatırımlarını gözlemleme şansı bulduk. UKTI tanıtım faaliyeti gerçekleştirecek bütçesi ve bilgi birikimi olmayan şirketleri tüm Avrupa'da iş yapabilecekleri yatırımcılarla buluşturmak amacıyla bu gibi etkinlikleri düzenliyor. Bundan birkaç yıl önce İrlanda ve Güney Londra tarafındaki sinema ve teknolojileri üzerine yapılan yatırımları anlatan ajans bu defa da Galler'in Llandudno kentinde uzay ve gözlem bilimi teknolojileri üzerine gerçekleştirilen yatırımları Avrupa'nın çeşitli bölgelerinden gelen gazetecilere tanıttı.

Optik teknolojiler adına her şey

Etkinliğin adından da anlaşılacağı üzere optik teknolojilerinin anlatıldığı etkinlikte bilimsel alandan, güneş enerji sistemlerine ve hatta savunma sanayisine kadar birçok alanda yeniliği gözlemleme şansı bulduk. Söylemeden geçmeyelim 2015 Uluslararası Işık Yılı olarak tanımlanmış durumda ve bu etkinlikte de ışığın tüm kullanım alanlarını görmüş olduk. Akıllı



telefonlarda ve tabletlerde kullanılan ışıkla ilgili tüm bileşenler Llandudno'daki küçük şirketler tarafından üretiliyor.

Optik'te lider: Glendor Üniversitesi

Galler'de optik konusunda çok önemli yatırımlar yapan bir üniversite var: Glendor Üniversitesi. Bu Avrupa standartlarına göre küçük sayılabilecek üniversitede 10'a yakın bilim insanı optik ve mercek alanında az bir yatırımla dünyadaki gözlemlemlerinden bilim merkezlerine kadar birçok yer için teknoloji üretiyor.

Özetle Avrupa'nın en gelişmiş ülkelerinden bir tanesi olan Büyük Britanya daha da çok kalkınabilmek ve vatandaşlarına daha yüksek refah seviyesi sunabilmek adına bilimi ve bilişimi kullanmaya devam ediyor.

Bize bu turda kimler eşlik etti?

Galler'deki turumuzda bize Galler hükümetinden üniversite yöneticilerine kadar birçok üst düzey bürokrat ve bilim insanı eşlik etti. Bunlar ise sırasıyla şöyle: Knowledge Transfer Network, KTN Müdürü Louise Jones, Galler Hükümeti, Geliştirilmiş Materyaller ve Üretim, Strateji Müdürü John Vaughan, Galler Hükümeti'nden Lynette Newington ve Sally Harcourt, Glendor Üniversitesi'nden Mick Card, Glendor Üniversitesi Halkla İlişkiler Müdürü Martin Williams, Glendor Üniversitesi Operasyon Müdürü Caroline Gray, Glendor Üniversitesi'nden Mike Parry-Jones ve Prof. Andy Evans.

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 içiniz rahat çalışırsınız.


xerox.com.tr

Ready For Real Business



© 2014 XEROX CORPORATION. Bütün hakları saklıdır. Xerox®, Küre Sembolü®, ConnectKey® ve Ready For Real Business® XEROX CORPORATION'ın ABD ve/veya diğer ülkelerdeki tescilli markalarıdır. Yukarıda geçen tüm diğer logolar, tescilli markalar ve servis markaları kendi sahiplerinin mülkiyetindedir.



#VideoInside

Türkiye'de e-ticaretin şekli değişiyor

E-ticaret yapmak isteyen şirketlere ödeme sistemleri altyapısı hizmeti veren İyzico'nun CEO'su Barbaros Özbugutu ile yeni e-ticaret yasasını ve sektördeki dönüşümü konuştuk.

Türkiye'de e-ticaret sektörü Haziran 2015'te yeni bir döneme girecek. Bu tarihte yürürlüğe girecek olan 6563 sayılı Elektronik Ticaret Kanunu ile özellikle pazaryeri sınıfındaki e-ticaret platformları için önemli değişiklikler geliyor. İyzico CEO'su Barbaros Özbugutu, bu değişikliği, "Yasaya göre üçüncü şirketler ve şahıslar için tahsilat yapanlar bu yasaya tabii tutuluyor ve ödeme kuruluş lisansı almak zorundalar." sözleriyle özetliyor.

Bu noktada İyzico vb. şirketlerin önem kazandığına dikkat çeken Özbugutu, büyüme hedeflerini, yasanın da etkisiyle agresif tuttuklarını belirtiyor. Yaklaşık iki yıl içinde 10 bin kayıtlı müşteri sayısına ulaştıklarını söyleyen Özbugutu, 2015'te bu sayıyı 10 katına çıkarmayı hedeflediklerini, işlem sayısı ve işlem hacminde de benzer bir artış beklediklerini dile getiriyor.

Üç kişiyle başladıkları yolculukta kısa sürede 30 kişiye ulaşan İyzico'nun, hedefleri doğrultusunda çalışan sayısında da artış olması sürpriz olmayacak. Bir önceki

yıla oranla yüzde 400 büyümeyi başaran şirket, Türkiye'de 12'si banka, 10'u da alternatif ödeme metodu olarak 22 ödeme sistemi ile entegre bir yapıya sahip. İyzico, tek tıkla ödeme, uygulama içi ödeme, fraud (sahtecilik) kontrolü, pazaryeri çözümü gibi çok sayıda hizmeti sunarak, her ölçekten e-ticaret şirketine ödeme sistemlerinde ihtiyaç duyacağı her aşamada çözüm sunuyor.

Startup'lara öneriler

E-ticarete adım atan şirketlerin bir noktadan sonra ödeme altyapısını düşünmemeleri gerektiğini söyleyen Barbaros Özbugutu, bu hizmeti profesyonel bir şirketten almanın onların avantajına olacağını belirtiyor. Bu sayede pazarlama teknikleri, iş modeli, büyüme hedeflerinin yönetimi gibi konulara daha rahat odaklanabileceklerini söyleyen Özbugutu, yeni yasanın ve BDDK'nın buradaki duruşunun hem sektör ekosistemi hem de Türkiye ekonomisi için olumlu olduğuna dikkat çekiyor.



Bankacılık mobil kanallarla büyüyecek

Bankacılık sektörüne sunduğu yenilikçi mobil çözümlerle adından söz ettiren Monitise'in MEA Bölgesi Yazılım Geliştirme Müdürü Murat Ergün'le sektörü ve Y kuşağının beklentilerini konuştuk.

Finans dünyası, özellikle bankalar genç müşterilerine ulaşmada alternatif kanalları yoğun bir şekilde kullanma gayretinde. Burada ise Y kuşağının da etkisiyle mobil dünyaya doğru hızlı bir geçiş söz konusu. Hizmet aldığı kurumlara farklı kanallardan ulaşmayı tercih eden Y kuşağı, bankacılık sektörünün de bu anlamda dönüşüyor.

Pazarlama dünyasının öncelikli trendlerinden biri haline gelen omnichannel, tüketiciyi dijital ve fiziki kanalların hepsinde yakalamayı temsil ediyor ve Y kuşağının talepleriyle birebir örtüşüyor. Örneğin Deloitte'un bir araştırması omnichannel kullanıcıların, online müşterilere göre işlem başına yüzde 93; sadece fiziksel mağazalardan hizmet alan müşterilere göre yüzde 208 daha çok harcama yaptığını



göstüyor.

Bankalar ise özellikle bu alanda uzman şirketlerden destek alıyor. Geçtiğimiz yıl, bu alanda dünyanın önde gelen şirketlerinden Monitise grubuna katılan ve faaliyetlerine Monitise MEA olarak devam eden Pozitron da bu şirketlerden biri.

Monitise MEA Yazılım Geliştirme Müdürü

Murat Ergün, bankaların tüm kanallarda hizmet vermelerini sağlamayı birinci hedefleri olarak tanımlıyor. Mobil kanallarda akıllı telefonlar, tabletler ve giyilebilir teknolojiler tarafında çözümleri bulunduğu belirten Ergün, ana odaklarının bankaların tüm kanallarda aynı deneyimi, aynı görsel sunumu verebilmeleri olarak ifade ediyor.

Pozitron döneminden beri güvenliğe çok önem verdiklerini belirten Murat Ergün, sundukları SOFT OTP çözümü ile bankaların kullanıcılarına tek kullanımlık şifre üreterek giriş yapabilme olanağı sunduklarına dikkat çekiyor. Bu sayede hem web hem de mobil kanalların aynı güvenlik özelliklerine sahip olduğunu söyleyen Ergün, yakın gelecekte ise giyilebilir teknoloji ürünleriyle birlikte bankaların bu alanda da hizmet vermeye başlayacaklarını ifade ediyor.



#VideoInside

eMarka İletişim, Şirket Giderlerini Paraşüt ile Kontrol Altına Aldı!

Şirket giderlerimizi yönetmek ciddi anlamda zaman ve iş gücü kaybına neden oluyordu. Bu durum, finansal yönetimimizi ve doğru iş kararları almamızı da zorlaştırmaya başlamıştı. Ayrıca personelimizin yaptığı harcamaları aylık olarak kontrol etme ve onaylama ihtiyacımız Paraşüt'e geçişimizi hızlandırdı.



Tüm finansal işlemlerimizi daha hızlı bir şekilde yapabilmemiz ve temel raporlarımıza kolaylıkla erişebiliyor olmamız en önemli tercih sebeplerimizden oldu.

Paraşüt'le birlikte, farklı yazılım çözümleri kullanırken harcadığımız vakti kazanmış olmak bizim için oldukça değerli. Paraşüt'ün web tabanlı bir hizmet olması, ekstra sonucu, yazılım ve yedekleme maliyetlerinin olmaması, hem maliyet hem de kolay erişime imkanı olarak ciddi avantajlar sunuyor.

Şirketimizin finansal yapısını, gider ve tahsilatlarımızı Paraşüt sayesinde kontrol altına aldık. Verimli bir çalışma imkanı bulmuş olmaktan dolayı da çok mutluyuz.

★ **Paraşüt'ün şirketimize kazandırdığı en önemli avantajlar:**

✓ **Şirketimizin finansal yapısını ve potansiyelini daha net bir şekilde görebiliyoruz.**

✓ **Giderlerimizi ve tahsilatlarımızı kontrol altına aldık.**

✓ **Ön muhasebe ile ilgili kayıt, faturalama vb. işlemleri kolaylıkla ve hızlı bir biçimde yapabiliyoruz.**

✓ **Raporlama bölümleriyle finansal kontrolümüzü sağlayabiliyoruz.**

✓ **Vakit kaybı yaşamadan daha verimli çalışıyoruz.**



İsmail İzgi, CMO - eMarka İletişim

eMarka İletişim olarak tecrübeli ve yetenekli ekibimizle web tabanlı yazılımlar ve mobil uygulamalar yapıyoruz.

Derin teknoloji know-how'ımız ile standart ürünlerin ötesinde özelleştirilmiş çözümler sunuyor ve bilgi birikimimizle web teknolojileri konusunda danışmanlık hizmeti veriyoruz.

Paraşüt ekibinin sunduğu çözümlerin yaygın bir şekilde kullanılmasını ve bizim gibi bir çok firmaya faydalı olmasını diliyoruz.



Sean X. Yu, CEO - Paraşüt

Paraşüt olarak çıkış noktamız, küçük ve orta ölçekli işletmelerin ihtiyaç duydukları finansal hizmetleri, teknolojinin imkanlarını kullanarak kullanıcı dostu bir arayüzle, bütçelerine uygun fiyatlarla erişilebilir hale getirmektir. Bu vizyonla 2013 yılında şirketi kurduk.

İşletmelerin fatura oluşturmadan ödeme takibine; online tahsilattan raporlamaya kadar olan tüm finansal operasyonlarını kolayca yönetebilecekleri kullanışlı ve güzel bir uygulama geliştirdik ve sürekli geliştirmeye devam ediyoruz.

Uygulamamız sayesinde işletmeler finansal operasyonlarını tek elden yöneterek kontrol altına alabilmekteler. eMarka gibi kendi alanında uzman bir işletmeye de destek olabilmekten ve yakalanan başarıdan mutluluk duyuyoruz.

PARAŞÜT

www.parasut.com
0212 292 04 94

facebook.com/parasutcom
twitter.com/parasutcom



#VideoInside

"Siber çağda güvenlik çok önemli"

Meksika'da röportaj yaptığımız Eugene Kaspersky, yaşadığımız çağın siber çağ olduğunu söyleyerek güvenliğin önemine dikkat çekti.

#FatihSarı

Kaspersky Lab, Meksika'nın Cancun kentinde Security Analyst Summit 2015 isimli bir etkinlik gerçekleştirdi. Yeni tehditlerin ve bunlara karşı geliştirilen ürünlerin tanıttığı etkinlikte şirketin kurucusu ve CEO'su Eugene Kaspersky sorularımızı yanıtladı. Security Analyst Summit'in yıllık olarak düzenledikleri bir konferans olduğunu kaydeden Eugene Kaspersky, "Buraya özel davetle basını ve güvenlik uzmanlarından oluşan dünya genelindeki iş ortaklarımızı davet ediyoruz. Aslında bu sadece bir güvenlik konferansı da değil. Hem siber polis güçleri, hem ulusal güvenlik birimleri hem de büyük kurumların finansal birikimleriyle bireysel bilgisayar ve mobil cihazlarının güvenliğinden sorumlu tüm siber güvenlik birimleri burada misafirimiz oluyor. Bu yıl Cancun'dayız ama Karayipler bölgesinde olmaya dikkat ediyoruz. Önceki yıl Dominik Cumhuriyeti'nde yaptık etkinliğimiz ama gelecek yıl nerede yapacağımız konusunda henüz bir fikrim yok" dedi.

Kim korkar Equation Grup'tan?

Etkinlikte öne çıkan başlıklardan biri de Equation Grup oldu. Equatin Group'u tam olarak çok karmaşık bir malware ailesi olarak tanımlayan Eugene Kaspersky, "Daha önce benzeri görülmemiş derecede siber saldırılar gerçekleştirdiler. Grup, değişik tipteki oldukça karmaşık ve yeni nesil malware'lerden oluşuyor. Bu saldırıların arkasında çok üst düzey mühendisler ve hackerlar olduğunu söyleyebilirim. Korkarım ki bunlar bir ülke tarafından desteklenen ve kurban bilgisayarlarından bilgi toplamak üzerine kurulu bir grup" şeklinde görüş belirtti.

Önümüzdeki on yılda siber güvenlik alanında önemli ko-

nuların bizi beklediğine değinen Eugene Kaspersky, bu konu hakkında ise şunları söyledi:

"Bizim işimiz sadece müşterilerimizi korumak onların bilgilerini güvende tutmak değil, bir sonraki tehdidin ne olacağını da tahmin etmek ve gelecek siber saldırılar karşı hazırlıklı olmak. Tıpkı daha önce siber saldırıların mobile kayacağını tahmin etmek ve özellikle Android üzerinde yoğun şekilde çalışmak gibi. Önümüzdeki dönemde henüz kayda değer bir atak olmasa da akıllı televizyonlara karşı sorunlar oluşacağını tahmin ediyoruz. Ayrıca hızla gelişen nesnelerin interneti konusunda da ki ben bunu tehditlerin interneti olarak yorumluyorum. Yine korkulan başlıklardan bir tanesi de kritik altyapılara karşı yapılacak siber sabotaj ve saldırılar yani kısaca siber terörizm. Gelecek, aslında çok belli etmeden yavaş yavaş geliyor ve belli belirsiz saldırılar da var. Bu saldırılar ulusal ve küresel ekonomik dengeleri de etkilemeye başlayacak. Tam olarak ne zaman başlar bilmiyorum ama bu tehditlere karşı çalışmalarımıza da başladık."

Kaspersky Lab CEO'su
Eugene Kaspersky



İlk Arap siber casusluk grubu Çöl Şahinleri

Etkinlik sırasında sohbet etme şansı bulduğumuz Kaspersky Lab Küresel Araştırma ve Analiz Takımı Latin Amerika Yöneticisi Dmitry Bestuzhev, İlk Arap Siber Casusluk Grubu Çöl Şahinleri'nin



Dmitry Bestuzhev

hedefleri arasında Türkiye'nin de olduğuna dikkat çekti. Bestuzhev konu hakkında şunları söyledi:

"Çöl Şahinleri'nin ana faaliyet odağı Mısır, Filistin, İsrail ve Ürdün gibi ülkeler olduğu düşünülse de Katar, Suudi Arabistan, BAE, Cezayir, Lübnan, Norveç, Türkiye, İsveç, Fransa, Amerika, Rusya ve başka ülkelerde de çok sayıda kurbanları olduğu görülüyor. Zararlı içeriğe sahip yükleri teslim etmek için Şahinler tarafından kullanılan başlıca yöntem, e-postalar, sosyal ağ iletileri ve sohbet mesajları aracılığıyla kul-

landıkları kimlik avcılığı. Kimlik avcılığı mesajları, meşru belgeler veya uygulamalar gibi davranan kötü amaçlı dosyaları (ya da bu dosyalara giden bir bağlantı) içeriyor. Çöl Şahinleri, kurbanlarını bu zararlı dosyaları çalıştırmaya ikna etmek için çeşitli teknikler kullanmakta. En özel tekniklerden biri, sağdan sola uzantıyı geçersiz kılma diye bilinen bir hile."



#HakkıAlkan

@hakkı_alkan | hakkı.alkan@techinside.com

Sonraki milyar kişi!

Dünyanın en kalabalık nüfusunu istemek için, sıkıcı bir konuşma yapmaktan daha fazlasını ortaya koymak gerekiyor. Facebook CEO'sunun elini taşın altına koyma zamanı geldi, geçiyor bile.

Geçtiğimiz günlerde TechInside ekibi olarak, geleceğin sergilendiği en büyük fuar olan Mobil Dünya Kongresi'ni yerinde izleme imkanı bulduk. Videolar, analizler ve özel röportajlarla fuarı parmaklarınızın ucuna getirmeye çalıştık.

Tüm dünyanın gözünü diktiği etkinliğin açılış konuşmalarından birini, Facebook CEO'su Mark Zuckerberg yaptı.

Dinleyiciler arasında, "Kariyerinin en sıkıcı konuşmasını yaptı" diyerek, beklentisinin karşılanmadığını ifade eden Webrazzi yazarı Ali Altuğ Koca'nın hislerini, hem salondakiler hem de konuşmayı canlı izleyen kişilerin paylaştığı ortada.

Rekabetin çetin geçtiği iş dünyası, bazen kendisini duygusalığa teslim edecek kadar cömert olamayabiliyor. O nedenle konuşmanın sıkıcı olmasını bir kenara bırakıp, internet devinin operatörlerden beklediği destekle beraber "Sonraki Milyar Kişi!" haline yakından bakalım.

Dünyanın en kalabalık nüfusuna sahip ülkesi olarak kabul edilen Facebook, 2012'de 1 milyar barajını geçmişti. Sonraki milyar kişiyi nüfusuna katmak için web servisleri konusunda üzerine düşeni yaptığını belirten Facebook, pası iletişim ve altyapı şirketlerine atıyor ve "top sizde" diyor.

Şubat 2015'te açıklanan verilere göre aktif reklam veren sayısının 2 milyonu geçtiğini duyuran sosyal ağ, internetin geleceği için kartlarını tam olarak açık oynamamakla beraber, elini taşın altına koymaktan da çekiniyor.

Dünyada henüz internetle buluşmamış milyarlarca kişi için uygun fiyatlı cihaz ve erişimi kolay hızlı internet için sivil toplum örgütlerinin desteklediği projelerin adını söylemekle yetinen Facebook'un kurucusu, bu hayali gerçekleştir-

mek için elini cebine götürmekten de kaçınıyor.

Uzaklara gitmeden kendi ülkemizden örnekler verelim. Türkiye'deki internet reklam pastasının aslan payını kasasına götüren şirket, bir şekilde e-posta adresi @fb.com olan onlarca insanı ülke içinde çalıştırarak, firmaların reklam bütçelerini İrlanda üzerinden vergisiz olarak kasasına aktarmakla meşgul.

Facebook'un, Türkiye'de internet kullanımının yaygınlaştırılması ve olan şartların iyileştirilmesi için kılını kırıpratmaması, "Sonraki Milyar Kişi" isteğini belirten Zuckerberg'in, gelişmekte olan ülkelerin bilgi toplumuna dönüşmesi hayalinin ne kadar samimi olduğunu gözler önüne seriyor.

Devlet ile olan irtibatı konusunda üzerine düşeni gecikmeden yerine getiren internet devi, bu performansın bir kısmını internet altyapısını sağlayan şirketlerle olan işbirliğinde de gösterse, 2015 yılında Levent'in göbeğinde ofisi olmasına rağmen fiber internet bağlantısı olmayan TechInside ekibinin rüyasının gerçekleşmesine, küçük de olsa katkıda bulunabilirdi belki.

Yazının tamamında Facebook'a yüklenmemizin sebebi, CEO'nun sıkıcı konuşması olsa da, internetteki tek devin Facebook olmadığını, İrlanda'ya sanal ortamdan akan yüzlerce milyon dolarlık kasaların diğer sahipleri arasında Google, Apple, Twitter, LinkedIn gibi şirketlerin olduğunu da hatırlatmakta fayda var.

"Sonraki Milyar Kişi!" için ellerini ovuşturarak bu şirketler, uygun fiyatlı cihazlar ve hızlı internetin herkese ulaştırılmasıyla beraber ortaya çıkacak "Sonraki Milyar Dolar" fırsatının sadakasını şimdiden ödemeye başlasa fena olmaz.

Şimdiden ödenecek bu sadakanın, ileride olabilecek belaları gidermesi için faydası olacağına inancımız muhakkak.

BULUT BİLİŞİM YAŞAMIN İÇİNDEN GEÇİYOR

Teknoloji dünyasında
adı sıklıkla telaffuz
edilmekle birlikte,
bulut dendiğinde
halen sektör dışındaki
yorumlar için soru
işaretleri uyandıran
bir konuyu ele aldık
bu ay: **Bulut Bilişim**

TechInside olarak ana odağımız teknoloji olsa da teknolojinin odağında yaşamın ta kendisi bulunuyor. Bu nedenle, hazırladığımız yazı ve haberlerde bunu ön plana çıkartan yorumlar yapıyoruz. Bu ayki dosya konumuz olan Bulut da işte bu doğrultuda masaya yatırdığımız, hayatın ta kendisi diyebileceğimiz özellikler içeriyor.

Klişe bir ifadeyle, bugün sokağa çıkıp 100 kişiye “Bulut nedir?” diye sorsanız çoğunluğun ilk yapacağı şey kafalarını kaldırıp gökyüzüne bakmak olacaktır. Ancak aynı soruyu bir teknoloji etkinliğinde sorarsanız size onlarca farklı tanım yapabilirler.

Tanımların bu kadar farklı olmasının ardında yatan sebeplerin başında ise bulut teknolojilerinin bireysel kullanıcılardan kurumlara kadar hemen her alanda kendini göstermesi. Öyle ki; bulut, bir kelime olarak telaffuz edilmese de, aslında hemen her kişi ve kurum aktif olarak kullanmakta.

Bulut türleri

Bulut, coğrafi terimlerden bahsediyor olsaydık nasıl yağmur bulutları, fırtına bulutları gibi ayrımlara tabi oluyorsa, konu teknoloji olduğunda da benzer ayrımlardan bahsetmek mümkün. Listelemeye kalkarsak bunları özel bulut, kamu bulutu, hibrit bulut şeklinde sıralayabiliriz. Özel bulut, en basit tanımıyla tek bir şirket/kurum tarafından kullanılan tür anlamına geliyor. Yani bir şirketiniz var ve bu şirket, yalnızca çalışanlarının erişebildiği kapalı bir bulut sistemine sahip. Veriler bu ortamda tutulurken, çalışanlar ofislerindeki bilgisayarlarından ya da mobil cihazlarından bu verilere erişebilme olanağına sahip. Dosyalar, sunumlar üzerindeki değişiklikler online yapılırken cihaz bağımsız erişim özellikle mobil çalışanlar için hayat kurtarıcı nitelik taşıyor.

Bulut türleri arasında bir diğer öne çıkan tür ise genel bulut. En yaygın olan bu tür aslında “Bulut nedir?” sorusunu yönelttiğiniz 100 kişinin vereceği yanıtlar içinde en çok karşılaşılanı olacak. Gündeme her ne kadar Jennifer Lawrence ve pek çok ünlünün özel fotoğraflarının internete düşmesiyle gelse de bugün hemen hepimiz tarafından kullanılmakta.

Genel bulut, aslında hepimiz tarafından farkında olalım ya da olmayalım kullanılıyor. Örneğin cep telefonunuzla çektiğiniz bir fotoğraf, sizin verdiğiniz izinler doğrultusunda anında ya da senkronizasyon yapıldığı an buluta taşınıyor. Dropbox,

Box.net, iCloud gibi servisler bu alanda ilk akla gelenler. Ve hemen hepsi irili ufaklı hack’lenme, saldırı vakalarıyla gündeme gelmişti.

Bahsetmemiz gereken şimdilik son bulut türüyse karma bulut. Bu bulut teknolojisi türü, özel ve genel bulutun bir karışımı olarak nitelendirmek mümkün. Ancak burada erişebilen kişilerin sahip olduğu izinlerden çok, kritik verilerin korunması amaçlanmış durumda. Özellikle mobil çalışanları fazla olan ya da tek bir lokasyonda değil de ülke içinde farklı lokasyonlarda veya farklı ülkelerde faaliyet gösteren şirketler için karma bulut daha doğru bir tercih olabiliyor.

Bulut üzerine yakınlaşmalar

Steven Spielberg’in diğerlerine oranla nispeten az bilinen filmi “Üçüncü Türden Yakınlaşmalar”, bulutların arasından gelen uzaylıları konu alır. 1977 tarihli, Richard Dreyfuss, François Truffaut, Teri Garr’ın başrollerini paylaştığı film, hükümetlerin uzaylıların geldiğine ait verileri gizlemek üzerine dağların ardına nasıl gizlendiğini ve sıradan vatandaşların bu yeri nasıl keşfettiğini anlatır. Film, öylesine beğenilir ki, ABD Kongre Kütüphanesi, filmi kültürel, tarihi ve estetik olarak önemli filmler arasına seçerek ABD Ulusal Film Arşivi’nde muhafaza edilmesine karar verir.

Takvim yapraklarını ileriye sarıp günümüze geldiğimizde ise, gerek kamu gerekse özel kurumların verilerini korumak için uyguladıkları türlü yöntemler çıkıyor karşımıza. Kullanılan platform bulut tabanlı bir sistem ise, alınması gereken önlemler yalnızca filmdeki gibi dağın arkasına gizlenmekle yeterli olmuyor. Bu tip platformlara yapılan düzenli ve düzensiz saldırıların hedefinde elbette kişisel verilere erişme denemeleri var. Eğer bir şirketin BT yöneticisiyseniz ve yönettiğiniz bir platform varsa kuşkusuz sizin de verileri gizleyebilmek adına bir dağın arkasına saklamanız gerekir.

İşte bu yüzden, bulut odaklı dosya

yazılarımızda güvenliği önemli bir başlık olarak ele almak istedik. Zaten pek çok uluslararası araştırma şirketinin gelecek öngörülerine baktığınızda benzer bir tabloyla karşılaşımanız mümkün.

Dosyada ele aldığımız bir başka konu ise bu verilerin analiz edilerek daha verimli bir hizmet bütününe ve yenilikçi ürünler ile çözümlerin ortaya çıkması. Büyük Veri ile neredeyse her ortamda birlikte anılan bulut teknolojileri, doğru veri analiziyle salt bir depolama sisteminden daha fazlası olduğunu ortaya koymakta.

Dosya konumuzda bulut teknolojileri üzerine yapılan çok sayıda araştırmayı da

Dosyada neler var?

- ✓ Veri güvenliği
- ✓ Mikro bulutlar
- ✓ KOBİ’ler için bulut
- ✓ Kamu ve belediyeler için bulut

ele aldık. Önde gelen araştırma şirketlerinin sunduğu veriler, gelecekte bu alanın tıpkı Büyük Veri gibi nasıl standart bir teknoloji olacağını da gösteriyor.

Dosyamızda son olarak bulut teknolojilerinin nasıl tabana yayıldığını inceledik. Bireyler tarafından kullanılan servisler bir yana, KOBİ’lerin ihtiyaçlarını karşılayarak maliyetlerini düşüren bulut tabanlı çözümler yakın gelecekte çok daha fazla karşımıza çıkacak. Elbette tabana yayılma derken kamu ve yerel yönetimlerin nasıl faydalanabileceğini de göstermek istedik. Zira, vatandaş – kamu etkileşiminde bu tür platformlar hayati önem taşıyabilir.

Keyifle okuyacağınızı umuyoruz.

Bulut bilişimde veri güvenliği

Kişisel verilere ait saldırılar her geçen gün artıyor. Karşılaşılan ürkütücü örnekler ve sonuçları veri güvenliğinin neden bu kadar kritik olduğunu ortaya koyuyor.

İtibar yönetimi kavramından haberdar mısınız? Sade bir tanımla, şirketinizin toplum gözündeki imajının nasıl korunacağına dair tekniklerden... Şirketiniz hakkında çıkacak olumsuz bir haber, sosyal medyada paylaşılan negatif yorumlar, fısıltı gazetesiyse sürekli değişkenlik gösteren dedikodular gibi etmenler hem toplum ve sektör gözündeki imajınızı hem de gelirlerinizi tehlikeye atabilir. Bugün halkla ilişkiler ajansları sundukları hizmetlerde itibar yönetimine de yer verirken, riskli bir durumda izlenecek yol haritası konusunda da müşterilerine yardımcı oluyor.

Ancak teknolojinin gelişmesiyle iş sadece bununla sınırlı kalmıyor. Sunucularınıza yapılacak bir saldırı ya da saldırı olmaksızın çalışanlarınızdan birinin istemeden de olsa yapacağı bir hareket müşterilerinize ait verileri tehlikeye atabiliyor. Günümüzde bu tip saldırıların sayısı hızla artıyor. Üstelik asıl hedef siz olmasanız bile rastgele yapılan saldırılardan biri sizi de vurabiliyor ve peşinden istenmeyen sonuçlar doğabiliyor. Asıl hedef sizin firmanızsa ve müşterilerinize ait kimlik verileri, kredi kartı bilgileri gibi kişisel verileri koruyamıyorsanız atmanız gereken çok sayıda adım var...

Detaylara inmeden önce bu saldırıların belirli bir sektöre özel olmadığını, giderek çeşitlendiğini de söylememiz gerek. İsterseniz bir örnekle ilerleyelim. Şubat ayı başında, ABD'nin Anthem isimli ikinci büyük sigorta şirketinin başına hiçbir şirketin istemeyeceği türden bir saldırı geldi. Bu olay sonrası tam 80 milyon müşterisinin kişisel bilgileri ele geçirildi. Hacker'ların eline geçen veriler arasında müşteri isimleri, doğum tarihleri, e-posta adresleri, telefon numaraları ve ne iş yaptıkları yer alıyordu. Bu, informationisbeatiful.net'in verilerine göre sağlık sektöründe yaşanan en büyük veri kaybıydı. Liste yalnızca Anthem ve 80 milyon kişiyle sınırlı değil. Tarih bağımsız listelediğimizde eBay'in 145 milyon, Home Depot'un 56 milyon, JP Morgan Chase'in 76 milyonluk kayıpları çıkıyor karşımıza. ABD ile Kuzey Kore arasında politik atışmalara neden olan yakın zamana ait Sony Pictures'ta

ise 100 terabyte'lık veri söz konusuydu. Sitedeki veriler ürkütücü, dünyanın pek çok ülkesinde resmi kurumlar dahil veri koruyamama konusunda adeta sınıfta kalmış durumda. Tabloda ABD ordusu da var, İngiltere Savunma Bakanlığı da...

Sağlık sektörü niye hedef?

Güvenlik teknolojileri üzerine çalışan pek çok şirketin 2015 projeksiyonlarına baktığımızda en önemli hedefler arasında sağlık sektörü olduğu görülüyor. Bunun arkasında yatan sebep ise bu kurumların hayatımızla ilgili pek çok özel bilgiye sahip olmaları. Sahipler, çünkü bu bilgileri müşteriler olarak doğrudan biz paylaşıyoruz. Sosyal sigorta numaramız, kimlik numaramız, ödeme yaptığımız kredi kartı bilgilerimiz ve belki banka hesap numaralarımız, yani herhangi bir yerde birarada bulunma ihtimali zayıf olan konuların tamamı sağlık işletmelerinin ya da resmi sağlık kurumlarının sunucularında hazır halde bekliyor.

Peki araştırmalar ne diyor?

TechInside.com'dan ulaşabileceğiniz web sitemizde bu konuya sıklıkla yer vermeye çalışıyoruz. Örneğin Şubat ayı sonunda verdiğimiz bir haberde State of Email Trust 2014 başlıklı bir raporun sonuçlarını paylaşmıştık. Bu rapora göre günde 6,5 milyar e-posta analiz ediliyor ve içlerinde en savunmasız olanları sağlık işletmelerine ait görünüyor. Yine aynı rapora göre sağlık hizmet sağlayıcılarından gelen e-postalar, sosyal medyadan ulaşanlara oranla 4 kat daha fazla dolandırma amaçlı!

2014'ün sonlarında düzenlediği basın toplantısıyla 2015'teki riskli alanlardan bahseden Websense Bölge Satış Direktörü Hüsamettin Başkaya da aynı konuya dikkat çekmişti. Başkaya, sağlık sektöründe milyonlarca hastanın kaydının fiziksel evraklardan dijital ortama aktarıldığını, ancak konu bu verilerin güvenliği olduğunda yeterli korumayı sağlayamadıklarını ifade etmişti. Aynı toplantıda kredi kartı hırsızlarının bir nevi bilgi tacirine dönüşeceğini söyleyen Başkaya'nın sözlerini sağlık kurumlarından elde edilen

kredi kartı bilgileriyle birlikte düşünmek gerek.

Biraz daha geriye gidelim isterseniz. Bağımsız teknoloji odaklı araştırma firması TechNavio'nun hazırladığı bir rapor mobil sağlık sektörünün yaklaşık yüzde 35 büyüyeceğini öngörmüş. TechNavio'nun raporunda paylaşılan ana eğilimler ise mobil sağlık çözümlerinin devletler tarafından desteklenmesi, uzaktan sağlık takip sistemleri ile diyabet yönetim çözümlerine olan ilginin artması olarak sıralanmış.

Kurumsal mobilitenin ne yönde ilerlediğini gösteren Citrix'in Şubat 2015 tarihli Mobil Analiz Raporu'nda da sağlık sektörüne rastlamak mümkün. Raporda, sağlık

2015 yılında tek bir vakada tam 80 milyon kişinin bilgileri ele geçirildi. Bulut ile daha iyi hizmet hedeflenirken güvenlik unsurunu atlamamak gerekiyor.

sektöründeki yönetilen mobil cihazların yüzde 39'unun Android tabanlı olduğuna değinilmiş.

Bulut bunun neresinde?

Peki bulut bilişim bu konunun neresinde? Yukarıda bahsettiğimiz veriler arasında nispeten kapalı ve fiziksel sunucularda yönetilen veriler olduğu muhakkak. Ama şöyle bir düşünün; daha iyi hizmet almak adına, haklı olarak başta mobil cihazlar olmak üzere her türlü veri ve sisteme erişmeyi bir tüketici olarak talep ediyorsunuz. Diğer yandan, attığınız adımdan nabız-

nızdaki hareketlere, hatta günde kaç saat uyuduğunuza kadar pek çok sağlıkla ilgili bilgiyi de giyilebilir teknolojiler sınıfındaki cihazlarla ilgili kuruma aktarıyor ve hemen her istediğinizde ulaşıyorsunuz. Eğer bu veriler bulut ortamında saklanmasaydı, siz bunları aynı hız ve verimlilikle yapabilecek miydiniz?

Örneklere sağlık sektörünü öne çıkartmamızın sebebi, hem yaşanmış vakaların etkisi hem de güvenlik uzmanlarının bu alana dikkat çekmesiydi. Elbette, tehlike altındaki sektör yalnızca sağlık değil. Ancak verilerin bir arada ve diğer

sektörlere oranla daha kolay erişilebilmesi ana hedefin sağlık olmasına neden oluyor.

Sonuç olarak, müşterilerinin kişisel verilerini 'kaptıran' her şirket sektör ve müşterilerinin gözünde itibar kaybına uğruyor. 2012'de tam 200 milyon verisi ele geçirilen Court Ventures yalnızca itibar kaybetmemiş, şirket bu olay sonrasında Experian isimli bir firma tarafından satın da alınmıştı. Özetle, daha iyi hizmet adına bulut ortamında sakladığınız kişisel verileri koruyamıyorsanız yalnızca itibarınızı değil, işinizi de kaybedebilirsiniz.

KOBİ'ler bulutu keşfetti

İlk çıktığı zamanlarda büyük ölçekli kurumsal firmaların tercihi olan bulut platformları, artık bireysel kullanıcıların da dahil olduğu, tüm KOBİ'leri kapsayan geniş bir kesim tarafından yoğun bir şekilde kullanılıyor.

Dosyamızın ilk bölümünde bulut türlerinden bahsederken farklı başlıklara yer vermiştik. Bu platformlar ilk çıkmaya başladığında yalnızca büyük ölçekli kurumlar tarafından tercih edilirken, şirketlere ait verilerin bulut ortamında klasik depolama teknolojilerine oranla nasıl aynı güvenlik standartlarında tutulabileceği gündeme gelmişti.

O günlerden bu yana takvimlerden çok sayıda yaprak eksildi. Artık ölçek farketmeksizin her kurum bulut platformlarından olabildiğince fazla faydalanıyor. Son yapılan araştırmalardan biri de bu yaygınlığı net bir şekilde ortaya koyuyor. EMC tarafından açıklanan ve araştırma şirketi Vanson Bourne tarafından 33 ülkede gerçekleştirilen araştırmaya göre her 3 BT

yöneticisinden 2'si karma buluta ihtiyaç duyuyor. 10 binden fazla BT yöneticisiyle yapılan araştırmaya göre, karma bulutun daha fazla çeviklik ve güvenlik sağlaması bu tercihte önemli bir etken.

Araştırma, karma bulutun benimsenme oranının 2013'ten günümüze yüzde 9 artış gösterdiğini kanıtlıyor. Tüm dünyada yüzde 27'lik bir yükselme gösteren karma

bulut teknolojileri en çok yüzde 28'lik oranla EMEA bölgesinde artış göstermiş. EMEA'yı yüzde 24'le Güney Amerika ve Asya Pasifik takip ediyor.

Şüpheler devam ediyor

Bu önemli araştırmanın dikkat çeken sonuçlarından biri de bulutta tutulabilecek verilerin neler olacağı. Anket katılımcılarının sadece yüzde 16'sı genel bulut üzerine bir uygulama konusunda istekli olduğunu belirtirken, uygulama türleri bazında finansal planlama yüzde 39, insan kaynakları yönetimi yüzde 35 ve ERP yüzde 32 ile sıralanıyor.

Ülkelerin ekonomik durumlarına bakıldığında ise gelişmekte olan pazar-

ların karma bulut konusunda daha istekli olduğu görülüyor. Bu ülkelerdeki yöneticilerin yüzde 67'si genel ve özel bulut platformlarını bir araya getirerek güvenliği ve çevikliği artırabileceğini düşünüyor. Gelişmiş ülkelere ise bu oran yüzde 60'ta kalıyor.

Şüpheler devam etse de bu, bulut platformlarına olan ilginin azaldığını göstermiyor. IDC'nin 2014 tarihli bir raporuna göre CIO'ların öncelikleri arasında özel bulut ilk sırada yer alıyor. Masaüstü sanallaştırmanın iki, olağanüstü durum çözümlerinin (disaster recovery) üçüncü sırada olduğu sıralamada genel bulut servisleri de kendine altıncı sırada yer buluyor.

KOBİ'ler bunun neresinde?

KOBİ'lerin bulut platformlarından faydalanma bilgilerine bakıldığında ise yüksek bir hacim dikkat çekiyor. Yapılan araştırmalardan birinde KOBİ'lere yönelik bulut bilişim pazarının 2015 sonunda dünya genelinde 23,5 milyar dolara yükseleceği, 2016 sonunda ise iki katlık artışla 47 milyar dolara ulaşması bekleniyor.

Bu büyüklükte Kuzey Amerika'da bulunan KOBİ'lerin payı büyük. 2015 için telafuz edilen 23,5 milyar doların 14 milyar dolarının bu bölgedeki KOBİ'lerden geleceği, Batı Avrupa'nın ise 3,7 milyar dolarla yüzde 11'lik bir paya sahip olduğu görülüyor.

Peki KOBİ'lerin bu ilgisinin ardında neler yatıyor? Bugün, KOBİ'lere yönelik sunulan bulut tabanlı servislerde giderek artan bir çeşitlilik dikkat çekiyor. Ödeme sistemlerinden e-fatura işlemlerine, santral dahil iletişim altyapılarından otel rezervasyon sistemlerine kadar çok sayıda bulut tabanlı çözüm KOBİ'lerin kullanımına sunulmuş durumda.

KOBİ'lerin buluta geçişine devlet desteği

Kalkınma Bakanlığı'nın açıkladığı 2015 – 2018 Bilgi Toplumu Stratejisi ve Eylem Planı'nda Türkiye'nin bölgesel veri merkezi olması ve bulut bilişimin yaygınlaştırılması da bulunuyor. Bulut bilişimin, bilgi işlem teknolojilerinin kullanımında etkinliğin ve kullanım yoğunluğunun artmasına ve özellikle yeni girişimlerin yüksek miktarda BT yatırımları gerektirmeksizin hayata geçirilmesine olanak tanıdığı belirtilen Eylem Planı'nda hem kamuda hem de KOBİ'lere yönelik bulut bilişim pazarının olgunlaşmasının kritik olduğuna değiniliyor. Planda pek çok kez tekrarlanan bu eğilimler arasında, bulut bilişim hizmetlerinin gelişebilmesi ve yaygınlaşması için gerekli yasal ve idari düzenlemelerin yapılacağından da bahsediliyor. Buradaki sorumluluk ise KOSGEB, Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, TSE, TOBB ve STK'lar olarak açıklanmış. Bu kurumlar teşvik mekanizmalarının oluşturulması noktasında da görev alacak. Sürecin, 2016 sonunda tamamlanması hedefleniyor.

Türk kamu kurumları kendi özel bulutlarını kullanacak

Kalkınma Bakanlığı'nın Eylem Planı'nda kamu bulutunun hayata geçirilmesine de değiniliyor. Bu kapsamda öncelikli olarak kamu veri merkezlerinin bütünleştirilmesi çalışmalarının tamamlanacağı bilgisi paylaşılırken, bulut bilişime ilişkin Ar-Ge çalışmalarının yürütüleceği de gündeme getiriliyor. Planda, kamu bulutuna dahil olacak kurum sayısı ise 30 olarak belirtiliyor.

Her geçen gün daha fazla KOBİ tarafından tercih edilen bulut bilişim hizmetlerine kamu yönetiminden teşvik geliyor.





Kendi kendine giden otomobil üretmeye ne kadar hazırız?

Geçen yıl prototip seviyesini aşmış ilk otonom sürüş örnekleri yollardaydı. Türkiye, otomobil üretiminde iyi bir konumda ama geleceğe ne kadar hazır?

Boston Consulting Group (BCG) tarafından yapılan bir araştırma, otonom sürüş olarak tanımlanan ve teknolojinin yardımıyla, şoför müdahalesine gerek bırakmaksızın kendi kendine gidebilen araçların geleceğini yansıtıyor.

Araştırmaya göre 2035 önemli bir tarih. Çünkü bu tarihte satılan her 10 otomobilden 1'i bu yeteneğe sahip olacak. BCG'nin araştırmasında dikkat çeken bir başka nokta ise tüketicilerin ödeyeceği fark. ABD'deki her 5 kullanıcıdan biri, otomobilin bu özelliğe sahip olması için 5 bin dolar daha fazla ödeyebileceğini açıklamış.

Araştırmaya katılanların yüzde 55'i, BCG'nin "Önümüzdeki 5 yıl içinde yarı otonom sürüş özelliğine sahip araçları satın almayı düşünüyor musunuz?" sorusuna olumlu yanıt vermiş. Hiçbir şekilde almam diyenler ise yüzde 21'de kalmış.

Soru, "Önümüzdeki 10 yıl içinde tam otonom sürüş özelliğine sahip araçları satın alırsanız?" şeklinde değiştirildiğindeyse yüzde 44'lük bir kesim olumlu bakmış. Ancak almam ya da hiç almam diyenlerin oranıysa yaklaşık yüzde 35'e yükselmiş. Burada, "sürüş keyfi" faktörünün rol oynadığını düşünmek yanlış olmayacak.

Otomobil fiyatları ne kadar değişecek?

Bir aracın kendi başına gidebilmesi için çok sayıda sensör, kamera ve GPS sistemiyle donatılması gerekiyor. BCG, bununla ilgili 2014 fiyatlarını baz alan bir değerlendirme de gerçekleştirmiş. Henüz seri üretime geçmemiş teknolojiler içinse tahmini

bir aralık belirlemiş. Buna göre, aracın takometre sistemiyle entegre çalışacak bir GPS sisteminin maliyeti araç başına 80 ila 6000 dolar arasında değişecek. "Light Detection and Ranging – Lidar" adı verilen ve aracın tavanına monte edilen şapkaya benzer kamera ise 90 dolarla 8000 dolar arasında değişen maliyetler demek.

Şu an fiyatı belli olan teknolojilerde ise ultrasonik sensörler 15-20 dolarla en ucuz ek maliyet. Radar sensörleri ise ölçtüğü mesafeye göre 50 – 150 dolar arası fiyatlar demek. Video kamera ise 125 – 200 dolar arasında aracın etiketini etkileyecek. Bu fiyatlar, tüketicilerin "5 bin dolar daha fazla öderim." bakış açısına uygun görünüyör.

Her yeni teknolojiye olduğu gibi burada da zaman içinde maliyetlerin daha da düşeceğini söylemek mümkün.

BCG'nin öngörüsü, 2035'te 12 milyon kendi başına gidebilen aracın yollarda olacağı yönünde. Bu sayının sadece ABD için değil, tüm dünya için öngörüldüğünü belirtelim.

Türkiye ne yapmalı?

Otomotiv Sanayicileri Derneği'nin (OSD) raporlarına göre Türkiye'de otomotiv sektöründe 14 üretici bulunuyor. Bunlardan, otonom sürüş yeteneğine nispeten daha az ihtiyaç duyan traktörleri çıkardığımızda 2014'ün tamamında yaklaşık 1 milyon 200 bin kadar araç ürettikleri görülüyor.

Taşıt Araçları Yan Sanayicileri Derneği (TAYSAD) verilerine göreyse derneğin 342 üyesi bulunuyor. İhracat rakamları göz kamaştırıcı. 2014'te otomotiv ana sanayii 12,8 milyar, otomotiv yan sanayii ise 9,4

milyar dolarlık ihracat gerçekleştirmiş.

Bu verilerin ışığında sektörün otonom sürüş dünyasında da gücünü koruması için teknoloji sektörüyle işbirliği önemli. 2015 Ocak ayında Las Vegas'ta düzenlenen Consumer Electronic Show (CES) etkinliğinde bu geleceğin neye benzeyeceğine dair somut örnekler karşımızdaydı. Otonom sürüş yeteneklerine sahip otomobiller, gelişmiş multimedya sistemleri, artırılmış güvenlik teknolojileri derken CES bir elektronik fuarından çok otomotiv fuarına dönüşmüştü. Hatta Audi, 900 kilometrelik bir mesafeyi şoför müdahalesi olmadan almayı başarmıştı. ABD'de bazı eyaletlerde, şoför koltuğunda biri oturması şartıyla – acil durumda müdahale edebilmesi için – otonom sürüşe izin veriliyor.

Ancak Türkiye'de bugünkü tabloya baktığımızda teknoloji ve otomotiv arasında yeterince etkileşim olduğunu söylemek güç. Ar-Ge elbette yapılıyor ancak bunlar ya sınırlı ölçüde gelişim sağlıyor ya da makine kalıp dışına pek çıkamıyor. Okan Üniversitesi'nin OKANOM isimli projesi dışında kayda değer bir hareket maalesef bulunmuyor.

Malum, Türkiye'de dönem dönem telaffuz edilen yerli otomobil markamızı üretelim çağrıları mevcut. Günümüz koşullarında yeni bir marka ve model üretme konusunda Türk şirketleri yeterli bilgi birikimine sahip. Ancak iş sadece üretmek değil, diğer ülkelerde de pazarlayabilmek olduğu için, BCG'nin raporu ışığında, otonom sürüşü destekleyen teknolojik girişimlerde bulunmak çok daha mantıklı olacak.

"Yeni kiralama modelimizle kurumların yatırım maliyetlerini düşüreceğiz"

Toshiba Türkiye distribütörü TNB A.Ş.'nin Kurumsal Satış Müdürü Anıl Yılmaz, 2015'te kurumlara finansal kiralama başta olmak üzere pek çok yenilik sunacaklarını açıkladı.

Kurumsal dünyada yatırım maliyetleri önemli bir kalem. Konu, teknoloji yatırımları olduğunda yöneticiler bir değil, iki kez düşünüp karar alabiliyor. Türkiye'deki 2015 plan ve hedefleri hakkında bilgi aldığımız Toshiba Türkiye distribütörü TNB A.Ş. Kurumsal Satış Müdürü Anıl Yılmaz, Mart ayında lansmanını gerçekleştirecekleri yeni finansal kiralama modeliyle kurumların yatırım maliyetini düşüreceklerini ifade etti.

Ürün ve hizmet bazında yalnızca dizüstü bilgisayarla değil, 2-in-1 olarak tanımla-

nan ayrılabilir ekranlı cihazlar, aydınlatma ürünleri, veri depolama ürünleri ve endüstriyel panel ürünleri olduğunu da dile getiren Yılmaz, 2015'in kendileri için oldukça hareketli geçeceğini ifade etti.

2014'te pek çok başarılı projeye imza attıklarını söyleyen Yılmaz, 2015 yenilikleri arasında kiralama dışında servis hizmetlerine de odaklanacaklarını ifade etti. Kurumsal müşterilerine sundukları "yerrinde servis" hizmetini yaygınlaştıracaklarını kaydeden Yılmaz, ilk başta İstanbul ve Ankara'da, yıl sonuna kadar tüm şehirlerde müşterilerin

24 saat içinde ürünlerini yenisinden kullanmaya başlayacaklarını vurguladı.

Anıl Yılmaz'ın üzerinde durduğu bir başka konu ise 5 yıl garanti oldu. Toshiba ile olan işbirliklerinin 25. yılına özel tüm bireysel ve kurumsal müşterilerine sundukları 5 yıl garanti kampanyasını Mart ayı sonuna kadar uzattıklarını kaydeden Yılmaz, Toshiba'nın uzun kullanım ömrüyle öne çıktığını dikkat çekti.

Anıl Yılmaz'ın üzerinde durduğu bir başka konu ise 5 yıl garanti oldu. Toshiba ile olan işbirliklerinin 25. yılına özel tüm bireysel ve kurumsal



müşterilerine sundukları 5 yıl garanti kampanyasını Mart ayı sonuna kadar uzattıklarını kaydeden Yılmaz, Toshiba'nın uzun kullanım ömrüyle öne çıktığını ifade etti.

"Kablosuz internet, kablolu ağlardan daha güvenli"

Aruba Networks Türkiye Kanal Müdürü Bora Yüksel ile kablosuz teknolojilere dair yenilikleri ve Bring Your Own Device (BYOD) gibi mobil trendleri konuştuk.

Aruba Networks'ün 2002 yılında ABD'de kurulduğunu belirten Bora Yüksel, o tarihten bu yana kablosuz ağlara dair hızlı bir gelişim yaşandığını belirtirken, yakın gelecekte kablosuz ağların hayatımızın pek çok alanında tercihlerimizi etkilediğini kaydetti. Örnek olarak, küçük kafelerden büyük otellere kadar pek çok yerde müşterilerin öncelikle kablosuz ağ şifresini öğrenmek istediğini veren Yüksel, kablosuz ağların yalnızca günümüzün değil, geleceğin de trendi olduğunu belirtti.

Röportajda Bring Your Own Device (BYOD) / Kendi Cihazını Kendin Getir trendine de değinen Yüksel, bu kavramın iki yıl önce ilk olarak gündeme geldiğini ifade etti. Şirketlerin, özellikle güvenlik nedeniyle bu teknolojilere sıcak bakmadığına dikkat çeken Yüksel, çalışanların e-postalarını mobil cihazlarından alma isteğinde bulunduğunu belirterek, "Şirketler her ne kadar buna karşı gelmiş ve kabullenememiş olsa da çalışanlarının kendi getirdiği telefon ya da tabletlerine, şirketin kendi güvenlik prosedürlerini uygulayacağı bir yapıya geçecekler." yorumunu yaptı. Yüksel, Aruba Networks olarak bu alanda güvenlik odaklı çözümleri bulunduğunu da sözlerine ekledi.

Şehirlerin kablosuz ağlar ile kapsanması noktasında pek çok belediyeye ortak projeler yürüttüklerini ifade eden Aruba



Networks Türkiye Kanal Müdürü Bora Yüksel, San Francisco şehir merkezinde böyle bir yapının olduğunu kaydetti. Pek çok büyük şehirde benzer sistemler kurulması için çalışıldığını söyleyen Yüksel, bir süre önce İstanbul Büyükşehir Belediyesi ile Taksim'de bu tip bir çalışma yaptıklarını belirtti.

Belediyelerin seçim öncesi bu tip projelere vaatleri arasında yer verdiğini vurgulayan Yüksel, yakında Türkiye'nin farklı bölgelerinde bu tip hizmetlerin sunulmaya başlanacağını ifade etti.



GD Yönetim Kurulu Başkanı
Gökhan Duyarlar ve
crowdFON.com kurucusu
Savaş Ünsal,
genç çalışanlarıyla birlikte.

Türkiye'nin yeni markaları internetten doğdu

Ülkemizin genç girişimcilerinden Gökhan Duyarlar, internetteki fırsatları sırayla değerlendirmeye devam ediyor.

#FatihSarı

Gökhan Duyarlar tarafından kurulan ve Savaş Ünsal gibi sektörün eski ve güçlü isimleriyle birlikte yol ama GD Holding, Piko Bilişim, Piko Danışmanlık, Eleman.net, Pro-Safe, Radix ve crowdFON.com gibi markalarla büyümeye devam ediyor. 2014 yılında kurulan şirket internetin hemen her alanında yeni yatırımlar yapıyor ve girişimcilere de kapılarını ardına kadar açıyor.

GD Holding'ten KOBİ'lere 6'ncı müjde Başbakan Ahmet Davutoğlu'nun geçtiğimiz aylarda, girişimciliği artırmaya yönelik hazırlanan destek programını "KOBİ'lere 5 müjde vereceğim" diyerek açıklamasının ardından, 6'ncı müjde de GD Holding'ten geldi. GD Holding tarafından KOBİ'ler için geliştirilen yeni nesil CRM sistemi TRCRM, KOBİ'lere online olarak müşterileri ilişkileri, pazarlama ve satış süreçlerini yönetme imkânı sunarken, kolay bir şekilde kendilerine özel e-ticaret sitesi açabilmelerini ve çağrı merkezi hizmetlerini aynı sistem üzerinden takip edebilmelerini sağlıyor. Bulut bilişim teknolojisi ile "kullandığın kadar öde" anlayışı ile çalışan sistem, kullanım kolaylığıyla KOBİ'lerin ticari faaliyetlerini tek elden yönetmesini sağlıyor.

Hedef 2015 yılında 20 bin KOBİ Türkiye'deki işletmelerin yüzde doksanından fazlasının KOBİ'lerden oluştuğunu ifade eden GD Holding Yönetim Kurulu

Başkanı Gökhan Duyarlar, bu sistem ile küçük ve orta çaptaki işletmelerin müşteri yönetimi noktasında oldukça büyük bir yol kat edeceğini belirtiyor. Şu an üç kullanıcıya kadar ücretsiz müşteri ilişkileri yönetimini KOBİ'lerin kullanımına sunduklarının da altını çizen Duyarlar; "KOBİ'lerin ihtiyaç ve beklentilerini göz önünde bulundurarak hayata geçirdiğimiz TRCRM projesi ile Türkiye'de önemli bir ilki gerçekleştirdik. Web tabanlı olarak çalışan bu yapı; all-in one CRM adını verdiğimiz CRM, E-ticaret ve VoIP sistemlerinin tek bir pakette kullanımına olanak sağlıyor. TRCRM ile müşteri veya kontaklarınızla ilgili tüm bilgilere kolayca ulaşırken, tekliflerinizi online olarak gönderebiliyor, daha hızlı ve daha yüksek oranda satışa çevirebiliyorsunuz" dedi.

GD Holding, crowdFON.com'un yüzde 20 hissesini satın aldı

Bünyesinde ara kademe ve mavi yakada lider insan kaynakları sitesi Eleman.net'in yanı sıra, Pikoser, Global Teknoloji, Serieleman.com, Dersverir.com gibi platform ve markaları bulunduran GD Holding, yeni girişimcilere fon sağlamak hedefiyle bir işbirliği gerçekleştirdi. Holding, dünyada hızla yaygınlaşmakta olan kitlesel fonlama (crowdfunding) platformlarının Türkiye'de öncüsü olan crowdFON.com'un yüzde 20 hissesini satın aldı. GD Holding Yönetim Kurulu Başkanı Gökhan Duyarlar, "GD Holding olarak insan kay-

nakları, telekom, iş güvenliği ekipmanları, bilişim ve e-ticaret sektörlerine yaptığımız yatırımlarla yükselişimizi sürdürüyoruz. Yer aldığımız her sektörü temsil eden şirketlerimiz üzerinden, Türkiye'ye yeni markalar kazandırarak hızla büyüyen bir holdinge dönüştük. Fikre değer veren yönetim anlayışımızla, Türkiye'nin lider kitlesel fonlama platformu olan crowdFON.com'u da iştiraklerimiz arasına katıyoruz. Türkiye'nin genç ve yeni girişimcilerine ilk fonlama desteğinin sağlanabileceği ortamı sağlayarak ülkemizin teknoloji hamlesine destek vermeyi hedefliyoruz. Bundan sonra gerçekleştireceğimiz tüm projelerimizde de aynı hedefle yol alacağız." dedi.

Gökhan Duyarlar Kimdir?

Kariyeri boyunca HP, Alcatel, Telsim Oksijen Teknoloji, Sabancı Telekom ve Superonline gibi kurumsal şirketlerde üst düzey yönetici pozisyonlarında görev alan Gökhan Duyarlar, 2009 yılı itibarıyla kurucu ortağı olduğu Global Teknoloji firmasının Genel Müdürlüğü'nü üstlendi. Gökhan Duyarlar, 2014 yılında GD Holding'i kurarak; Global Teknoloji, Eleman.net, Radix, Pikoser, Dersverir.com, TR CRM, Serieleman.com ve crowdFON gibi alanlarında lider markaları tek bir çatı altında bir araya getirdi. Duyarlar, çalışma hayatına GD Holding A.Ş. Yönetim Kurulu Başkanı olarak devam ediyor.



#DoruktanTürker

@doruktan ✉ doruktan@gmail.com

Google'ın yeni algoritması ve düşündürdükleri

Son 15 gündür çok çeşitli kaynaklarda haberi çıktı. Belki sizin de gözünüze ilişmiştir. Google, arama sonuçlarında çıkan sitelerin sıralama algoritmasında bir değişikliğe gitmeye hazırlanıyor. Google arama sonuçları algoritmasında çok sıklıkla değişiklik yaptığı için ilk bakışta bu haberi çok önemli görmeyebilirsiniz. Hatta sadece arama motoru optimizasyonu uzmanlarına uyum sağlamak zorunda oldukları bir yeni değişiklik gibi de görünebilir. Ancak bende bir takım farklı düşüncelerin oluşmasına da yol açtı bu yeni algoritma. Sizlerle de paylaşmak istedim.

Öncelikle neymiş bu yeni algoritma, ona bir bakalım. Google, arama sonuçlarını sıralarken bir çok farklı kritere bakıyor. Yine de hepsinin içerisinde en öncelikli olanı bir sitenin aldığı link sayısı. Yani bir siteye diğer sitelerden ne kadar link verildiyse Google bu siteyi o kadar muteber kabul ediyor. Ancak bu metodolojinin sakıncalı yanı, manipüle edilebiliyor olması. Her ne kadar Google çeşitli kontrol mekanizmaları ile gelen bu dış linklerin sağlıklı olup olmadığını kontrol etmeye çalışsa da her zaman başarılı olamayabiliyor ve bazı art niyetli siteler bu linkleme algoritmasından kendi faydaları için yararlanabiliyorlar.

Google da daha sağlıklı ve hakaniyetli bir arama sonucu site listesi oluşturabilmek için yeni bir yöntem oluşturmuş. Buna da 'fact based' adını vermiş. Türkçe-

de 'doğruluk/hakikat tabanlı' diye anmak en iyisi olacak sanırım. Algoritma şöyle çalışıyor. Bir site-deki içerik Google araştırmacılarının geliştirdiği Bilgi-Tabanlı Doğruluk (Knowledge-Base Trust) skoruna göre sıralanıyor. Yani bir sitede ne kadar yanlış içerik varsa o sitenin değeri o kadar düşüyor. Google, bu skoru oluşturabilmek için içeriğe bakıyor ve bunu Google Bilgi Kasası'ndaki (Knowlege Vault) bilgiler ile kıyaslıyor. Bilgi Kasası'ndaki bilgiler İnternet'ten toplanan hakikatlerden oluşuyor. Yani İnternet'te üzerinde uzlaşmış bir bilgi doğru olarak kabul ediliyor. Örnek vermek gerekirse 1982 Dünya Kupası'nın kazananı 1000 kaynaktan İtalya, 50 kaynaktan Almanya olarak gözükmüyorsa, Bilgi Kasası, İtalya'yı doğru bilgi olarak kabul ediyor. Daha yaşayan bir bilgi üzerinden örneklemek gerekirse, Doruktan Türker'in yaşadığı yer 20 kaynaktan İstanbul, 2 kaynaktan Londra gözükmüyorsa, İstanbul doğru bilgi olarak kabul ediliyor. Son olarak da eğer bir site Bilgi Kasası tarafından yanlış kabul edilen bir bilgiyi barındırıyorsa o site sıralamada aşağılara itiliyor.

Teorik olarak baktığınızda iyi niyetli ve doğru bilgiye erişimi kolaylaştıracak bir algoritma gibi gözükmüyor. Ancak bir de madalyonun öbür yüzü var. Bir bilginin daha çok kaynaktan aynı şekilde yer alıyor olması o bilginin doğruluğunun kanıtı mıdır? Belki aradığınız bilgi Edgar Allen Poe'nun doğum

tarihiyse Google'ın Bilgi Kasası'na güvenmek hayatınızı kolaylaştırabilir. Ancak ya aradığınız bilgi daha felsefi, ideolojik ya da siyasi bir içerik ise? O zaman çoğunluğun tekrarladığı bilgiyi doğru mu kabul etmek durumunda kalacağız? Gerçek Türkiye'de gerekse Dünya'da, son 5 yıl içerisinde tüm mass medya tarafından aynı anda yayınlanmış ve savunulmuş yüzlerce haberin yanlış ya da yalan olduğu defalarca ortaya çıkmadı mı? Ötesi Zaytung ya da TheOnion gibi varlığının nedeni bilgiyi esnetmek olan mizah ya da eleştiri sitelerini yok mu sayacağız?

İşte beni düşündüren kısım da tam burası. Google, Yahoo, Bing, Yandex ya da diğer arama motorlarının görevi nedir? Benim için aradığım bilgiyi Web'de tarayıp, sonuçları tarafsız bir şekilde karıştırmaya çıkartmak mı yoksa benim adıma doğrunun ne olduğuna karar vermek mi? Açıkçası iyiniyetli olduğuna canı gönülden inanmak istesem de manipülasyona bu kadar açık yöntemlerin, artık toplumsal yönelimlerde çok etkili olan arama motorları tarafından devreye sokulması damağımızda buruk bir tat bırakıyor.

Google henüz doğruluk/hakikat tabanlı algoritmasını devreye sokmadı. Şu an test çalışmaları sürüyor. Benim ümidim, en azından bu algoritma devreye alındığında Google'ın kullanıcıları manuel olarak bu yöntemi arama sonuçlarının dışında tutma opsiyonunu sunması.



#VideoInside



Metric Genel Müdürü Gökhan Arıksoy

Metric büyümesini sürdürüyor

Faaliyetlerini 2007 yılından bu yana sürdüren Metric, yeni projeler ve Metric Akademi gibi oluşumlarla büyümesini devam ettiriyor.

2007 yılında kurulan Metric, analitik uygulamalar ve iş zekâsı konularındaki uzmanlığını iş süreçleri deneyimiyle birleştirerek kuruluşların ihtiyaçlarına özel çözümler geliştiren ve SAP BusinessObjects sertifikalı geniş danışman kadrosuyla uzmanlık konularında hizmetler sunan bir yazılım ve danışmanlık firması. Metric'in SAP Türkiye'nin BusinessObjects konusunda Gold Partner seviyesine ulaşmış ilk iş ortağı olduğunu belirten Metric Genel Müdürü Gökhan Arıksoy, "Yedi yılı aşkın süredir, SAP BusinessObjects uygulamaları konusunda tüm faaliyetlerimizi, koşulsuz müşteri memnuniyetine dayanan bir hizmet anlayışıyla sürdürüyoruz. Metric, SAP Türkiye iş ortakları arasında İş Zekası ve Veri Ambarı gelirlerine göre 1. sırada, Bilişim 500 araştırma sonuçlarına göre yine aynı kategoride 6. sırada yer alıyor. Konularında uzman ve sertifikalı geniş danışman kadromuzla küresel ekonominin gerektirdiği üstün teknoloji standartlarını kullanarak, ulusal ve uluslararası düzeyde başarılı projelere imza atıyoruz" dedi.

Metric Akademi nitelikli bilişimci ihtiyacını karşılayacak

Gökhan Arıksoy, Türkiye'deki SAP pazar payının dünya ortalamasının yaklaşık 2 katı olduğunu ifade ediyor. Bunun getirdiği avantajla 2014 yılında 2 kat büyüyerek 40 kişilik ekiplerini 70 kişiye çıkaran Metric, 2015'te daha fazla müşteri ile daha fazla kaynak ile büyüme hedefini yüksek tutuyor. Ancak Türkiye'deki eğitimli ve kalifiye insan kaynağı yetersizliğinin büyüme yolunda önemli bir engel olduğunu ifade ediyor. Gökhan Arıksoy, Metric Akademi programlarını kendi insan kaynaklarını yetiştirmek için tasarladıklarını belirtiyor. Her yıl Yönetim Bilişim Sistemleri, Enformatik, Mühendislik, Matematik ve İstatistik gibi bölümlerden çok sayıda gence Metric Akademi kapsamında eğitim ve iş fırsatları tanınıyor.

"Meslek diploması tek başına yeterli değil"

Her sene çalışan sayılarını 2 kat artırdıklarını söyleyen Gökhan

Arıksoy, Türkiye'de nitelikli insan kaynağı bulmanın zorluklarına vurgu yapıyor. Arıksoy "Metric gibi bir şirketin en önemli ihtiyaçlarının başında nitelikli ve yetişmiş insan kaynağı geliyor. Biz bu ihtiyacı karşılamak için yaklaşık 2 senedir METRIC Akademi adlı bir programı uyguluyoruz. Her gün değişen teknoloji karşısında gençler de okulun, meslek diplomasının tek başına yeterli olmadığını farkındalar. En büyük sıkıntıları kendilerini nasıl geliştireceklerini bilmemeleri" diyerek bu konuda şirketlere, özel sektöre ve kamuya önemli görevler düştüğünü belirtiyor.

"Türkiye'deki yerel firmalar, yerel yazılımlara ve firmalara şans vermeli"

Türkiye'de yüksek teknoloji üreten bölgelerin oluşturulması gerektiğini vurgulayan Arıksoy, Türkiye'ye yatırımlar yapan, teknoloji üreten, insan kaynağı yetiştiren, istihdam yaratan şirketler için teşvik uygulamaları olması gerektiğini söylüyor: "Türkiye'de devletin yatırımcıya, özellikle yüksek teknoloji üreten kişilere karşı bakış açısında bir değişim var. Hem teknoloji bölgelerine sağlanan teşviklerin, hem de Ar-Ge projelerine sağlanan teşviklerin çok katma değerli olduğunu görüyorum. Paralelde, Türkiye'deki yerel ve yabancı firmaların da bizleri bu konuda desteklemesi gerektiğini düşünüyorum."

"Türkiye'den bir yazılım markası çıkmalı"

Türkiye'den bir bilişim teknolojileri markası çıkmasını istediklerini vurgulayan Gökhan Arıksoy, bunun için geçen sene TÜBİTAK ile iki Ar-Ge projesi başlattıklarını belirtiyor: "Bu sene yine TÜBİTAK'la birlikte bunların ikinci fazlarını yapacağız. Yazılım geliştirme ekibimizi daha güçlü bir hale getireceğiz ve iki katına çıkaracağız. Yani 140-150 kişilik ekibimizin yüzde 20'si tamamen Ar-Ge projeleri üzerinde çalışacak. Önümüzdeki sene bazı uluslararası müşterilerimizin yaygınlaştırma projeleri kapsamında ortak belirlenen yabancı ülkelerde faaliyetlerde bulunma planlarımız var."

Shawn Farquhar'ı özel kılan...

Modern sanatın başlangıcı Picasso'nun Avignon'lu Kadınlar resmi.

Picasso 1907'de yaptığı bu resimde genelev kadınlarını yüzlerini parçalar halinde ve çarpıtarak resmetmiş ve sanatta eserin görüldüğü gibi değil, görülmek istendiği gibi üretilmesinin ilk adımını atmıştır.



#BilgehanBaykal

Picasso'nun attığı bu adım bütün sanat dallarını etkilemiştir. En yalın halini Babil, Paramparça Aşklar, Pulp Fiction gibi filmlerde görebiliriz. Parçalı adımın bir sonraki adımı ise bilindik anlatıma yeni boyutlar katmaktan geçer.

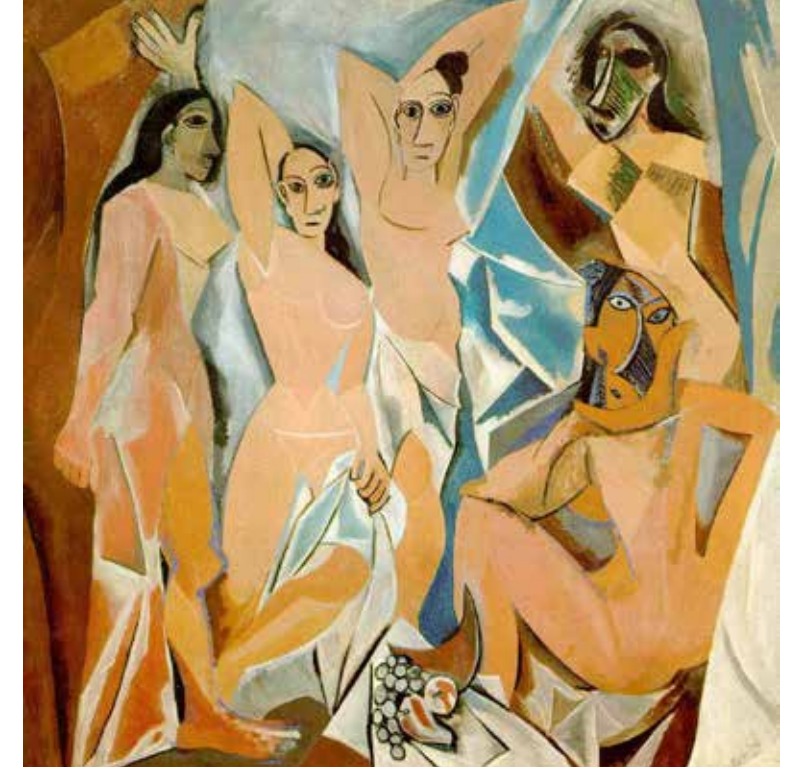
Burada Shawn Farquhar'a değinmemiz gerekiyor. Shawn Farquhar Kanadalı bir illüzyonist ve son dönemin en başarılılarından. Bana göre Farquhar'ın masterpiece'i "Shape of My Heart"tır."

<https://www.youtube.com/watch?v=ZgVwJek-fXY>

Bu gösterinin farklılığı ve özelliği şuradadır; Farquhar kendi tasarladığı bir gösteri için bir müzik kullanmamıştır. Aslında sadece bu şarkı için bir gösteri yaratmıştır!

Gösteri şarkının süresi kadardır. Geleneksel illüzyon gösterilerinden farklı olarak belki ilk kez arka planda çalan müzik gösterinin ana aktörü olmuştur. Belki ilk kez sihirbaz aktörü destekleyen yardımcı oyuncu durumundadır çünkü seyircinin dikkati öncelikli olarak sözlerdedir. Yine belki bir ilk olarak seyirci şarkının sözlerinden hareketle Farquhar'ın bir sonraki adımını az çok tahmin etme düzeyindedir ancak Farquhar her seferinde tekrar tekrar seyirciyi şaşırtarak hele ki en sonda yok artık dedirterek şovu ölümsüz kılmıştır.

Farquhar'ın gösterisi neden önemli? 20 yıllık satış hayatımda; ki



bunun 15 yılı BT sektöründe geçti, müşteri ilişkileri yönetiminin fazlası evrildiğine şahit oldum. Şirket kimlikleri bugün olabildiğince karmaşık. Özellikle Türkiye pazarındaki firmaların kendilerini tanımlama sıkıntıları var. ISV (Bağımsız Yazılım Geliştirici), Sistem Entegratör, Bulut Sağlayıcı, Ürün Sağlayıcı, Altyapı Sağlayıcı vb. birçok kavram havada uçuşuyor. Şirketler kendilerini tanımlayamadıkları zaman en büyük sıkıntıyı sahadaki satış yöneticileri çekiyor.

Yeni dönemde satış ekiplerinin Farquhar'ın bu gösterisini izlemesinde büyük fayda var. Çünkü temel yaklaşım satıcının kendi şirketinin hikâyesini anlatması üzerine kuruludur. Ancak müşteri için bu hikâye son derece sıkıcıdır. Genelde bir yenilik yoktur. Bir veya birkaç müteşebbisin kurduğu bir firma muhtemelen bankacılık ya da telekomünikasyon

sektöründe başarılı projeler yapmışlardır. Bu projeler özel bir yazılım geliştirmek, kapsamlı bir altyapı projesi yapmak ve benzeri işlerdir. Firma artık büyümüştür ve pazarındaki müşterilere daha fazla çözüm sağlayabileceğini iddia etmektedir. Unutmadan söylemek gerek bu firmanın aldığı birkaç tane de ödül vardır. Müşteri koltuğunda oturan kişi için bu öykü eskidir. Her gün farklı versiyonlarını dinlemektedir.

İşte bu yüzden satış yöneticisinin yapması gereken müşteriye onun öyküsünü anlatmasıdır. Çoğu zaman, parça parça. Tıpkı Farquhar'ın yaptığı gibi. Gösteriyi müşterinin öyküsü üzerine kurmalıdır.

Bunun için çok iyi bir ön-etüt gerekir. Başlama noktası ise müşterinin ne iş yaptığıdır.

Unutmayalım. Soracağımız sorular aslında müşteriye söyleyeceğimiz şarkının notalarıdır.





Gelecek, yazılım tanımlı depolamada gizli

Yazılım tanımlı depolama teknolojileri her boydan işletme için önemli fırsatlar sunuyor. Dell META Bölgesi Kurumsal Ürünler Pazarlama Müdürü Tunç Erkan ile yazılım tanımlı depolama teknolojilerini konuştuk.

#FatihSarı

Dell META Bölgesi Kurumsal Ürünler Pazarlama Müdürü Tunç Erkan

Yazılım tanımlı depolama teknolojileri temelde yazılım-la donanımı ayırma unsuru üzerine dayanıyor. Bir diğer deyişle endüstri standardı sunucuların üzerinde çalışan yazılımla düşük maliyetli ekonomik disk kutularını bir arada bir yazılım çözümü sunabilecek hale getirmek olarak özetlenebilir. Gün geçtikçe bu teknolojilerin yaygınlaştığını belirten Dell META Bölgesi Kurumsal Ürünler Pazarlama Müdürü Tunç Erkan, "Bu geçişleri hızla yapan işletmeler olduğu gibi halen yavaş davranan şirketler de mevcut. Biz iş yükünü bakarak ölçekten bağımsız tüm işletmelere bu çözümleri öneriyoruz. Bugün artık herkes sanallaştırmanın farkında ve geleceğe bakılıp yatırım maliyetleri ele alındığında yazılım tanımlı çözümlerin maliyetin geri dönüşü anlamında çok hızlı yol aldığını görüyoruz. Buna istisna olan iş yükleri de var. Adanmış bir depolama altyapısı isteyen ya da mevcut yatırımlarını koruyarak iş gücünün bilgisini korumak fikriyle hareket eden işletmelerin yanında daha esnek düşünen müşterilerimiz de var. Bunun için de geleneksel depolama yöntemlerini kullanmak isteyen müşterilerimiz olsun yenilik peşinde olan müşterilerimiz olsun KOBİ ölçeğinden dev holdinglere kadar geniş bir yelpazede hizmet sunabiliyoruz" dedi.

Türkiye, küresel eğilimleri yakaladı

Ülkemizin bu alandaki küresel eğilimlerin gerisinde kalmadığının altını çizen, Erkan, "Bugün yazılım tanımlı depolama teknolojilerine benzer Dell'in geleneksel depolama teknolojileri zaten

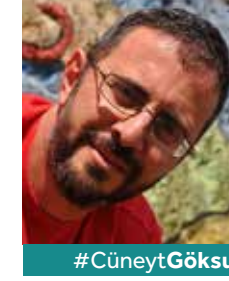
pazara sunuluyor. Ama aynı zamanda iş ortaklarına gittiğimizde müşterilerimiz ben yakınsamış bir çözüm istiyorum derlerse Nutanix, Microsoft, VMware, Red Hat ve Nexenta gibi beş farklı iş ortağımızla hizmet sunabiliyoruz. Bu tamamen müşterilerimizin taleplerine bağlı. Biz de Dell olarak az önce de belirttiğim üzere KOBİ'lerden büyük holdinglere kadar geniş bir yelpazede ürünlerimizi sunuyoruz" şeklinde görüş belirtti.

Gelecekte yazılım tanımlı teknolojiler öne çıkacak

Yazılım tanımlı depolama teknolojilerinin gelecekte de ön planda olacağını kaydeden Erkan, bu konuda ise şunları söyledi: "Yeni teknolojilerin çıkmasıyla birlikte müşterilerimiz bu teknolojileri kullanmak istiyor. Maliyet baskısı da yine müşterilerimizi bu yönde teşvik ediyor. Yine müşterilerimiz esneklik ve güvenlik istiyor, her yazılım güncellemesi yaptığımızda donanım almak istemiyorum diyorlar. En önemlisi de büyük veri dediğimiz konu gittikçe artacak ve bunun sonunda iş analitiği, verilerin işlenmesi ve depolanması ön plana çıkacak. Buna da sonsuz kaynaklar ayıramayacağımız için o yüzden de akıllı bir şekilde doğru maliyetlerle işlememiz gerekecek. Günün sonunda verinin nerede olduğuna aldırmayacağız ve Yeter ki bizim için gerekli veri hızlı olsun diyeceğiz. Bunu kurumlar kendi iş yüklerine göre, buluttan ya da kendi BT departmanlarından hizmet olarak bekleyecekler. Yani yine gelecekte depolamanın bir hizmet olarak verildiğini göreceğiz."

İlişkisel Model'den, NoSQL'e

Veritabanı ile çalışmayan kalmadı. Klasik uğraşı alanları, DBA, Uygulama Programcısı, Veri Modeli Tasarımcılığından, Veri Madenciliği, Veri Bilimcisi gibi yepyeni iş alanlarına kadar türlü çeşit uzmanlık alanı ortaya çıktı.



#CüneytGöksu

Yazılımla uğraşıp, SQL (Structured Query Language) bilmeyen ve duymayan da kalmamıştır herhalde. NoSQL de bu dönem o şekilde. NoSQL yeni bir veritabanı sistemi veya modeli olarak adlandırılabilir. Geleneksel veri tabanı üreticileri (IBM, Oracle, Microsoft vb.) geliştirdikleri veritabanlarıyla (DB2, Oracle, SQLServer) geleneksel veri tiplerini saklamak, yönetmek üzerine tasarlanmış, verinin doğruluğunu, her zaman tutarlı ve kararlı olarak saklanabilmesini, ulaşılabilir olmasını temel kriterleri olarak önceliklendirmişler ve bunlara göre çok sağlam motorlar geliştirmişlerdir. Bu veritabanları yıllar boyunca öncelikle "mission-critical" veri saklanması gerektiren bütün alanlarda görevlerini yapmaya devam etmektedir.

NoSQL olarak adlandırılan model, yukarıdaki geleneksel modelin dışında, veri saklama, veriye ulaşma ve tutarlılığının

ikinci planda kaldığı ihtiyaçların daha öne çıkması ile ortaya çıktı. Bu belirleyici faktör özellikle veri modelcilerin bakış açılarını da değiştirmesini gerektiriyor. Ama Nasıl?

Ölçekleme modeli

Ölçekleme açısından bakılınca, İlişkisel Model, "scale up" olarak adlandırılan bir teknolojidir. Kapasite eklemek için, gerek depolama ünitesi, gerekse I/O artışı anlamında, daha büyük sunucular almak gerekir, yani dikine büyüme. Yeni Uygulama mimarilerindeki bakış açısı ise tam tersi olan "scale out", yani büyüme ihtiyacı olduğunda sunucuyu dikine büyütmek yerine, göreceli olarak daha ucuz sunuculardan eklenti yapmak, sanallaşmak veya bulut hizmeti olarak bütün bu birleşimi bir load-balancer'ın arkasına dizerek sanki "devasa bir sunucu"ymuş gibi hizmet vermektir, yani enine büyüme. "Scale Out" kavramı uygulama sunucularında uzun süredir var olmakla birlikte, veritabanı sunucularında da artık kullanılmaktadır.

Veri Modeli

Veri Modelleme açısından bakınca, bilindiği üzere, ilişkisel modelde veri tabanına kayıt girilmeden önce, şema ve veri modeli tanımlanır, girilecek veriler bu yapıya uygun olmak zorundadır (veri tipi, veri uzunluğu, vb.). Her kayıt aynı yapıya sahip olmak zorundadır. NoSQL modelinde, kayıt girişinden önce veri modelinin oluşturulması zorunluluğu yoktur. Örneğin:

Bir NoSQL kaydı aşağıdaki gibi gözükür. Kayıt içindeki elementlerin bir veri tipi olmamakla birlikte, kendi kendilerini açıklayacak istenen isim verilebilir. XML, HTML ve JSON yapıları buna en güzel örneklerdir.

```
{
  "ID": 1,
  "ERR": "Out of Memory",
  "TIME": "2004-09-16T23:59:58.75",
  "DC": "NYC",
  "NUM": "212-223-2332"
}
{
  "ID": 2,
  "ERR": "ECC Error",
  "TIME": "2004-09-16T23:59:59.00",
  "DC": "NYC",
  "NUM": "212-223-2332"
}
```

Veri denormalize olarak saklanır. Bu kısacık girişle bile yıllardır ilişkisel veri modeli ile çalışanların nasıl yani der gibi olduğunu duyabiliyorum. 40 yılın alışkanlıklarını kırıp, yeni bir bakış açısı getirmek çok kolay değil. Örneğin NoSQL dünyasında doküman nurması tek ve yeterli Primary Key ve Index. Bu ID genellikle her Database'de bir tane olması yeterli. Hâlbuki ilişkisel modelde her tablo veya şema için ayrı Primary Key'ler düşünmek gerekiyor.

Sonuç olarak NoSQL veri tabanları bizlere aşağıdaki yeni imkânları sunuyor.

- Verinin ticari sunuculara dağıtılarak enine büyüme yöntemi ile daha az maliyetli bir büyüme
- Uygulamaların yazılmasından önce, kuralları önceden belirlenmiş veri modelleri ve şemaların tanımlanmasına, sonrasında bunlar üzerinde değişiklik yapmak için belirli kesintilerin olmasına imkân vermeden hızlıca kod geliştirilebilmesine imkân verme.
- Zengin ve sınırsız veri modelleme imkânları ile karmaşık veri modelleri ve sorgulamayı daha kolay sağlama.

NoSQL mimarisi denormalizasyondan dolayı, daha fazla saklama alanı kullanma ihtiyacı olsa da, performans, ölçeklenebilirlik ve esneklik konusunda getirdiği yenilikler, veri tasarımcılarını seçim konusunda daha yenilikçi düşünmeye yönlendiriyor.



Veri merkezi sektörü Hosting Festivali'nde buluştu

Türkiye'nin ilk ve tek hosting / veri merkezi etkinliği olan Hosting Festivali, üç gün boyunca sektörü Antalya'da buluşturdu.

Türkiye'de hosting ve veri merkezi sektörünün daha da güçlendirilmesi için yola koyulan ve sektör temsilcilerini bir araya getiren ve kısa sürede sektörün en önemli etkinliklerden biri haline gelen Hosting Festivali'nin yeni ayağı 6-8 Mart tarihleri arasında Antalya'da gerçekleştirildi.

Hosting Festivali Antalya Camp adıyla, Antalya Belek'te bulunan Cornelia Dia-

mond Hotel'de düzenlenen etkinlik, özel tasarlanmış kamp çalışmasıyla katılımcıların ağırladı. 60'ın üzerinde profesyoneli bir araya getiren organizasyonda Türkiye ve dünyadan önemli isimler konuşmacı olarak yerlerini aldı.

Açılış konuşmasını, organizasyonun ev sahibi de olan Selçuk Saraç'ın yaptığı günde, Dell'den Serhat Akkalyoncu ve Can Küçük, Cpanel'den Nick Koston ve Kenneth Power, TheSSLStore'dan John Tuncer, Bilişim Hukuku Uzmanı Av. Sertel Şıraca, Bilgi Güvenliği Uzmanı Huzeyfe Önal ve Gazeteci Serdar Kuzuloğlu diğer konuşmacılar olarak sıralandı.

Etkinliğin beklentilerin üzerinde bir katılımı gerçekleştiğini ifade eden Selçuk Saraç, Hosting Festivali'ni ilk olarak yılda bir kez ve İstanbul'da olacak şekilde planladıklarını, ancak gösterilen yoğun ilgi sonrası hem etkinlik sayısını artırdıklarını hem de İstanbul dışında organizasyonlara imza attıklarını ifade etti. "Hosting Festivali, gördüğü yakın ilgiden dolayı yılda dört kez ve İstanbul, İzmir, Antalya

ve Ankara'da olacak şekilde hızlı bir evrim geçirdi. İstanbul'da düzenlediğimiz ilk organizasyona katılan 400'den fazla katılımcı bu tür bir etkinliğe duyulan ihtiyacı ortaya çıkarttı" diyen Saraç, Antalya'da düzenledikleri etkinliğin bir kamp çalışması şeklinde tasarlandığını kaydetti.

"Antalya'daki etkinliğimizi, 60'ın üzerinde sektör profesyoneli ile gerçekleştirdik" diyen Saraç sözlerini şöyle bitirdi:

"Organizasyon sonrası değerli katılımcılarımızdan aldığım dönüşler ve gözlemlerim sonucu rahatlıkla söyleyebilirim ki, esasında aynı gemide bulunan sektör oyuncularını başta bulundukları geminin rotasını çizmek için bir araya gelmeli, birbirlerini tanımalı ve sektör sorunlarına çözüm önerilerini ortak akılla dile getirmeli. Geçtiğimiz iki buçuk güne bakınca bu gayemizin yerine geldiğini görüyorum."

İlk iki etkinliği İstanbul ve İzmir'de gerçekleştirilen Hosting Festivali'nin Antalya'dan sonraki durağı ise Ankara olacak.



Etkinliğin açılış konuşmasını Selçuk Saraç gerçekleştirdi.

NetApp 2015'e iddialı girdi

NetApp Türkiye Genel Müdürü Behçet Yumrukçalı, 2015 planlarını ve sektörün trendlerini TechInside'a değerlendirdi.

Yeni performans ve hız odaklı hibrid Flash ürün grubunun yeni üyelerini tanıtan NetApp Türkiye Genel Müdürü Behçet Yumrukçalı, All-Flash array sistemler arasında bir milisaniyenin altındaki ortalama tepki süresiyle dikkat çeken EF560 ve NetApp E-Serisi'nin en yeni hibrid üyesi E5600'e ait detayları paylaştı.

Yumrukçalı NetApp'ın 80 Milyon Dolarlık SteelStore satın alması ile ilgili olarak "Bulut, yedekleme ve sistem kurtarma pazarındaki en yıkıcı teknolojilerden biri haline geldi. Müşteriler artık

her geçen gün veri koruma ve veri yönetimini operasyonlarını nasıl daha iyi çözümler ile birleştirebileceklerini hesap etmeye çalışıyorlar. Ürün portföyümüzü zenginleştiren SteelStore ürün grubu, bu anlamda müşterilerimizin hibrid bulut girişimlerini destekleyecek ve kurumsal verilerini yedekleme ve arşivleme seçeneği olarak onlara bulut depolama entegrasyonu sunacak. yorumunu yaptı."

Toplantı sırasında NetApp CTO'su Jay Kidd tarafından açıklanan 2015 öngörülerini de değerlendiren Behçet Yumrukçalı, 2015 teknoloji

trendlerinde ilk başta Flash sistemleri masaya yatırdı. Sıkıştırma ve veri tekilleştirme hem disklerde hem de Flash sistemlerde kullanılabilirliğini söyleyen Yumrukçalı, tüm depolama mimarilerinin "sıcak" verinin hızına yetişmek için Flash sistemleri bünyesine katacağını aktardı. Yumrukçalı, yalnızca Flash ile çalışıp diğer Hibrid Flash/Disk array'ler ile entegrasyon kurmayan mimarilerin, güvenli ve güvenilir bir depolama sistemi altyapısı oluşturmadıkları için BT dünyasında rağbet görmeyeceğinin de altını çizdi.



#VideoInside

Turkcell'den Kocaeli'de "İş'te Teknoloji Hamlesi"

Turkcell İş'te Teknoloji Hamlesi'nin İzmit ayağı Kocaeli Ticaret Odası'nda gerçekleştirildi.



Turkcell Kurumsal Pazarlama ve Satış Sorumlusu Genel Müdür Yardımcısı Selen Kocabaş

Kurumların bilişim teknolojilerini etkin kullanımı için yeni bir model geliştiren Turkcell, İş'te Teknoloji Hamlesi adını verdiği bu çalışma ile sektörlerin ve şirketlerin ihtiyaçlarına özel çözümler sunuyor. Farklı illerde gerçekleştirilecek olan etkinliğin ilk ayağı, 24 Şubat'ta Kocaeli Ticaret Odası'nda gerçekleştirildi.

Etkinlikle ilgili olarak, "Yeni sürecin önemli bir parçası olarak gördüğümüz Kocaeli'de Teknoloji Hamlesi'ni de şirketlerin mobil ve sabit teknoloji çözümlerini kullanarak daha hızlı ve karlı olmalarını sağlamak, büyümelerine katkıda bulunmak amacıyla gerçekleştirdik." diyen Turkcell Kurumsal Pazarlama ve Satış Sorumlusu Genel Müdür Yardımcısı Selen Kocabaş, bir iletişim ve teknoloji şirketi olarak, Anadolu'daki şirketlerin maliyetlerini düşüren, gelirlerini artıran çözümlerle başarıyla ulaşmalarını istediklerini dile getiriyor.

"Turkcell olarak öncelikli hedefimiz bu şirketlerin teknik ekipleriyle birlikte çalışıp, Anadolu'da iş ortaklığı ekosistemini büyütürken yerel değeri güçlendirmek. Kendimizi müşterilerimize en iyi teknolojik çözümleri sunan iş ortağı olarak görüyoruz ve "O işe Turkcell bakıyor" söylemimizi perçinleyeceğiz yeni buluşmalarımızın heyecanını yaşıyoruz" diyen Kocabaş, bulut, Büyük Veri gibi konuların yanında, "Gerçek Zamanlı İşletme Yaklaşımı" odağıyla hareket ettiklerine dikkat çekiyor. Kocabaş, işlerinde teknolojiyle fark yaratmak isteyenlerin "TEKNOLOJİ" yazıp 2222'ye mesaj göndermelerinin yeterli olacağını, müşteri temsilcilerinin kendilerine hızlı bir şekilde dönüş yapacağını söylüyor.

Turkcell Akıllı Bulut şirketlere neler sağlıyor?

Sundukları çözümler arasında şirketlere her an her yerden teknolojik altyapıya erişim olanağı sağladıklarını ifade eden Selen Kocabaş, geçtiğimiz yıl sunmaya başladıkları Turkcell Akıllı Bulut ile şirketlerin donanım, yazılım, lisans, işletim, internet ve güvenlik gibi BT hizmetlerinden yüzde 80 tasarruf edebildiklerini vurguluyor. "Bulutun olmazsa olmazı kaliteli geniş bant altyapısı da Turkcell Superonline ve Turkcell 3G şebekesinin güvencesinde müşterimize sunuluyor" diyen Kocabaş, gerek fiber altyapı, gerekse 3G şebekeleriyle Turkcell olarak en kaliteli ve hızlı altyapıyı sunarak bulut için gerekli zemini hazırladıklarını ifade ediyor.

Büyük Veri için özel çözümler

Verinin, günümüzde şirketlerin en değerli varlığı haline geldiğine dikkat çeken Selen Kocabaş, Büyük Veri'nin her sektörden, tüm ölçekteki kurumlar için önemli bir ticari potansiyel içerdiğinin altını çiziyor. Bu verilerin, doğru okunması ve anlamlandırılması gerektiğini kaydeden Kocabaş, "Turkcell olarak, işimize, müşterilerimizi analiz ederek, müşterilerimizin farklı yönlerini keşfetmeye çalışarak başlıyoruz. Doğru müşteriye doğru teklifi sunarken fark yaratabilmek, bu keşif yolculuğundan bir anlam ile dönmemekten geçiyor. İlgili abonelerimize doğru teklifle, ihtiyacı anında hedefleme yaparak müşteri memnuniyeti sağlarken, diğer taraftan ilgisiz müşteriye onun için faydalı olmayacak mesaj gönderimlerini ortadan kaldırarak müşteri memnuniyet-sizliğini engelliyoruz" yorumunu yapıyor.



Takvimlerin gösteremediği "Kırmızı Pazartesi"



#H.MuratŞermet

Dokumacılık / Tekstil dünyayı yeniden biçimlendirirken, gelişim yavaş, ağır ve yorucuydu. Ta ki adamın biri kumaş dokuyan tahta mekiklerin yerine "çelik iğ" geliştirene dek. Sonra her şey değişti... Çelik iğ yapan adam sadece işleri kolaylaştırmaya ve dokunan kumaşların daha sağlam olmasını sağlamaya çalışıyordu. Tabii uluslararası sömürgeciliği başlatan kişi olarak anılacağını bilse belki de buluşunu kimseye göstermezdi.

Fakat her dönüşüm süreci kendini yeni bir takım isimlere adlandırır: Bilgi Çağı ya da Endüstri Devrimi gibi... Bu bağlamda, her yeni süreç ya da dönem, kendini bir "mal" ile var edebilir. Örneğin Sanayi Devrimi: "Hollanda'ya dayalı dünya sistemini yıkıp İngiltere'ye bağlı yeni bir sistem kurma çabasıdır. İngiltere bunu yünlü dokuma ile denemiş, başaramamıştır. Sonuca pamuklu dokuma ile ulaşmıştır." cümleleriyle de ifade edilmektedir. [Kaynak: İngiliz Endüstri Devrimi Öncesinde Avrupa'da Yünlü Dokuma Sanayii-1979 - Doç. Dr. Y. Küçük, AİTİA Maliye Fakültesi]

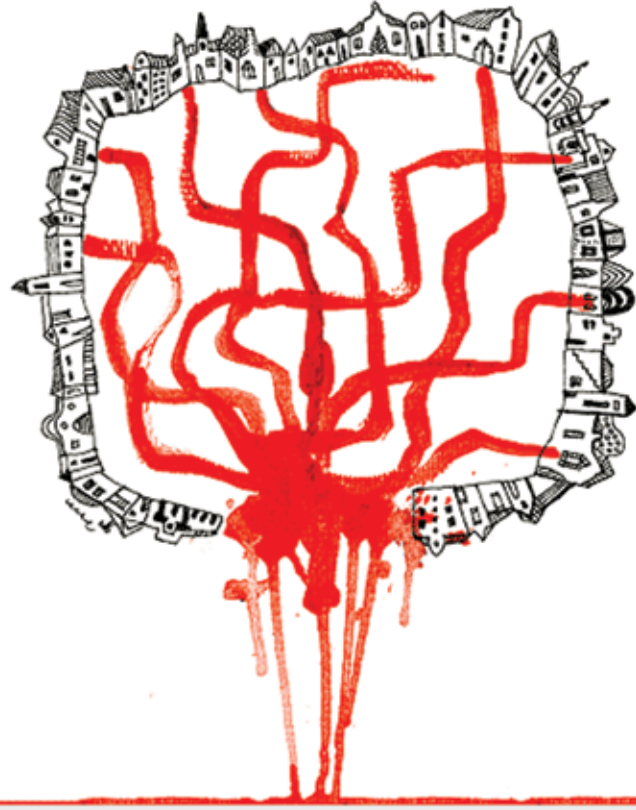
Bugün her birimizin önünde birden çok ekran var ve her şey sonsuz bir hızda değişiyor...

Her hikâye taraflıdır

Tarihçi **Merry E. Wiesner-Hanks** "Erken Modern Dönemde Avrupa" adlı kapsamlı çalışmasının ilk sayfalarında söylüyor bunu: "Her insan gibi her tarihçi de geçmişe kendi perspektifinden bakar. Bu perspektif kişinin ilginç bulduğu konuları, bilgiye ulaşmak için kullandığı yöntemleri ve bulgularını anlattığı dili biçimlendirir. Bazen bir bakış açısı "önyargı" olarak tanımlanır; ancak bu sözcük çok olumsuz bir anlamla yüklüdür ve sanki "önyargısız" tarih, yani geçmişte meydana gelen gerçekleri olduğu gibi anlatmak mümkünmüş hissini uyandırır. Ancak, bu

Chronicle of a Death Foretold

by Gabriel Garcia Marquez



gerçekler insanlar tarafından toplandığı ve bu gerçekleri ortaya çıkaran kaynaklar da büyük oranda insanlar tarafından oluşturulduğu için, her hikâye taraflıdır."

Tarihi, olan biten herşeyin, hakikati gösteren, kusursuz ve eksiksiz anlatımı ve tarihçiyi her şeyi tarafsızca kaydededen uslu bir memur sanmak, 17. yüzyılda belki geçerli bir varsayım ve tanımlama olabilirdi, günümüzde; özellikle yeni gelişmelere yeni bakış açıları getirilmezse, insanlık tarihinin anlaşılabilir hale gelme tehlikesiyle

karşı karşıya olduğunu görebilmek için kâhin olmaya gerek var mı?

Hepimiz aslında biliyoruz da söyleyecek söz arıyoruz...

20. yüzyılın en önemli yazarlarından birisi olarak nitelendirilen, 1982 Nobel Edebiyat Ödülü sahibi, tüm Latin Amerika'da **Gabo** olarak tanınan ve 2014 yılında sonsuzluğa uçan Kolombiyalı yazar **Gabriel García Márquez** "Kırmızı Pazartesi" adıyla Türkçeleşen, "Chronicle of a Death Foretold / İspanyolca: Crónica de una mu-

erte anunciada" adlı ölümsüz eserinde, Kolombiya'da, çocukluğunu geçirdiği kasabada işlenen gerçek bir cinayetin öyküsünü anlatır.

Roman'ın ilk cümlesiyle, kimin ne zaman öldürüleceğini okuruz. Sorgulama/mülakat tekniği ile yazılmış bu kısa romanda sadece okuyucu değil, tüm kasaba ahalisi de kimin ne zaman öldürüleceğini önceden bilmektedir.

"Geleneksel Basın" için "Kırmızı Pazartesi" hızla yaklaşırken...

17. yüzyıla gelindiğinde tek yapraklı ve gazete diyebileceğimiz basılı ürünler çıkmaya başlamıştı, daha düzenli, kapsamlı ve çok sayfalı yayınlar için 18. yüzyıl başlarını beklemek gerekecekti. Ya bugün? İki saat önce basılmış bir gazete bile artık bize "eskimiş" geliyor...

En doğru habere ulaşmak için neden bir mikro blog sitesine bakıyor herkes? Neden çoğu zaman hiçbir yerle ilgisi olmayan insanların yazdıklarını izliyoruz?

Demek ki bizler, yani kasaba ahalisi de olacakları ve/veya olmakta olanı aslında biliyoruz...

Geleneksel basının 300 yıldan biraz fazla zamana yayılan doğuşu ve yükselişi, 21. yüzyıl tüm etkilerini göstermeye başladığında bir tür darmadağın olma noktasına hızla yaklaşmakta...

Bütün bunları "basılı bir dergi"nin kağıttan sayfalarında yayınlanacağını bilecek yazıyorum ama kalıcı olacak içeriğe

dönüşümünün internette olacağını artık biliyorum. Basılacağı derginin dışındaki varlığının ve okunmasının sosyal medyada paylaşımla mümkün olacağını ve ileride arama motorları üzerinden erişileceğini de biliyorum.

Her şey hızla hikâye olurken ya da her şey "Kırmızı Pazartesi"

Böylece şunu gözlemleyebiliyoruz, geleneksel basın hala çok önemsiyoruz; ama artık, yolun sonuna yaklaştığımızı da biliyoruz. Peki ne yapmalı?

Her şey o kadar hızlı oluyor ki, anlamak için belki onlarca yıl gereken dönüşümler bazen bir kaç hafta sürüyor. Benim kuşağım, evlerde telefon ve televizyonun olmadığı bir dünyanın çocukluğunu temsil ediyor. Şimdi ise, *internetin olmadığı bir dünyayı bilmeyen* insanlarla aynı koşullarda yaşıyoruz ve onların yükselişini kimimiz tedirgin, kimimiz korkulu, çoğumuz şaşkın, küçük bir kümemiz de övgü ve saygıyla izliyoruz.

Bu yazının ulaşmasını umduğumuz kümenin, övgü ve saygıyla izleyenleri kapsadığını umarak yazıyorum hepsini...

Değişim ve dönüşüm mü? Yıkım ve yeniden yapılanma mı?

Teknoloji her yerde; evet, geçen yazıda Eric Emerson Schmidt'e atfen, teknolojinin *görünmez olacak kadar yaygın* hale gelmek üzere olduğundan söz etmiştik. Bu konunun bir de diğer yüzü var:

Her yerde / her zaman olmakla birlikte teknoloji; erişilmesi giderek zorlaşan, karmaşıklaşan ve denetimi konusunda egemenlerin kaygılarının hudutsuz taleplere sürüklendiği bir olguya doğru evrilmekte...

Demokrasinin beşiği kabul edilen Büyük Britanya Krallığı'nda sosyal medya sitelerine yasaklama getirme konusu ciddi ciddi tartışıldı: "İngiltere hükümeti dört gün boyunca ülkeyi kasıp kavuran yağma ve kundaklama olayları ardından kriz zamanlarında Twitter ve Facebook gibi sosyal iletişim ağlarını kapatıp kapatmamayı değerlendiriyor.

Başbakan David Cameron, istihbarat servisleri ve polisin, şiddet planlayanların iletişimlerinin engellenmesinin "doğru ve mümkün" olup olmadığını araştırdığını açıkladı." [Kaynak: http://www.bbc.co.uk/turkce/haberler/2011/08/110812_riots_social_media.shtml]

Teknoloji her zaman her şeyi değiştirdi, bu dönüşüm ilk kez yaşanmayacak: İki taşı birbirine vurarak yakılan ilk ateşle başlayan bu değişim, geçtiğimiz binyıllarda uzun ve yavaş dönemlere kültürlenerek yayılır ve böylece dönüşüm süreçleri yönetilebilir hale gelerek kuşaklar arasında özümsevenek aktarıldı. Şimdi artık durum çok vahim: Eğitim kurumları verili durumun neredeyse 15 yıl gerisinden gelmekte... Öğrendiğiniz ve öğreneceğiniz hiçbir şeyin hükmü yok...

Biri hariç: Öğrenmeyi öğrenmek...

Sinema ve teknoloji: Ayrılmaz ikili

Sevgili TechInside okurları. Önceki sayılarda sizlere film çekim süreçlerinden ve teknolojinin bu sürece sağladığı faydalardan bahsettim. Bu sayıda ise film ekipmanlarına değineceğim

Bildiğiniz gibi her dönemde bu zahmetli sanat dalının oluşturulmasında, film üretimini kolaylaştıracak bir takım yardımcılara ihtiyaç duyulurdu. Bu yardımcılar daha iyi görüntüler elde edebilmek ve kullanım kolaylığını sağlayabilmek için düşünülmüş mekanik gereçlerdir. İlk olarak tripodun gelişiminden bahsedeceğim.

Tripodun oluşumu yıllar öncesine dayansa da Ar-Ge çalışmaları ile, bu yardımcı ekipmanın daha stabil hale geldiğini söyleyebiliriz.

Sinema kameraları, gövdesi ve üzerine bağlanan çeşitli araçlar dolayısıyla oldukça ağırdır. Bu ağırlığı taşıyabilecek tripodlar zaten her dönemde vardı. Ancak kameramanın sinemada, Pan ve Tilt adıyla bilinen kamera hareketlerini (sağa sola/aşağı yukarı) rahat ve titretmeden yapabilmesi ciddi bir çalışma gerektiriyordu.

Tabii bu işlevsel ürünün görevi yalnızca bununla sınırlı değil. Yetenekli diyebileceğimiz bir tripod, kameramanın kamerasını istediği hızda hareket ettirebilmesini sağlamalı, dış çekimlerde rüzgâra dayanabilmeli ve bulunduğu ortamda sabit kalabilmeli. **(Fotoğraf A)**

Fotoğraf B



Bir başka gelişme ise, tripoda entegre edilebilen Remote Contoller aparatı. Controller ile kameranın tripod kolundan uzaktan kontrol edilebilmesi sağlanabilir hale geldi. Bu aparat ile kameraya yapılan fiziki müdahalelerin azaltılması amaçlanmıştı. **(Fotoğraf B)**

Steadicam ya da Vücut Aparatı ise son 10 yıldır sıkça kullanılan bir kamera aparatı. **(Fotoğraf C)** Aparat bir çeşit giysidir ve kameranın, kişinin vücudunda bulunan bu aparata sabitlenmesini sağlar. Yaylı sistemi sayesinde görüntüde oluşabilecek titremeleri minimize eder ve kame-



Fotoğraf C

ramana zengin hareket imkânı sağlar. Hareketli sahnelerde kullanmak için üretilen Steadicam, dolayısıyla yapımcıları zaman ve para kaybettirecek çeşitli ekipmanların kullanımından kurtardı. Teknolojinin ve çeşitli Ar-Ge çalışmalarının meyvesi olan Steadicam, sinema için adeta bir hazine.

Başka bir teknoloji harikası ekipman ise CopterCam. CopterCam, bilinen adıyla helikopter kamerası, üzerine kamera bağlanabilen bir model helikopter olarak tanımlamak mümkün. **(Fotoğraf D)**

Uzun yıllar boyunca hava çekimleri için büyük helikopterler kullanıldı. Bu helikopterlerin günlük kiralari ve yakıt ihtiyaçları yapımcıya ilave bir yük getiriyordu. CopterCam bu ihtiyaca en sağlıklı çözümü sağladı. Yakıt masrafı neredeyse yok denecek kadar az. Kiralık helikopter masrafı yerine, edinebileceğiniz bu çok pervaneli cihazın yeteneklerinden kısaca bahsedelim.

CopterCam, uzaktan kumandasıyla kontrol edilebiliyor. Çektiğiniz görüntüyü bağladığınız monitörden görebiliyorsunuz. 1-2 km havalanabilen bu ürün, nerede olduğunun bilgisini size

GPS sistemi ile iletiyor. Belli markaların ürünleri havada her koşulda kendisini sabitleyebiliyor ve yakıtı bitmeden sizi uyarıyor. İndiremezseniz bulunduğu yere iniyor.

CopterCam çalışma prensibi sayesinde jimmy jip, şaryo ve panter gibi birçok aparatın yapabileceği hareketleri de yapabiliyor. Bu yüzden günümüz sinemasında da sıkça tercih ediliyor.

Sinema sektörüne fayda sağlayan onlarca ekipmandan yalnızca bir kaçını ele aldım. Yaratıcı fikirlerin teknolojiyle buluşması, ilerleyen dönemlerde de alternatif çözümler sağlayacak ve sektörün iş yükünü azaltacaktır. Ama şunu unutmamalıyız; gelişen teknoloji, artan talep ve pazarın genişlemesi, alınabilirlik açısından sadece sektöre değil, son kullanıcılar da fayda sağlamaya devam edecek.





Philip Chang'ten,
P.F. Chang's'in
doğuş hikayesi

P.F. Chang's'te Toplantı odanız hazır!

Bu ay, şık dekorasyonu, sessiz atmosferi ile kurumsal toplantılara, iş yemeklerine, özel davet ve kutlamalara ev sahipliği yapan P.F. Chang's'e konuk oluyoruz.

#BuketAksu

A sya lezzetlerini Türk damak tadıyla buluşturan **P.F. Chang's**, ortaya büyük porsiyonlarda sipariş edilen lezzetlerin keyifle paylaşıldığı ve sınırsız içecek imkânı sağlayan hizmet yapısı ile kurumsal toplantılar, iş yemekleri, özel davet ve kutlamalar için de ideal bir mekân olarak öne çıkıyor. Kapısındaki dev atları ile dikkat çeken P.F. Chang's'in en üst katında yer alan Private Dining Room, modern ve sade dekorasyona sahip toplantılara, davetlere özel dizayn edilmiş. Private Dining Room'da taş ve ahşap malzemeler, doğal gün ışığı alan çatı pencereleri ile bütünleşiyor. Sessiz ortamıyla öne çıkan toplantı alanında gerektiğinde masaları birbirinden ayırmak için kullanılan ahşap seperatörler konuklara mahremiyet ve konfor da sağlıyor.

P.F. Chang's müdavimlerinin vazgeçemediği lezzetlerden Dynamite Shrimp, Mongolian Beef ve Chang's Spicy Chicken zengin **P.F. Chang's** menüsünde yer alan özel lezzetlerden sadece bir kaç... Sushi severler düşünülerek oluşturulan ve birbirinden lezzetli sushi seçeneklerinin yer aldığı **"Sushi a la P.F. Chang's"** menüsü **P.F. Chang's** lezzet yolculuğunda farklı bir seçenek olarak öne çıkıyor.

Öğlen saatlerinde gerçekleştirilecek kurumsal toplantılar ve iş yemekleri için de kişiye özel bir seçenek olabilecek **"Özel Öğlen Menü-**

leri" de **35 TL**'lik özel fiyatı ile dikkat çekiyor. Portakal, Yasemin, Morgentau çayı, Espresso, Americano ve Türk Kahvesi toplantılarda tercih edilebilecek sıcak içecekler; Great Wall Of Chocolate, Banana Spring Rolls ise tatlı seçenekleri arasında yer alıyor.

Rezervasyon için: P.F. Chang's Etiler
(212) 358 60 60



Tasarım okumak için Los Angeles'taki The Art Center'a giden Philip Chang mezuniyetinin ardından, çalıştığı yerdeki işlerin yolunda gitmemesini de sebep görerek 70'lerin sonunda Çin'deki ailesini ziyaret etmeye karar verir ve ailesinin sahip olduğu The Mandarin isimli mekanı işletmeye başlar. Mekanın müşterileri arasında bulunan ve ilk biftek restoranını Beverly Hills'de açan Paul Fleming'e Çin restoranı açması konusunda danışman olarak yardım eder ve ardından ilk P.F. Chang's Çin Bistrosu Temmuz 1993'te Scottsdale, Arizona'da açılır. Restoran 2012'den bu yana da İstanbul Etiler'de hizmet veriyor.

P.F. Chang's'in geleneksel sözü: "Burada olmanızdan dolayı çok mutluyuz ve tekrar buraya gelmeyi istemeniz için elimizden gelen her şeyi yapacağız."

Sıfır Marjinal Maliyet Toplumu



Teknolojideki dönüşümler yaşamı yönlendirmeye devam ediyor. Bu yönlendirme, beraberinde yeni bir ekonomik sistemin de devreye girmesi için gerekli ortamı sağlıyor. Bu kez karşımıza çıkan tablo ise, internetin alıştığımız kalıpların ötesinde bir rota izlediğini ortaya koyuyor.

KoçSistem tarafından Türkçe'ye kazandırılan Sıfır Marjinal Maliyet Toplumu adlı kitap, günümüzün tanınmış toplum düşünürlerinden olan ve Avrupa Birliği dışında pek çok lider ismin de danışmanlığını yapan Jeremy Rifkin tarafından kaleme alınmış. Rifkin, kitabında, iletişim interneti ile yükselmekte olan enerji interneti ve lojistik internetinin akıllı bir altyapıda, diğer bir deyişle Nesnelerin İnterneti üzerinde nasıl bir araya geldiğini çarpıcı örneklerle paylaşıyor. Kitap, Mayıs 2015'ten itibaren BZD Yayıncılık ismiyle satışa sunulacak.

Yazar: **Jeremy Rifkin**

Yayınevi: **BZD Yayıncılık** • Fiyat: **Henüz satışa sunulmadı**

Büyük Veri: Yaşama, Çalışma ve Düşünme Şeklimizi Dönüştürecek Bir Devrim



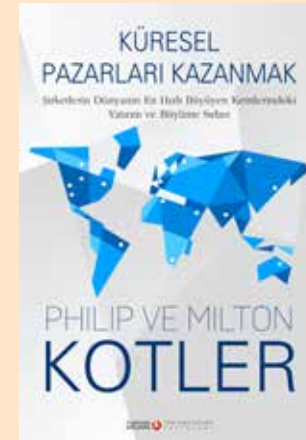
Büyük Veri, tanımlı kişiye ya da kullanıldığı alana göre değişen tanımlara sahip. Bu nedenle onu tanımlamak için en uygun yol, kuşkusuz Büyük Veri'nin kullanımıyla sağlanan faydaları içeren başarı öyküleri. Viktor Mayer-Schönberger ve Kenneth Cukier tarafından yazılan ve Türkiye'de BT Bilgi Teknolojileri'nin katkısıyla Paloma Yayınevi tarafından hazırlanan kitap, Büyük Veri'nin kapsamını özetleme konusunda oldukça faydalı.

Oxford Üniversitesi'nde internet yönetimi ve düzenlenmesi profesörü olan Mayer-Schönberger ve Economist'in veri editörü Cukier, bu ortak imzalı kitapta Büyük Veri'nin hayatlarımızı nasıl değiştireceğini başarıyla anlatıyor. Yalnızca faydalara değil, kişisel verilerin gizliliği başta olmak üzere Büyük Veri kullanımında karşılaşılabilecek riskleri de ele alan ikili, Büyük Veri'nin asıl değerinin doğru veriyi doğru bir şekilde analiz etmenin önemine de vurgu yapıyor.

Yazarlar: **Viktor Mayer-Schönberger & Kenneth Cukier**

Yayınevi: **Paloma** • Fiyat: **19 TL**

Küresel Pazarları Kazanmak



Bugün küresel bir marka olmak eskiye oranla daha kolay. Çünkü teknoloji ve iletişimin sağladığı hız, yaptığınız herhangi bir işin dünyanın öteki ucunda dakikalar içinde yankı bulmasını sağlayabiliyor. Ancak dünya daha küçük gibi görünse de belirli noktalara, mesela şehirlere odaklanmak gerekiyor. Philip ve Milton Kotler tarafından yazılan Küresel Pazarları Kazanmak, global marka olma yolunda dünyanın en büyük 600 kentinin önemine dikkat çekiyor.

Türk Hava Yolları desteğiyle Optimist Kitap tarafından yayınlanan kitap, küresel bir şirketin, pazarlarını genişletebilmek adına hangi kentlere ağırlık vermesi gerektiği konusunda yol gösteriyor. Şubat 2015'te raflarda yerini almaya başlayan Küresel Pazarları Kazanmak, alt başlıklarında pazarlama sektörü profesyonellerinin bu dönüşümde nasıl bir rol üstlenmesi gerektiğine dair detayları da içeriyor.

Yazarlar: **Philip Kotler, Milton Kotler**

Yayınevi: **Optimist Kitap** • Fiyat: **33 TL**



#MelihÇelik/TechInside Genel Yayın Yönetmeni

@filtrekahve

melih.celik@techinside.com

Standartların götürdüğü yere git...

Dünya tarihinde savaşlar epey bir yer tutar. Hatta bazıları için "dönüm noktası", "tarihin seyrini değiştirdi" gibi yorumlar da yapılır. İkinci Dünya Savaşı sonrasındaki dönemde ise belki bu tanımları hak etmeyen, ama insanlığın gidişine yön veren silahsız savaşlara şahit olduk.

Bunların ilkinin 1950'lerde başlayan uzay yarışı olarak görmek mümkün. Bir başkasını ise VHS ve BETAMAX arasındaki video formatında... Daha yakın bir örnekte ise Bluray ve HD-DVD karşı karşıya gelmişti. Uzay yarışının insanlık tamamen yok olana kadar devam edeceğini düşünürsek teknoloji odaklı mücadeleler yaşamımızda yerini almayı sürdüreceğe benziyor.

Bu yazıyı yazdığım sırada Apple, akıllı saati Apple Watch'un lansmanını gerçekleştiriyordu. Hemen yanda yayındaki gelişmeleri canlı yayında aktaran ekibin sesleri, Twitter'a düşen çok sayıda Apple tweet'inden çıkardığım şey, standart savaşlarının akıllı saatlerde devam ettiği oldu. İçinde, akıllı kelimesinin olduğu bir ürün grubundan söz ediyor-sanız beraberinde getireceği uygulamalardan da bahsetmeniz gerekir. Gerek Apple, gerekse Google, pek çok farklı alanda yürüttüğü rekabeti bu kez akıllı saatlerde de göstereceği benziyor.

Akıllı saatlerin yetenekleri şimdilik sınırlı. Ancak GfK'nın bir araştırmasına göre 2015'te satış anlamında önemli bir patlama yaşayacaklar. GfK'nın

web sitemizde bulabileceğiniz araştırmasının detaylarına göre 2014'te tüm dünyada 4 milyon akıllı saat satılmış. 2015'te ise yaklaşık 7 kat artarak 26 milyonu geçecek. Sağlık durumunu izleyip, yeri geldiğinde "fazla oturdun kalk dolaş biraz" diyen akıllı bileklik vb. aksesuarlarsa iki kat artışla 25 milyonluk satışa ulaşacak olsa da akıllı saatlerin gölgesinde kalacak.

Saatler her ne kadar ticari bir aksesuar gibi görünse de, Google'ın Android ile, Apple'ın ise iOS ile elinde tutmaya çalıştığı hakimiyeti desteklemek asıl işlevi olacak. Sektöre farklı şekillerle girmek isteyenlerse standartların kendilerini götürdüğü yere gitmek zorunda kalacak. Apple burada donanım anlamında kapalı bir sistemle çalıştığı içinse akıllı telefonlarda gördüğümüz rekabetin bir benzerini burada da görebileceğiz.

Peki teknolojiyi üretmek isteyen Türk şirketleri neler yapmalı? Konu, akıllı telefon, saat vb. ürünler olduğunda binmemiz gereken gemiyi birkaç liman farkla kaçırmış olabiliriz. Ancak nesnelerin interneti gibi, nispeten daha ucu açık konularda AllSeen Alliance benzeri konsorsiyumlara girmek global rekabette öne çıkmak için önemli. Dünyada, Türkiye'den de üyeleri bulunan AllSeen Alliance benzeri, farklı alanlarda standart belirleyen çok sayıda platform var. Eğer Ar-Ge yapıyor, gerçek anlamda yeniliklere imza atıyorsanız buralarda etkin olmanızı kesinlikle öneririm...

TECH INSIDE

Yedinci sayımızla bulutlara çıkıyoruz

TechInside dergimizin yedinci sayısı sizlerle buluştuk. Bu ay, her ölçekten kurumun kullanmaya başladığı "bulut bilişim" konusunu ele aldık. İspanya'da yerinde takip ettiğimiz Mobil Dünya Kongresi özel ekimizin de, gitme fırsatı bulamayanlar için faydalı bir kaynak olacağına inanıyoruz.

Kapak konusu: Bulut Bilişim

Bulut bilişim teknolojileri, kurumların süreçlerine dahil olma konusunda oldukça hızlı yol aldı. Bu sayımızda bulut bilişimin genel bir çerçevesini çizerken, merak edilen güvenlik ve KOBİ çözümlerini de ele aldık. Son zamanlarda artış gösteren sağlık sektöründe bulut platformu kullanımı ve ele geçirilen kişisel verilerin yaratabileceği tehlikeleri de ele aldık. Ayrıca Kalkınma Bakanlığı'nın Eylem Planı'na giren bulut bilişim desteklerine ve kamu kurumlarının dahil olacak kamu bulutuna da değinmeyi ihmal etmedik. Keyifle okuyacağınızı umuyoruz.

Dosya konusu: Sinema ve teknoloji: Ayrılmaz ikili

Günümüzde sinema endüstrisinin en önemli yardımcıları arasında kuşkusuz teknoloji geliyor. Bu ay, endüstrinin kullandığı yardımcı ekipmanlarda teknolojinin nasıl bir role sahip olduğuna değiniyoruz. Tripod vb. ekipmanlarda kullanılan teknolojiler çekim tekniklerine de ciddi bir katkı sağlıyor.

Analiz: Kendi kendine giden otomobil üretmeye ne kadar hazırız?

Gerek mevcut otomobil üreticileri gerekse Google gibi işi otomobil üretmek olmayan firmalar bu trendin peşinde güçlü adımlar atıyor. Türkiye de, en önemli otomotiv üreticilerinden biri konumunda. Ancak bugünün otomobillerini üreten Türk otomotiv sektörü kendi kendine gidebilen, yani otonom sürüş yeteneğine sahip araçları üretmeye ne kadar hazır?

Haberlerden derlemeler

E-ticaretin şekli değişiyor. E-ticaret yapmak isteyen şirketlere ödeme sistemleri altyapısı hizmeti veren Iyzico'nun CEO'su Barbaros Özbugutu ile yeni e-ticaret yasasını ve sektördeki dönüşümü konuştuk.

Siber çağda güvenlik çok önemli. Meksika'daki Security Analyst Summit etkinliğinde röportaj yaptığımız Eugene Kaspersky, yaşadığımız çağın siber çağ olduğunu söyleyerek güvenliğin önemine dikkat çekti.

Türkcell İş'te Teknoloji Hamlesi'nin İzmit ayağı Kocaeli Ticaret Odası'nda gerçekleştirildi. Etkinliğe ait detayları ve Türkcell'in sunduğu çözümleri Türkcell Kurumsal Pazarlama ve Satıştan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Selen Kocabaş değerlendirdi.

Teknoloji anlamında en önemli ülkelerin başında gelen Büyük Britanya, bilişimi kullanarak kalkınma vizyonunu Galler Photonics Basın Turu'nda bir kez daha gözler önüne serdi.

Köşe yazıları

Fatih Sarı: İspanya, Barselona'daki Mobil Dünya Kongresi'ni yerinde takip eden Fatih Sarı, gözlemlerini TechInside web sitesi üzerinden gerçekleştirdiğimiz MWC özel anketi sonuçlarıyla birlikte aktarıyor.

Melih Çelik: Bu ay, artan cihaz ve platform sayısının getirdiği standart karmaşasına değinen Çelik, Türk şirketlerinin neden standartları belirleyen konsorsiyumlarda yer alması gerektiğine dikkat çekiyor.

Hakkı Alkan: Facebook CEO'su Mark Zuckerberg'in MWC 2015'te yaptığı konuşmaya değinen Alkan, şirketin internet erişim altyapısı noktasında elini taşın altına koyması gerektiğini belirtiyor.

●

İşletmelerde Güvenlik Algısı ve Gerçekler 2014 RAPORU

Farklı bir
pencereden
bakmaya hazır
mısınız?

Çok yakında Deloitte ve Trend Micro işbirliği ile TechInside sayfalarında!

Deloitte.

TECH
INSIDE

 **TREND**
MICRO™