

TECH Inside

Haberde Analiz SAYI9 • MAYIS 2015

İŞ ANALİTİĞİ



ISSN: 2148-8061



9 772148 806004
www.techinside.com

**Girişim sermayesi
2015'e hızlı başladı**

**Endüstri 4.0
çağı yaklaşıyor**

**5G'de saflar
netleşiyor**

TURKCELL'LİLER YURT DIŞINDA ŞİMDİDEN 4G HIZINDA!



TURKCELL

Birlikte, her gün daha iyiye...

Hızlarda veri indirebilirsiniz. Yurt dışında 4G için; 4G uyumlu SIM kart ve cihaz kullanılmalı, 2222'ye "YURTDISI 4G" SMS'i gönderilmeli, 4G anlaşmalı operatörün kapsamına, baz istasyonuna, operatörde kullanım yoğunluğuna, ara bağlantılara ve erişilen siteye göre değişebilir. Detaylar için: turkcell.com.tr.

İÇİNDEKİLER

TECH
INSIDE



İş Analitiği



16-24



4

Frankfurt One hazır İstanbul One yolda

İstanbul One'in resmi açılışından önce Zenium'un ilk yatırımı olan Frankfurt One veri merkezi 14 Nisan'da faaliyete geçti.



10

EMC World'de inovasyon ve BT tekrar buluştu

Bu yıl Redefine.Next mottosuyla sahne alan EMC World, 4-7 Mayıs 2015 tarihleri arasında ABD'nin Las Vegas kentinde gerçekleştirildi.



26

ERP'de taşlar yerine oturuyor

Almanya merkezli bir şirket olan Trovarit'in Türkiye Genel Müdürü Muharrem Gezer ile şirketi ve ERP sektörüne yönelik hazırlamakta oldukları raporu konuştuk.



32

Intel kablosuz dünyanın kapılarını aralıyor

Intel'in Türkiye lansmanını gerçekleştirdiği 5. nesil işlemcileri, daha hızlı ve kablosuz ve güvenli bir dünyanın kapılarını aralıyor.

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 Müdürü
Sinem Denizhan
sinem.denizhan@techinside.com

Reklam Satış ve Rezervasyon
Buket Aksu
buket.aksu@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



#FatihSari/TechInside Yayın Koordinatörü

@fatih_sari

fatih.sari@techinside.com

Büyümenin anahtarı bulut (mu?)

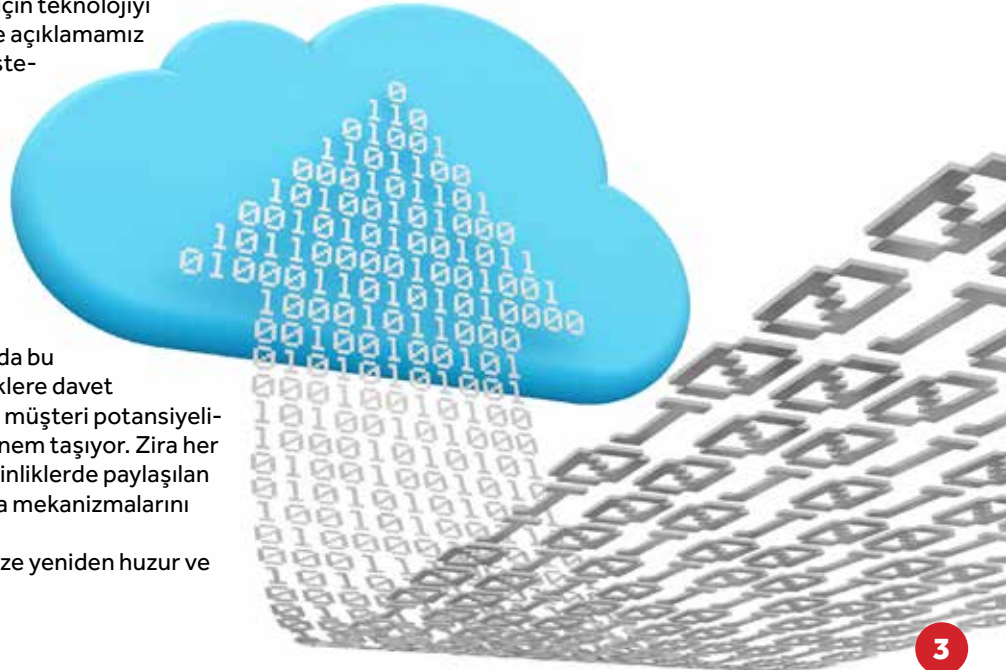
Bu ay ziyaret ettiğimiz EMC World etkinliğinde gördük ki özellikle KOBİ'ler için büyümenin yolu buluttan geçiyor.

Bu ayın başında ABD'de gerçekleşen EMC World 2015'e davetli yayınlardan bir tanesi de TechInside oldu. Etkinlikle ilgili haber ve videolarımızı eş zamanlı olarak sitemizden yayınladık. Yine dergimizin iç sayfalarında da konuyla ilgili detaylı bir haberimizi okuyacaksınız. Ancak tüm etkinlikte gördük ki tanıtılan birçok ürün ve çözüm aslında şirketlerin verimliliğini artırmaları için sunulan birer rehber.

Türkiye ekonomisinin itici gücü hepimizin malumu olduğu üzere KOBİ'ler. Tabii ki ABD ve Türkiye'deki KOBİ değerlendirmeleri çok farklı. ABD'de KOBİ olarak değerlendirilen bir şirketin ülkemizde büyük ölçekli şirket olarak değerlendirilmesi gayet olası. Ancak verilen mesaj çok net: Büyümek için teknolojiyi doğru kullanmak çok önemli. Bunu bir örnekle açıklamamız gerekirse ABD'de 1995 yılında Fortune 500 listesinde yer alan şirketlerin yüzde 85'inin ömrü günümüzü görmeye yetmemiş. Yapılan hata ise ortada, teknolojiyi doğru kullanamamak ve rekabete ayak uyduramamak.

Türkiye'de KOBİ'lerin özellikle buluttan çekindikleri artık bir şehir efsanesi değil, bilinen ve kabul edilmiş bir gerçek. Hatta KOBİ'lerin bulut ve teknoloji kullanımı karşısında ciddi şekilde bir savunma mekanizması geliştirdiklerini söylemek bile mümkün. Aslında bu savunmayı kırmanın bir yolu da bu gibi etkinliklere davet edilen iş ortaklarının büyük şirketlerden değil müşteri potansiyeline sahip KOBİ'lerden seçilmesi bence kritik önem taşıyor. Zira her zaman açık fikirli olan KOBİ'lerimiz bu gibi etkinliklerde paylaşılan bilgi, deneyim ve fikirleri görünce bu savunma mekanizmalarını otomatik olarak kaldıracaklar.

Hızla yaklaşmakta olan yaz aylarının ülkemize yeniden huzur ve bereket getirmesi dileğiyle...





Frankfurt One hazır İstanbul One yolda

İstanbul One'ın resmi açılışından önce Zenium'un ilk yatırımı olan Frankfurt One veri merkezi 14 Nisan'da faaliyete geçti.

#FatihSarı/Frankfurt

Zenium Technology Partners, bugüne kadar alışageldiğimiz bildiğimiz veri merkezi şirketlerinden ayrılan bir özelliğe sahip. Zenium'un hizmet alanı, İngilizcede **"Technical real estate"** olarak adlandırılıyor. Şirket müşterilerine veri merkezi için donanım ve yazılım haricinde, veri merkezini kuracakları teknik altyapı ve yeterliliğe sahip, her türlü ihtiyacı düşünülüp planlanmış toptan **"veri merkezi alanı"** sunuyor. Yani yaptıklarını veri merkezi emlak işi olarak düşünebilirsiniz. 500 metrekare üzeri alana ihtiyaç duyan banka, telekom operatörü gibi büyük ölçekli müşterilere doğru hizmet verebildikleri gibi, kendi müşterilerine veri merkezi hizmeti sunan sistem entegratörler de Zenium'un müşteri portföyünde yer alabiliyor. Zenium, önümüzdeki aylarda Türkiye'de **İstanbul One** adlı yeni veri merkezi binasını hizmete açmaya hazırlanıyor. İstanbul One'ın açılışı ile birlikte Türkiye yeni bir iş alanı ve pazarla tanışacak. 160 milyon dolar yatırımla inşa edilen veri merkezi aynı zamanda Türkiye'nin en büyük veri merkezi olacak. İstanbul One'ın ilk müşterisi KoçSistem oldu. İstanbul One'ın açılışı öncesi, Zenium'un ilk yatırımı olan Frankfurt One veri merkezinin açılışı 14 Nisan Salı günü gerçekleştirildi. Zenium'un davetlisi

olarak katıldığımız etkinlikte Zenim Türkiye Ülke Müdürü Aslıhan Güreşçier'in görüşlerini aldık.

Frankfurt'taki binanın 5 kat ve 10 bin metrekareye dağıldığını kaydeden Aslıhan Güreşçier, "Her kat şu an bin metrekare ve burası Tier 4 standartlarına hazır bir tesis. Tüm dünyada karşılaşılabilen elektrik kesintilerine karşı hem burada hem de Türkiye'de jeneratör ve UPS gibi çözümler hazırda bekliyor. Frankfurt en önemli pazarlardan birisi. Pazar burada oturmuş durumda. Müşterilerimize servis seviyesi anlaşmalar, alanlar, mühendislik, soğutma vb. gibi önemli hizmetler sunuyoruz. Diğer bir önemli konu ise güvenlik. Müşterilerimizle rekabet edecek hizmetler ve en iyi kalite altyapı sunuyoruz. Bizim işimiz altyapıya para yatırmak ve bunu işletmek" dedi.

"Tek noktaya odaklı ilerliyoruz"

Sadece veri merkezi işine odaklanmış bir şirketten hizmet almanın daha mantıklı olduğunu iddia eden Güreşçier, bu konuda şunları söyledi:

"Türkiye pazarı ile ilgili stratejimiz öncelikle pazarı oluşturmak. Türkiye'de potansiyel müşterileri eğitmek çok önemli. Türkiye'de olmak zorlu bir iş, politik ekonomik konulardan dolayı uzun dönemli bir plan yapmak çok zor.



Zenium Türkiye Ülke Müdürü
Aslıhan Güreşçier

Şirketler kendi alanlarında odaklanacak veri merkezi işini biz yöneteceğiz. Bu büyük bir avantaj sağlayacak. Türkiye'de pazar lideri olacağımıza inanıyoruz çünkü işimizi çok iyi yapıyoruz. Bizim stratejimiz ürünü doğru bir şekilde tanıtmak, avantajlarını anlatmak yaptığımız işlerin ne gibi avantajlar sağladığını göstermek. Bizim işimiz veri merkezi, co-location ya da yönetilen hizmetler gibi hizmetler vermek amaçlarımız arasında yok. Potansiyel müşterilerimiz için bu bizi çok önemli bir seçenek haline getiriyor. Biz asla onların işlerine adım atmak gibi bir hedefimiz yok. Sadece potansiyel müşterilere toptan bulut gibi hizmetler hizmetler veriyoruz."



KoçSistem, yeni veri merkezinde yine NetApp'ı tercih etti

Türkiye'nin bilgi teknolojileri alanındaki lider şirketlerinden KoçSistem, özellikle son beş yıldır bulut bilişim yatırımlarıyla öne çıkıyor. Bu alanda pazar lideri olan şirket, yeni veri merkezi yatırımında yine NetApp'la birlikte çalıştı.

Türkiye'deki üçüncü veri merkezini açma hazırlıklarını sürdüren KoçSistem, bulut bilişim alanında sürekli yenilediği ve güncellediği altyapısında NetApp'la çalışıyor. Kurulduğu 1945 yılından bu yana, müşterilerinin bilgi teknolojisi çözümlerine ilişkin beklentilerini güvenilir, kalıcı ve yenilikçi işbirlikleriyle karşılama hedefiyle yoluna devam eden şirket, 2008 yılından bu yana depolama çözümleri ihtiyaçlarında NetApp ile birlikte yol alıyor.

KoçSistem Genel Müdür Yardımcısı Gökalp Bahçeli, NetApp ile birlikte gerçekleştirdikleri son projenin, bugüne kadarki en önemli yatırımlarından biri olduğunu dile getiriyor. Yeni veri merkeziyle mevcut kapasitelerini 10 kat daha artırdıklarını söyleyen Bahçeli, 12 bin metrekareyi bulan bir alanda verilecek hizmetlerin, yönetilebilirlik ve ölçeklenebilirlik anlamında kendileri için son derece kritik olduğunu ifade ediyor. Depolama sistemleri alanında onlarca farklı alternatif olduğuna değinen Bahçeli, yüksek kalite standartlarında verdikleri hizmetlerin aynı başarıyı devam ettirebilmesi için kendini ispatlamış bir şirket ve kendini ispatlamış ürünleri, iyi maliyetlerle almak zorunda olduklarına vurgu yaparken, NetApp'ın bu anlamda başarılı bir şirket olduğunu sözlerine ekliyor. Son üç yıl içinde depolama kapasitelerini yaklaşık 4 kat arttırdıklarını dikkat çeken Bahçeli, bunu mevcut ekipleriyle gerçekleştirebildiklerini kaydederken; NetApp teknolojilerinin getirdiği otomasyon, kolay yönetilebilirlik gibi konuların bu noktaya ulaşmada kendilerine yardımcı olduğunu dile getiriyor.

"Çözümlerimizi, KoçSistem'in ihtiyaçlarına göre pozisyonlandırıyoruz"

NetApp Türkiye Genel Müdürü Behçet Yumrukçallı, yedi yıldır süren işbirlikteliğinin getirdiği önemli avantajlar olduğuna dikkat çekiyor. KoçSistem'i hiçbir zaman müşteri olarak görmediklerini ifade eden Yumrukçallı, "KoçSistem'i bulut bilişim hizmetleri veren çözüm ortağımız olarak değerlendiriyoruz." yorumunu paylaşırken sözlerine şöyle devam ediyor: "KoçSistem,



bulut bilişim hizmetleri veren bir kurum. Bu kolay bir iş değil, bir müşteriye değil, yüzlerce müşteriye aynı anda hizmet vermekten bahsediyoruz. Bu firmaların anlık, çok farklı skalalardaki ihtiyaçlarına anında cevap vermeleri gerekiyor. Bunu da limitli kaynaklarla ve düşük maliyetlerle gerçekleştirmeleri gerekiyor. Biz, bu noktada devreye giriyor ve kendimize özel çözümümüzle veri altyapıları oluşturuyoruz."

Yapılan çalışmalara yalnızca donanım olarak yaklaşılması gerektiğini kaydeden Behçet Yumrukçallı, performans ve yüksek çalışabilirlik sunan donanımın yanında, çeşitli yazılımlarla ortam yönetiminin kolaylaştırılmasının da önemli olduğuna dikkat çekiyor. Bu ölçekte, yüksek çalışabilirliğin kritik olduğuna değinen Yumrukçallı, kurumun neredeyse yüzde 100 çalışmasının yanında planlı kesintilere bile korunaklı olması gerektiğinin altını çiziyor. Yumrukçallı, KoçSistem için ayrıca felaket kurtarımı için veri replikasyonu çözümü sunduklarını, verileri tekilleştirerek daha az alanda bunların korunmasını sağladıklarını söylerken, KoçSistem'in müşterilerine verdiği performans SLA'le-

rinin gerçekleşmesine katkı verdiklerini sözlerine ekliyor.

"Yazılım tanımlı depolamanın kazandıracağı avantajlara bir adım daha yaklaştık"

KoçSistem Genel Müdür Yardımcısı Gökalp Bahçeli, projeye birlikte devreye aldıkları NetApp çözümlerinin, Yazılım Tanımlı Depolama'nın (SDS) kazandıracağı avantajlara bir adım daha yaklaştırdığını ifade ediyor. Bahçeli, sözlerini şöyle sürdürüyor: "SDS, işletimsel ve BT kaynak verimliliğini iyileştirirken BT hizmetleri sağlamada çeviklik ve beceri kazandırıyor. SDS, yeni ortaya çıkmakta olan yazılım tanımlı veri merkezi (SDDC) modelinin de bir ögesi. Sanal makineler ve sunucu sanallaştırmalarına benzer şekilde Clustered Data ONTAP fiziksel depolamayı ayrıştırıyor. Bu da NetApp'ın bizim gibi müşterilerinin ihtiyaçları doğrultusunda programlanabilir API (Uygulama Programlama Arayüzü) ve uygulama entegrasyonları aracılığıyla çok kullanıcı, politika tabanlı (policy based) depolama hizmetleri sunabilmesini sağlıyor."

Clustered Data ONTAP ile yüksek fayda elde edildi

KoçSistem'in geçen yıl kullanmaya başladığı ve yeni projede de tercih ettiği NetApp Clustered Data ONTAP mimarisi, kesintisiz hizmet sunmak isteyen kurumların ihtiyacını karşılıyor.

Yazılımın güncel sürümü, işlev durdurmaman operasyonları (NDO) geliştirerek veri güvenliğini ve yönetimini geliştiriyor. Çözüm, BT'nin değişen iş ve uygulama taleplerine uygun ola-

rak kesintisiz şekilde depolama altyapısını şekillendirebilmesine olanak tanırken, birden fazla platformda kullanılabilme esnekliğiyle eş görülmemiş bir çeviklik kazandırıyor.

2001'de yörüngeye çıkarak ilk uzay turisti ünvanını elinde bulunduran Dennis Tito, bugünlerde detayları konuşulan 'uzay hukuku'nun gerekliliğini de gündeme getirmişti.



Uzay Hukuku, bölüm 1

Ülkelerin gündemi değişse de bazı konular uluslararası nitelik taşıyor. Tıpkı astronotların başına bir iş geldiğinde hangi ülkenin sorumlu olacağının konuşulduğu "Uzay Hukuku" gibi...

#MelihÇelik

Henüz filmlerden aşına olduğumuz "galaktik birlikler" kurulmuş değil. Muhtemelen de uzunca bir süre görülmeyecek. Ancak, uzayda işlenecek suçlara dair görüşmeler şimdiden başlamış durumda.

Nisan ayı içinde, Birleşmiş Milletler'in Viyana'daki ofisinde tam da bu konu konuşuldu. Yani Uzay Hukuku! Foreign Policy için bu konuyla ilgili bir yazı kaleme alan Benjamin Soloway, konunun Birleşmiş Milletler'in ilgili U.N. Office for Outer Space Affairs – UNOOSA bürosunun gündemine geldiğini belirtiyor. Yapılan oturumda insanların uzaydaki aktiviteleri sonucu oluşabilecek zararlarda kimlerin sorumlu olacağı görüşülüyor.

Bu tip durumlara örnek olarak ise astronot ya da kozmonotlardan birinin öldürülmesi durumunda kimin (hangi ülkenin) suçlu ilan edileceği veriliyor. Toplanan komite, bununla ilgili görüşmelerine çeşitli aralıklarla devam ede-

cek. Elbette Birleşmiş Milletler dışında bölgesel uluslararası organizasyonların da çeşitli etkinlikleri konuyu şekillendirmeye devam ediyor.

Neden önemli?

İlk başta, uzaya astronot gönderen kaç ülke var ki diye düşünebilir. Ancak durum bundan ibaret değil. Bugün uzay çalışmaları yapan ya da bir uzay ajansı kurarak bunun üzerinden çalışmalarını sürdüren ülkelerin sayısı bile çift haneli rakamlara ulaşmış durumda. Bu nedenle gerçekleşen oturumlarda alınacak kararların ileride yaşanabilecek olaylar için bir zemin oluşturacağını söylemek mümkün.

UNOOSA'nın gündemindeki ilgi çeki başlıklardan biri ise "Space Traffic Management" başlığını taşıyor. Uluslararası Uzay Hukuku Enstitüsü ve Avrupa Uzay Hukuku Merkezi'nin ortaklaşa düzenlediği bu alt etkinlik, uzaya güvenli

bir ulaşım ve uzaydan güvenli bir şekilde geri dönmeyi yanı sıra iletişim standartlarını belirleme noktasında da kritik rol üstleniyor.

Diğer yandan, "uzay turisti" kavramının da 2001'den bu yana hayatımızda olduğunu hatırlatmak gerek. O tarihte yörüngede "bir tur atan" Dennis Tito, ilk uzay turisti ünvanını elde etmişti. Yani konuyu yalnızca 2020'de ömrünün tamamlaması öngörülen Uluslararası Uzay İstasyonu ile sınırlandırmadan, "uzaya çıkan tüm insanlar" ölçeğinde yorumlamak gerekiyor.

Bu yıllık görüşmeler, 2006 – 2016 yılını kapsayan ilk dönemin sonuçlarının değerlendirilmesi dışında, 2016 ve sonrası için devrede olacak yeni çalışmaların şekillenmesi açısından da önemli. Gündemin ana başlıkları arasında 2030 yılına kadar gerçekleştirilecek uzay aktiviteleri ile uzay trafiği kurallarının detaylarının belirlenmesi bulunuyor.

AloTech Paraşüt Sayesinde Finansal Yönetiminde İnsan Hatasını Ortadan Kaldırdı

“Paraşüt'ün sunduğu API (Uygulama Programlama Arayüzü) hizmetini kendi sistemlerimizle entegre ettik. Fatura oluşturma, ödemenin geciktiği durumlarda abonelik hesabını dondurma gibi elle yaptığımız birçok işlemi otomatik hale getirdik. İnsan hatasını ortadan kaldırdık ve kaynaklarımızı daha verimli kullanmaya başladık.”





#HakkıAlkan

@hakki_alkan ✉ hakki.alkan@techinside.com

E-ticaretin yeni döneminde sürpriz

E-ticaret siteleri, yepyeni bir döneme giriyor. Karlılığı azalan ve rekabetin çok zorlaştığı bu alanda ayakta kalmak isteyenler, gözlerini yeniden fiziksel mağazaya dikecekler.

Hemen hemen her şeyi bulabildiğiniz e-ticaret sitelerinin reklamları her yeri sarmış durumda. Sadece internetteki reklam alanları değil, TV'lerde yayınlanan popüler dizilerde hatta dolmuşların etrafında bile e-ticaret sitelerindeki fırsatlar tanıtılıyor. Etrafınızı saran tüm bu reklamlardan sonra, e-ticaret sitelerinde işlerin tıkrında gittiğini düşünüyorsanız yanılıyorsunuz.

Geçtiğimiz günlerde düzenlenen bir etkinlikte konuşanlar arasında e-ticaret sitelerinin CEO'ları vardı. 2015'i masaya yatırdıklarında ilk verdikleri örnek; Limango'nun fişinin çekilmesi idi. Kötü örneğin hemen ardından Hepsiburada.com'a gelen yabancı yatırım hatırlatması, sektör hakkındaki olup bitenleri dinlemek isteyen katılımcıların umutlarını yeniden yeşertti. Amazon ve ebay'ın zarar açıkladığı 2014'ün ardından, üzerinde karlılık baskısı olan Türkiye'deki e-ticaret siteleri, bu sefer perakende zincirleriyle işbirliğine girerek, hatta kendi markaları ile AVM'lerde yer alarak ayakta kalmanın yollarını arıyorlar.

Müşteri deneyimini en iyi seviyede tutmak için ana sayfasını tasarlamak ve mobil uygulamalar

üzerinde haftalarca detaylı testler yapan e-ticaret siteleri, şimdi de AVM'lerde açacağı mağazalarının tasarımı ve personelin eğitimi için kafa yoruyorlar. Bu alandaki bir diğer ilginç gelişme de kargo teslimatları alanında yaşanacak gibi görünüyor. Karlılık baskısını üzerinden yok etmek isteyen dâhi e-ticaret uzmanları, daha iyi fiyatla rekabette öne çıkabilmek için müşterinin ayağına kadar giden kargolar yerine çok daha ucuza teslim edebileceği yeni seçenekler üzerinde çalışıyorlar. Müşteri, en uygun fiyatlı alverişi yapmak istiyorsa, eskisi gibi kapının çalmasını beklemek yerine, internetten sipariş ettiği ürünü almak için evine en yakın mağazalardan birine uğraması yeterli olacak.

Yeni kabul edilen yasa ile izinli e-posta gönderimi konusunda daha hassas davranmak zorunda olan şirketler, müşteriye ulaşmak için ayırdıkları bütçelerin önemli bir kısmını kapsayan e-posta gönderimi konusunda, istemeyen kişilere rahat ulaşamayacakları için isteseler de istemeseler de bu kalemde tasarrufa gitmek zorunda kalacaklar. Elde edilen bu bütçeyi, en az e-posta gönderimi (mailing) kadar müşteri getirecek diğer mecralar içerisinde sosyal medyanın kapması muhtemel.



BKM EXPRESS'LE MOBİL YAŞA, MOBİL ÖDE!

BKM Express uygulamasını hemen indir,
cepten cebe 7/24 para gönder,
internet alışverişlerinin ödemesini gerçekleştir.



Ücretsiz uygulamayı indirmek için:



BKM Express ile ödeme ve para gönderme işlemleri, BKM Express üyesi bankaların kartları ile gerçekleştirilebilir.
Alışveriş işlemi sadece BKM Express üye işyerlerinde yapılabilir. Detaylar için: www.bkmexpress.com.tr



EMC World'de inovasyon ve BT tekrar buluştu

Bu yıl Redefine.Next mottosuyla sahne alan EMC World, 4-7 Mayıs 2015 tarihleri arasında ABD'nin Las Vegas kentinde gerçekleştirildi.

#FatihSarı/Las Vegas

Son yıllarda EMC World etkinliklerinin teması olarak Redefine'i kullanan EMC, bu yıl bir değişiklik yaparak mottosunu Redefine.Next olarak belirledi. Şirket, bundan sonraki yol haritasında iş ortaklarıyla daha yoğun bir yolculuğa girişmeyi hedefliyor. Katılımcı sayısı artan ve her geçen yıl daha da büyüyen EMC World'e bu sene ise 99 farklı ülkeden 10 binin üzerinde ziyaretçi katıldı.

Dünya eşi benzeri görülmemiş bir dönüşüme doğru yol alıyor. 2020 yılında 7 milyardan fazla insan 30 milyar cihaz kullanarak internete bağlanacak. İnsanlar, işletmeler ve nesnelerin birbirleriyle iletişim kurması, iş yapması ve görüşmeler yürütmesiyle yeni dijital iş yaşamı ortaya

çıkıyor. Yeni dijital yaşam, internet ya da e-işletme alanlarında olsalar dahi var olan iş modellerini altüst etmeye hazırlanıyor. Günümüzde CIO'ların karşısındaki zorluklar iki aşamadan oluşuyor. İlkinde hizmet seviyelerinden ödün vermeksizin var olan BT giderlerini düşürmeli, ikincisinde ise bu tasarrufları dijital dünyaya optimize edilmiş yeni, dönüşüme uygun uygulamalar için kullanmalı. EMC, her iki soruna da EMCWorld'de tanıttığı çözümlerle yanıt verdi.

EMC karma buluta geçiş yolunu hazırlıyor

EMC ürünleri, müşterilerinin genel, özel ve karma buluta geçerek düşük maliyet

ve esnek depolama sağlamanın yanı sıra veri koruma katmanına da kavuşması için bulutun tüm yeteneklerini portföyünde barındıracak şekilde optimize edildi. EMC CloudBoost ve EMC CloudArray yazılımının tanıtımıyla bu portföy bir kat daha güçlendi. Yeni CloudArray yazılımı, VMAX3 platformundan buluta ya da nesne depolamaya yardımcı olurken toplam satın alma maliyetini (TCO) düşürerek düşük maliyetli depolama sağlıyor. Yedekleme ve arşiv, dosya ya da ikincil veri için kullanılsın CloudArray teknolojisi, bulutun ölçeklenebilmesi, düşük maliyeti ve bakım harcamalarının azaltılması gibi tüm fırsatlarını EMC müşterilerine sunuyor.

EMC World'e The Beast damgası

EMC World 2015'in açılış gününe imza atan ürün ise The Beast yani canavar olarak adlandırılan ve Flash dünyasını kasıp kavuracağı iddia edilen XtremIO'nun yeni 4.0 sürümü oldu.

Ürün hakkında sohbet etme olanağı bulduğumuz EMC, XtremIO Teknoloji Danışmanı Miroslav Klivansky, yeni sürü-

mün KOBİ'lerin geleceğe hazırlıkları için temel adım olacağını kaydetti. Pazar lideri olan ürüne yeni birçok özellik geldiğinin altını çizen Klivansky, konu hakkında şunları söyledi:

"Öncelikle mevcut kullanıcılarımıza ücretsiz yükseltme yapabileceklerinin müjdesini vermek isterim. Yeni sürümle güçlendi-

rilmiş veri koruma, daha büyük ve daha hızlı kümeleme yapma olanağı, uygulama otomasyonu, daha ölçeklenebilir ve daha güçlü bir arayüz sunuyoruz. XtremIO, sadece 18 ay önce çıktığı yolculukta hızla yükseldi ve bugün pazarın en iyi markası olarak IDC ve Gartner gibi şirketlerin raporlarında birinci sıradaki yerini aldı."



EMC, XtremIO Teknoloji Danışmanı Miroslav Klivansky



**Sadece bu yılı değil, üç yılı daha güvende
geçirmenin en etkili yolu**

ESET'ten iki yıl fiyatına 3 yıllık lisans

Dünyanın ve Türkiye'nin en çok kullanılan antivirüs yazılımlarını sunan ESET, yaz kampanyasıyla kurumsal kullanıcılara önemli bir fırsat sunuyor. ESET, 2 yıllık lisans satın alan 26 üzeri kullanıcıları kurumsal alımlarda bir yıl hediye ederek, üç yıllık lisans sunuyor.

Proaktif koruma lideri ESET, yeni nesil kurumsal ürünleriyle kurumlara 'daha fazlasını' yapmaları için imkan verirken, yaz kampanyasıyla da 'daha uzun' süre güvende kalmalarına destek veriyor.

Yıllar uzuyor

İki yıllık lisans alan kurumlara üç yıllık lisans hediye eden ESET, kurumların sadece bu yazı değil, tam üç yaz dönemini siber tehditlere karşı güven içinde geçirme fırsatını sunuyor. Böylece sistemler 24 ay değil tam 36 ay boyunca tüm dünyadan gelebilecek virüs, truva atı, solucan, casus yazılımları ya da ortalama saldırılarına karşı güvende olacak.

Kampanya 1 – 31 Mayıs 2015 tarihleri arasında yeni ürün alan veya yenileme yapan kurumlarda 26 ve üzeri kullanıcıları alımlar için geçerli. ESET, bu kampanyası ile kullanıcılara hem güvenlik hem maliyet hem de zaman avantajı sunuyor.

Dijital dünyada kirlilik artıyor

2014 yılında 140 milyon yeni virüs, sanal dünyada yerini aldı. Suçun giderek siberleştiği dünyada, hem global ölçekte hem de Türkiye'de en büyük hedefler kurumlar ve kurumların parası. Artan kurumsal saldırılar karşısında şirketler için daha güçlü ve en küçük ayrıntılara kadar kontrol edilebilir savunma mekanizması oluşturmaya odaklanan ESET, kurumsal çözümlerinde pek çok yeni geliştirilmiş teknolojiye yer veriyor. Botnet Koruması, Kimlik Avı Hırsızlığı, İstismar Önleyici, Güvenlik Açığı Kalkanı ve Gelişmiş Bellek Tarayıcısı gibi yenilikçi

uygulamalarla ESET Kurumsal Çözümler, düşük sistem kaynağı tüketimi ve zararlı yazılımları mükemmel düzeyde algılama oranı sağlıyor.

Karmaşık sistemler, siber suçlular için çekici

Şirketler geliştikçe bilgi işlem altyapılarında farklı farklı ve karmaşık sistemler yer almaya başladı. Karmaşık sistemler siber suçlular için daha çekici. Çünkü bu sistemler arasında güvenlik entegrasyonu sağlamak sıkıntıya dönüşebiliyor. Yeni ESET Kurumsal Çözümler'in en öne çıkan unsurlarından biri, çoklu platformlarda rahatlıkla kullanılıyor olabilmesi. Yeni ürünlerin multiplatform özelliği, farklı IT sistemlerinde dijital güvenliğin aynı şekilde güçlü sürdürülebilmesine imkan tanıyor. ESET, desteklenen tüm platformları korumak için tek birleşik lisanslama sağlıyor.

ESET Remote Kontrol

ESET'in yeni ürün yelpazesinin en önemli özelliklerinden biri de 'Uzaktan Yönetim Konsolu - ESET Remote Kontrol'. Mobilleşen dünyada güvenlik ayarlarını da mobil ile yapabilmek öne çıkıyor. Yeni ESET Uzaktan Yönetim Paneli ile kullanıcılar web konsolu üzerinden en küçük ayrıntılara kadar inebilir, detaylı ayarlamalarını yapabilir, sistemlerini görüntüleyebilir ve IT güvenlik durumlarını kontrol edebilirler.

Daha fazlasını yapın!

Artan ve karmaşıklaşan dijital sistemler karşısında şirketlerin cesaretle çalışmayı sürdürebilmelerine odaklanan ESET, kurumlar işleri için daha fazlasını yaparken, onlara daha fazla güvenlik sunmayı hedefliyor.



Infraskope işletmelerin gözü kulağı olacak

Infraskope işletmelerin kullanıcı kaynaklı güvenlik sorunlarını en aza indirecek.

#FatihSarı

Infraskope, işletim sistemlerini, ağ cihazlarını ve uygulamaları gözetleyen, işletmelerin bu kaynaklardan topladığı kayıtları sorgulayabilmesini ve analiz edebilmesini sağlayarak önemli kayıtlar için uyarı mekanizmalarını çalıştıran bir log yönetim aracı. Infraskope kurumsal güvenlik izleme amacıyla 5651 sayılı yasa çıkmadan çok önce geliştirilmiş ve güvenlik olgusunun çok önemli olduğu birçok kurumda kullanılan bir çözüm. Yüzde yüz yerli sermaye ile geliştirilen ürünle ilgili Karmasis Genel Müdürü Murat Eraydın ile görüştük.

Infraskope'un yasal gereksinimlerin ötesinde, kurumsal olarak işletilen her BT altyapısında sistem yöneticilerinin elinin altında olması gereken bir ürün olduğunu düşündüklerini ifade eden Murat Eraydın, "Infraskope çözümü ile bu kategorilerde yer alan ürünlerin önemli özellikleri tek agent ve konsolda kullanıcıya sunuluyor. Dolayısı ile özellikle ISO 27001, SOX veya COBIT gibi standartlara tabi kurum ve kuruluşlarda maliyet etkin çözüm oluyor. Infraskope çözümü; gerçek zamanlı konsolu, esnek raporlama altyapısı, kolay kullanım, ölçeklenebilir yapısı, esnek yazılım mimarisi özellikleri ile kullanıldığı yerlerde büyük beğeni kazandı. Infraskope Agent'larında standart özelliklerinin yanı sıra; agent'a bir çeşit plug-in gibi çalışan Sensor/Connector olarak adlandırdığımız ilave çözüm bileşenleri ile de kurumsal altyapınız içindeki diğer log kaynaklarını da entegre edebiliyoruz" dedi.

"Kolay yönetilebilen bir çözüm"

Kutu çözümlerinin tersine, Infraskope'un kolay yönetilebilir ve kolay ölçeklenebilir bir çözüm sunduğunu ifade eden Eraydın, "Tüm yazılım bileşenlerinin tek bir sunucu üzerine kurulabileceği gibi XML Web servisleri kullanılmasından dolayı front-end ve veri tabanı sunucularını farklı makineler üzerine de kurulum yapmak mümkün. Böylece yük dengeleme yapılabilir ve sistem çalışırken yeni sunucu eklemek mümkün. Sunucu

donanım deyince çok pahalı donanımların akla gelmemesi gerekir. Böyle bir yapıda giriş seviyesi sunucu donanımlar yüzlerce makineden log toplamak mümkün. Depolama gereksinimi olarak verinin içeriğinde bağlı olarak yüzde 90 üzerinde sıkıştırma sağladığından kayıtları uzun süreli saklama olanağı sağlıyor. Log kayıtlarının depolanması ve yedeklenmesinde herhangi bir çözüme bağlı kalmaksızın mevcut depolama ve yedekleme çözümünüzle gereksinimlerini yine bu ürünle karşılamak mümkün" şeklinde görüş belirtti.

Yerli ürün farkı

Infraskope'un herşeyden önce gerçekten kullanılabilecek bir çözüm sunduğunu da belirten Eraydın, sözlerine şu şekilde son verdi:

"Infraskope, lisanslama açısından yurtdışı kökenli ürünlerin tersine kalıcı lisanslama ile sunuluyor. Ayrıca kullanıcılar bu ürüne her yıl yüklü miktarda para ödemek

zorunda değil. Temel özelliklere sahip olmakla birlikte, Microsoft ISA Server 2006 ile bütünleşik bir şekilde de sunulan çözüm web proxy ve firewall olarak kullanılabiliyor. URL filtreleme isteklerini de karşılayan bu seçenek, daha güçlü bir donanım olan ML310 sunucu üzerinde sunuluyor.



Karmasis
Genel Müdürü
Murat Eraydın



Siber güvenlik alanında Türkiye'de önemli bir çalışmaya imza atılıyor

TechInside, Deloitte ve Trend Micro, kurumların siber risk algısını gerçek datalar üzerinden ölçümleyen ve buna paralel yatırımların doğru noktalara doğru miktarlarda yapılması gerektiğini tespit eden önemli bir araştırmaya imza atıyor.

Günümüzde sürekli değişen ve gelişen tehditler kurumların bilişim altyapılarını ciddi şekilde tehdit ediyor. Ülkemizde de pek çok kurum farkında olmadan bu tehditlere maruz kalabiliyor. Bu alana odaklı 6 bin küresel çalışanı, 20'ye yakın Siber İstihbarat Merkezi ile firmaların siber güvenlikle ilgili sorunlarına çözüm sunan, alanında lider profesyonel hizmetler firması Deloitte, internet ve veri güvenliğinde küresel çözüm sağlayıcı Trend Micro ve kurumsal teknoloji yayıncılığının önde gelen ismi TechInside, Türkiye'deki şirketlerin potansiyel riskler karşısındaki hazırlık seviyeleri ve algılarıyla, mevcut durumlarını karşılaştıracak bir araştırma için kolları sıvadı.

Konuyla ilgili olarak **Deloitte Risk Servisleri Direktörü Ali Yılmaz Kumcu** ve **Trend Micro Türkiye ve Akdeniz Ülkeleri Genel Müdürü Yakup Börekcioğlu**'nun görüşlerini aldık. Deloitte'un dünya genelinde yaklaşık 18 bin kurumsal risk profesyoneline sahip olduğunu belirten Ali Yılmaz Kumcu, bu ekibin içinde yine küresel olarak önceliklendirilmiş bir siber risk ekibi olduğunu belirtiyor. Ürün ve teknoloji bağımsız bir firma olarak, müşterilerine en doğru teknolojiyi ve süreci oluşturarak güvenlik risklerini azaltmalarının kendileri için önemli olduğunu söyleyen Kumcu, her yıl 50'nin üzerinde firmaya danışmanlık hizmeti verdiklerini, araştırmalarda gözlemledikleri handikapın, kurumların global pazarlardaki trendlerin eğilimine kapılarak yatırım yapmaları olduğunu dikkat çekiyor. Bu durumun, bir alana gereğinden fazla ya da yetersiz bütçe ayrılması sonucunu doğurduğuna vurgu yapan Kumcu, bu araştırmayla kurumlara doğru bir şablon oluşturmayı hedeflediklerini ifade ediyor.

Trend Micro'nun 26 yıllık Japon menşeli bir güvenlik firması olduğunu söyleyen Yakup Börekcioğlu ise, gelişen güvenlik ve siber saldırılara göre değişik uzmanlıklara sahip bir kadroya sahip olduklarını söylerken, bu teknik ekibin araştırmacının sahadaki süreçlerinde devreye gireceğini kaydediyor.



Araştırma sonunda kurumların elde edeceği faydalara dikkat çeken **TechInside Yayın Koordinatörü Fatih Sarı**, bu sonuçların ülke ekonomisine de olumlu katkı yapacağını ifade ediyor. Fatih Sarı, konuyu şu sözleriyle özetliyor: "Ülke ekonomimizin temel direği KOBİ'ler. Ancak KOBİ'lerin teknoloji kullanımına soğuk bakması ve dahası bulut teknolojilerine güvenmemesi hem kendi işlerini geliştirmelerine hem de bağlı olarak ülke ekonomimizin ivme kazanmasının önüne geçiyor. Güvenlik, araştırma ve yayıncılık dünyasının en önemli üç markası olarak bir araya gelerek hem KOBİ'lerin aklındaki bu olumsuzlukları kırmak hem de olası güvenlik tehditlerine dikkat çekmek için bu araştırmayı hayata geçiriyoruz. Umuyoruz ki araştırma sonuçlarını açıkladığımızda bir çok KOBİ için bir ışık yakmış olacağız."

Araştırma nasıl gerçekleşiyor?

İki firma da, halihazırda benzer araştırmaları global ölçekte yaparak sonuçlarını periyodik olarak paylaşıyor. Ancak Türkiye'de ortaklaşa yürütülen bu çalışmanın önemli bir farkı bulunuyor. Ali Yılmaz Kumcu, bu farklılığı şu şekilde özetliyor: "Bu çalışmayı benzerlerinden ayıran temel bir faktör var. Sadece soralara dayalı bir algıyı ölçüm değil, aynı zamanda bir saha çalışmasıyla Trend Micro'nun teknolojiyle beraber gerçeğin, kurumların algısıyla birebir örtüşüp örtüşmediğini, farklılaşan yerler varsa bu farklılığın kaynağını ortaya çıkarmak adına bir saha çalışması yapmaya karar verdik."

Trend Micro uzmanlarının, araştırma kapsamında müşterileri yerinde ziyaret edeceğini söyleyen Yakup Börekcioğlu, uygulamada yaşanacak süreci şu sözleriyle ifade ediyor: "Araştırmaya başvurmuş olan kurumlar bizim uzman teknik arkadaşlarımız tarafından ziyaret edilecek. Ziyaret sırasında, Deep Discovery adlı cihazımızın bu kurumlara ait veri merkezine kurulumu gerçekleştirilecek. Normal iş akışlarına hiçbir şekilde müdahale etmeyen bu cihazımız, o firmaya yapılmış olan tehditleri toplayacak. Toplanan bu datalar ile hazırladığımız ön sonuç raporlarını bağımsız bir kuruluş olan Deloitte'a vereceğiz. Deloitte, kendi metodolojisi ile incelemesini gerçekleştirecek ve sonuçların bütünü raporu oluşturacak."

Ulaşılan sonuçların, kurumlara risk algıları ile gerçek datalar sonucu elde edilmiş durum arasındaki farkı göstereceğini belirten Ali Yılmaz Kumcu, bu tip bir araştırmacının gerçek anlamda değerli olabilmesi için yıllar içindeki değişimi gösterebilmesinin de önemli olduğunu belirtiyor. Araştırmacının, algıyı tespit etme yanında, saldırılara karşı ne kadar hazır olduğunu da gerçek datalar üzerinden göstereceğine dikkat çeken Yakup Börekcioğlu, bununla ilgili olarak; "Bir kurum kendini ne kadar güvende hissediyorsa, aslında ne kadar güvende olmadığını gerçek datalarla ispat edebileceğiz." yorumunu paylaşıyor.

Araştırmaya katılmak için

Araştırmaya katılmak isteyen firmaların öncelikle TechInside.com üzerinde bulunan anket formunu doldurması gerekiyor. Bu aşamadan sonra Trend Micro ekibi tarafından ziyaret edilecek olan bu şirketler hem risk algılarını sınama hem de Türkiye için önemli bir kaynak çalışmada yer alma fırsatına sahip olacaklar.

5G'de saflar netleşiyor

2020'de ilk kullanımının başlaması öngörülen 5G için yarış başladı. Dünya haritasına bakıldığında bir Avrupa - Uzakdoğu ittifakından söz etmek mümkün.

#MelihÇelik

Dünyada 5G'nin devreye alınması için yapılan çalışmalar gittikçe hızlanıyor. Mart ayında Barselona'da düzenlenen Mobil Dünya Kongresi'nde de kendine yer bulan 5G için, bu alanda teknoloji geliştiren büyük şirketler adeta bir patent yarışına girdi.

Finançal Times'da Daniel Thomas imzasıyla yayınlanan bir makale, 5G yarışındaki durumun bir özeti olma niteliği taşıyor. 2020 yılının vurgulandığı makalede, 5G sonrası özellikle IoT, yani nesnelerin interneti alanında, otonom sürüşe sahip otomobillerin ihtiyaç duyacağı veri hareketliliğinde ve akıllı şehir teknolojilerinde önemli bir dönüşüm olacağına vurgu yapılmış.

Thomas, otomobillerin ihtiyaç duyduğu veriyi Google'ın sürücüyü ihtiyaç duymadan kendi kendine gidebilen, direksiyonsuz tasarıma sahip aracıyla örnekliyor. Bu aracın veri iletişimi için 10 Gbps'lik bir hızı ihtiyaç duyduğuna dikkat çekilmiş. Ek bilgi olarak, bu aracın sensörler, kameralar ve diğer araç içi elektronik sistemlerle 1 dakikada 1 GB veri ürettiğini de biz söyleyelim.

Ancak 5G yarışını elbette sadece bu tip araçları ya da telekom operatörlerini ilgilendirmiyor. Arka planda, bu yüksek hızlı veri iletiminin sorunsuz olmasını sağlayacak ürün ve çözümlerin geliştirilmesi gerektiğini söylemek gerek. Şu an yarışta öne çıkan isimler arasında bulunan Ericsson, 2022'de 50 milyar adet birbirine bağlı cihaz olacağı öngörüsünden hareketle çalışmalarını sürdürüyor. Kısa bir süre önce Alcatel-Lucent'ı alan Nokia 5G'de önlerde yer alan bir başka şirket. Kuzey Avrupa merkezli bu iki şirkete yanıt uzakdoğudan geliyor:

Güney Kore'den Samsung ve Çin'den Huawei. Tüm bu isimler özellikle yeni ürün geliştirme ve bunların patentlerinin alınması noktasında ciddi bir yarış içinde.

Diğer yandan, 5G teknolojisi geliştirme noktasında akademik dünyayla da ortak çalışmalar gerçekleştiriliyor. Daniel Thomas, buna örnek olarak Vodafone ve BT'nin (British Telecom) üniversitelere yaptığı yüklü bağışları veriyor.

2018'den önce test yok

Türkiye'de Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın, 4G'yi boşverip iki yıl sonra 5G'ye çıkışını gündemi takip eden herkes hatırlayacaktır. Erdoğan daha sonra ikna edilmiş ve 4G ihalesinin iptal edilmesi ihtimali -bir son dakika değişikliği olmazsa- ortadan kalkmıştı.

Uluslararası Telekomünikasyon Birliği'nin (ITU) 5G için belirlediği yol haritasına göre ITU, 2016 ortasında geliştirilecek

ürünlerin test standartlarını belirlemek için toplanacak. Kurum, 5G'nin günlük yaşama dahil olması için en erken 2020 tarihini vermişti. Sektörün ve bu alanda çalışan akademik dünyanın tahmini, 2018'de teknolojinin testlerinin başlayabileceği yönünde.

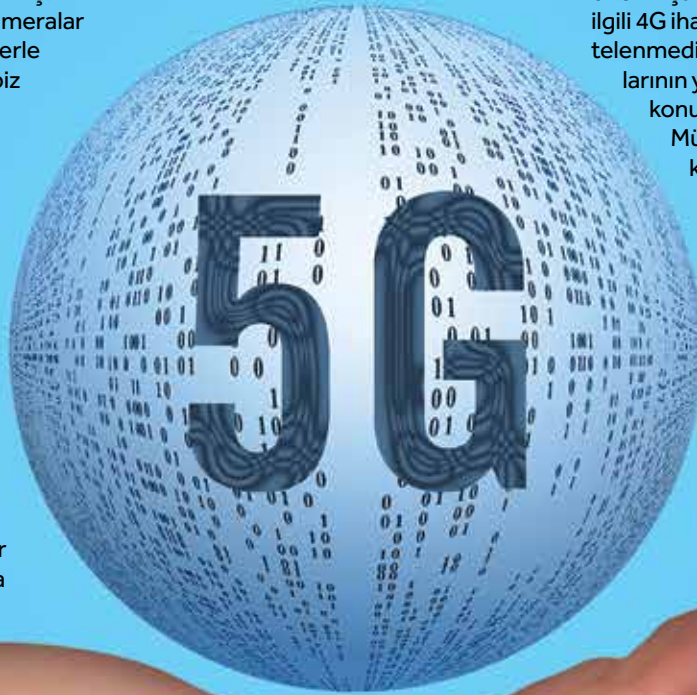
5G için Avrupa ve Çin işbirliği

5G için atılan önemli adımlardan biri Avrupa'daki telekom şirketlerin temsilen Avrupa Komisyonu ile Huawei arasındaki anlaşma oldu. Kısaca PPP (Public and Private Partnership – Kamu Özel Sektör İşbirliği) olarak tanımlanan yöntemle tam 1.4 milyar Avro'luk bir bütçe 5G'nin geliştirilmesi için ayrılacak. Bunlara yenileri katılır mı, zamanla göreceğiz.

Türkiye'de 5G hazırlıkları

4G baz istasyonu ve yan ürünlerinin geliştirilmesi noktasında Türkiye'de yapılmış önemli çalışmalar mevcut. Hatta bununla ilgili 4G ihalesinin neden daha fazla ertelenmediği eleştirileri de kamu kurumlarının yöneticileri arasında tartışma konusu olmuştu. Savunma Sanayi Müsteşarlığı ve BTK arasındaki kısa süreli sözlü ve yazılı atışma şimdilik durulmuş görülüyor.

Bir başka adım ise 7 Mayıs itibarıyla İstanbul Teknik Üniversitesi tarafından atıldı. Bilişim, elektronik ve telekomünikasyon alanında uzman akademisyenlerden oluşan "İTÜ 5G Çalışma Grubu" resmen duyuruldu. Keşke, gönderilen duyuru metninde yazdığı gibi Cumhurbaşkanı'nın gündeme getirmesi/talimatı sonrasında değil de, dünyadaki teknoloji trendlerinin gelişimine uygun bir şekilde daha önceden başlatılmış olsaydı. Yine de, sebebi ne olursa olsun bu tür bir hazırlığın olduğunu görmek gelecek adına olumlu.



BKM, bu kez mobil ticareti yaygınlaştırıyor

Türkiye’de e-ticaretin yaygınlaşması için önemli çalışmalara imza atan Bankalararası Kart Merkezi, bu kez mobil ticaretin için önemli bir tanıtım hamlesine başlıyor.

Mobil ticaret, uzun yıllardır gündemde olan ancak son iki üç yılda yaptığı çıkışla geleneksel ticarette ağırlığını hissettiren bir alan. Yapılan pek çok araştırma, mobil ticaretin sağladığı kolaylık ile özellikle mağaza içi alışverişlerde önemli bir noktaya geleceğini gösteriyor.

Bankalararası Kart Merkezi Genel Müdürü Soner Canko, düzenledikleri basın toplantısında mobil ticaretin geldiği ve ulaşacağı noktalara dair önemli bilgiler paylaştı. Türkiye’de e-ticaret piyasasında mobilin payının yüzde 17 seviyesinde olduğunu belirten Canko, bu oranın sadece iki yıl içinde yüzde 30 seviyesine çıkacağını da belirtti. Günümüzde e-ticaret sitelerine erişimde mobilin payının yüzde 50’yi bulduğunu söyleyen Canko, bu alanda İngiltere’nin 2014 sonunda yüzde 50 barajını aşan ilk ülke olduğunu da kaydetti.

Mobil ticaret, e-ticaretten 5 kat daha hızlı büyüyor

Gerçekleştirdiği sunumda mobil ticaretin ulaştığı büyüklüğü de açıklayan Soner Canko, şu an dünya genelinde 300 milyar dolarlık bir hacme ulaştığını, bu tutarın sadece üç yıl içinde 700 milyar doları aşmasının beklendiğini sözlerine ekledi.

Mobil ticaretin, e-ticaretten 5 kat daha hızlı büyüdüğünü söyleyen Canko, bu büyümede mağaza içinde mobil cihazlar kullanılarak yapılan alışverişin etkili olduğunu dile getirdi. ABD’de halen her 3 mobil işlemde 1’inin mağaza içinde gerçekleştiğini söylerken, 2017’de yüzde 50’ye ulaşmasının öngörüldüğünü söyledi. Bu oran 2012’de yüzde 4 seviyesinde bulunuyordu.

Mağaza içi ödemelerde sepet tutarları düşecek

BKM olarak yalnızca internetten yapılan işlemleri değil, tüm kartlı ödemeleri takip ettiklerinin altını çizen Canko, şu bilgileri verdi: “Online ödemelere kıyasla kartlı işlemlerin ortalama tutarının daha düşük olduğunu görüyoruz. Örneğin kredi kartları ile ödemelerin ortalama tutarı 159 TL iken bu rakam ağırlıklı olarak mikro ödemelerde kullanılan banka kartlarında 41 TL’ye, ön ödemeli kartlarda ise 23 TL’ye kadar iniyor. Mobil ödemelerin marketler, res-



BKM Genel Müdürü Soner Canko

toranlar, akaryakıt istasyonları gibi offline dünyada kullanımının artması ile sepet tutarları daha da aşağıya gelecektir.”

BKM Express’ten mobil ticareti geliştirecek kampanya

Daha önce e-ticaretin artmasına yönelik desteklerini çok yönlü olarak sürdüren BKM, bu kez BKM Express ile mobil ticarete benzer bir destek vermeye başlıyor.

1 Mayıs 2015 tarihi itibarıyla başlayan kampanya kapsamında, BKM tarafından

geliştirilen BKM Express’in kullanıcıları 31 Mayıs 2015 tarihine kadar mobil cihazlardan yapacakları 50 TL ve üzeri alışverişin 20 TL’sini geri alacak.

30 kadar tanınmış firmanın işbirliğiyle başlayan kampanyaya katılmak isteyenlerin, Apple App Store ya da Google Play’den ücretsiz olarak dijital cüzdan uygulaması BKM Express’i indirmeleri ve kampanyaya dahil olan firmalardan yaptıkları alışverişlerde bu uygulamayı kullanmaları yeterli oluyor.



Dosyada neler var?

- ✓ İş Analitiği neden öne çıktı?
- ✓ İş analitiğine önem vermesi gereken sektörler
- ✓ İş analitiğinde dikkat edilmesi gerekenler
- ✓ İhtiyacın üçte birini karşılayacak personel var

İŞ DÜNYASINDA ANALİTİK ÇAĞI BAŞLADI

Şirketler, ellerindeki bilgi ve verileri analiz etmeden kendi geleceklerine yön verme noktasında sıkıntı yaşıyor. İş analitiği kavramı işte bu sebeple trend şapkasını takma konusunda hiç ama hiç zorlanmadı...

#MelihÇelik

Pek çok öğrenci, okul sıralarında dayken matematiğin kendisi için "büyüyünce" ne işe yarayacağını sorgular. Bu sorgulamalar yıllar ilerledikçe ve matematiğin, istatistiğin zorluk derecesi yükseldikçe daha da çoğalır. Yaş, dönem farketmeksizin okul anıları arasında yerini alan "ne işe yarayacak ki?" sorusunun yanıtı artık kendine daha fazla yer buluyor. Çünkü iş dünyasında doğru bir gelecek perspektifi çizebilmek için sadece sezgileri kullanmak, trendleri takip etmek yeterli olmuyor. Müşterisine daha doğru yollardan, doğru tekliflerle ulaşmak isteyen şirketler

veri dünyasının derinliklerine dalmak zorunda...

İşte bu kavram, yani "İş Analitiği", günümüz ekonominin kritik başlıklarından biri haline geldi. Evet, hepimizin elinde çok sayıda veri var. Evet, hepimizin incelediği sayısız rapor mevcut; ve evet rekabet nedeniyle hataya yer bırakmayan stratejilerin hazırlanması gerekiyor.

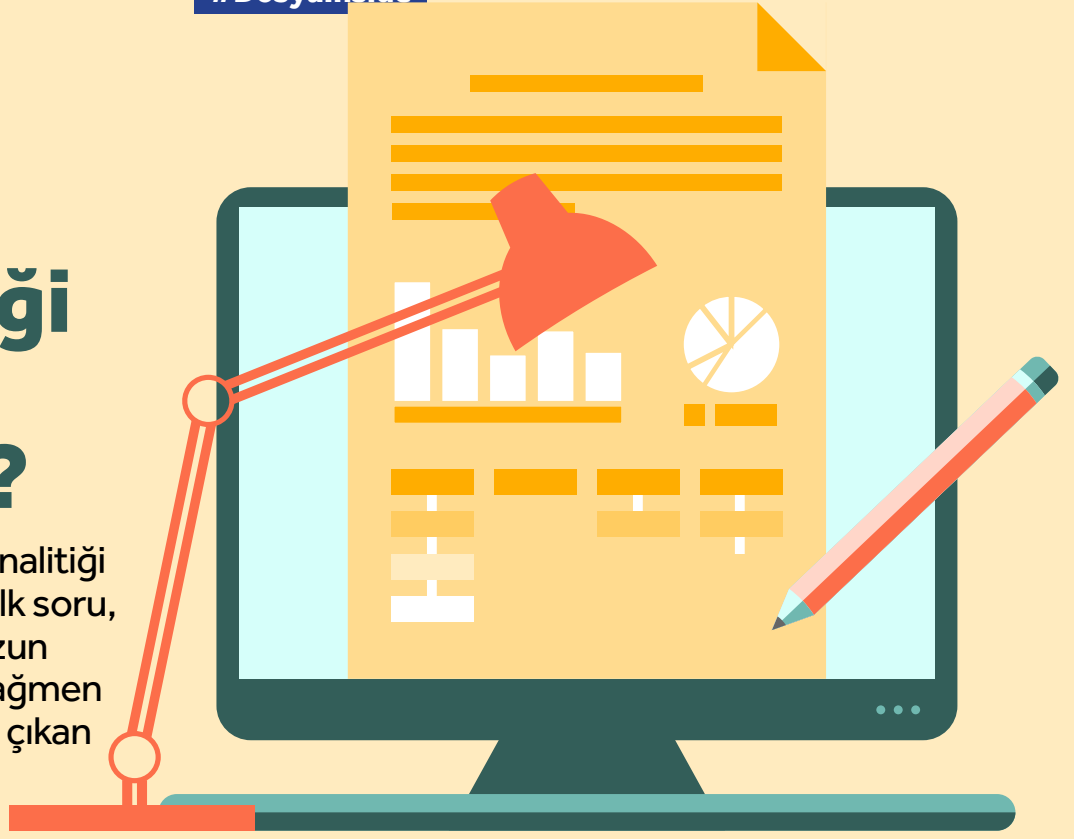
İş Analitiği, bu anlamda Büyük Veri'nin de yansımalarıyla gündemin üst sıralarında yer buluyor. Örneğin insan kaynakları bölümleri açısından baktığımızda ünvanlar arasında CAO gibi kısaltmalar

karşımıza çıkıyor. Chief Analytics Officer'in kısaltması olan CAO'lar, çoğunlukla artık kanıksanan CIO mevkilerinin bir alt kademesi gibi görünse de, asıl işleri, sahip oldukları veriler aracılığıyla CMO'lara, yani pazarlama bölümlerinin başındakilere teknik taktikler vermek.

TechInside'in bu dosyasında, iş analitiği ve veri analizi kavramlarını bir potada eritmeye çalıştık. Sektör uzmanlarının görüşleri yanında, güncel raporlardan alıntılarla bu alanın neden önemli olduğunu aktarmaya çalıştık. Faydalı ve şirketinizin geleceğine katkı sağlaması dileğiyle...

İş Analitiği neden öne çıktı?

Sektör uzmanlarına iş analitiği hakkında sorduğumuz ilk soru, iş analitiğinin, aslında uzun zamandır bilinmesine rağmen neden günümüzün öne çıkan konularından biri haline geldiğiydi...



İsimler değişir, tanımlar da öyle. Ancak "iş yapış şekilleri" gibi bir ifadeden bahsediyorsak bunun karşılığı, endüstri tarihi boyunca daha fazla verimlilik, daha yüksek hız ve daha yüksek kâr oldu. Bugün veri özelinde yeni bir dünyadan bahsediyorsak, işin analizi noktasında sürekli daha iyinin peşinde koşuyorsak kuşkusuz verimlilik, hız ve kâr başroldeydi. İster üretim bandındaki küçük bir yenilik, ister dahiyane bir pazarlama fikri olsun, mevcut durum analiz edilmeden, net bir resmi çekilmeden bunları değil devreye almak, farkında olmak bile mümkün olamıyordu.

İşte bu nedenle bugün "iş analitiği" olarak tanımladığımız kavramın geçmişini incelemek için, bilgisayarların yaşamlarımıza dahil olduğu yıllara değil, endüstri devriminin başlangıcına kadar gitmemiz gerekiyor.

İş analitiğinin tarihçesine bakıldığında karşımıza Frederick Winslow Taylor ismi çıkıyor. 1856 yılında ABD'de doğan Taylor, endüstriyel verimliliği artırmak için sistematik bir şekilde çalışan ilk isim olarak anılıyor. Taylor'ın geliştirdiği ilkeler İşletme Yönetimi'nin ve beraberinde endüstri mühendisliğinin temelleri olarak kabul ediliyor. 1890'da genel müdürlüğüne getirildiği Manufacturing Investment Co'da "defter tutma sistemini" geliştiren Taylor'ı, "verinin değerini bilen" ilk isim olarak anmak da mümkün.

Geçmiş yaklaşık 120 – 130 sene önceye gitse de bu kavramı günümüz bakış açısından, teknoloji destekli olarak ele almak gerekiyor. Çünkü o tarihe kadar insan gö-

züyle ve mantığıyla yapılan analizler, yerini bu dönemden sonra bilgisayarlar tarafından mevcut veriler değerlendirilerek yapılan analizlere bırakıyor. Veri ambarı ve iş zekası kavramlarının devreye girmesi sonrasında ise günümüze en yakın iş analitiği örnekleri karşımıza çıkıyor.

"Verileri işleyip analiz ederek strateji belirleyen firmalar kazançlı çıkacak"

Günümüzde sadece kurum içi verileri değil, müşterilerin, rakiplerin hatta sektörün oluşturduğu verileri işleyip analiz ederek strateji belirleyen firmaların kazançlı çıktığına değinen **Anadolu Bilişim Kurumsal Uygulamalar Direktörü Atakan Karaman**, iş zekası özelinde ele aldığı konunun Türk şirketleri arasında yeni yaygınlaşmaya başladığını ifade ediyor. Karaman, iş analitiğinin neden gündemde olduğunu ise şu sözleriyle özetliyor:

"Gelecekte, şirketlerde faaliyet sonuçlarını sadece ay sonu itibarıyla ne kadar ciro ve kâr yapıldığına bakılarak bile değerlendirirken, "Önümüzdeki dönemde nasıl daha fazla ciro ve kâr yaparım?" sorusunun cevabında iş zekası ihtiyaçları ortaya çıkacaktır. İş zekası uygulamaları aslında şirketlerin kuruluşlarından beri ihtiyacı olan çözümler olmalarına rağmen, ülkemizde genellikle belirli bir olgunluğa ulaşan şirketler tarafından tercih ediliyor. Ülkemizde özellikle veri madenciliği ve performans yönetimi gibi alanlarda iş zekası piyasası çok hızlı gelişiyor."

"Sezgisel değil, verileri inceleyerek çıkarımlar yapılmalı"

"Şirketler ile ilgili kararların (finansal, organizasyonel, operasyonel, vb.) alımında sezgisel olarak sonuca ulaşmak yerine eldeki verileri inceleyerek çıkarımlar yapıyor, bunlara göre kararlarımızı şekillendiriyoruz." diyen **Smartcon Kurucu Ortağı Emre Yayıcı**, iş analitiğinin uzun zamandır hayatımızda olduğuna dikkat çekiyor. "Elimizdeki verileri inceleyerek anlamlandırabilme yetkinliklerimiz arttıkça iş hayatımızdaki önemi ve kapsadığı yerin de orantılı olarak arttığını görüyoruz. Gelişen bu yetkinlikler, daha önceden ağırlıklı geçmiş performansı ölçmek için kullanılan analitiğin yerini gerçek zamanlı tahminleme yaparak aksiyonları tetikleyen analitiğe bırakması olanak sağladı." yorumunu yapan Yayıcı, değişimin ve iş uygulamalarının yaygınlaşmasındaki temel faktörleri üç ana grup altında topluyor:

"Bunların ilki, veri toplama kaynaklarının ve depolama yetkinliğinin giderek artması. Sosyal medyada yarattığımız veriler, mobil cihazlardan, giyilebilir teknolojiler ile biriktirdiğimiz lokasyon verileri, makinalarda bulunan sensörler vasıtasıyla oluşturulan veriler gibi birçok farklı kaynaktan sürekli olarak devasa boyutlarda veri üretmeye başladık. Geçtiğimiz iki yılda tüm insanlık tarihi boyunca üretilen bilgiye denk olacak büyüklükte veri üretmiş durumdayız. Bu da bizi gelişimin arkasındaki ikinci ana faktöre, maliyetlerde görülen düşüşe getiriyor. Oluşturulan bu devasa verinin depolanması, depolanan verinin ise işlenmesinin



“Sunduğunuz ürün ya da hizmete dair öngörünüz artıyor”

Üretilen veri miktarının giderek artmasının, analiz edilecek verinin kalitesi, elde edilebilirliği, güvenilirliği, yönetimi ve güvenliği gibi konuların giderek daha fazla öne çıktığını kaydeden **Metric Genel Müdürü Gökhan Arıksoy**, “Müşterinin 360 derece görünümünü sağlayan büyük veri analizleri ile müşteri davranışlarını yakından takip edip yeni satış fırsatlarını değerlendirmek ve bu sayede müşterin kullandığı ürünleri çeşitlendirip müşteri bağlılığını artırmak da mümkün olabiliyor.” yorumunu paylaşıyor.

Etkin iş analitiği çözümleriyle, sigortacılık alanında polise imzalama döngüsünün yaklaşık yüzde 50 oranında kıaldığına dikkat çeken Arıksoy, sözlerini şöyle sürdürüyor: “Yeni hesap/borç uygulamalarında hata oranının yüzde 60’tan yüzde 1’e indirildiğini görüyoruz. Yeni bir müşteri hesabı açma süreci ise yüzde 70 hızlanıyor. İş analitiği çözümlerimizden elde edilen tüm bu başarılı veriler, iş analitiği pazarına olan ilgiliyi her geçen gün daha da artırıyor. Yapılan araştırmalarda, veri analizinden yararlanan şirketlerin sektörlerinde daha rekabetçi şirketler olduğunu ve rakiplerine fark atma olasılıklarının iki kat arttığını ortaya koyuyor.”

maliyeti geçmiş dönemlerde baş edilemeyecek boyutlardaydı. Fakat bilginin üretimi, depolanması ve işlenmesindeki maliyetler hızlı bir düşüş yönelimine girmiş durumda. Son olarak, bahsettiğimiz iki faktörün de uygulama alanındaki genişlemesinin ana destekleyicisi olarak, tüm bu sürecin hızında meydana gelen gelişim ön plana çıkıyor. Hadoop, NoSQL gibi frameworklerin gelişmesi; Cassandra, Accumulo gibi database’lerin yaygınlaşması dağınık halde bulunan, büyük boyutlardaki verilerin verimli bir şekilde analiz edilerek anlamlandırılmasına olanak sağladı.”

“Analitik fark yaratmayı sağlıyor”

Rekabetin sürekli arttığı bir dünyada tüm firmaların sürdürülebilir büyüme ve

kârlılığı sağlamaya yönelik adımlar atması gerektiğine dikkat çeken **SAS Türkiye Analitik Çözümleri Lideri Özlem Akpınar Sel**, “Analitik tam da bu noktada devreye giriyor ve bu ihtiyaçları adresliyor. İş analitiği, karlılık ve büyüme için fırsatları daha kolay öngörüp gerçekleştirebilmeyi, hızlı bir şekilde stratejik, operasyonel ve taktiksel aksiyonlar alabilmeyi ve bu aksiyonların tüm kurum çapında elle tutulabilir sonuçlara dönüştürülebilmesini sağlıyor.” yorumunu yapıyor.

Verinin giderek arttığına ve iyi değerlendirildiğinde içinde hazineler gizlediğine dikkat çeken Sel, firmaların uygulamaların da getirdiği olumlu sonuçlarla bu hazineyi keşfetmede analitiğin önemini artık daha iyi anladığını dile getiriyor.

“İş analitiğinin faydaları artık daha görünür hale geldi”

İş analitiğinin, şirketlere rekabet avantajı sağladığını kaydeden Teradata Profesyonel Hizmetler Müdürü Ali Rıza Kuyucu, üretilen verilerin çeşitliliğindeki artışa dikkat çekiyor. Kuyucu, sözlerini şöyle sürdürüyor: “Uygulanabilecek analitik yöntemlerin çeşitlenmesi ile birlikte, iş analitiğinin faydaları daha görünür olmaya başladı. Veriambarı ve iş zekası uzun yıllardır şirketlerde uygulanıyordu. İleri seviye istatistik teknikler kullanılarak uygulanan iş analitiği yöntemlerinin şirketlerdeki kullanım alanları artmaya; bu uygulamaları kullanan veri bilimci (data scientist) profilindeki çalışanların önemi daha da ortaya çıkmaya başladı.”

“Veriler, finansal değerlerde görünmeyen sermayedir”



Şirketlere ait verileri, şirketin finansal değerleri arasında görünmeyen sermaye olarak tanımlayan **Poldy İK Sistemleri Genel Müdürü Kadri Demir**, bu verilerin anlamlı, anlaşılabilir, güncel ve anlık erişilebilir olmasının değerini artıracığını belirtiyor. “Bilgiyi baz alarak karar vermede iş performansını ölçerek geleceğe yönelik tahminler yapmak ve rekabet avantajı elde etmek isteyen her şirket iş analitiğine önem vermeli.” diyen Demir, “Bilgiler şirketteki çalışanların rolüne ve yetkisine göre güncel, analiz edilebilir ve raporlanır halde olmalıdır. Örneğin bazı önemli analizi yapılacak bilgiler dashboard, bazıları anlık veya zamana bağlı hazırlanan raporlar şeklinde hazırlanabilir. Ya da raporlar oluşacak şartlara bağlı olarak kişileri bilgilendirecek uyarılar olabilir.” derken, ölçülemeyen bilginin yönetilemeyeceğine dikkat çekiyor.

İş analitiğine önem vermesi gereken sektörler

Her yeni teknolojiye olduğu gibi, iş analitiğinde de bazı sektörler daha atık davranıyor. Ancak uzmanlar, bu alandaki çözümlerin tüm sektörleri ilgilendirdiğine dikkat çekiyor.



Finans, telko, belki biraz da kamu. Hemen her yeni teknolojik trend bu üç sektörden birinde faaliyet gösteren firmalar tarafından öncelikli olarak kullanılıyor. Tabii burada, çözüm sunan firmaların neredeyse tamamının bunları hedef almasının da rolü var.

Dosya konumuzda sektör temsilcilerine bu soruyu da yönelttik. Yani iş analitiğinin hangi sektörler için daha kritik olduğunu... Gelen yanıtlarda belirli sektörler telaffuz edilmekle birlikte, böyle bir ayrımın doğru olmayacağına değinenler çoğunlukta idi.

"Olgunluk seviyesi artmış, uzun yıllardır kullanan firmalar daha aktif"

Telekom, bankacılık, sigorta, hayat ve emeklilik, ilaç, otomotiv, gıda ve içecek, hızlı tüketim ve perakende sektörlerinde iş analitiği ve veri analizinin günlük hayatın bir parçası haline geldiğini belirten **Metric Genel Müdürü Gökhan Arıksoy**, iş analitiği yapılarında kesintiler olması ya da veriler içinde birtakım tutarsızlıkların ya da problemlerin olduğu anların büyük sıkıntılar doğurabildiğine dikkat çekiyor. "Her firmanın kendi ölçeğinde iş zekası, veri yönetimi ve veri ambarı çözüm ihtiyaçları var." diyen Arıksoy, kullanım örnekleri arasında basket analizi adı verilen özel bir analiz türüyle, limonlu kek ile kahvenin birbirini destekleyen satışlar olup olmadığının incelenebildiğini belirtiyor.

Benzer bir örnek olarak, telekom sektöründe standart mobil cihazdan akıllı cihazlara geçiş yapan müşterilerin kullanım alışkanlıklarının yönetilmesini

veren Arıksoy, bir telekom operatörü için hazırladıkları müşteri deneyimi raporları ile manuel işlemlerin kalkmasından dolayı yüzde 40 verimlilik artışı yakaladıklarını ve giden müşteri oranında yüzde 30 azalma yakaladıklarını sözlerine ekliyor.

"Verimliliği ve iş süreçlerini ölçmek isteyen tüm sektörler için kritik"

"Karlılığı, verimliliği ve iş süreçlerini ölçmek isteyen her bir sektörde yer alan şirketler için iş analitiği ve veri analizi yapmak kritik hale geldi." yorumunu yapan **Poldy İK Sistemleri Genel Müdürü Kadri Demir**, şirketlerin insan kaynakları süreçlerini elektronik ortama geçirerek, verimlilik ve iş süreçlerinin iyileştirmesini sağladıklarını belirtiyor: "Bu bağlamda şirketlerdeki norm kadroların oluşturulması, şirket içindeki çalışan devir oranının (turnover) ölçülmesi, performans değerlendirme, personel bütçesi ile gerçekleştirilen bordro rakamlarının hem tutar, hem kalem, hem de kafa sayısı olarak karşılaştırmasını yapmak isteyen şirketler için insan kaynaklarındaki iş analitiği ve veri analizlerini ölçmek önemli hale gelecektir." Demir, bu noktada çalışan devir oranının çok yüksek olduğu perakende, inşaat, telekom, bilgi teknolojileri gibi sektörlerde iş analitiğinin diğerlerine oranla daha kritik olduğunu ifade ediyor.

"Kullanımda öne çıkan sektörler olsa da tüm sektörler için kritik"

Her sektörün farklı alanlarda ve farklı hacimlerde veri ürettiğini kaydeden **SAS Türkiye Analitik Çözümleri Lideri**

Özlem Akpınar Sel, bu durumu şu sözleriyle özetliyor: "Bir banka yüksek hacimli müşteri verisini analitik yaşam döngüsüne dahil ederek kampanya yönetimi yaparken, daha küçük bir işletme mevsimsel satış değişikliklerini analiz ederek aksiyon alabiliyor. Dolayısıyla iş analitiğinin hemen hemen her sektör için kritik olduğunu söyleyebiliriz. Fakat mevcuttaki kullanım açısından baktığımızda, özellikle bankacılık, sigortacılık, telekomünikasyon, enerji, perakende ve kamu sektörlerinin bir adım önde olduğunu görüyoruz."

"Nesnelerin internetinin yaygınlaşması diğer sektörleri de etkileyecek"

İş analitiğinin, veriyi kullanarak işi daha iyi yönetmeyi hedefleyen her sektördeki şirketler için kritik önem taşıdığını belirten **Teradata Profesyonel Hizmetler Müdürü Ali Rıza Kuyucu**, bu alana yatırım yapan sektörleri telekom, finans, perakende/mağazacılık, kamu ve enerji olarak sıralıyor. Kuyucu, ayrıca yakın gelecekte nesnelerin interneti gibi teknolojilerle farklı sektörlerin de bu alana yatırım yapacağını ifade ediyor: "Özellikle M2M, nesnelerin interneti gibi teknolojilerin yaygınlaşmasıyla, otomotiv gibi sektörlerin de iş analitiği uygulamalarından ciddi fayda sağlayabileceğini görmekteyiz. Ayrıca dijitalleşme ile birlikte geleneksel kanallardan dijital kanallara yönelen kurumların ürettiği verileri tarihsel olarak analiz edip tahminleme yöntemlerini kullanarak müşterilerin deneyimini iyileştirmek de önemli bir konu haline geldi."



“Endüstride veri analiziyle desteklenen bir devrim başladı”

Bu kavramları belirli sektörlerle sınırlamanın çok doğru olmadığı yönünde görüş bildiren bir diğer isim ise **Smartcon Kurucu Ortağı Emre Yayıcı** oldu. İşin kapsamında karar verme olduğu sürece veri analizi uygulamalarının yer almasının kritik önem taşıdığını belirten Yayıcı, bununla birlikte Türkiye’de finans ve telekomünikasyonun ön planda olduğuna, bunları perakende ve ulaşımın takip ettiğine değiniyor.

Dünyaya bakıldığında ise endüstriyel anlamda veri analiziyle desteklenen bir devrimin başladığına dikkat çeken Yayıcı, sözlerini şu şekilde sürdürüyor: “Almanya, ABD, Çin gibi ülkelerde bu dönüşüm devlet politikası haline getirilmiş durumda. Üretim verimliliğinden, ürün çeşitliliğinin artırılmasına, lojistik planlamasından iş güvenliğine birçok anlamda analitik yetkinlikleri kullanarak endüstride bir sonraki seviyeye geçilmeye çalışılıyor. Bir üretim ülkesi olarak, Türkiye için de bu dönüşümün çok kritik olduğunu düşünüyoruz. Bu yüzden 25 – 26 Mayıs tarihlerinde Zorlu PSM’de gerçekleştirilecek “Büyük Veri Büyük Fikirler (Big Data Big Ideas)” temalı Smartcon 2015 zirvesinde büyük veri, nesnelerin interneti ve analitik uygulamalardaki dönüşümün iş stratejilerine sunduğu fırsatları alanında dünyanın önde gelenleriyle beraber değerlendireceğiz.”

“Yoğun veri biriktiren sektörlerin talebi söz konusu”

Anadolu Bilişim Kurumsal Uygulamalar Direktörü Atakan Karaman, sektör farketmeksizin tüm şirketlerin iş süreçleri sonucunda işlem bazlı kayıtlar elde ettiğine dikkat çekiyor. “İş zekası çözümleri, söz konusu kayıtları anlamlı bir bütün haline getirip farklı açılardan bakılabilmesini sağlar. Böylelikle kurumlar verimliliklerini artıracak bir analiz gücüne erişirler. Bu analiz gücü, üst yönetim için yönetsel, orta düzey yöneticiler ve çalışanlar için ise operasyonel karar alma kolaylığı sağlar.” diyen Karaman, iş zekasının kurumlara geçmişi analiz etme, bugünü yönetme ve geleceği öngörebilme yeteneği kazandığını kaydediyor. Karaman, bu tip uygulamaların özellikle finans, perakende ve telekomünikasyon gibi yoğun veri biriktiren sektörler tarafından talep edildiğinin altını çiziyor.



İş analitiğinde dikkat edilmesi gerekenler

Her teknoloji başlığında olduğu gibi iş analitiğinde de dikkat edilmesi gereken noktalar var. Bu alanda çalışanların birden fazla departmanla doğrudan çalışması ve bir nevi arabuluculuk yapması birden fazla uzmanlık konusuna sahip olmayı gerektiriyor.



Kurumunuzda bir iş analitiği çözümü devreye alacaksınız veya olan bir çözümü daha fazla alanda kullanmak için projeler yürüteceksiniz. Amacınız ne olursa olsun dikkat etmeniz gereken noktalar var. Özellikle Büyük Veri ile henüz gerçek anlamda tanışmamış olanların, "veri kalitesi" ve "predictive analytics (tahmine dayalı veri analizi) kavramlarını iyice özümsemesi gerekmektedir.

Görüşlerini aldığımız isimlerden **Anadolu Bilişim Kurumsal Uygulamalar Direktörü Atakan Karaman**, kurumların iş zekası uygulamalarına yönelirken, öncelikle faaliyet gösterdikleri sektörü değerlendirerek kendi ihtiyaç ve isteklerini göz önünde bulundurmaları gerektiğini ifade ediyor. Sunulan çözümlerin günümüzün hızlı yaşamında ofise ya da sabit bilgisayara bağlı kalma zorunluluğunu ortadan kaldırdığını belirten Karaman, artan mobilite eğilimlerini gözeterek, her an her yerden mobil cihazlarla erişime olanak tanıyan çözümler geliştirdiklerini söylüyor.

Metric Genel Müdürü Gökhan Arıksoy ise iş analitiği kavramlarını üç ana grupta toplandığını belirtiyor. Bunları; gerçekleşen veriye dayanan klasik metod olan deskriptif sistemler, geçmiş veri ve trendleri inceleyerek bir sonraki dönemin tahmin edilebildiği prediktif sistemler ve sistemin önerilerde bulunduğu, daha

önleyici ve proaktif olan preskriptif çözümler olarak sıralayan Arıksoy, eskiden analizlerin ağırlıklı olarak gerçekleşen bilgi kullanılarak yapıldığını, son dönemde ise prediktif ve preskriptif analizlerin ön planda olduğunu söylüyor. Arıksoy, bunlarla ilgili ilaç ve sigorta sektörlerinden örnekler veriyor:

"Diyelim ki ilaç sektöründe bir şirketsiniz. İlk 6 aylık gerçekleşen IMS pazar payı analizi verilerinizde, aynı döneme ait geçmiş yılların verilerine göre ciddi bir gerileme varsa bu veriye gerçekleşmemiş önümüzdeki 6 aylık veriyi prediktif çözümlerle ekleyip, 1 yıllık toplam süre için analizler yapmak ve yönetim kararları almak mümkün. Ya da sigorta sektöründe bir şirketsiniz. 3 aylık geçmiş SBM (Sigorta Bilgi Merkezi) pazar verilerinizde aynı döneme ait geçmiş yılların prim üretim raporlarında ciddi bir gerileme varsa akıllı iş analitiği çözümleri ile pazarlama kampanyaları üretebilmeniz mümkün."

"Analiz yapılacak verinin niteliği ve güncel olması önemli." diyor **Poldy İK Sistemleri Genel Müdürü Kadri Demir**, iş analitiğinde kullanılacak boyutlardaki bilgilerin neler olduğu, ne tür gruplamalar yapılacağı ve sonrasında tahmine dayalı verilerle neler analiz edileceğinin belirlenmesi gerektiğini ifade ediyor. "Örneğin şirketlerdeki çalışanların devir hızı ölçülecek ise şirketler ve her bir şirkette yer alacak pozisyonlar, norm kadroları,

çalışanların işten çıkış sebepleri detayları ile birlikte öncesinden tanımlanmış olması gerekecektir." diyor Demir, mevcut verilerden yola çıkarak ne tür süreç değişiklikleri yapılacağı, belirlenen takvimde nereden nereye gelineceğinin tahmin edilerek alternatif simülasyonların oluşturulması gerektiğinin altını çiziyor.

Dikkat edilmesi gereken en önemli noktanın uygulamaların arkasına doğru stratejilerin ve iş modellerinin yerleştirilmesi olduğunu ifade eden **Smartcon Kurucu Ortağı Emre Yayıcı**, "Kullanılabilecek verinin büyüklüğü içinde boğulmadan, kullanım alanlarını tam olarak bilmeden, büyük yatırım maliyetlerini üstlenmeden önce, şirketlerin gerçek ihtiyaçlarını anlayabilmeleri ve stratejilerini bu doğrultuda oluşturmaları gerekiyor. Bu bakış açısı ile hangi verilere, analiz yöntemlerine, teknolojilere ve yatırımlara ihtiyaç duyulacağını planlamak başarı oranını oldukça artırmaktadır." yorumunu yapıyor. Ele alınması gereken bir başka konuyu, doğru işgücü yetkinliğinin oluşturulması olarak ifade eden Yayıcı, yetkin işgücünün bu alandaki en büyük darboğaz olduğunu sözlerine ekliyor. Yayıcı, ayrıca iş analitiği uygulamalarının başarısı için şirket içindeki birkaç birimin sahiplenmesinin ötesinde, analitik yaklaşımın şirket kültürünün bir parçası haline getirilmesi gerektiğini kaydediyor.



“Veri kalitesi, iş analitiği ile anlamlı ve doğru sonuçlara ulaşmak için olmazsa olmaz ilk adım”

Veri kalitesinin iş analitiği ile anlamlı ve doğru sonuçlara ulaşmak için olmazsa olmaz ilk adım olduğunu ifade eden **SAS Türkiye Analitik Çözümleri Lideri Özlem Akpınar Sel**, “Kurumlar öncelikle iş problemlerini tüm detayları ile analiz edip, ihtiyaçları ve kazanımları doğru bir şekilde belirlemelidirler. Bu çalışmanın sonuçlarını göz önüne alarak yapılacak önceliklendirme ile en doğru iş analitiği yaklaşımını ve hayata geçirme yöntemlerini belirleyebileceklerdir. Doğruluğundan ve geçerliliğinden emin olunan bir veri üzerinde “predictive analytics” gibi yaklaşımlarla geleceğe yönelik öngörüler oluşturmak mantıklı olacaktır.” yorumunu paylaşıyor.

Dünyada artık “self-analytics” diye adlandırılan ve çok önemli bir kavramın konuşulduğunu söyleyen Özlem Akpınar Sel, sözlerini şöyle sürdürüyor: Eskiden kurumlar içinde sadece belli bölümler analitik süreçlere dahil oluyor, teknik olarak bu yazılımları kullanıyorlardı. Oysa günümüzün “hız”la oldukça ilişkili iş dünyasında artık tüm iş birimlerinin veriye hızlıca ulaşmaları, bu veriden anlamlı sonuçlar çıkarıp bu sonuçları etkili kararlara dönüştürmeleri gerekiyor. Dolayısıyla tüm dünyada artık daha fazla kullanıcının kullanabileceği basit, kullanımı kolay ve pratik çözümler önem kazanıyor. Biz de SAS olarak bu gelişmeyi oldukça önemsiyor, çözümlerimizi bu doğrultuda geliştiriyoruz.”



“İş ihtiyaçlarının teknoloji yatırımlarını tetiklemesi öncelikli olmalı”

Verilerin çeşitlenmesiyle, hacmin artması ve gelişen teknolojilerle iş analitiği alanında yapılabileceklerin içeriğinin oldukça genişlediğini ifade eden **Teradata Profesyonel Hizmetler Müdürü Ali Rıza Kuyucu**, buradaki en önemli noktalardan birini her teknoloji yatırımında olduğu gibi iş ihtiyaçlarının teknoloji yatırımlarını tetiklemesi olarak tanımlıyor. Kuyucu, sözlerini şu şekilde tamamlıyor: “İş Analitiği uygulamaları içerisinde tahminsel analizler en önemli yeri tutmaktadır, standart raporlama ile gerçekleşen veriler incelenilmekte, bunu tamamlayıcı tahminleme yöntemleri ile asıl rekabet avantajı üretecek sonuçlar üretilebilmektedir.”

İhtiyacın üçte birini karşılayacak personel var

Teknoloji yalnızca verimlilik değil, yeni iş alanları açarak istihdam da sağlıyor. İş analitiği için de benzer bir durum söz konusu, ancak yetkin uzman bulabilmek şu sıralar en ciddi meselelerden biri.



Y etkin isim bulabilmek pek çok sektör için önemli bir sorun. Ancak konu yeni bir teknolojinin devreye alınması olunca akademik dünya, iş dünyasının bir hayli gerisinden gelebiliyor. İş analitiği uzmanları, bir diğer tanımla iş analistleri için de benzer bir durum söz konusu. Bunda, bu uzmanların sadece işin BT tarafını değil, proje yönetimini ve pazarlamayı da bilmesi gerekmesinin rolü büyük.

Teradata Profesyonel Hizmetler Müdürü Ali Rıza Kuyucu, konuyla ilgili olarak iş analitiği yöntemlerinden gerekli iş faydasını sağlayabilmek için bu teknolojileri kullanarak iş faydasını üretebilecek veri bilimci rolünün öneminin gittikçe arttığına değiniyor. Veri bilimci profilini, matematik, istatistik branşlarında akademik birikim ve sektörel bilgiye hakimiyet olarak tanımlayan Kuyucu, "İş dünyası ve akademi dünyasının birlikte hareket ederek lisansüstü ve doktora programlarında ortak içerikler belirlenmesi ve bu bu programlardan mezun olanların iş hayatında veri bilimci olarak çalışabilmesinde olanak sağlanmalı." yorumunu yapıyor.

Analitik alandaki eğitimlerin, kullanımın yaygınlaşmaya başlamasıyla birlikte hızlı bir şekilde artmasına rağmen sektörün ihtiyaçlarına yanıt verebilecek noktaya ulaşmadığına değinen **SAS Türkiye Analitik Çözümleri Lideri Özlem Akpınar Sel**, üniversitelerin artan taleple birlikte bu alandaki konuları eğitim programlarına dahil etmeye başladıklarını söylüyor. "Biz SAS Analytics U adlı akademik programımızla iş dünyasıyla akademik dünyayı bir araya getirme ve analitik kültürü geliştirme çabalarımızı sürdürüyoruz. Öğrenci ve akademisyenlere yazılımlarımızı ücretsiz veya özel fiyatlarla sunuyor, SAS kullanan öğrencilere staj ve iş imkanı sağlıyoruz." diyen Sel, bu tür işbirliklerinin artmasının kritik olduğuna vurgu yapıyor.

Gartner'ın, bu yıl iş analitiği alanında global olarak ortaya çıkacak işgücü ihtiyacının yalnızca üçte birinin karşılanabileceğini açıkladığına dikkat çeken **Smartcon Kurucu Ortağı Emre Yayıcı**, "Türkiye olarak sahip olduğumuz geniş iş gücü potansiyelini bu alana başarılı olarak kanallı edebilirsek, büyük bir fırsat elde edebilir, bu alanda söz sahibi ülkeler arasında yer alabiliriz." yorumunu paylaşıyor. Türkiye'nin bu alanda gelişimini umut verici olarak nitelendiren Yayıcı, sözlerini şöyle sürdürüyor: "Lisans ve lisansüstü programlarda gelişmiş analitik yetkinlikler ile ilgili çalışmaların hızla arttığını görmemize rağmen, tüm bu dönüşümün yalnızca üniversiteler ve yeni nesil ile bir sonraki kuşakta gerçekleşmesini beklemek de çok doğru değil. Bu ihtiyaçtan yola çıkarak, Analytics Center altında oldukça kapsamlı bir eğitim & danışmanlık hizmeti veren bir şirket kurduk. Amacımız profesyonellere yönelik eğitimlerle farklı seviye ve profillerde kişilerin analitik yetkinliklerinin geliştirilmesini ve dünya standartlarına getirilmesini sağlamak. Ek olarak akademik ortaklarımız ile gerçekleştirdiğimiz çalışmalar ile de iş dünyasındaki bilgi birikimimiz ile akademik bilgiyi başarı ile bir araya getiriyoruz."

Konuyu, "Akademik dünyanın iş dünyasının ihtiyaçlarını önceden görüp, bu ihtiyaçları karşılayacak iş gücünü yetiştirmesi istenen, fakat pratikte yerine gelmeyen bir süreçtir." sözleriyle ifade eden yapan **Poldy İK Sistemleri Genel Müdürü Kadri Demir**, akademik dünyayla iş dünyasının yeni iş analitiği modelleri, büyük veri analizi, projelerin öncelik sırasının belirlenmesi ve ilişkin stratejiler noktasında işbirliği yapabileceğini belirtiyor.

Türkiye'de nitelikli insan kaynağı bulmanın oldukça zor olduğunu dile getiren

Metric Genel Müdürü Gökhan Arıksoy, bu ihtiyacı karşılamak için iki yıldır METRIC Akademi adlı bir program uyguladıklarını kaydediyor. Üniversitelerin Yönetim Bilişim Sistemleri, Enformatik, Mühendislik, Matematik ve İstatistik gibi pek çok bölümünden başvuru aldıklarını dile getiren Arıksoy, burada ETL, SQL, Java, SAP BusinessObjects, SAP HANA, Sybase IQ teknolojileriyle ilgili eğitimler verdiklerini belirtiyor.

Üniversite ve özel sektör işbirliğinin önemine dikkat çeken **Anadolu Bilişim Kurumsal Uygulamalar Direktörü Atakan Karaman**, bu kapsamda uzun dönem stajyer öğrenci projesiyle istihdam eksikliğini giderme yönünde çalışmaları olduğunu söylüyor. Şirketlerin, teknoloji dönüşümünü kucaklaması gerektiğini belirten Karaman, bunun ancak sektörlerle yönelik pratik kullanımı olan teknoloji çözümlerinin üretilmesiyle mümkün olacağını sözlerine ekliyor.

Profesyonellere yönelik tezsiz yüksek lisans programı

Veri analitiği eğitiminde somutlaşmış eğitimlerden biri Sabancı Üniversitesi'nde bulunuyor. Üniversitenin Mühendislik ve Doğa Bilimleri Fakültesi bünyesinde verilen tezsiz yüksek lisans programında uygulamalı istatistik, veri yönetimi, makine öğrenmesi, veri madenciliği, karar teorisi ve modelleme, Hadoop & MapReduce ile veri görselleştirme gibi başlıklar bulunuyor. Eğitimin stratejik eğitim ortakları arasında IBM ve Deloitte bulunuyor.

Yükselen veri dağları ile beraber büyüyen kurumsal Hadoop...

İnternet siteleri, akıllı cihazlar, sosyal ağlar ve diğer veri kaynaklarının desteğinde büyümeye devam eden veri dağları bir yanda dururken, bu verileri saklamak, işlemek ve veriden bilgi üretmek konuları da şirketlerde bekleyen bir başka sıradağ oluşturmaktadır. Açık Kaynak olarak geliştirilen, kolay sahip olunabilirliği, büyük veri kümelerini daha ucuza işleyebilmesi açısından ön planda olan Hadoop'un dâhi kendine göre problemleri var.



#CüneytGöksu

Hadoop, kurum içinde büyümesine, daha fazla miktarda kapasite ve işlemci gücü kullanmasına, daha fazla iş yapmasına devam ederken, kurumlar Hadoop üzerinde stratejik olarak çalıştıracakları yüklerle daha dikkatli bakmaya başladılar. Örneğin, Forrester, kurumların Hadoop'u adapte etmemelerinin artık kaçınılmaz olduğunu söylemekte. Artık Hadoop'un hangi sürümünün veya yazılımcı firmanın desteğinin daha iyi olduğunu konuşmaktan çok, Hadoop üzerinde hangi yüklerin olduğu daha çok konuşulur oldu. Yüksek değerli, yüksek performanslı, araçlarla desteklenen bir Hadoop platformu, onu daha fazla kurumsal yazılımların sınıfına sokmakta.

Hadoop, veri yığınının bütüncül bir bakış şunu gerektirir: Birbiri üzerine inşa edilen modern veri

mimarisi ve bu yapılanmanın getirdiği geleceğin güçlü uygulamaları. Yeni Nesil Hadoop araçları bir önceki nesildeki araçların yarattığı, iş aleminin hiç de beklemediği ve istemediği teknik yetersizlikleri aşmış görünüyor. Yeni dönemde, önceden paketlenmiş, çözüme yönelik ürünler göreceğiz. Her katmanı iyi anlayıp, optimize kullanan kurumlar, Hadoop'un gerçek kullanım imkanlarından tam olarak faydalanacaklar.

Hadoop'un en alt katmanını ucuz, enlemesine büyüyeabilen, kolay tedarik edilebilir donanım gücü oluşturmaktadır. Yazılım sanayisi bu ucuz donanımı kullanmak üzere çözümler üretmiştir ama hala bazı özel kullanım alanları için bazı yazılımlar pahalı ve özel donanım ihtiyacı duymaktadır. Hadoop, kurumların ucuz donanımları sonuna kadar verimli kullanmalarına destek olur, BT maliyetlerini düşürmelerine katkı verir. Bununla beraber Hadoop'ta saklanan yapısal olmayan verileri de kullanacak uygulama imkanı sağladığından kurumlara yeni iş fırsatları yaratır.

Bu donanım üzerinde HDFS (Hadoop Distributed File System) olarak adlandırılan, Java tabanlı bir dosya sistemi yer alır. HDFS, barındırdığı veri setlerine kesintisiz ulaşımı sağlayan bir altyapı sunar. Hadoop'un işletim sistemi ise YARN (Yet Another Resource Negotiator) olarak bilinir. YARN,

birden fazla veri motoru çalıştırılabilmesine, Interactive SQL koşturulmasına, real-time stream veri işlemeye ve yığın (batch) veri işlemeye yarayan özellikleri barındırır.

Analitik tarafına geldiğimizde ise kurumların Hadoop ile birlikte gelen standart analiz araçlarından daha fazlasına ihtiyacı var. Örneğin kurumların tam bir analitik araç seti aşağı yukarı şu özellikleri barındırmalı;

- Full ANSI SQL support
- ACID compliance
- Hadoop distribution agnostic
- Update capability
- Highest concurrency
- High-performance queries (en az 16 kat daha hızlı)
- Native DBMS security
- Mature and fast optimizer
- Native in-Hadoop, via YARN
- Collaborative architecture
- Open APIs

Kurumlar, işlerini daha hızlı yapacak çözümler arıyorlar. Yeniden kod yazmak istemiyorlar. Araç kullanmayı tercih ediyorlar. Sanırım gelecekte, kullanıcılar bir uygulamaya signon olarak kayıt yapacaklar. Oradan da kendi veri kaynaklarını ilişkilendirip, analizlerini bu şekilde yapacaklar. Buna ulaşmak için kurumların Büyük Veri platformlarını hazır etmeleri gerekiyor. Bu kapsamda Açık kaynak yazılımlar ve ISV'lerin üretimleri arasında ciddi rekabet var ve henüz sonlanacak gibi değil.





ERP'de taşlar yerine oturuyor

Almanya merkezli bir şirket olan Trovarit'in Türkiye Genel Müdürü Muharrem Gezer ile şirketi ve ERP sektörüne yönelik hazırlamakta oldukları raporu konuştuk.

#FatihSarı

Türkiye'de işletmelerin ERP yazılımlarını seçerken doğru karar vermesini sağlayacak platformu sunan Trovarit, Türkiye'de 2014 yılını büyüme ile kapattı. 2015 için de çok başarılı çalışmalara imza attıklarını kaydeden Muharrem Gezer ile yeni projeleri hakkında konuştuk.

Trovarit'in 2001 yılında kurulmuş Almanya merkezli bir şirket olduğunu belirten Muharrem Gezer, "Türkiye'de

ise 2011'de kurulduk. İki yıllık hazırlık sürecinden sonra da 2013 yılında resmi faaliyetlerimize başladık. Ana hedefimiz Türkiye'de şirketlerin ERP kullanımı alanında doğru kararları almaları konusunda profesyonel destek vermek. Bu desteği verirken de kendi yönettiğimiz platformları kullanıyoruz. Dolayısıyla şirketlerin ERP seçim ve değerlendirme süreçlerindeki risklerini doğru şekilde yönetmeleri konusunda destek sağlıyoruz" dedi.

2014 yılında şirketlerin ERP kullanımı konusunda oldukça bilinçli seviyeye yükseldiğinin altını çizen Gezer, bu konuda ise şunları söyledi:

"Bu yükselen bilincin yansımalarını çok kısa sürede almayı beklemiyoruz tabi ki. Ancak 2015 yılının ilk çeyreğini değerlendirecek olursak geçen üç yıl içindeki en iyi çeyreğimiz oldu diyebiliriz. Sürdürdüğümüz bilinçlendirme çalışmaları sürdükçe de daha başarılı sonuçlar almamız kaçınılmaz olacak. Buna bağlı olarak da şirketlerin ERP seçim konusunda oldukça olumlu yol aldıklarını görüyoruz. Burada da geleneksel seçim ve değerlendirme sistemleri dışında profesyonel destek ihtiyaçları da otomatik olarak artıyor. Önümüzdeki dönemde de bunun daha hızlı bir şekilde gelişeceğini öngörüyoruz."

Rapor sonuçları heyecan verici olacak

Almanya'da 12-13 senedir hazırlanan ERP raporunun Türkiye'de de hazırlanmaya başlandığını belirten Muharrem Gezer, "Bu oldukça ciddi ve titiz bir çalışma. Buradaki amacımız Türkiye'deki yerleşik ERP pazarında hem üreticiler hem de sağlayıcılar anlamında şirket ve ürün profillerinin yer aldığı, sektörel profesyonel makalelerle süslenmiş geniş çaplı bir doküman hazırlamak. Sonrasında hazırlanan bu dokümanı hem elektronik ortamda hem de basılı ortamda sektörümüzün beğenisine sunmayı da hedefliyoruz" şeklinde görüş belirtti.

"Kamu da devreye girdi"

Trovarit olarak referanla ilerleyen bir yapıları olduğunu belirten Gezer, sözlerini şu şekilde bitirdi:

"Çalıştığımız şirketlerin geri bildirimlerini yeni satışlarda yoğun olarak kullanıyoruz. Bu geri bildirimler de yeni müşteriler kazanmamız tarafında önemli bir rol oynuyor. Bu yılın ilk çeyreğinde bizim için gelişen en önemli başarı ise daha önce hep özel şirketlerle çalışırken kamunun da artık devreye girmesi oldu. Kamuda şu anda çok büyük bir ihaleye yönetiyoruz. Önümüzdeki dönemde de bu süreçlerde IT-Mathcmaker platformunun ve Trovarit profesyonel hizmetlerinin de daha fazla oranda kullanılacağını düşünüyoruz."



Trovarit Türkiye Genel Müdürü
Muharrem Gezer



#HalilAksu

@halilaksu

halil@gelecekhane.com

Geleceğe yolculukta insan mı yoksa makineler mi galip gelecek?

İnsan bildiğimiz homo sapiens. Bulduğumuz gezegende üstün bir model, iyi bir tasarım. Evrimin 4 milyar yıl ile eriştiği nokta. En üstün canlı mı? Adapte olma, düşünme ve öğrenme yetkinliği bakımından evet, ama pek çok özelliği bakımından hayır. Bir fil kadar büyük veya güçlü değil. Bir çita kadar hızlı değil, bir zürafa kadar uzun değil, bir yarası gibi duymuyor, bir yılan gibi diliyle koklayamıyor, bir sinek gibi düz duvara tırmanamıyor, bir kedi gibi gece göremiyor... Daha sayabiliriz.

Belki bunlara gerek yok. Belki bizim tasarım kendi içinde mükemmel. Belki...

Makineler alemi ne durumda? İnsan uçmıyor, uçak uçuyor. Gemi tonlarca yükü okyanuslarca taşıyabiliyor. Helikopter havada istediği şekilde hareket edebiliyor. Türbin yüksek kapasiteyle elektrik üretiyor. Üretim makineleri saniyede onlarca yüzlerce işlem yapıyor. Daha sayabiliriz...

Üstüne üstelik, şimdi bu makineleri internete bağlayacağız, sonsuz ve otonom bilişim gücü, yapay zekaya kavuşturacağız. Bu makineler büyük oranda programlandığı gibi veya öğrenerek, kendilerini programlayarak otonom çalışacaklar, bize hizmet edecekler. Bu makinelerin arasına robotları da sayabiliriz. İster sadece bir üretim robot kolu olsun, isterse insana benzeyen android veya humanoid bir robot olsun. Ki önümüzdeki yıllarda bunlar giderek gelişecek, ucuzlayacak ve yaygınlaşacaktır.

Bu makineler, yapay zeka ile insan aklını geçecekler. İnsanda olmayan sensörler ile bizden iyi görecekler, duyacaklar, koku alacaklar, güçlü olacaklar, uçacaklar, kaçacaklar, kondisyonları olacak. İnsanın yapabildiği pek çok şeyi aynen yapabilecekler, bunun ötesinde daha fazlasını ve hiç yorulmaksızın yapabilecekler.

İnsan ile makineler arasında bir çatışmanın çıkması kaçınılmaz gözüküyor. Bunu önlemek için Isaac Asimov kanunlarını anayasalarımıza dahil etsek dahi, kavga kaçınılmaz. Nitekim mevcut anayasalarda insanların da savaşmaması yazılı, ama oluyor işte...

İnsanın gelişimi bilimsel ve teknolojik olarak ilerlemeye devam edecek. Trans-humanizm dediğimiz insan ötesi bir varlığa doğru, insanı geliştireceğiz. Öncelikle buna parası olana vereceğiz. Daha iyi görme, daha iyi işitme, daha uzun yaşama, daha güçlü olma, daha sağlıklı olma ve benzeri özellikler. Sonra çoğu insana peyderpey yayılacaktır. Bu kendi içinde bir ekonomi olacaktır. Bu yüzyılın ikinci yarısında bunları görme şansımız son derece yüksek.

Peki. İnsanı makine özellikleriyle harmanlarsak ortaya ne çıkar? Hibrid bir model? İnsan beyin kapasitesi artı internete bağlantılı yapay zeka uzantısı. Normal göz artı üstün özellikleri olan kamera sinyallerin beyne dahil edilmesi. Bu arada beynin bu tür ilavelere müsait hatta son derece yatkın olduğu tespit edilmiştir.

Bugünün teknolojisi ile exskeleton, harici iskelet, yarın ise güçlendirilmiş kemikler, farklı kas ilaveleri ile insan çok daha hızlı koşabilir, çok daha yükseğe zıplayabilir, çok daha farklı fiziki görevler yerine getirebilir. Mekanik olarak ve mental olarak buna bir mani yoktur. Bir takım zor anlarda insanların insan üstü kabiliyetleri bilinç dışı yapabildiklerini biliyoruz. Demek ki, aslında bu mümkün, doğru hormonlar, doğru konsantrasyon, doğru kombinasyon sağlandığı an, normal halimiz bu olabilir.

Nasıl? Kafanız karıştı mı? Evet, bizim de...

Nasıl devam edecek? Bilemiyoruz.

İnsan gelişmeye devam edecek.

Makineler gelişmeye devam edecek.

Bir de ikisinin özelliklerini birleştiren 'hibrid bir şey' ortaya çıkacak, o da oluşmaya ve gelişmeye devam edecek?

Sizce hangisi kazanır? Sizce hangisi kazınamalı?

21. yüzyıl boyunca bunun kavgasını versek, acaba 22. yüzyılda dünyaya veya uzaya kim hükmediyor olacak?

Makineler mi? İnsanlar mı? Hibridler mi?

Gelin tartışalım...





#DoruktanTürker

@doruktan ✉ doruktan@gmail.com

Mahremsiz mahremiyet tutkusu

Bir ben vardır bende, benden içeri... Özellikle Facebook'un sıklıkla değişen 'privacy - mahremiyet' ayarları ve son bir-iki yıldır Amerikan Milli Güvenlik Ajansı NSA ile ilgili Edward Snowden'in açıkladığı belgelerle gündemin en önüne fırlayan kişisel gizlilik konusunu çok iyi değerlendirmek gerekiyor. Bunun için de biraz geriye dönüp, değerlendirmeye 25 yıl kadar geriden başlamakta çok fayda var.

1980'lerin sonuna doğru ve 90'lı yılların başında BBS'ler (Bulletin Board System) çok yaygın hale geldiler. Herhangi birinin kendi bilgisayarına yüklediği bir yazılım aracılığı ile hizmete soktuğu BBS'lere kullanıcılar, bu BBS'in telefon numarasını bir terminal (bağlantı) yazılımı üzerinden arayarak bağlanıyorlardı. Bir kez sisteme girip üye olduktan sonra (paralı üyelikli olanları bile vardı ve bir dönem bundan çok para kazananlar da oldu), sistemin içerisinde paylaşılan dosyalara erişebiliyor ya da farklı temalı sohbet odalarına girip sohbet edebiliyordunuz. BBS döneminde kullanıcılar genel olarak kendi isimlerini tercih etmiyor ve bir rumuz ile sisteme dahil oluyorlardı.

BBS'ler gerçekten özgür bir ortam sunuyordu. Bugün herhangi bir internet sitesinin paylaşması durumunda, site sahibinin rahatlıkla hapse girebileceği birçok içerik (görsel, video, metin) BBS'lerde rahatlıkla ve açıkça paylaşıyordu. Hatta bugün dokunulmaz olarak algılanan konulara adanmış BBS'ler dahi vardı.

BBS'lerde ağırlıklı olarak rumuz kullanılması nedeniyle ise kişilerin gerçek hayatındaki kimliklerinin yanına ikinci bir kimlik eklemelerinden kaynaklanıyordu. O zaman kimse bunu tuhaf olarak algılamıyordu.

Daha sonra, internetin yaygınlaşması ile birlikte BBS'ler popülerliğini yitirdi ve ortadan kayboldu (halen fanatikleri vardır ve aktif BBS'lerin listesine internette küçük bir arama ile erişebilirsiniz).

Popüler internetin ilk günleri

İnternet tarihçesine baktığınızda her ne kadar 1970'lere kadar uzanabiliyorsanız

da bu uluslararası bilgi ağının gerçek popülerliğini ve zemin kazanmasını doksanlı yıllarla elde ettiğini söyleyebiliriz. Gelişen altyapılar ve daha güçlü bağlantı hızları interneti, birden bilgisayarlar arası iletişimin vazgeçilmez platformu olma noktasına taşıdı.

Aslında internet ilk kuruluş amacına hiç ihanet etmeden yoluna devam ediyor: Kişilerin birbirleri ile iletişim ve bilgi alışverişi halinde bulunması. Başlangıçta sadece akademik ideallerle tanımlanan bu amaç, bugün her tür iletişim ihtiyacını karşılar noktaya geldi.

İnternetin global olarak yaygınlaştığı 90'ların ikinci yarısında ise internet kullanıcılarının sosyalleşmek için kullandıkları 3 yaygın araç vardı. Haber grupları (newsgroups), IRC sohbet kanalları ve bugünkü forum sitelerinin ataları olan forum siteleri. Çok kısa bir süre içerisinde bu üçlüye anında mesajlaşma yazılımları ve ücretli ya da ücretsiz üyelikli arkadaşlık siteleri katıldılar.

80'lerin başından itibaren farklı şekillerde var olan haber grupları çok uzun bir süre (hatta halen) BBS kültürünü taşımaya devam ettiler. Döneminin BBS kullanıcıları, hızla haber gruplarının içerisinde yerlerini aldılar. İş, yaşam tarzı, akademik ve yetişkinlere yönelik çeşitli başlıklarla ayrılan haber grupları, takipçilerinin birbirleri ile haberleşmelerine ya da ilgili konuya yönelik dosya ve içerik paylaşımına olanak tanıyordu.

IRC sistemi ise tamamen sohbet merkezli bir yapıydı. Farklı başlıklarda açılan sohbet kanallarına bir rumuz ile giriyor ve burada toplu sohbete katılabilirken, dilediğiniz kullanıcı ile birebir de sohbet edebiliyordunuz.

ICQ çılgınlığını ise çok anlatmama gerek yok her halde. Bugün her ne kadar MSN Messenger, Gtalk ve daha yeni küçük kardeşleri Facebook Messenger, WhatsApp, Viper, Snapchat gibi alternatiflere popülerliğini kaybetmiş olsa da, internet tarihinden bahseden herhangi birinin ICQ'yu anmaması mümkün de-

ğil. Anında mesajlaşma programlarının önünü açan ICQ, bir daha hiçbir popüler anında mesajlaşma programının cesaret edemediği bir özelliği de barındırıyordu: Random chat.

Öncelikle yetişkinlere özel arkadaşlık siteleri ile popüler hale gelen arkadaşlık siteleri ise zaman içinde farklı ilgi ve yaş gruplarına göre ciddi bir çeşitliliğe kavuştu.

Ancak 90'ların sonu ve 2000'lerin başında tüm bu sosyal ağ yapılarının ortak bir özelliği vardı: Kullanıcılarının çok azı kendi gerçek kimlikleri ile bu yapıların içerisinde yer alıyorlardı. Kendi kimlikleri ile yer alanların dahi hemen hemen tamamının ikinci bir anonim kullanıcısı daha oluyordu.

Bunun altında yatan en önemli neden ise bireylerin kendi hayatlarında ifade etme fırsatı bulamadıkları kimliklerini, özgürce bu sanal kimlikler ile sergileyebiliyor olmalarıydı. Örneğin sosyal statüsü, içinde yaşadığı toplum ya da aile yapısı nedeniyle eşcinsel eğilimlerini günlük hayatında rahatlıkla yaşayamayan bir kişi, bu internet alanlarında tanınma riskini üstlenmeden tüm rahatlığı ile davranabiliyordu. Bu durum sadece cinsel kimliklerin sergilenmesinde değil, siyasi ya da sosyal kimliklerin sergilenmesinde de ciddi bir rahatlık ve güven duygusu getiriyordu bireylere. Bu sayede dünyanın farklı yerlerindeki birçok siyasi komplo, insan hakları ihlalleri ve benzeri durum, gerçek kimliği belli olmayan ama rumuzları çok iyi tanınan kişiler tarafından internet toplumuna ifşa edilerek ortaya çıkarıldı.

Facebook çağı

Teknolojinin daha da gelişmesi, akıllı telefonların devreye girmesi ve 2000'li yıllarla birlikte ise internet sosyolojisinde yeni bir döneme girildi: Gerçek kimlikler.

Yeni teknolojilerin, rumuzların gerçek kimliğini ve kaynağını çok rahat tespit eder hale gelmesi ve iktidarların teknolojiyi daha iyi anlayıp kullanmaya başlaması ile birlikte internette rumuz dönemi yok



olmaya başladı. Ayrıca 70'li ve 80'li yıllardaki soğuk savaş dönemine ve polis devlet yapılanmalarına dair fikri ve tecrübesi olmayan yeni bir neslin internette daha hâkim hale gelmesi ve daha az saklanmaya ihtiyaç duyması da kişilerin internette gerçek kimlikleri ile yer almaları alışkanlığını oluşturmaya başladı.

Özellikle Facebook'un (kurucusunu da şaşırtacak kadar hızlı bir şekilde) önünü açtığı yeni arkadaşlık/sosyal paylaşım portalleri kişilerin tüm bilgileri ve özel hayatları ile yer almaktan çekinmedikleri yapılara dönüştüler. LinkedIn ve Xing gibi sosyal iş ağıları ile de güçlenen internette 'gerçek kendin' olma trendi, gittikçe OKCupid gibi yeni kuşak yetişkinlere yönelik arkadaşlık siteleri ile de yeni bir boyut kazandı. Artık bireyler sadece hangi yemeği sevdiklerini, hangi takımı tuttuklarını, hafta sonu havuzda çekilen fotoğraflarını paylaşmaktan çekinmedikleri gibi, en özel hayatlarında bile neden hoşlandıklarını açıkça söylemekten rahatsızlık duymamaya başladılar.

Mahremi olmadan mahremiyet istemek

Tabii bütün bu süreç beraberinde bambaşka tartışmaları da getirdi. Bunların en önemlilerinden birisi de mahremiyet yani kişisel gizlilik konusu. Özellikle son bir kaç yıl içerisinde üstüste yaşanan toplumsal olaylarla bir anda herkesin yeniden keşfettiği mahremiyet kavramının bu çağda yeniden tanımlanmasına şahit oluyoruz gibi görünüyor. Bugün bir kişi, bir payla-

şım sitesinde bütün fotoğraflarını paylaşmış, bunların sadece istediği kişiler tarafından görüleceği varsayımını taşıyorsa, külliye yanıldığını baştan kabul etmek durumunda.

Uydu fotoğraflarının burnumuzdaki sivilceyi dahi çekebildiği, görüşmüyorken bile telefonumuz aracılığıyla konuştuğumuz kaydedilebildiği, internetten 100 doların altında bir fiyata satın alabileceğiniz aparatlarla komşunun evinde konuşulan her şeyin dinlenebildiği bir dünyada yaşıyoruz artık. Bunun üzerine gerçek adımızı kullanarak, kendi elimizle her tür bilgimizi ve yetmezmiş gibi fotoğraf ve videolarımızı paylaştıktan sonra, bunların neden herkes tarafından görünmesinden rahatsızlık duyulduğunu anlamakta zorluk çekiyorum, açıkçası.

Açık seçik kişisel gizlilik

Bugünün mahremiyeti açıklıktan geçiyor gibi görünüyor. Öylesine ortada ve yaptıklarınızın ve söylediklerinizin arkasında durabilmelisiniz ki mahremiyet sizin için korkacağınız bir gri alan olmasın. Yani sosyal medyanın birçok kıymeti kendinden menkul yıldız gibi internette yağıp estikten sonra, yüzyüze gelindiğinde iki kelimeyi bir araya getirememeye acizliğini sergilememek gerekiyor.

Tabii ki burada üç nokta var üzerinde ayrıca durulması gereken. Biri, kişisel bilgilerin ticari amaçla kullanılması. Bu her nedenle olursa olsun, izin alınmadan tatbik edildiğinde hukuken de suç oluşturan

bir durum olduğu için zaten tartışmanın tarafı dahi değil, bence.

İkincisi bu bilgilerin, sizden habersiz bir şekilde devletler/iktidarlar/resmi kurumlar ile paylaşılması. Bu konu gerçekten halen birçok soru işaretini barındırıyor ve mahremiyetten daha ziyade kişisel verilerin güvenliği başlığına oturuyor. Kişisel verilerin güvenliği konusunu bir başka içerik başlığında daha detaylı irdelemek üzere şimdilik rafa kaldırıyorum.

Üçüncüsü ise paylaşmak istemeyenler. İşte, onlara da saygım sonsuz. Eğer becerebiliyorsanız, tecrit edin kendinizi. Paylaşmayın adınızı, fotoğrafınızı, sevdiklerinizi ve duygularınızı... Müthiş olur gerçekten bu çağda böylesine bir yaşamı kurgulamak. Yapabilene sonsuz tebrikler... Ancak bir yandan sosyal internet çağının her nimetinden yararlanıp, bir yandan da "Ay ben Facebook'ta tag'lemiyorum hiçbir fotoğrafımı, tag'lenenleri de kaldırıyorum" ikiye bölünmüşlüğü yapmayın lütfen... İşte o zaman kişisel gizlilik kisvesi altında, "Ben herkesin hayatına girerim ama kimseyi benimkine sokmam" şark kurnazlığı başlıyor gibi geliyor bana...

Günün sonunda, bundan yüzyıllar önce ne doğruysa insanoğlu için bugün de o doğru aslında. Tüm zorluklarına, oluşabilecek sosyal baskılara, doğabilecek problemlere, tek başına kalma riskine rağmen cesurca tek bir desturu olmalı insanın: Ya olduğun gibi görün, ya da görüldüğün gibi ol!

Ondan sonrası hep iyilik, hep güzellik...

Girişim sermayesi 2015'e rekorla başladı

Girişimciler için iyi bir haberimiz var: Girişim sermayesi şirketleri tüm dünyada daha fazla yatırım yapmaya başladı. Üstelik yalnızca ABD değil, Avrupa'da da ciddi bir yükseliş söz konusu.

Girişim sermayesi 2015'e rekorla başladı. Yalnızca ABD'de 2015'in ilk çeyreğinde ulaşılan 15,72 milyar dolarlık değer, son yıllarda ulaşılan en yüksek 3 aylık performans anlamına geliyor. ABD özelinde geçen yılın aynı döneminde 12 milyar doların biraz üzerinde bir değere ulaşıldığını ekleyelim.

ABD'de 15 milyar doların üzerine çıkılmasında en büyük paylardan biri Space X'e ait. Elon Musk'ın, "uzay yolculukları" için kurduğu Space X, yılın ilk üç aylık döneminde tek başına 1 milyar dolar yatırım almayı başardı. Space X'te gelecek gören yatırımcılar ise Capricorn Capital Partners, Fidelity Investments, Google ve Valor Equity oldu.

Yukarıda belirttiğimiz değerler, bu araştırmayı düzenli olarak gerçekleştiren Dow Jones'a ait. Venture Capital Report

isimli, düzenli olarak yenilenen araştırma sadece ABD değil, tüm dünyada girişim sermayesi hareketliliğini ölçüyor. Aynı araştırmaya göre 2015'in ilk 3 ayında ABD'de girişim sermayesi şirketlerinin desteklerini içeren anlaşmaların sayısı 875'e ulaşmış durumda.

Avrupalı yatırımcılar ABD'dekileri aratmıyor

Rotayı Avrupa'ya çevirdiğimizde, borsacıların tabiriyle benzer bir yukarı yönlü hareketle karşılaşılıyor. Yine üç aylık dönemde Avrupalı şirketlerin aldığı yatırım tutarı 2,6 milyar Avro'ya ulaşmış durumda. Bu, 2001'in üçüncü çeyreğinden bu yana ulaşılan en yüksek yatırım tutarı anlamına geliyor.

En bonkör girişim sermayesi şirketi kim diye baktığımızda ise HV Holtzbrin-

ck Ventures karşımıza çıkıyor. Almanya merkezli bu şirketin takipçileri 200 milyon Avro ile Axa Strategic Ventures ve 85 milyon Avro ile İrlanda merkezli Fountain Healthcare Partners.

Anlaşma özelinde ise Rocket Internet ilk sırada. Tam 288 milyon Avro'luk yatırıma imza atan şirket bu parayı Delivery Hero'ya yatırdı. Almanya merkezli online yemek servisi hizmeti veren Delivery Hero da neredeyse hiç beklemeden üstüne biraz daha ekleyerek Yemeksepeti'nin tüm hisselerini tam 589 milyon dolara bünyesine kattı.

En fazla yatırım alanlar arasında üçüncü sırada yer alan Nabriva Therapeutics ise sağlık alanındaki girişim sermayesi yatırımlarının önemini temsil ediyor. 107 milyon Avro'luk yatırım alan Avusturya merkezli şirket, sekiz farklı girişim sermayesi şirketinden fon toplamayı başardı.

Alman şirketler girişim dünyasına yön veriyor

Ülke bazlı dağılıma bakıldığında, Almanya'nın ilk sırada olduğu görülüyor. İlk çeyrekte 64 anlaşmayla 921 milyon Avro'luk yatırımın gerçekleştiği Alman şirketler, toplamda da Avrupa çapında yüzde 35'lik pay elde etti. Almanya'yı yüzde 34'lük pay ve 886 milyon Avro ile Birleşik Krallık takip ederken, Fransa yüzde 11'le üçüncü sırada kendine yer buluyor.

Bu sıralamanın toplam anlaşma değerleri üzerinden olduğunu belirtmek gerek. Anlaşma sayısı üzerinden bir sıralamaya gidildiğinde ilk dört ülke Birleşik Krallık, Fransa, Almanya ve İspanya olarak listeleniyor. Bu dört ülke yüzde 72'lik bir pay elde ederken Avrupa'nın kalanı ancak yüzde 28'lik pay elde edebiliyor.

Dow Jones'un Avrupa özelindeki raporunun ikinci çeyreği temsil eden bölümünde Türkiye'nin de adını görmek şaşırtıcı olmayacak. 589 milyon dolarla Delivery Hero bünyesine katılan Yemeksepeti, raporun önemli başlıklarından biri olmayı hak ediyor.



Türkiye, mobil bankacılık kullanımında önde

ING Bank'ın Mobil Bankacılık raporuna göre Türkiye hem mobil bankacılık kullanımında hem de mobil alışverişte en yaygın ülkelerden biri.

ING Grubu içinde "deneyim merkezi" haline gelen ING Bank Türkiye, geliştirdiği mobil bankacılık ürünlerini diğer ING ülkelerine ihraç etme noktasına geldi. Bu gelişmenin duyurusuya birlikte hazırladığı Mobil Bankacılık ve Tasarruf Eğilimleri araştırmasının sonuçlarını da açıklayan şirket, 13 Avrupa ülkesi ile ABD ve Avusturya'da yaptırılan bu araştırma ile Türkiye'nin durumunu da ortaya koydu.

ING Bank olarak kendilerini bankacılık lisansına sahip teknoloji şirketi olarak konumlandırdıklarını belirten ING Bank Bireysel Bankacılık Genel Müdür Yardımcısı Barbaros Uygun, mobil cihazlar üzerinden bankacılık işlemleri yapan ING Bank müşterilerinin dijital kanalları kullanan toplam aktif müşteriler içindeki oranının yüzde 66'ya yükseldiğine dikkat çekti.

Türkiye'deki internet kullanıcılarının yüzde 65'inin halihazırda mobil bankacılık uygulamaları kullandığını söyleyen Barbaros Uygun, yüzde 20'lik bir kesimin ise önümüzdeki 1 yıl içinde mobil bankacılık hizmetini kullanacağını söylediğini ifade etti.

"Türkiye bu oranlarla mobil bankacılık kullanımında tüm Avrupa ülkelerinin ve ABD'nin önünde yer alıyor." diyen Uygun, araştırmada, Avrupa genelinde mevcut mobil kullanıcıların oranının yüzde 53, potansiyel kullanıcıların oranının ise yüzde 11 olarak görüldüğünü belirtti.

Türkiye mobil alışverişin en yaygın olduğu ülke

Araştırma aynı zamanda, mobil cihazlar üzerinden alışveriş alışkanlıklarına ilişkin dikkat çekici veriler içeriyor. Buna göre Avrupa ve ABD'de her 2 kişiden biri son bir yıl içinde mobil cihaz üzerinden alışveriş yaptığını belirtirken, Avrupa genelinde mobil cihaz kullanıcılarının yüzde 58'i akıllı telefon veya tablet üzerinden satın alma gerçekleştiriyor. Türkiye'de ise bu oran



yüzde
84'e ulaşıyor.

Bununla birlikte, mobil bankacılık kullanıcıları tablet ve akıllı telefonlarını paralarını yönetiminin yanı sıra online alışveriş için de kullanıyor. Sonuçlar, mobil bankacılık kullanıcılarının mobil alışveriş yapmayı daha çok tercih ettiğini ortaya koyuyor. Türkiye'deki mobil bankacılık kullanıcılarının yüzde 93'ü son 1 yıl içinde mobil cihazını bir şeyler satın almak için kullanmış. Avrupa genelinde ise bu oran yüzde 79'a iniyor.

Mobil cihaz üzerinden alışverişte en çok rağbet gören ürünler ise elektronik ve giyim ürünleri. Avrupa'da online alışverişe en yakın olan kesimi 35 yaş altı erkekler oluştururken; erkek kullanıcılar en fazla oyun ve elektronik cihaz; kadın kullanıcılar ise kıyafet satın alıyor.

Barbaros Uygun, bu durumu şu şekilde özetliyor: Avrupalı erkeklerin yüzde 61'i, kadınların ise yüzde 54'ü son 1 yıl içinde akıllı telefon veya tabletleri üzerinden alışveriş yaptıklarını ifade ediyor. Buna karşılık Türkiye'de mobil alışveriş yapan erkeklerin oranı yüzde 80 iken kadınların oranı yüzde 87'ye yükseliyor. Türk kullanıcılar mobil cihazları üzerinden yüzde 56

ile en fazla giyim, yüzde 47 ile ikinci sırada elektronik alışveriş yapıyor."

Mobil ödeme nakit kullanımını azaltıyor

Araştırmanın insanların nakit ödeme alışkanlıklarını da incelediğini belirten Barbaros Uygun, Türkiye'nin yüzde 68'lik oranla nakit kullanımının son bir yıl içinde en fazla azaldığı ülke olarak dikkat çektiğini belirtti ve sözlerine şöyle devam etti:

"Araştırmanın dikkatimizi çeken sonuçlarından biri de mobil ödeme uygulamalarına yönelik ilginin artması. Avrupa genelinde ve Türkiye'de önümüzdeki dönemde mobil ödeme uygulamalarının kullanımının artacağına işaret ediyor. Türkiye aynı zamanda yüzde 45'lik bir oranla, 15 ülke içinde dijital para birimlerinin en yüksek oranda kabul gördüğü ülke durumunda. Buna karşılık, Avrupalı tüketicilerin yüzde 28'i bitcoin

benzeri dijital para birimlerini "online para harcamanın geleceği" olarak görüyor. Türkiye'deki katılımcıların yüzde 9'u daha önce bitcoin kullandıklarını ifade ediyor. Bu oranla Türkiye, Avrupa ortalamasının 5 puan üzerinde yer alıyor. Tüketici mobil ödeme uygulamalarını hız ve kolaylık yönünden tercih ediyor."

Araştırma, aynı zamanda önümüzdeki 1 yıl içinde mobil ödeme uygulaması kullanmayı düşünenlerin oranını da ortaya koyuyor. Mobil ödeme uygulamalarının hali hazırda düzeyde olmasına karşın, mobil cihaz sahibi olan insanların çoğu önümüzdeki 1 yıl içinde bu teknolojiyi kullanacaklarını ifade ediyor. Mobil ödeme uygulamalarını kullanmayı düşünen veya kullanma ihtimali olduğunu belirtenler sıralamasında ise Türkiye yüzde 78'lik oran ile en üst sırada. Avrupa'da ise bu oran yüzde 51.



#VideoInside

Intel kablosuz dünyanın kapılarını aralıyor

Intel'in Türkiye lansmanını gerçekleştirdiği 5. nesil işlemcileri, daha hızlı ve kablosuz ve güvenli bir dünyanın kapılarını aralıyor.

Intel, tüm dünyada büyük ses getiren, 14 nanometre teknolojiyle üretilen 5. nesil işlemcilerinin Türkiye lansmanını gerçekleştirdi. Kablo kelimesini hayatımızdan silmeyi vaat eden yeni 5. Nesil Intel Core işlemciler, kablosuz şarj mümkün kılmasının yanında kablosuz görüntü aktarım teknolojisini de kullanıcıların hizmetine sunuyor. Bu işlemcilerle sahip cihazlar, herhangi bir kabloya ihtiyaç duymadan bağlantı kurabiliyor ve görüntü paylaşabiliyor.

Etkinlikte bir röportaj gerçekleştirdiğimiz Intel Türkiye Genel Müdürü Burak Aydın, yeni işlemcilerle kişilerin ve kurumların daha önce yaşadığı pek çok kaygıyı gidereceklerine dikkat çekti. Yeni işlemcilerin 14 nanometre teknolojiyle üretilmesi sayesinde artık çok daha ince, hafif ve hızlı ürünler geliştirilebileceğine dikkat çeken Aydın, burada ön plana çıkacak ürünler arasında 2'si 1 arada cihazları işaret etti.

İki kat pil ömrü ve performans

Yeni işlemcilerin, son kullanıcılar için daha yüksek hız ve çok sayıda kablo gereksinimini ortadan kaldırması gibi yenilikler getirdiğini ifade eden Aydın, önceki nesle oranla 2,5 kata varan oranda daha fazla pil ömrünün kullanımda büyük kolaylık sağlayacağını da belirtti.

Aydın, kurumlar için 5. nesille birlikte gelen bir başka yeniliği ise kablosuz görüntü aktarımı olarak tanımladı. Kablosuz monitör ve docking istasyonlarını görmeye başlayacağımızı ifade eden Aydın, bunun önemli bir kolaylık olduğunun altını çizdi.

Kurumlar için yeni güvenlik standartları

Aydın, kablosuz yaşamın getirdiği özgürlüğün teminatı için yüksek güvenlik katmanları geliştirildiğini de sözlerine ekledi. Özellikle kurumsal kullanımda bu ihtiyacın karşılanması noktasında, 5. nesil Intel Core işlemcilerin Intel vPro



teknolojisiyle birlikte yüksek güvenlik standartları sunduğunu kaydetti. Bu yeniliklerin, gelişmiş şifreleme standartlarıyla zararlı yazılımların ulaşamayacağı bir dille iletişim kurduğuna vurgu yapan Aydın, 5. Nesil Intel Core işlemcilerin, her türlü kablosuz bağlantı noktasında, basit, güvenli ve aracsız bir bağlantı kurmanın en kolay yolunu sunduğunu ifade etti.

ERP Komitesi 3 yaşında

ERP Komitesi, 3. yaşını 9 Nisan Perşembe akşamı Point Otel'de geniş bir katılımcı kitlesi ile kutladı.

ERP Komitesi tarafından kurumsal çözüm üreticileri, kullanıcıları, yönetim danışmanları, akademisyenler ve medya temsilcisi olan tüm üye profillerine yönelik yılda bir kez düzenlenen Networking toplantısında, aynı zamanda ERP Komitesinin 3. yaş günü de kutlandı.

ERP Komitesi ve kurumsal dönüşüm platformu, kurulduğu 13 Nisan 2012 tarihinden itibaren ve marka bağımsız iletişim ve deneyim paylaşımı için olanak sağlamaya devam ediyor. İstanbul haricinde 5 bölgede de etkinliğini sürdüren ERP Komitesi bu yıl 6.000 üye ve takipçi sayısını aşarak büyümesini sürdürüyor.

Kurulduğu ilk yıl, kurumsal dönüşüme yönelik farkındalık çalışmalarına ağırlık verirken, ikinci yıl ek olarak bölgesel organizasyonlara, üçüncü yıl da Türkiye çapında düzenlediği ERP, CRM, İş Zekası, Stratejik Planlama, Tedarik Zinciri Yönetimi gibi seminerlere ağırlık verdi.

9 Nisan akşamı Point Otel Barbaros'da Deutsche Messe Group ev sahipliğinde düzenlenen etkinliğe ABAS Türkiye, Admin Bilişim, Akdatasoft, Altıgen, AOS Bilişim, Arıkanlı Holding, Arma-Elektropanç, Axbart Bilişim, b4dynamics, Bilge Adam, Bilgi Teknoloji Danışmanlık, Bilgi Üniversitesi, Biltay Teknoloji, Birleşik Uzmanlar, Bthaber, CPM Yazılım, Çelik Grup, DB Systems, Deloitte, Dengenet, Deutsche Messe Group, Devre Bilgisayar, DNA Proje, DPP, eFinans, Elit Çikolata, EMS Yazılım, ERP Haber, ETG, ETG Retail, EY, FIT Solutions, Grafikers, Grup PERIOD,

Güney Bilgi İşlem, HBS Yazılım, IAS, Inka Fixing, Inspark, İletişim Yazılım, İlke Çözüm, İSİS Bilişim, Katipoğlu Danışmanlık, Kota, Kuzu Deri, Link Bilgisayar, Login Yazılım, Logo Yazılım, Mag Consulting, Maltepe Üniversitesi, MERBERK, Metist Hukuk, Mikro Yazılımevi, Mikroişlem Bilgisayar, Mit Consulting, MNC Enerji, Müşteri Deneyim Merkezi, Nebim Neyir Bilgisayar, Netadam Bilgisayar, Netbir Teknoloji, Netsuit Türkiye, Okan Üniversitesi, Özay Teknoloji, Pargesoft, Penta Teknoloji, PRODA, Pronto Eventi, PTC, Sabah Gazetesi _ Reel Sektör, SAM Danışmanlık, Senkron, Set Yazılım, Sunny Elektronik, Tanrıverdi Tekstil, TechInside, Tek Danışmanlık, TEKNO MACCAFERRİ, Teknosol, TUYAD, to the point, UMA Bilisim, Uzman Erp, Venti Danışmanlık, Vestel, Wipro ve Workcube firmalarından toplam 126 üye ve takipçi katıldı.



ERP Komitesi Koordinatörü
M. Göker Sarp



#VideoInside

Üretimde dijital devrim dönemi başlıyor

The Boston Consulting Group (BCG) tarafından hazırlanan rapora göre üretim sektörü, Sanayi 4.0 olarak adlandırılan 4. Sanayi Devrimi'nin eşliğinde yer alıyor.

Dünyanın önde gelen danışmanlık firmalarından The Boston Consulting Group (BCG) tarafından hazırlanan 'Sanayi 4.0: Üretim Sektöründe Büyüme ve Üretkenliğin Geleceği' başlıklı rapora göre önümüzdeki 10 yıl içerisinde 4. Sanayi Devrimi tamamlanacak. 'Sanayi 4.0' olarak adlandırılan yeni devrimle birlikte ilk tedarikçiden, son kullanıcıya kadar tüm üretim ve değer zinciri en gelişmiş dijital teknolojileri kullanarak tamamen entegre hale gelecek.

Rapora göre, 4. Sanayi Devrimi büyük veri, simülasyon, robotik ve bulut sistem entegrasyonu gibi teknolojik gelişmelerle tetikleniyor. Parçalar, makineler ve insanlar arasındaki bağlantı ve etkileşimin, üretim sistemlerini yüzde 30'a kadar hızlandırıp, verimliliği yüzde 25 kadar yükseltmesi ve başarıyla uygulandığı ülkelerde gelir düzeyini, istihdamı ve yatırımları da hızla artırması bekleniyor.

Sadece Almanya'da 250 milyar Avro'luk yatırım

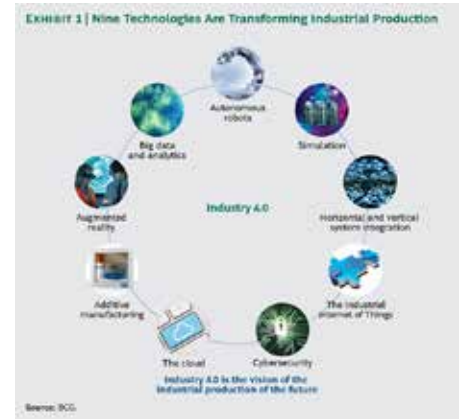
Endüstriyel otomasyonda dünyanın lider ülkesi kabul edilen Almanya, 'Sanayi 4.0'ın etkisini ölçmekte çarpıcı bir örnek

olarak öne çıkıyor. BCG'nin raporunda, 'Sanayi 4.0'ın Almanya'da 400 bine yakın yeni iş olanağı yaratacağı, Gayri Safi Milli Hasılanın (GSMH) yüzde 3-5'ine denk gelecek bir verimlilik artışı sağlayacağı, GSMH'yı ortalama yüzde 1 arttıracığı ve 10 senelik süreçte 250 milyar Avro tutarında yatırımı tetikleyeceği öngörülüyor.

Sanayi 4.0'ın öne çıkan dört faydası

Üretim sektörünün verimlilik artışında ve ekonomik büyümede önemli bir katalizör olacağı öngörülen 'Sanayi 4.0'ın faydaları dört ana alanda özetleniyor:

1. Üretkenlik: Önümüzdeki 5-10 yıl içinde pek çok şirketin 'Sanayi 4.0'a uyum sağlayacak ve hammadde hariç üretim maliyetleri yüzde 15-25 arasında iyileşmesi bekleniyor. Bu iyileşmenin, sadece Almanya'da üretim sektörüne 90-150 milyar Avro'luk etki yapacağı öngörülüyor. Hammadde maliyetleri dâhil edildiğinde, toplam üretkenlik kazanımlarının yüzde 5 ila 8'e ulaşacağı belirtiliyor. Sektörel bazda değişiklik gösterecek iyileştirmeler mühendislik ürünleri üreticileri için yüzde 20-30 ara-



şı, otomotiv sektörü yüzde içinse yüzde 10-20 oranında iyileştirme oluşturması bekleniyor.

2. Ciro artışı: 'Sanayi 4.0' sayesinde üreticilerin gelişmiş ekipman ve yeni veri uygulama isteği, müşterilerin kişiselleştirilmiş ürünlere yönelik gittikçe artan talebiyle paralel olarak fazlalaşacak. Almanya örneğinde bu gelişmenin GSMH'nın yüzde 1 artmasını sağlayarak yıllık 30 milyar dolar civarında büyüme getirmesi bekleniyor.

3. İstihdam: 'Sanayi 4.0' sayesinde üretim sektöründe yüzde 6-10'luk istihdam artışı bekleniyor. Yeni işgücüne talep en fazla mekanik-mühendislik sektöründe hissedilecek. Öte yandan farklı yetkinliklere ihtiyaç artacak ve otomasyonun artmasıyla düşük kalifiye işgücüne yönelik istihdam olanakları azalacak. Ayrıca yazılım, bağlantı ve analitik çözümlenmeye olan ihtiyaç, bu yetkinliklere sahip elemanlara olan talebi arttıracak. Oluşacak bu yetkinlik dönüşümü önümüzdeki yıllarda üstesinden gelinmesi gereken en kritik noktalardan biri olarak ortaya çıkıyor.

4. Yatırım: Üretim süreçlerini 'Sanayi 4.0'a adapte edebilmek için üreticilerin cirolarının yüzde 1 ila 1.5'ini yatırıma ayırması gerekeceği öngörülüyor. Bu rakamın Almanya örneğinde önümüzdeki 10 yıl için 250 milyar Avro olması bekleniyor.





Turkcell'den Samsun'a son 5 yılda 66 milyon TL yatırım

Turkcell'in, şirketlerin mobil ve sabit teknoloji çözümlerini kullanarak, daha verimli, hızlı ve kârlı çalışmalarını sağlamak, büyümelerine katkıda bulunmak amacıyla düzenlediği "İş'te Teknoloji Hamlesi" toplantılarının 2015'teki altıncı durağı Samsun oldu.

Turkcell, "İş'te Teknoloji Hamlesi" vizyonu doğrultusunda, şirketlerin büyümesine teknolojiyle destek olmak üzere ara vermeden yıllardır Anadolu turuna devam ediyor. Anadolu'yu adım adım gezerek, mobil ve sabit iletişim teknolojilerinin şirketlere sağladığı faydayı, teknolojik dönüşüm fırsatından yararlanmak isteyen şirketlerle bire bir temasa geçerek anlatan Turkcell, bu seneki organizasyonlarından altıncısını Samsun'da **Turkcell Kurumsal Satış Direktörü Çağatay Aynur'un** ev sahipliğinde, Kadir Çöpdemir'in moderatörlüğü ile gerçekleştirdi.

Turkcell Kurumsal Satış Direktörü Çağatay Aynur'un "Teknoloji ve İnovasyonla Yeni Bir Dünya" başlıklı konuşmasıyla başlayan toplantının sonunda Turkcell'in mobil ve sabit teknoloji çözümlerini kullanarak fark yaratan Yeşilirmak Çalık Elektrik'in Perakende İl Koordinatörü Fahrettin Tun, Samsun Pro. Ulaşım'ın Genel Müdürü Kadir Gürkan ve Samsun Çarşı Büyük Mağaza Kuyumculuk'un Genel Koordinatörü Timur Yeten katılımcılarla başarı hikayelerini paylaştı.

Çağatay Aynur: "Son 5 yılda Samsun'da 66 milyon TL'lik yatırım gerçekleştirdik"

Turkcell Kurumsal Satış Direktörü Çağatay Aynur gerçekleştirdiği sunumda "Turkcell, bugün kurumsal pazarın lideri ve 520 bini aşkın şirkete hizmet veriyor. 2014 yılında ülke ekonomisine **1,8 milyar TL katkı** sağladığımız makineler arası iletişim teknolojisiyle kurumsal müşterilerimize hesaplı, pratik, hızlı ve faydası kanıtlanmış çözümler sunuyoruz. Bugün Türkiye'de makineler arası iletişim teknolojisinin kullanıldığı yaklaşık her 3 makineden 2'si Turkcell'li ve M2M konusunda uzman 40 iş ortağımızla 1500'ü aşkın proje gerçekleştirdik. **33 bin 500 km'lik fiber altyapımız**, tek noktadan toplu iletişim çözümlerimiz, kurumsal müşterilerimize hizmet veren 1000 çağrı merkezi çalışmamız ve 2200 kişilik kurumsal satış ekibimizle müşterilerimize en iyi hizmeti götürüyoruz. Geçtiğimiz



Turkcell Kurumsal Satış Direktörü Çağatay Aynur

aylarda, şirketlerin bilişim teknolojilerini etkin kullanımı için Türkiye'de bir ilki gerçekleştirerek yeni bir model geliştirdik. İş'te Teknoloji Hamlesi adını verdiğimiz bu model ile sektörlerin ve şirketlerin ihtiyaçlarına özel çözümleri kategorize edip, Turkcell güvencesi ile müşterilerimize sunuyoruz." dedi. Turkcell olarak iş süreçlerini mobil teknolojilerin katkısıyla sürdürerek yeni dünyada kazananlar arasında olmak isteyen müşterileri için **"Gerçek Zamanlı İşletme"** yaklaşımını hayata geçirdiklerini söyleyen Aynur: "Gerçek Zamanlı İşletme yaklaşımı şirketlerin 3 temel alanının yeni nesil teknolojilerle gerçek zamanlı olarak yönetilmesi anlamına geliyor. Bunlardan ilki **Mobil İşletme**, yani firmaların operasyonlarının tamamını ya da bir kısmını mekan ve zamandan bağımsız olarak yürütebilmesi. İkincisi, şirketlerin müşterileri hakkında kendi operasyonları ile bilmeleri mümkün olamayacak bilgileri de kullanarak iç görü sahibi olması, en doğru teklifi, en doğru kitleyle, en doğru zamanda buluşturabilmesini sağlayan **Gerçek Zamanlı Pazarlama**. Üçüncüsü ise, firmaların operasyonlarını yönetebilmeleri için kurmaları zaruri olan bilgi işlem altyapılarını, yatırım yapmadan, servis modeli ile



edinmeleri anlamına gelen **Sıfır Altyapılı İşletme"** olduğunu ifade etti. Samsun için yapılan yatırım miktarına da değinen Aynur: "Anadolu'nun her köşesine önemli yatırımlar gerçekleştiriyoruz. Bu yatırımlarımız hem şehrin gelişimine hem de ülke ekonomisine önemli katkılar sağlıyor. Yatırım konusunda önem verdiğimiz illerimizden bir tanesi olan **Samsun'da son 5 yılda yaptığımız toplam yatırım miktarı 66 milyon TL'yi buldu. Yatırımın yanında Samsun'a istihdam konusunda da katkı sağladık. Bugün 1000'in üzerinde kişiye iş imkanı sunmaktan büyük mutluluk duyuyoruz**" dedi.

Elektronik endüstrisinde dönüşüm

Türk dış ticareti öncelikle 24 Ocak kararları ardından Turgut Özal zamanındaki ihracat teşvikleri ve son olarak da gümrük birliği kararı ile yapısal bir dönüşüme girdi.



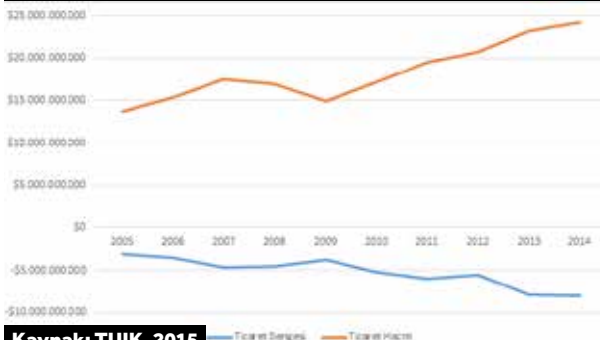
#BilgehanBaykal

Ana ihracat kalemi olan tarımsal ürünlerin yerini makine aksamı ve elektronik ürünleri aldı. Bir ülkenin dış ticaret performansını değerlendirirken tek başına dış ticaret dengesi, hacmi ya da ticaret hadleri ile değerlendirmek sağlıklı değil. Ticaretin hangi nitelikte ürünlerden oluştuğu son derece önemli ve başlı başına bir araştırma konusu.

Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı, ürünleri SITC Rev3 seviyesinde gerektirdiği uzmanlık seviyesine göre sınıflandırır. Bu bağlamda orta ve yüksek yetenek ve teknoloji gerektiren ürünler arasında bulunan ve yazının sonunda değindiğimiz elektronik ürünlerine baktığımızda Türkiye'nin 2005-2012 arası ticaretinin resmini inceleyebiliriz.

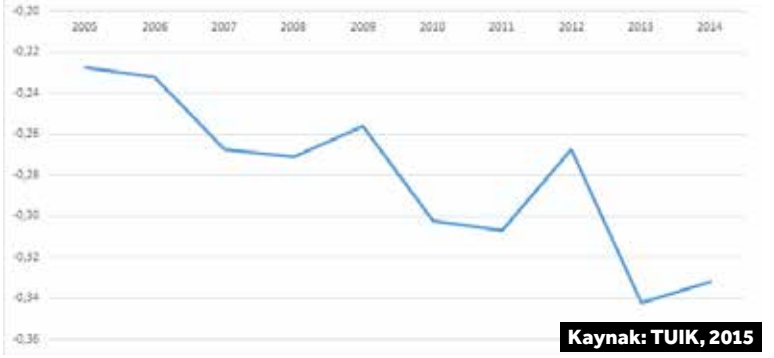
Şekil 1'de görüleceği üzere, dış ticaret hacmi elektronik sektöründe özellikle Euro krizinin en şiddetli hissedildiği 2009 sonrasında ciddi bir artış göstererek 25 milyar dolar seviyesine ulaşmış. Ancak artışın önemli bir sebebi ithalat ve dış ticaret açığımız bu alanda 10 milyar dolara ulaşmak üzere. Doğal olarak orta ve yüksek teknoloji ürünleri arasında yer alan akıllı cep telefonları, kişisel bilgisayarlar ve kurumsal sistemler buradaki artışın en önemli sebepleri arasında.

Şekil 1: Elektronik Sektörü Ticaret Dengesi ve Hacmi



Kaynak: TUIK, 2015

Şekil 2: Elektronik Sektörü Ticaret Uzmanlaşma Endeksi



Kaynak: TUIK, 2015

Şekil 2'de ise ticaret uzmanlaşma endeksini görebiliyoruz. Burada da durum çok iç açıcı değil. Özellikle 2009 sonrası ciddi bir gerileme söz konusu

Peki, elektronik sektörü ne yapmalı? Türkiye'nin büyük kuruluşlarının Avrupa, Güney Afrika, ABD ve hatta Çin'de üretim tesisleri kurduklarını, satış organizasyonları kurduklarını biliyoruz. Öncelikle pazara daha hızlı ürün sunma konusuna odaklanmak gerekiyor. Rekabetin çok hızlı olduğu, üretilen modellerin çok hızlı değiştiği bu sektörde daha hızlı ve işbirliği içinde tasarım ve imalat son derece önemli.

İkinci olarak, tedarik zincirinin uçtan uca entegre edilmesi konusu zaruri. Sadece kurum içi değil tedarikçiden servis organizasyonuna ham maddeden yedek parçaya kadar hem stok hem lojistik anlamında bir entegrasyon gerekiyor.

Odaklanılacak üçüncü alan ise markalaşmanın teknoloji boyutu. Giderek hem tüketici hem de B2B pazarlarında uçtan uca çalışabilen, birbiriyle etkileşebilen bir marka perspektifinden bahsediyoruz. Apple bunun güzel bir örneği. Donanım-işletim sistemi-yazılım-bulut-3. parti uygulamalar zincirinin en iyi örneklerinden birisi

olan Apple'ı kullanıcılara sunduğunun bir ürün değil bir deneyim olduğunu akılda tutmak gerekiyor. Bu minvalde özellikle endüstrinin son devrimi olarak da adlandırılan nesnelerin interneti alanına Türk firmaları çok hızlı odaklanmalı ve bu projeleri hayata geçirmeli.

Orta ve yüksek yetenek ileri teknoloji ürünler

Büro makineleri (yazı, hesap, fotokopi) (751); Otomatik bilgi işlem makineleri vb. ait birimler (752); Büro ver bilgi işlem makinelerinin aksam ve parçaları (759); Televizyon alıcıları (kombine olsun olmasın) (761); Telsiz telefon, telsiz telgraf ve radyo yayınları için alıcı cihazlar (762); Plak döndürücüler, pikaplar, kasetçalarlar, video kayıt ve gösterme cihazları (763); Telli telefon ve telgraf cihazları, telsiz telefon telgraf cihazları vb aksamı (764); Elektrik devreleri, rezistanslar vb. aksam ve parçaları (772); Evlerde kullanılan elektrikli veya elektriksiz diğer makineler (775); Katod ışınlu tüpler, yarı iletken tertibat; elektrik devreleri (776).



Kobil, gözünü ABD'ye dikti

Dünya çapında 16 ülkede ürünlerini pazarlayan Kobil'de hedef pazar ABD olarak belirlendi.

Kobil Türkiye Genel Müdürü Ümit Yaşar Usta

#FatihSarı



A lmanya merkezli Kobil, 1986 yılında kurulmuş bir şirket. 120 çalışanıyla akıllı kart, tek kullanımlık şifre, kimlik doğrulama ve kriptografi teknolojilerinde uzmanlaşan Kobil, kimlik bilgileri ve mobil güvenlik yönetimini güvence altına almayı ve güçlendirmeyi amaçlıyor. Dünya çapında 16 ülkede faaliyet gösteren Kobil, önümüzdeki dönemde de ABD pazarına girmeye hazırlanıyor. Kobil ve gelecek planlarını şirketin genel müdürü Ümit Yaşar Usta ile konuştuk.

Türkiye'de toplamda on dört banka ile birlikte çalıştıklarını belirten Ümit Yaşar Usta, "Daha çok mobil bankacılık, internet bankacılığı güvenliği ve para çıkışlarının güvenliğini sağlayan çözümlerimizi bankaların kullanımına sunuyoruz. 2008 yılında iOS ve Android platformuyla birlikte eğilim mobil tarafa kaydı. Biz de o dönemde şifrematik gibi donanımlar üretirken bugün geldiğimiz noktada ise güvenlik yazılımlarına yönelmiş durumdayız. Aslında bu bize özgü bir dönüşüm değil tüm dünya genelinde geçerli bir süreç oldu. Türkiye gibi finansal hizmetler tarafında gelişmiş dünyanın birçok ülkesinde insanlar ek bir güvenlik donanımı kullanmak yerine akıllı cihazlarıyla mobil bankacılık işlemlerini yapmayı tercih ediyor" dedi.

"Türkiye'deki işletmeler hazır"

Türkiye genelinde çalıştıkları on dört bankanın dokuzuyla yeni anlaşmalar yaptıklarını kaydeden Usta, bu konuda şunları söyledi:

"Şu anda mobil bankacılık tarafında hayata geçmiş beş projemiz var. Örneğin Vakıfbank mobil bankacılık tarafında kısa mesaj yani SMS kullanımını bizi ürünlerimizi kullanarak SMS kullanıma kapattı. Diğer bankalarda da fraud konusunu ve artan tehditler yüzünden bu tarafa yönelme söz konusu. Kısa mesajdan arınan bankalar hem kendilerini daha güvende hissediyor hem de müşterileri bankacılık işlemlerini daha güvenli bir şekilde gerçekleştirebiliyor."

"Hedef ABD pazarı"

Bilişim merkezinin ABD olduğunu kaydeden Ümit Yaşar Usta sözlerini, "Kurucumuz İsmet Koyun mesaisinin yarısından fazlasını bilişim merkezi olarak gördüğümüz ABD'de geçiriyor. Tabii bunun altında yatan gerçek bilişimin merkezinin bu ülkede olması diyebiliriz. ABD'de Kobil şirketimiz kuruldu ve bu çalışmalarımızın da birkaç yıl içinde meyvelerini toplayacağımızı umut ediyoruz" şeklinde bitirdi.

Juicing ile Gelen Sağlık



Şehir hayatı yorucu ve yıpratıcı temposu ile devam ederken, artık sağlıklı kalabilmek gerçek bir beceri haline geldi. Fazla kilolar ile başlayan süreç ilerleyen yıllarda kronik problemlere de yol açabiliyor. Her gün gazetelerde çıkan farklı sağlık tavsiyeleri kafaları karıştırırken, "juicing" adında yeni bir oldu ile tanışıyoruz. Sebze ve meyvelerin sularını sıkarak elde edilen karışımlar bir anda yıllar boyu çekilen sorunları mucizevi şekilde çözebiliyor.

Juicing ile gelen sağlık kitabı ise, bu fenomeni her açıdan inceliyor ve bir rehber olma amacı güdüyor.

Juicing nedir ve nasıl yapılır? Hangi juice nelere iyi gelir? Kilo vermede juicing nasıl kullanılır? Spor yapanlar için hangi juice'lar nasıl içilmeli? gibi sorular bu kitapta yanıtını buluyor.

Yazar: **Cenk Kırıl**

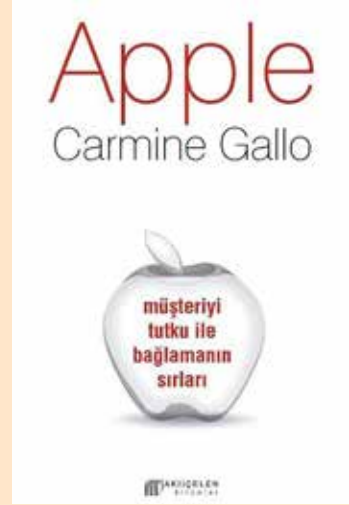
Yayıncı: **Altın Kitaplar** • Fiyat: **20 TL**

Apple: Müşteriyi Tutku ile Bağlamanın Sırları

Apple'ın sahip olduğu başarının ve müşteri sadakatinin merkezinde sadece sunulan muazzam ürünler yatmıyor. Apple Store'lar metrekare başına en yüksek satışa ulaşan mağazalardır ve şirketin benzersiz bir müşteri deneyimi sağlamak için eğitilmiş, motive olmuş harika bir ekiple donatılmıştır. Yazar Carmine Gallo ise müşteri odaklı bu yaklaşımın arkasındaki temel ilkeleri ve uygulamaları ortaya koyuyor. Böylece markanızın da aynı yüksek hizmet standartlarını uygulayarak bu başarıya nasıl ulaşabileceğinizi açıklıyor.

Gallo, Apple için araştırma yapan her düzeyden profesyonel ile mülakatlar yapmış, yüzlerce saatini Apple Store'daki müşteri ve çalışanlar arasındaki ilişki ve diyalogları gözlemleyip, Apple vizyonu ve felsefesini anlamakla geçirmiş.

Apple için işe yarayan ilkeleri paylaşan kitap, her bir bölümde ise farklı bir ilkeyi açıklıyor.



Yazar: **Carmine Gallo** • Çevirmen: **Eda Aksan**

Yayıncı: **Akılçelen Kitaplar** • Fiyat: **17 TL**

Big Data at Work: Efsaneye Son Vermek Fırsatları Keşfetmek



"Önemli olan verinin hacmiyle büyünmek değil onu analiz edebilmek - onu içgörü, inovasyon ve işletme değerine çevirebilmektir."

Büyük verinin ortaya çıkışı ve fark edilmesi üzerinden on yıl kadar geçmiş olsa da, özellikleri yeni bir "devir" anlamına geliyor. Farklı sektörlerden büyük kuruluşlar, veri ekonomisine katılıyor, büyük veriyi sadece daha iyi kararlar ile maliyet tasarrufu adına değil, müşterilerine veriye dayalı yeni ürün ve hizmetler sunmak için de kullanıyor.

Bu beceriler, liderlik, örgütsel yapılar, teknolojiler ve mimarilerde değişim anlamına geliyor. Dünya sürekli bir değişim ve akış halinde iken, bunu fark eden ve akıllıca tepkiler veren kuruluşlar ise avantajlı konuma geçiyorlar. Büyük veri ile çalışmaya karar veren herkes, bu kitap ile bunu yapmanın en mantıklı ve ekonomik yollarını öğreniyor.

Yazar: **Thomas H. Davenport** • Çevirmen: **Müge Çavdar**

Yayıncı: **Türk Hava Yolları Yayınları** • Fiyatı: **29 TL**



İKİ KATLI BİR EGE EVİ Radika

İstanbul'da bahçesinde zeytin ağaçları olan bir Ege evi.

Radika, tüm stresli iş toplantılarınızı adete bir keyfe dönüştürecek.

Yaza yaklaştığımız şu günlerde, insanın kimyasını değiştiren, yemyeşil renklerin hakim olduğu bahçeli mekanlar bizleri çağırıyor. Birçoğumuz için tatil planları, güneşi tenimizde hissettiğimiz daha ilk günden başlamışken, iş temposu sebebi ile İstanbul'dan ayrılamayacak olanlar içinse harika bir önerim var.



#RestoranInside



#BuketAksu

Bu ay sizi güzel bir bahçe içerisinde iki katlı bir Ege evine götürüyorum.

Yazı iliklerinize kadar hissedebileceğiniz mekanlardan biri, RADİKA. Mekan klasik bir Bodrum, Çeşme evi tarzında dekore edilmiş. Oldukça şirin, sıcak ve samimi bir mekan. Bir Ege evinde olması gereken tüm esintileri taşıyor. Bu durum insanın kendisini gerçekten Ege'de hissetmesine sebep oluyor. Bahçesinden zeytin ağaçları, el işi perdeleri ve masasında Ege'nin birbirinden güzel yemekleri, mezelere...

Radika, yaprakları salata olarak yenilen baharlı, çok yıllık bir bitki anlamına geliyor. İsmine yakışır bir mutfakla da bizleri karşılıyor. Özellikle az haşlanmış şekilde servis edilen zeytinyağlı ve limonlu otlar

damağınızda enfes bir tat bırakıyor. Deniz börülcesi, rezeneli semizotu, kuzukulağı... Hepsinden tatma niyetinde olanlar karışık ot tabağını tercih edebilir.

Ege mutfağıyla sınır tanımıyor; balıklar, sebzeler, börekler... Kabak çiçeği dolması, kabaklı Girit böreği, deniz mahsulleriyle hazırlanan balıkçı böreği, cevizli kabak mezesi, adabeyi buğulama, balıkçı kavurması, domates soslu dil, terbiyeli kılıç şiş, zerdeçalı levrek fileto, rezeneli kuzu incik, radika soslu bonfile menü içerisinde tercih edebileceğiniz en keyif verici lezzetlerden.

Öyle bir yer düşünün ki, Ege müziklerinin tınısını kulaklarınızda hissederken, yemeğin keyfini doyasıya çıkarabiliyorsunuz.

Mekan dekorasyonu ile de sizi yakalıyor, rengarenk tahta sandalye ve masalar sizi adeta bir sahil kasabasında hissettiriyor. Eğer iş temposu sizi yorduysa bu mekanın sessizliği ve atmosferi içerisinde çalışmak sizi dinlendirecek, klasik iş toplantılarınızı keyifli ve samimi bir hale dönüştürecek. Mekan içerisinde iki ayrı bahçe bulunuyor, dilerseniz kapalı bir de kış bahçesi de mevcut. Toplantılarınız bir sabah kahvaltısı eşliğinde, incecik porselenlerden çayınızı yudumlarken daha keyifli olacaktır.

İki kişilik serpm kahvaltısı ve üzerine güzel köpüklü bir kahveye ödeyeceğiniz fiyat 60 TL civarında. Kahvaltıda beş çeşit peynir, salatalık-domates, tereyağ, zeytin, çeşitli reçeller, bal, kaymak, menemen, girit böreği, sucuk ızgara, ızgara hellim peyniri ve sınırsız çay servisleri var. Ayrıca beğendiğiniz reçelleri kavanozla satın alabiliyorsunuz.

Kahvaltısı yerine akşam yemeği için bu mekanı tercih ederseniz, sizi enfes lezzette mezelerin ve balıkların karşılayacağını unutmayın. Ege'nin tüm tatlarını deneyimlemeniz için harika bir fırsat olacaktır. Mekan akşam karanlığında ayrı bir güzel, loş ışıklandırmasıyla sizi adeta büyülüyor.

Zeytin ağaçlarının üzerindeki minik ışıklandırmalar, masalardaki renkli mumlar size huzurlu bir atmosfer yaşıyor. Yaz aylarında mekanın tavanı tamamen açılıyor, bu sebeple daima içerisi havadar olduğundan asla yemek kokuları sizi rahatsız etmiyor.

Rezervasyon için: (0216) 339 13 15
Koşuyolu, Kalfa Çeşme Sok. No:34,
Kadıköy/İstanbul

Sinemada devamlılık ve sinemanın tiyatroyla ilişkisi

Sinema ve tiyatrodaki oyunculuk arasında çok sayıda fark bulunuyor. Bu farklarda oyuncuların davranışları, izleyenlerde yeni heyecanlar yaratabiliyor.

#AtakanUğurKaragöz

Filmin çekim aşamasında, mizansenler, kostüm ve dekor çok önemlidir. Çekim sürerken yönetmen, oyuncu, prodüksiyon ekibi yada diğer set görevlileri gerektiğinde sonra devam etmek üzere kamera akışını birçok kez durdurabilir. Sahnenin devamının çekilmesi söz konusu olduğunda set görevlilerinin, bir önceki sahnede oyuncuların kostümünün, mizanseninin ve dekorun konumunu bilmesi gerekir. Aksi durumda film, kurguya girdiğinde birbiriyle örtüşmeyen sahneler görebiliriz.

Örneğin ilk sahnede oyuncunun kravatı takılıdır. Çekim arası olduğunda oyuncu kravatından sıkılıp çıkarabilir. Tekrar takmayı da unutabilir. Film bu şekilde çekildiğinde, ilk sahnedeki kravatlı adamın kravatını, nasıl bu kadar çabuk çıkardığı seyirci tarafından sorgulanır. Bir başka örnekte, Titanic filminde olduğu gibi birbirinin devamı olan iki sahnede bulunan baltanın farklı yönlere doğru bakması, fark edildiğinde filmin tüm dramatik yapısını alaşağı edecek ve inandırıcılığını yitirecektir. Bu da izleyiciyi filminden kolayca koparır.



Bu durumun yaşanmaması için sahne devamlılığıyla ilgilenen bir profesyonelin her ayrıntıyı not alması ya da fotoğraf-laması gerekecektir. Bu kişinin çekime devam etmeden sahneyi, ilk sahnede kiyle aynı duruma getirmesi gerekir. Bu sayede bu görevli, ekibin iş yükünü oldukça hafifletir ve biz izleyicilere hatasız ve daha gerçek bir film izleme imkanı sağlar.

Bir sinema filminin gerçeğe yakın olmasını sağlamak için bu tür detay-



lar gözardı edilemez. Sinema filminin gerçekçiliğini ve samimiyetini arttıran diğer bir yönü ise tiyatrodur. Sinemada tiyatro sizce de mümkün müdür? Kulağa nasıl geliyor? Ben bu fikri benimseyen yönetmenlerin bütün filmlerini izlemeye çalışırım. Çünkü onlar sahne yapısının, tiyatrodaki gibi doğal ve samimi olmasını isterler.

Okurlarımız arasında bu ilişkiyi çözümlemiş kimseler de vardır belkide. Bu konu aslında tartışmaya öylesine açıktır ki, yalnızca benim cümlelerimle bunu özetlemek çokta doğru olmayacaktır. O sebeple bu sayı için sizlerden geri dönüş bekliyorum olacağım.

Sinemanın ve tiyatronun birbirine benzeyen ve birbirinden ayrılan yerleri vardır. Tiyatro bildiğiniz gibi, seyircilere oynanmak üzere, sahne üzerinde, önceden defalarca prova edilmiş oyunlar bütünüdür. Sinema ise tiyatroya oranla çok çok daha az prova edilen ve kamera karşısında olduğu için tekrar tekrar kaydedilebilen bir oyundur. Buradan bakıldığında, sinema oyuncusu unuttuğu





Kış Uykusu

rol yapmaktan fazlasına ihtiyacı vardır. Eric Morris'in "olma" diye hitap ettiği oyunculuk biçimi, aslında anlatmak istediğim durumu özetler nitelikte. Oyuncu, hissedemediği hiçbir duyguyu izleyiciye veremez. Bu kadar saf ve net. Çünkü duygu geçişi ancak siz "o" olduğunuzda var olur. Yani özgür ve gerçekken.

Bu zihnin ışığında, Sinema ve Tiyatro oyuncusunun yaratmaları gereken duygu hüzmeleri vardır. Oyuncu, gerçek olması için çabalamalı, rol kişisini anlamaya çalışmalıdır.

Ve bu dinamizmi oluşturan oyuncularla, bu değeri anlayan yönetmenler buluştuğunda ortaya bir eser çıkıyor ki, tadından yenmiyor. Tiyatral repliklerin, samimi doğaçlamaların, uzun tiradların keyfini beyaz perdede görmek, yeni bir heyecan kazandırıyor.



repliği sufle alarak ya da sahnenin tekrar kaydedilmesiyle oyununu sürdürebilir. Ancak tiyatro oyuncusu, sahnede ezberini unuttuğunda doğaçlama (tülüat) yaparak oyunu sürdürmek zorundadır ve bu da ayrı bir yetenek ister. Bu da onun koşullarını, sinemaya göre biraz daha zorlar.

Bu iki dalın oyuncularının da izleyiciye vermeleri gereken çeşitli duygular vardır. İzleyici filmde ya da tiyatro oyunundan kopmamalıdır. Sinema oyunculuğu, ayrıca tiyatro oyunculuğuna göre biraz daha küçük hareketler ister. Bu şu demektir; sinemada kamera, oyuncunun yakınında olduğundan, oyuncu sahne içindeki rolünü, mimik ve jestleriyle vermek zorundadır. Oysa tiyatro oyuncusu, sesini ve içsel dinamizmini seyirciye ulaştırabilmek için çok büyük oynamalıdır.

Sevindiğinde ya da üzüldüğünde bunu biraz daha abartmalı ve en arkada oturan insan bile bu duyguyu hissedebilmelidir. Sinema oyuncusu tüm bu duygu geçişini tek bir göz hareketiyle bile vermek zorunda kalabilir ki bu durum onu,

tiyatro oyuncusuna göre daha zor bir durumda bırakabilir.

Bu iki muhteşem oyunun içinde birbirinden ayrıışan noktalar elbette var, ancak özü mutlak birdir. Oyuncunun



Cyrano de Bergerac



#MelihÇelik/TechInside Genel Yayın Yönetmeni

@filtrekahve

melih.celik@techinside.com

Yemeksepeti'nin gelecek planları? Zırrr...

Takvimler 2000'li yılların ilk yarısını gösteriyor. İstanbul'da sıcak bir gün. Byte dergisi için İbrahim Özdemir'le birlikte röportaj peşindeyiz. Etiler tarafındaki küçük bir villada, dönemin yeni girişimlerinden Yemeksepeti'nin yerini bulmuş, duvarları tablolarla bezenmiş daracık bir merdivenden üst kata çıkmıştık. Gidiş amacımız, Türkiye'nin internetteki bu yeni girişiminin neler yaptığını ve hedeflerini öğrenmek.

Röportaj öncesi dergide ekip olarak Yemeksepeti'nin varlığından ne kadar mutlu olduğumuzdan, siparişleri hep aynı isimden - Berkin Bozdoğan - verdiğimiz için "en çok sipariş veren isimler" sıralamasında ne durumda olduğumuzu konuşuyoruz. Ardından sıra röportaj sorularında...

- Yemeksepeti'nin kuruluş hikayesini (zırrrr); kuruluş hikayesini anlatır mısınız?

- Peki tüketicilerin tepkisi nasıl? İnsanlar online ticarete çok sıcak bakmıyorken size olan ilgileri (zırrrr); size olan ilgileri nasıl?

- İlerisi için planlarınız (zırrrr); planlarınız neler? İstanbul dışında (zırrrr); İstanbul dışında öncelikle hangi şehirlerde hizmet vermeye başlayacaksınız?

En sonunda dayanamayıp,

kapı zilini andıran bu sesin nedenini soruyoruz. Sanki Yemeksepeti'nden verilen her sipariş önce şirketin merkezine geliyor da ondan sonra sipariş verenlere iletiliyor-muşcasına kapı çalıyormuş gibi geliyor.

Aydın ve Ödemiş bu sesi şöyle açıklamıştı: "Bu, bizim hızlı hizmet verebilmek adına uyguladığımız bir sistem. Yemeksepeti.com'a gelen her

kullandığını, ancak sipariş sayısının hızla artması sonucu vazgeçtiklerini söylemişti.

Yemeksepeti aradan geçen yıllarda hızla büyüdü, birkaç kez adres de değiştirdi. 2014 sonlarında şu anki ofislerine gittiğimde eski küçük villadaki halleri geldi aklıma. Otomatik açılır kapıdan girer girmez küçük holün tavanında belki 1000'den fazla "restoran magneti"nin tavana yapıştırıl-

olarak görenler ve dahası.

Konuya nasıl yaklaşırsanız yaklaşın, günümüz ekonomisinde sanal dünyayı temel alan girişimlerin önünde üç yol var. Birincisi; benzer iş alanında bulunan farklı ülkelerdeki şirketleri satın almak. Geçen yıl Türkiye'ye bu şekilde olmasa da diğer ülkelerde bunu yaparak giren BlaBlaCar gibi. İkincisi organik büyümek. Global marka olma yolunda hedeflediği ülkelerde kendi organizasyonunu kurarak büyümeye çalışmak. Yemeksepeti, en zor olan bu yolu seçmişti. Üçüncüsü ise, belirli bir büyüklüğe ulaştıktan sonra iş dünyasında "exit" olarak tanımlanan çıkışı gerçekleştirerek o alandan tamamen çıkmak ya da şirketinin hisselerini devretmek.

Yemeksepeti, ikinci yolu izlerken üçüncüsü ile devam etme kararı aldı. Daha önce benzer süreçleri Gittigidiyor'un eBay tarafından satın alınmasında ya da Sina Afra'nın Markafoni hisselerini satmasında görmüştük.

Yemeksepeti, bir süre daha "neden kendi olarak büyümeye devam etmedi?" eleştirisi alacaktır. Ama bu eleştiriler ekonomik ve ulusal bakış açısından çok, iş dünyasına bir markanın müşterilerini kendisine bağlamayı öğrettiği için olacak.

2000'lerin başında, kısa süre önce tam 589 milyon dolara satıldığı duyurulan Yemeksepeti'nin kurucularından Nevzat Aydın ve Melih Ödemiş'le bir röportaj yapıyordum, daha doğrusu yapmaya çalışıyordum...

siparişte bu ses çalıyor. Biz de böylece yeni siparişleri görebiliyor, hızlıca ilgili restorana ve gerekirse müşteriye dönüş yapabiliyoruz."

O gün, Yemeksepeti ofisinde kaldığımız yaklaşık 1 saat içinde pek çok kez bu "kapı zilini andıran" sesi duyduk. Tam sayıyı hatırlayamıyorum ama her 3-4 dakikada duyuyorduk. Aydın ve Ödemiş, bu yöntemi daha önce ilk açıldığı dönemlerde Amazon.com'un

diğini görmüştüm. Evet, artık zil sesi yok ama Yemeksepeti, 2001'de başladığı yolculuğuna aradan geçen yaklaşık 15 yılın ardından Delivery Hero'yla devam etme kararı aldı.

Haberin yayılmasıyla birlikte çeşitli yorumlarla karşılaştım. 589 milyon dolarlık değeri az bulanlar, zaten sayıları düşük olan başarılı yerli internet girişimlerinden birinin daha yabancılara satılmasını eleştirilenler, bunu gerçek bir başarı

TECH INSIDE

Yaza girerken durumu iyi analiz etmek gerek

TechInside'in dokuzuncu sayısıyla karşınızdayız. Bu ay, iş dünyasının gündeminde olan "iş analitiği" kavramını ele aldık, ayrıca çeşitlendirdiğimiz analizlerimiz ve sayısını artırdığımız raporlarımızla da doyurucu bir dergi oluşturduğumuza inanıyoruz, keyifli ve bilgilendirici okumalar...

Kapak konusu: İş Analitiği

İş dünyasındaki teknoloji trendlerinde adı daha sık anılan iş analitiği, barındırdığı alt başlıklarla aslında uzun zamandır hayatımızdaki yerini almış durumda. Ancak özellikle Büyük Veri ve iş zekası uygulamalarıyla birlikte gelişen İş Analitiği uygulamalarının halen alacağı yol var. Sektör uzmanları, konuyla ilgili kritik noktaları dile getirirken, bu alanda yaşanan istihdam açığına da dikkat çekti.

Analiz: 5G

4G ihalesi, bir son dakika değişikliği olmazsa dergimizin Haziran sayısını hazırlarken gerçekleştirilmiş olacak. Ancak diğer yandan iddia edildiği gibi iki yıl içinde olmasa da 2020 ve sonrasında ciddi bir 5G hareketliliği görülmeye başlanacak. Bu analizimizde konuyu ele alırken dünyada ortaya çıkan 5G ittifaklarına da değindik.

Köşe yazıları

Cüneyt Göksu; "Yükselen veri dağları ile beraber büyüyen kurumsal Hadoop" başlıklı yazısında, uygulamada karşılaşılan sorunlara dikkat çekiyor.

Halil Aksu; "Geleceğe yolculukta insan mı yoksa makineler mi galip gelecek?" başlıklı yazısında yakın geleceğin ilginç bir projeksiyonunu veriyor.

Doruktan Türker; "Mahremsiz mahremiyet tutkusu" başlıklı yazısında BBS çağından bu yana internette paylaşım tercihlerini ve kişisel mahremiyet konusunu ele alıyor.

Haberlerden derlemeler

Mobil alışveriş çağına hoş geldiniz. Yapılan araştırmalar, Türk kullanıcıların mobil alışveriş ve mobil bankacılık alanında oldukça hevesli olduğunu ortaya çıkarıyor. Bu durum yakında daha da artacağı benziyor. Zira Bankalararası Kart Merkezi, daha önce e-ticaretin gelişimi için başlattığı önemli bir hamleyi bu kez mobil alışverişe uyarlıyor.

Zenium, Türkiye'nin en büyük veri merkezlerinden biri olma ünvanını taşıyacak İstanbul One'ın resmi açılışı öncesi Frankfurt One'ı faaliyete geçirdi. Gelişmeleri Fatih Sarı Frankfurt'tan aktardı.

Son yıllarda EMC World etkinliklerinin teması olarak Redifine'ı kullanan EMC, bu yıl bir değişiklik yaparak mottosunu Redifine.Next olarak belirledi. Her yıl olduğu gibi yine Las Vegas'ta gerçekleştirilen etkinliği yerinde takip ettik.

Almanya merkezli Trovarit, Türkiye'de ERP sektörüne yönelik önemli bir rapor hazırlıyor. Detayları Trovarit Türkiye Genel Müdürü Muharrem Gezer'den aldık.

Analiz: Uzay Hukuku

Evet, henüz filmlerde karşımıza çıkan "galaktik birlikler" kurulmuş değil. Ancak uzayda görev alan astronot ve kozmonotlar ile sayıları yakın gelecekte artacak olan uzay turistlerinin başlarına gelecek bir olayın çözülmesini sağlayacak Uzay Hukuku için çalışmalar başladı bile.

#Notelnside

Bu sayfa notlarınız için ayrılmıştır.

•

•

•

•

•

•

•

•



TECH INSIDE

Haberi her yerde bulabilirsiniz.

Sizin için ifade ettiği değeri burada bulacaksınız.



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™