

Tech INSIDE

Haberde Analiz SAYI 18 - ŞUBAT 2016

ISSN: 2148-8061



9 772148 806004

www.techinside.com



Shift
Delete.Net

Şirketlerin
ateşten gömleği!

VERİ GÜVENLİĞİ

Yıldızı parlayacak
startup'lar!

2016 telefon üreticilerini
çok üzecek!

Avea-TTNet-Türk Telekom
birleşti, şimdi ne olacak?

BİP'İ İNDİRİN YURT DIŞINDA BEDAVA KONUŞUN MESAJLAŞIN!

Turkcell Kurumsal müşterisiyseniz, yurt dışında da avantajlısınız. Bedava* konuşmak ve mesajlaşmak için sadece BiP uygulamasını indirmeniz yeterli.



*Bedava kota aylık 100 MB
ortalama 250 DK'dır.

Birlikte, her gün daha iyiye...

TURKCELL

BiP Yurtdışı Kampanyası ile Yurtdışına çıkan kurumsal ve bireysel faturalı müşterilerimize BiP uygulaması üzerinden kullanabilecekleri 100 MB internet ücretsizdir. Kampanya 56 ülkede (Avantaj ülkeleri) geçerlidir. Hediye 100 MB BiP, kurumsal faturalı müşteriler için yurtdışına çıktıklarında otomatik başlar, fatura dönemi boyunca geçerlidir ve her fatura döneminde yenilenir. Kampanya 30.06.2016 tarihine kadar geçerlidir. BiP'in data tüketimi sesli görüşmelerde ortalama 400 KB/DK, görüntülü görüşmelerde ortalama 5MB/DK'dır. Bu oranlar kullanılan cihaz ve network koşullarına göre değişim gösterebilir. Aşım durumunda yurt dışı paket/tarife doğrultusunda ücretlendirme yapılır. BiP Yurtdışı Kampanyası ile ilgili ayrıntılı bilgi ve geçerli olduğu ülkeler www.turkcell.com.tr'de.



Veri Güvenliği



10



7

Xerox ikiye bölünüyor!

Fotokopi, tarayıcı ve yazıcı gibi ürünlerde öncü çalışmaları tanınan ABD'li Xerox, en büyük hissedarlarından biri olan Carl Icahn'ın baskısıyla, iki ayrı şirkete bölünüyor.



20

İstanbul'a özel alan adı

Türkiye'de ilk defa bir şehir ismi, alan adı uzantısı olarak internet ortamına taşındı. .istanbul ve .ist yeni üst düzey alan adı uzantıları dünya çapında çevrimiçi kimlikleri İstanbul markası ile güçlendirecek,



19

2015, telefon satışlarında rekor kırdı

2015 yılında telefon üreticileri tüm dünyaya 1.4 milyar adet telefon satarak tarihi bir rekor kırdılar. Ama 2016'da işler bu kadar güzel gitmeyebilir.



36

Türk Telekom birleşmesi, neler getirecek?

Ocak 2016 ayının sonu itibarıyla Türk Telekom, ciddi bir adım atarak bünyesinde yer alan diğer markalarını, tek bir marka adı altında topladığını duyurdu.

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

Yazı İşleri Müdürü
Tolga Küçükylmaz
tolga@techinside.com

Proje Sorumlusu
Gökey Yilmazer
gokey.yilmazer@techinside.com

Yayın Danışmanı
Fatih Sarı

Katkıda Bulunanlar
Melih Çelik

Grafik Tasarım ve Uygulama
Dursun Çavuş
dursuncavus@gmail.com

Reklam Satış ve Rezervasyon
Buket Aksu
buket.aksu@techinside.com

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

Dağıtım
Etkin Dağıtım Hizmetleri Pazarlama Ticaret 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



#TolgaKüçükylmaz/Yazı İşleri Müdürü

@tolga_cem ✉tolga@techinside.com

2016, teknoloji dünyasında mihenk taşı olabilir!

2007 yılı iPhone ile, 2010 yılı iPad ile nasıl teknoloji için mihenk taşı oldu, 2016 yılı da teknoloji dünyası için o kadar önemli bir yıl olabilir!

M .Ö 4. yüzyıldan 19. yüzyıla kadar kullanılan Mihenk taşı, eskiden insanların kalite kontrolünde kullandığı basit bir taşı. Mihenk taşına bir metal sürdüğünüz zaman, onun kalitesini eski çağlardan günümüze anlayabiliyorsunuz.

Mihenk taşı kullanımının bir diğer kısmı ise yazımıza konu olan önemli zaman kırılımlarını belirlemesi. Zaman cetvelinde önemli kırılımları, mihenk taşıyla çizdiğinizde, bu çiziklerin bir tanesi 2016 için atılabilir. Neden mi? Şimdi o kısma geçelim.

Değişimin hayatımıza yansımaya başlayacağı yıl, 2016

Belki bu değişimi Türkiye'de hemen hissetmeyebiliriz. 2007 yılında iPhone tanıtıldığında hemen bir ekosistem yaratmadı fakat hızlı bir şekilde etkilerini tüm dünyada görebildik. Geriye dönüp baktığımızda zaman çizgisinde, 2007 yılında iPhone'u görüyoruz.

Mobil ödeme sistemleri ile başlıyoruz

2016 yılında hayatımıza girecek yeniliklerin başında mobil ödeme sistemleri ve giyilebilir cihazlar geliyor. 2015 yılında hatta biraz daha öncelerden beri olan bu ürünler, 2016 yılında artık ciddi seviyelerde kullanılabilir haldeler. Kendi ekosistemlerini kurmuş ve piyasada ciddi bir yer elde etmiş durumdalar.

İstatistiklere göre Amerika'da 4 kişiden 1'i, artık mobil ödeme sistemi kullanmaya başlayacak. Mobil ödeme sistemleri hayatımızı ve diğer giyilebilir cihaz kullanım alışkanlıklarımızı tamamen değiştirecek.

Otonom ve akıllı otomobil dönemi

Tamamen ve yarı otonom otomobiller şu an piyasada kullanılabilecek seviyeye geldi. Bazı ülkelerin, bazı eyaletlerinde yollarda da görmemiz mümkün. Yasal olarak gerekli düzenlemeler yapıldığı zaman, 2016 yılında bu teknolojiler genel olarak hayatımıza girmeye başlayabilir.

Kendi kendine giden ve sizin içinde keyf yaptığınız bir otomobil ya da otomatik pilot gibi sürücü koltuğundasınız, ama sadece acil durumlar için varsınız.

Standart otomobillerin de Android Auto ve Apple Car ile akıllandığı bir döneme giriyoruz. LTE teknolojilerinden faydalanan akıllı otomobillerle beraber, araçlar iş üretebildiğimiz bir alan haline geliyor.

Nesnelerin interneti

CES 2016'ya baktığımızda artık otonom ve akıllı otomobil ile beraber nesnelerin internetinin de en büyük trendi olduğunu görüyoruz.

Artık 2016 yılında satın alacağımız ortalama fiyat ve üstü çoğu beyaz eşyanın akıllı olduğu bir ortamdayız. Bu beyaz eşyaları da artık telefondan yönetebiliyoruz.

Kurumlar hazır olmalı!

Dünya çok hızlı değişiyor. Değişime kurumsal şirketlerin de ayak uydurması gerekiyor. Artık tamamen akıllı telefonlardaki uygulamalardan yönetilen bir hayatımız var.

Kolumuzdaki akıllı saatimizden çalıştırabileceğimiz arabamızın, kapıdan bizi alacağı günler çok uzakta değil. İstanbul için uzak olsa da dünya için pek uzak değil.

Türkiye'nin öncü kuruluşları sanallaştırma platformu olarak VMware'i tercih ediyor

YouTube canlı 360 derece video yayını için hazırlanıyor

360 derece videolar, online dünyanın en etkileyici formatlarından biri. Kullanıcıların, video içinde istediği açıya bakabilmesini ve elbette VR başlıkları kullanabilmesini sağlayan bu video formatı henüz çok popüler olmasa da yakında medyanın vazgeçilmezleri arasında girebilir.

YouTube'dan sızan haberlere göre online video paylaşım servisi yakında 360 derece videoların canlı yayınına destek vermek üzere hazırlık yapıyor. Bu sayede artık bir olayın, bir etkinliğin canlı ya-

yını sırasında izleyiciler ekran karşısında veya VR başlığı ile olayın gerçekleştiği ortamı her açıdan görebilecekler.

Ancak bu yeni formatın önünde hala önemli engeller bulunuyor. Her şeyden önce bant genişliği kullanıcıların canlı yayına aktif şekilde katılmasını engelleyebilecek çünkü yüksek çözünürlüklü ve 360 derece formatlı videolar, videoyu çeken 360 derece kameraya göre değişmekle birlikte, normal bir videonun 10-15 katı daha fazla veri transferi gerektirebiliyor. Çok profesyonel kamera-

larda 30-35 kata kadar çıkabiliyor. Bu da, mevcut bağlantı hızlarında izleyicilerin bağlantı sorunları yaşamasına neden olabilecek. Anca YouTube'un bu sorunları geçmek için hazırlık yapmadığını düşünmek doğru olmayacaktır.

Şimdilik bu yeni "görev" çok zor görünüyor ancak Google bu yeni servisi hayata geçirmeyi başarır, izlenme oranlarını büyük oranda arttırarak haber, belgesel, eğlence gibi alanlarda televizyon kanallarından bile daha çok izlenen bir mecraya dönüşebilir.

Microsoft, SwiftKey'i satın aldı

iOS ve Android kullanıcılarının en beğenildikleri klavye uygulamaları arasında yer alan SwiftKey, artık Microsoft'un oldu. Microsoft, popüler klavye uygulamasını 250 milyon dolar karşılığında satın aldı.

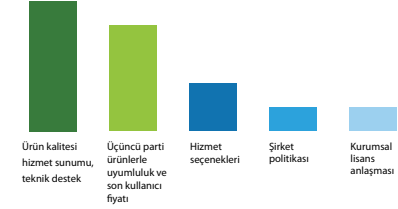
SwiftKey, kullanıcıların parmağını ekrandan kaldırmadan, harfler üzerinde parmak kaydırarak yazı yazmaya imkan tanıırken aynı zamanda kullanıcının hareketlerini öğrenerek giderek daha isabetli ve hızlı yazmaya olanak tanıyordu.

Popüler klavye uygulaması yaklaşık 300 milyon cihaz üzerinde çalışıyor ve Microsoft'a geçmesinden sonra Windows cihazları üzerinde de hızla popülerleşmesi bekleniyor. Samsung ve Blackberry ise uygulamayı cihazlarında önyüklü olarak sunuyor.

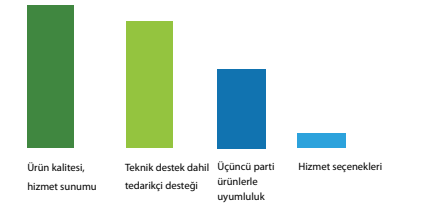
Microsoft aynı zamanda, kullanıcı hareketlerini öğrenen yazılımlara da ilgi duyuyor. Aynı teknolojiyi Cortana kişisel asistan üzerinde kullanan Microsoft'un SwiftKey'e olan ilgisinin bir nedeni de, öğrenen yazılım teknolojisine sahip olması.



Telekom operatörlerinin sanallaştırma çözümleri sunan firmaları seçerken dikkat ettikleri kriterler



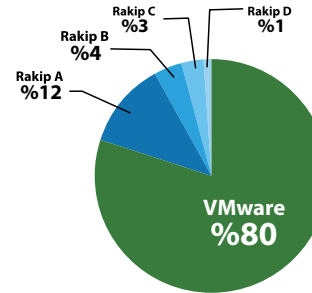
Finans kuruluşlarının sanallaştırma çözümleri sunan firmaları seçerken dikkat ettikleri kriterler



Pazar araştırma şirketi IDC'nin, Finans ve Telekom Sektörleri özelinde gerçekleştirdiği "Kurumsal Sanallaştırma Ortamı" başlıklı çalışma, sanallaştırma ekseninde hangi ürün ve hizmetlerin daha çok tercih edildiğinin anlaşılması bakımından ipuçları veriyor.

% 80 ile Telekom Sektöründe Pazar Lideri

Telekom Sektöründe Sanallaştırma Platformlarının Dağılımı



Telekom alanında kullanılan sanallaştırma platformlarının dağılımlarına bakıldığında, VMware, yüzde 80 ile x86 pazarının hakimi olarak ismini tescilliyor.

Telekom operatörlerinin, sanallaştırma çözümleri sunan firmaları seçerken dikkat ettikleri kriterler göz önüne alındığında; ürün kalitesi kadar bunların nasıl ulaştırıldığı, Üçüncü parti ürünlerle uyumluluk ve Kurumsal Lisans Anlaşması (Enterprise License Agreement) bir sunucu sanallaştırma platformu seçiminde üzerinde en fazla düşünülen unsurlar olarak değerlendiriliyor.

Diğer yandan, sanallaştırma alanında lider olması, uzun zamandan bu yana birçok endüstrinin tercihi olması, Sunucu Sanallaştırma Pazarı'na ilk giren kuruluş olması, pazara yenilikler getirmesi, yüksek bir ölçeklendirilebilirlik oranına sahip olması,

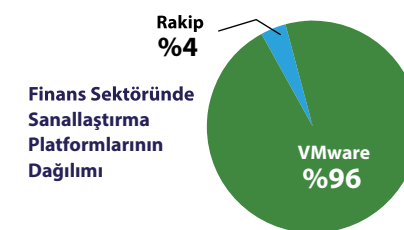
VMware'in üretim ortamlarında geniş ölçüde kullanımına dair belirtilen temel gerekçeler arasında yer alıyor.

Tercih Edilen Sanallaştırma Platformu

Birebir görüşülen telekom operatörleri, temel sanallaştırma platformu olarak VMware kullandıklarını belirtirken, markanın güvenilir sunucu sanallaştırma çözümü olduğunun altını çiziyor. Telekom profesyonelleri, VMware platformlarının kullanımı esnasında, iş sürekliliği ya da herhangi bir teknik sorun yaşamadıklarını belirtiyor. VMware, yazılım özellikleri göz önüne alındığında, ileri ve yenilikçi sanallaştırma teknolojisine sahip bir marka olarak kabul ediliyor. Sunucu sanallaştırması, Telekom sektöründeki kullanımına bakıldığında oldukça yüksek bir kapasiteyle kritik iş yükü fonksiyonlarını başarıyla yerine getiriyor.

Finans %96 Oranında Kullanıyor

Finans sektöründe kullanılan sanallaştırma platformlarının dağılımlarına bakıldığında, VMware, yüzde 96 ile pazarın hakimi olarak adını zirveye yazdırıyor. Finans kuruluşları, sanallaştırma şirketi seçiminde en fazla dikkat ettikleri kriterler olarak; ürün kalitesi, hizmete erişim, sağlanan teknik destek, üçüncü parti ürünlerle birlikte işlerlik ve hizmet seçeneklerini sıralıyor.



Finansın Başlıca Sanallaştırma Platformu: VMware

Görüşülen finans şirketlerinin yetkilileri, temel sanallaştırma platformu olarak VMware kullandıklarını ve bu durumun uzun zamandan beri değişmediğini ifade ediyor.

VMware'in, finans şirketleri için en önemli sanallaştırma platformu kabul edilmesinin nedenleri arasında; firmanın doğru kapasite planlamasının yanı sıra, yönetim ve alan avantajları sağlaması, herhangi bir felaket olasılığına karşı şirketlere yedeklilik özelliğini sunması, iş sürekliliği, yüksek performans, verimlilik, kaynak tahsisi ve güvenli yönetim sıralanıyor.

Finans şirketlerinin neredeyse tamamına yakını, özel bulut yatırımlarını başlattıklarını ya da bunun hazırlığını yaptıklarını ifade ediyor. Sektör şirketlerinin, otomasyon, sistemlerin koordinasyonu ve hizmet yönetiminin standardizasyonu konularında altyapılarını en geç 2015 yılı sonrasında teknolojik gerekliliklere uygun hale getirmek yönündeki açıklamaları dikkat çekiyor.

Sanallaştırma, geleneksel noktada "Kurumsal Veri Merkezi" perspektifinde varsayılan en yeni teknoloji alanı oldu. Bu, daha fazla "fiziksel sunucu" yerine "sanallaştırma" teknolojisinin kapsamlı bir şekilde adaptasyonu anlamını taşıyor. "Sunucu Sanallaştırma" pazarının gelecek yıllarda da büyüme trendini sürdürmesi ve VMware ile rakiplerine yeni fırsatlar sunması öngörülüyor.





#HakkıAlkan

@hakkı_alkan ✉ hakkı.alkan@techinside.com

Giyilebilir cihazları gözümüzde çok büyötmeyelim

Giyilebilir cihaz teknolojileri hepimizi büyöüyor ancak araştırmalar gösteriyor ki bu teknolojiler ve ürünler uzun süre popüler olamayacaklar.

Akıllı bir saati, bir fitness bilekliği, bir dijital gözlüğü tanıtırken biz teknoloji editörleri büyük heyecan duyuyoruz. Okurlarımızın da aynı heyecanı paylaştığını biliyorum. Bir zamanlar bilimkurguya konu olan bu cihazları bugün hayatlarımızın içinde ve medya marketlerinden satın alabileceğimiz sıradan ürünler olarak görebilmek aslında çok heyecan verici bir gelişme.

Önceki nesillere oranla ne kadar şanslı olduğumuzu inkar etmek mümkün değil. Üstelik teknoloji öyle bir hızla ilerliyor ki, 30 sene önce, 50 sene önce, 100 sene önce yaşayan bir insan hayatında ancak bir iki teknolojik devrim görebilirken, biz bugün artık neredeyse her sene devrim niteliğinde yeni ürünlerle tanışıyoruz. "Teknolojik devrim" yaşamak bizim neslimizin artık sıradan günlük hayatının bir parçası oldu.

Ancak yine de bu "devrim günlerinin" direnç noktasına ulaşmış olabiliriz. Yani hayatlarımızda bilgisayarları, cep telefonlarını, interneti, avuç içi cihazları, akıllı telefonları, tabletleri, kablosuz teknolojileri, sürücüsüz otomobilleri, küçük internet nesnelerini ve giyilebilir cihazları ardı ardına gördüğümüz o hızlı günler biraz yavaşlayacak gibi görünüyor.

Statista'nın giyilebilir cihazlar hakkındaki önemli bir araştırmasına göre, dünya halkı ellerindeki telefonları bırakıp da akıllı saatleri, dijital gözlükleri, fitness bilekliklerini, giyilebilir akıllı tişörtleri/montları kullanmaya yeterince hazır değil.

Araştırmaya göre, en fazla ilgi çeken giyilebilir akıllı cihaz olan akıllı saatlerin 2017'deki toplam satış miktarı zar zor 67 milyona yükselecek. Fitness bileklikleri, ki altı yıldır piyasadalar ve akıllı saatlerin selefleri sayılırlar, 2017'de toplam 44 milyon adet satışa ulaşabilecekler.

Dijital gözlüklerin durumu ise daha da kötü. Google'ın yıllar önce büyük sansasyonla tanıttığı Glass gibi ürünler veya bugün heyecanla beklediğimiz Facebook'un Oculus Rift'ine benzer VR gözlükleri, dünyayı yeni bir dijital devrime sürüklemeyecek. 2017'de satılacak toplam gözlük sayısının sadece 6 milyon adetle sınırlı kalması bekleniyor.

Akıllı telefon devrimini başlatan iPhone'un piyasaya çıkmasından altı yıl sonra, 2013 yılında dünyada satılan toplam akıllı telefon sayısının 1 milyara ulaştığını hatırlarsak, bileğimize takacağımız giyilebilir akıllı cihazların altı yılda sadece 100 milyon adetle sınırlı kalacak olması, bu teknolojinin ne kadar az ilgi gördüğünü ispat ediyor.

Elbette teknoloji yerinde durmayacaktır ama hepimiz artık "bir sonraki büyük şey" in ne olacağını çok merak ediyoruz. Ama o şeylerin giyilebilir cihazlar olmayacağı anlaşılıyor. Ya da en azından bugünkü hantal yapılarıyla ve efektif olarak çalışmak için cep telefonuna ihtiyaç duyan halleriyle, giyilebilir cihazların devrim yaratmasını beklemeyelim.

Öte yandan, şu ihtimali de göz ardı edemiyorum... Bu raporları büyük teknoloji üreticileri de inceliyor, kendi pazar araştırmalarını ve projeksiyonlarını yapıyorlar. Dolayısıyla onlar da akıllı saat satarak zengin olamayacaklarının farkındalar. Apple'ın, Samsung'un, Google'ın, Microsoft'un, Sony'nin yönetim katındaki toplantı odalarında "yarın dünyayı sallamak için ne üretelim," diye düşünen yöneticiler, cep telefonlarına bağımlı olan saatlerle, bilekliklerle, gözlüklerle devrim yapamayacaklarını biliyorlar. Bu da, daha bağımsız ve daha fonksiyonel bir giyilebilir cihazla karşımıza çıkma ihtimallerini artırıyor. Bakalım, belki de bu yılın MWC etkinliğinde büyük sürprizlerle karşılaşabiliriz.



Amazon %100 yenilenebilir enerjiyle çalışacak

Amazon Web Services (AWS), yenilenebilir enerjiye yatırım yapmaya devam ediyor. ABD Indiana'da bulunan Amazon Fowler Ridge Rüzgar Çiftliği, şirketin dört yenilenebilir enerji projesi arasında tam işleyişe geçen ilki olarak elektrik üretmeye başladı.

Amazon Web Services'in bu yatırımı şirketi 2016'nın sonunda varmak istediği "küresel altyapı için %40 yenilenebilir enerji hedefine" daha da yaklaştırıyor. AWS'nin uzun soluklu hedefi ise "%100 yenilenebilir enerji".

2014 Kasım'da AWS küresel altyapı ayakizi ve yenilenebilir enerji kullanımı için uzun soluklu bir tahahhüt vermişti. AWS bu amaç doğrultusunda

ilerlemeye devam ediyor. 1 Ocak 2016'da, ilk işlem gününde Amazon Fowler Ridge Rüzgar Çiftliği 1.1 milyon kilowatt-saat yenilenebilir elektrik üretti, yani Amerika'daki 100'den fazla evi 1 yıl boyunca aydınlatmaya yeterli miktarda elektriği. Projenin her yıl yaklaşık olarak 46.000 evin harcadığı enerjiye denk yenilenebilir elektrik üretmesi bekleniyor. Bu rüzgar çiftliğiyle, AWS Kuzey Virginia'nın Doğu bölgesine ve Ohio'a güç sağlayan şebekede üretilen yenilenebilir enerji miktarını arttıracak. Zaman içerisinde şebekede kullanılan kömür ve diğer fosil yakıtların miktarını azaltarak iletilen rüzgar ve güneş enerjisini de arttırmaya devam edecek.

Xerox ikiye bölünüyor

Fotokopi, tarayıcı ve yazıcı gibi ürünlerde öncü çalışmalarıyla tanınan ABD'li Xerox, en büyük hissedarlarından biri olan Carl Icahn'ın baskısıyla, iki ayrı şirkete bölünüyor.

Yeni şirketlerin biri donanım üretimiyle ilgilenecek, diğeri ise servis sektörüne odaklanacak. Carl Icahn, yeni servis şirketinin yönetim kurulunda üç koltuk edinecek ve şirketin yönetimindeki etkili hissedar olacak. Servis hizmetleri Xerox'un

hızla büyüyen yeni gelir kapısı olarak görülüyor ve şirketin toplam gelirlerinin %56'sını oluşturuyor. Carl Icahn ise, agresif bir yatırımcı olarak tanınıyor ve Xerox'un %8,1 hissesini satın alarak şirketin ikinci büyük ortağı konumuna yükselmişti. Yönetim kuruluna ağırlığını koyduğundan beri ise, şirketin daha fazla kar etmesi için yoğun baskıda bulunuyordu. Xerox'un hisseleri ise 2015'ten beri %15 oranında değer kaybetti.



The Advanced Foundation for Your Success.

12

SUSE Linux Enterprise 12

- + Increase Uptime
- + Improve Operational Efficiency
- + Accelerate Innovation

www.suse.com/sle12



Düşünce okuma teknolojisi gerçek oluyor

Beyin, insanlık için hala büyük gizemlerle dolu bir organ. Sayısız üniversitede, sayısız bilimsel araştırma beyinin sırlarını çözmek, düşünceyi ve düşünce okumanın gizemini anlayabilmek için tam hızla devam ediyor.

Beyin sinyallerini okuyabilmek aslında bilim kurgu değil, aksine bugünün teknolojisiyle mümkün bir eylem. Ancak, beyin sinyallerini okuma teknolojisinin en büyük handikabı çok yavaş çalışması. Bu teknolojiyi kullananların kontrol etmek istediği cihazı kullanırken çok yavaş düşünceleri, çok yorucu bir şekilde düşüncelerine "yavaşça" odaklanmaları gerekiyordu. İşte bu handikap nedeniyle, piyasada satılan giyilebilir cihazları düşünce gücüyle kontrol etmek gibi seçenekler gündeme gelmiyordu. Örneğin, Google'ın Glass gözlükleri ve Oculus Rift

gözlükleri düşünerek kontrol edilebilecek cihazlar olmalarına rağmen, teknolojinin çok yavaş çalışması nedeniyle bu yetenekler gözlüklere adapte edilmeyordu.

Washington Üniversitesi'ndeki bilim insanları ise şimdi beyin sinyallerini düşünce hızıyla tespit edebilecek yeni bir yöntem geliştirdiler ve ilk testlerin başarılı olduğunu da açıkladılar. Buna göre, düşünce okuma testine katılan deneklerin hangi resimlere baktığını tahmin etmeye çalışan bilim insanları %96 doğruluk payı ile düşünceleri okumayı başardılar ve beyin sinyallerini 20 ms gibi çok kısa sürede tespit edebildiler.

Bu yeni teknoloji, tüketici elektroniği ürünlerinde kullanılmaya başladığında, AR/VR gözlüklerini, cep telefonlarımızı, akıllı saatlerimizi, düşüncelerimizle kontrol edebilmeye başlayacağız.



İtalya Google'ı vergi kaçırmakla suçladı

Google, dünyanın pek çok ülkesinde irili ufaklı ofislerle faaliyet gösteriyor ve bu ülkelerdeki kuruluşlara farklı hizmetler satıyor. Bulut servisleri ve internet reklamları Google'ın en büyük gelir kaynağını oluşturuyor. Hatta öyle ki, bazı ülkelerde Google'a verilen reklamlar artık ülkedeki medya kuruluşlarının reklam gelirlerinde büyük düşüşlere neden olabiliyor. Elbette bu ticari faaliyetler için Google'ın söz konusu ülkeye vergi ödemesi bekleniyor. Ancak Google, farklı nedenlerle bu vergi beyanlarında bulunmuyor.

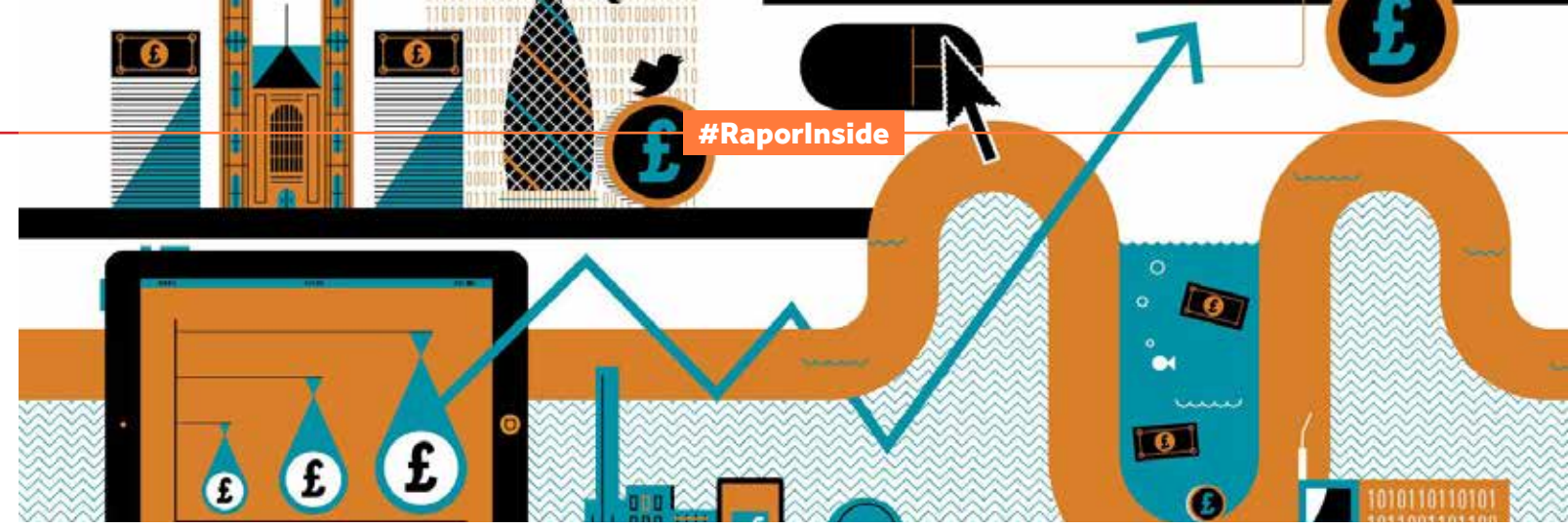
İtalyan hükümeti de şimdi Google'ın eski işlemlerini de inceleme altına alarak şirketin İtalya'da 300 milyon dolarlık vergiyi ödemediğini, yani vergi kaçırdığını açıkladı.

Avrupa Birliği ülkelerinin Google'ı sıkıştırmak için son iki senedir uyguladıkları baskı politikasının bir sonucu gibi görünen bu soruşturmanın bir benzeri de İngiltere'de yapılmış ve Google, İngiltere'de de vergi borçlusunu çıkarmış, şirket İngiltere'de faaliyetlerine

devam edebilmek için vergi dairesi ile 200 milyon dolarlık bir anlaşmaya vararak borcu sildirmişti. Google'ın İngiltere'deki vergileri, İngiltere'den edindiği gelirin %3'üne denk gelirken, İtalyan hükümeti bu konuda daha acımasız davranmışa görünüyordu zira İtalya'dan kazandığı 2 milyar dolarlık gelirin %15'ini vergi olarak ödemek zorunda kalacak.

Prism Skandalı'nın intikamı mı?

Avrupa Birliği üyeleri, ABD hükümetinin teknoloji şirketlerindeki sunucuları denetleyerek dünyadaki herkesi dinlediğinin ortaya çıkmasına neden Prism Skandalı'nda, ABD gizli servisleri ile gö-nüllü şekilde işbirliği yapan Google'ı Avrupa'da istemediklerini gayriresmi olarak dile getiriyorlar ve Google'ın Avrupa'daki faaliyetlerini zorlaştırmak için her türlü baskı mekanizmasını kullanıyorlardı. Son vergi cezaları da bu baskının parçası olarak yorumlanıyor.



Davos raporu: Dijital ekonomide 2 trilyon dolar

Accenture Strategy tarafından hazırlanan Davos Raporu'na göre dijital yetenek ve teknolojilerin kullanımının global ekonomide önümüzdeki süreçte 2 trilyon dolarlık yeni kaynak oluşturabileceği öngörülüyor.

Verimliliğe ve büyümeye etki eden, dijital dönüşüm, rekabet, global operasyon modelleri, yetenek ve liderlik konularına odaklanan Accenture Strategy'nin, Davos 2016 kapsamında hayata geçirdiği araştırmaya göre, dijital beceri ve teknoloji kullanımının en iyi şekilde kullanılması halinde 2020 yılına kadar küresel ekonomide 2 trilyon dolarlık ek büyümeye sağlanabileceği öngörülüyor.

Accenture Strategy'nin 'Dijital Ezber Bozan: Büyüme Çarpanları' adlı raporu, Almanya, Amerika, Avusturalya, Brezilya, Çin, Fransa, Hollanda, İngiltere, İspanya, İtalya ve Japonya'da dijital ekonominin Gayri Safi Yurtiçi Hasıla'daki (GSYİH) payını ölçüyor. Araştırma kapsamında donanım, yazılım ve ilgili teknolojilerin GSYİH'ye katma değer yaratacağı tahmin edilirken üretimde kullanılan ara dijital ürün ve servislerin değeri de hesaplanıyor.

Dünyanın en dijital ekonomisi Amerika...

Rapor, dünya çıktısının yüzde 22'den fazlasının dijital ekonominin yetenek ve sermayesiyle bağlantılı olduğunu ortaya koyuyor. Diğer yandan mevcut dijital yatırımların ABD'nin çıktısının yüzde 33'lük kısmını oluşturarak dünyanın en dijital ekonomisi olduğuna işaret ediyor. Ayrıca, ABD'de iş gücünün yüzde 43'ü, birikmiş sermayenin yüzde 26'sı dijital ekonomiyi destekliyor. Diğer pazarlarda ise dijital ekonominin GSYİH'de aldığı pay yüzde 13'ten yüzde 30'lara kadar değişiklik gösteriyor. Örneğin bu oran Çin'de yüzde 13 olurken, İngiltere ve Avustralya'da yüzde 30'lar seviyesinde karşımıza çıkıyor.

Dijital ekonominin GSYİH'deki payı, 2015 ve 2020

Raporda büyüme oranlarının yüksel-

tilmesi amacıyla, dijitalleşmenin iş ve ekonomiye hangi ölçüde nüfuz ettiğinin izlenmesi açısından şirketlerin Accenture Strateji Dijital Yoğunluk skorunu geliştirmesi gerektiği vurgulanıyor. Örneğin, ABD ekonomisinin genel dijital yoğunluğunda 10 puanlık bir artışın, 2020 GSYİH büyümesinde yüzde 1,8'lik yani 368 milyon dolarlık bir artışa neden olacağı tahmin ediliyor. Ancak Accenture Strategy tarafından, dijital beceriler, sermaye ve diğer hızlandırıcılardaki gelişmelerle oluşturulacak ideal kombinasyon ile 2020'de yüzde 2,1 artışla 421 milyon dolarlık daha büyük bir büyümenin sağlanabileceği öngörülüyor. Diğer yandan Brezilya, İtalya, Çin ve Japonya dijital performanslarını artırma potansiyeli en yüksek ülkeler olarak görülüyor.

Raporda ayrıca her ulusal ekonominin iyi gelir ve ekonomik çıktı elde edebilme çabalarını nasıl önceliklendirmesi gerektiği de anlatılıyor. Örneğin; Brezilya'nın yüzde 70'lik dijitalleşme çabasını bulut ve analitik gibi gelişmiş teknoloji uygulamalarına odaklaması öneriliyor.

Türkiye'de ise dijitalleşme skorundaki 10 puanlık bir artış şirkete ilave yüzde 1,5 kâr getiriyor

Accenture Türkiye Genel Müdürü Tolga Uluş, ülke ekonomilerinin en önemli lokomotiflerinden olan şirketlerin büyümeye ve rekabet avantajı sağlamak için dijital dönüşümü tamamlamaları gerektiğini, böylece ülke ekonomilerinin büyüyebileceğini belirtiyor. Türkiye'de ilk defa hayata geçirilen Accenture Dijitalleşme Endeksi'nde de Accenture Strategy'nin bu raporunu destekleyen bir bulgu tespit edildiğini ifade eden Uluş, "Accenture Dijitalleşme Endeksi çalışmasında, dijitalleşmenin şirketlerin kârlılığı üzerindeki etkisi de analiz edildi. Buna göre, maks-

mum 100 puanlık Accenture Dijitalleşme Endeksi skorundaki her 10 puanlık artış, Türkiye'de bir şirket için ortalama olarak %1,5'lik ek Faiz ve Vergi Öncesi Kâr (FVÖK) marjı anlamına geliyor" dedi.

Büyümenin anahtarı platform tabanlı modeller...

Rapora göre, platform tabanlı iş modelleri dijital odaklı büyümenin en büyük fırsatlarından biri olarak görülüyor. Bu modeller, organizasyonlara yeni pazarlar yaratmaya, iş ortakları ve müşterileri ortak dijital platformda bir araya getirerek değer ortaya çıkarmaya olanak sağlıyor. Bugün, platform ekonomisine "yeni doğan dijital şirketler" egemen olmakta, ancak Accenture Strategy'nin raporu önemli bir öngöründe bulunuyor: Geleneksel endüstri sorumluları, müşteri erişimi ve ürün portföyünü platformun network gücü ile birleştirerek platform stratejilerinden en çok fayda sağlayan grup oluyor.

Raporda, verimliliği ve büyümeyi artırmak için dijital iş modellerinin uygulanmasını geliştirecek 3 öneri de sunuluyor. Rapora göre değer fırsatlarına dayalı dijital yatırımların önceliklendirilmesi gerekiyor. Bunun için de dijital yatırım dengesinin dikkatlice hesaplanarak beceri ve teknolojilerin en uygun kombinasyonunun oluşturulması ve dijital yatırımların geri dönüşünün maksimize edilmesi öneriliyor. Endüstriye özel dijital stratejiyle rekabet edilmesi konusuna da dikkat çekilen raporda üçüncü öneri ise dijital dönüşüm için doğru ortamın oluşturulması olarak tanımlanıyor. Buna göre hem 'Dijital IQ'nün geliştirilmesi hem de sektörler arası ilişkilerin geliştirilmesi için hükümetle iş birliği yapılması ve rekabet kurallarının değiştirilmesi öneriliyor.

İşletmeler için VERİ GÜVENLİĞİ

Veri güvenliği kavramı, birkaç sene öncesine kadar iş dünyasında çok büyük bir önem taşıymıyordu. Ancak artık standartları belirlenmiş veri güvenliği konusuna dikkat etmeyen kuruluşlar, ağır cezai yaptırımlarla karşılaşabilir ve hatta tüm ticari itibarını kaybederek piyasadan silinebilirler.

2 0 yıl önce bir şirkete veri güvenliği konusunda sorular yönelttiğinizde, evraklarını depoladıkları dolapların yerleştirildiği odanın kilidi, veri güvenliğinin de anahtarıydı. Sadece sorumlu kişilerin girebildiği bu evrak depolarında şirket için hayati önem taşıyan belgeler, kayıtlar, resmi evraklar, kritik yazışmalar kategorilendiriliyor ve lazım olacağı bir gün tekrar çıkartılmak üzere saklanıyordu.

Ancak dünya çok değişti. Dijital devrim artık verilerin dijital olarak kayıt edildiği bir iş ortamı sunuyor ve dijital veri güvenliğine dikkat etmeyen şirketler çok büyük kayıplar yaşıyor. Veri güvenliği konusunda uyulması gereken şartları

yerine getirmeyen şirketler, özellikle finans kurumları, için bu kayıplara ayrıca, cezai yaptırımlar da eklenebiliyor.

Veri güvenliği konusunu ciddiye almadığı için büyük kayıplar yaşayan şirketler çoğu zaman bu olayları medyaya yansıtmadan kendi içinde kapatmaya çalışabiliyorlar zira bu aynı zamanda şirketin güvenilirliğini ve ticari itibarını sarsan bir tepki yaratabiliyor. Ancak medyaya yansıyan bazı örneklerde, veri güvenliğine önem göstermeyen bir şirketin ne kadar ağır bir maliyet ödemek zorunda olduğunu görüyoruz. Bu konuda en güzel örnek, 2014 sonunda hacker'ların saldırısına uğrayan ünlü film yapım şirketi Sony Entertainment'tir.



Sony Entertainment örneği

Veri güvenliği konusunda, üniversite-lerde ders olarak okutulabilecek kadar en önemli örnek olayların başında Sony Entertainment'ın 2014 sonunda Kuzey Kore'li hacker'ların saldırısına uğraması gelir. Aslında Japon markası olmasına rağmen ABD şirketi olarak kurulan ve Hollywood'da faaliyet gösteren Sony Entertainment'ın veri güvenliği alanında tamamen bilinçsizce ve sorumsuzca davranması, çok büyük bir zarara uğramasına sebep olduğu gibi ABD ve Kuzey Kore başkanlarının neredeyse nükleer savaş tehditleşmesine kadar gidecek talihsiz uluslararası bir krizi de beraberinde getirdi.

Olay, Sony Entertainment'ın Kuzey Kore Başkanı hakkında alaycı bir sinema filmi çekmesiyle başladı. 2014 sonunda vizyona girmesi beklenen bu film elbette Kuzey Kore'nin tepkisini çekti ve

Kuzey Koreli hackerlar, Sony Entertainment'a saldırdılar. Ancak sonradan anlaşıldı ki Sony Entertainment çok zayıf güvenlik önlemleri almış ve üstelik şirket hakkındaki tüm kritik şifreleri, hesap isimleri, önemli verileri şifrelemeksizin, bulut sistemleri üzerinde kolayca erişilebilecek şekilde saklayarak hackerlar'ın ekmeğine ayrıca yağ sürmüştü.

Bu şifre belgesini şirketin bulut sistemi üzerinden ele geçiren hackerlar, tüm çalışanların e-mail kutularına, FTP klasörlerine ulaşabilmiş, bilgisayar ve telefonlarına uzaktan erişim haklarına sahip olmuşlardı.

Hackerlar önce, Sony'nin henüz vizyona bile girmemiş olan, on milyonlarca dolar harcayarak hazırladığı filmleri ele geçirip internetten bedava yayınladılar. Ancak iş bununla da bitmedi. Sony yöneticilerinin ABD Başkanı ve ünlü Hollywood yıldızları ile alay ettikleri

iç yazışmaları, özel e-mail'leri basıyan gönderdiler. Yöneticiler bu özel yazışmalarındaki saygısızca ifadeler nedeniyle özür dilemek zorunda kaldıkları gibi, siyasetçilerle ve birlikte çalıştıkları ünlü oyuncularla araları bozuldu, ticari itibarları sıfırlandı. Şirket tam anlamıyla bir karartmaya gitmek zorunda kaldı ve çalışanlara eski model, internet bağlantısı olmayan telefonlar dağıtıldı. Bilgisayarlara erişimler kesildi ve herketen eski usul, kâğıt/kalem/telefon yoluyla iş yapmaları istendi. Öte yandan, bazı şirket çalışanları, olayın uluslararası vahameti nedeniyle, hackerlar tarafından ölümle tehdit edildi ve tüm adreslerinin, özel bilgilerinin, insan öldürmekten çekinmeyecek Kuzey Kore ajanlarının eline geçtiğinden şüphelenen sayısız çalışan hayatlarının tehlikeye girdiğini düşünerek büyük korku yaşadılar. Hala da bu korku devam etmektedir.

Elbette aynı firma, aynı zamanda on milyonlarca online kullanıcıya sahip önemli bir dijital eğlence servisi de işlettiğinden, müşterilerin kredi kartı bilgilerinin ve özel verilerinin hackerlar'ın eline geçtiği şüphesi, online servislerin defalarca kapatılmasına, hizmetlerin akmasına neden oldu.

Nükleer savaş tehdidi

Bu vakaya özel olarak, ABD Başkanı ve Kuzey Kore Başkanı arasında, medya önünde ağır tehditler dile getirildi hatta hadisenin bir nükleer saldırıya yol açabileceği endişesi de medyada büyük yer buldu.

Olay 2015 içinde kapandı. Sony, güvenlik uzmanları görevlendirerek şirketin tüm sistemlerini baştan aşağı temizledi. Ancak yine de güvenlik uzmanları, şirket sistemlerine gizlenmiş küçük bir arka kapının bulunmadığına dair garanti

veremediler. Sony Entertainment hala çok ağır ve yüksek faturalı güvenlik önlemleri altında faaliyetlerine devam etmeye çalışıyor, üstelik de Kuzey Kore tarafından izlenmediğine hala emine olamıyor.

Bu örnek, veri güvenliği konusunda, tarihe geçecek kadar önemli ve başka söze gerek bırakmayan bir hadisedir.

Elbette, dünyadaki her şirketin devlet kaynaklı uluslararası bir saldırıya uğraması beklenemez ama veri güvenliği konusuna dikkat etmeyen şirketlerin ne kadar büyük zarar görebileceği bu örnekle anlaşılabilir.

Veri güvenliği artık sadece bir şirketin elindeki dijital verilere dışarıdan izinsiz erişimi engellemek anlamına gelmiyor. Aynı zamanda şirketler artık müşterilerinin verilerini de izinsiz kullanmamak ve güvenliğini sağlamakla mükellef tutuluyor.

Tam olarak açıklamak gerekirse bu kavram, bilgileri izinsiz kullanımdan, izinsiz ifşa etmekten, izinsiz yok etmekten, izinsiz değiştirmekten veya hasar görmekten korumak veya bilgilere yapılacak olan izinsiz erişimleri engellemek anlamına geliyor.

Veri güvenliği standardı

Türk Standartları Enstitüsü TSE tarafından Türkçeye çevrilerek yayınlanan TS ISO/IEC 27001:2005 Bilgi Güvenliği Yönetim Sistemi Standardı, bilgi güvenliğini üç başlık altında inceler:

Gizlilik: Bilgilerin yetkisiz erişime karşı korunması

Bütünlük: Bilgilerin eksiksiz, tam, tutarlı ve doğru olması

Kullanılabilirlik: Bilgilerin yetkililerce ihtiyaç duyulduğunda erişilebilir olması

Bugün artık dijital alanda faaliyet gösteren tüm şirketler, bilgi güvenliği alanında

bir politika oluşturmali eğer varsa, kendi sektörlerine yönelik regülasyonları takip etmelidir. Özellikle bankalar, diğer finans kurumları, telekomünikasyon şirketleri bilgi güvenliği konusunda çok sıkı yasal takip altındadır ve uymak zorunda oldukları standartları karşılayamadıkları durumda ağır cezai yaptırımlara uğrama riski taşırlar. Dolayısıyla, bugünün yöneticileri yeni bir yatırım, yeni bir girişim tasarlarken, işlerini büyütme üsterken, gelecek planlarını oluştururken, bilgi güvenliği alanındaki yatırımları ve aksiyonları da hesaba katmak zorunudur.

Sanallaştırma teknolojileri alanında hizmet veren **VMware şirketinin Genel Müdürü Murat Mediçeler'in**, veri güvenliği konusundaki şu yorumunu dikkatle okumak lazım: *"İçinde bulunduğumuz çağda her şirket teknolojiyen olabilecek en yüksek seviyede yararlanarak hem verimliliğini hem de rekabet gücünü artırmaya çalışıyor. Yaşadığımız cihaz patlaması da bununla bağlantılı. Her geçen gün bir başka özgün ihtiyaca hitap eden yeni bir cihazla karşılaşyoruz. Bu cihazlar, ağlar üzerinden birbirine bağlanıyor ve etkileşime giriyor. Cihazlar ve ağlardaki artış, son kullanıcı sayısını*

da artırıyor. Tüm bu artışlar dünyasında doğal olarak çok sayıda güvenlik açığı ve büyük güvenlik riski de şirketleri tehdit eder hale geliyor... CEO'muz Pat Gelsinger'in yıllık VMWorld etkinliğindeki açılış konuşmasında ifade ettiği gibi -güvenlik ihlalleri güvenlik harcamalarından daha fazla artan tek olgu- ifadesi tabloyu da net bir şekilde ortaya koyuyor."

Veri güvenliği elbette uzman kuruluşlar ve çalışanlar tarafından tatbik edilmesi gereken bir uygulama, ancak şirket yöneticilerinden tüm çalışanlara kadar herkesin bilinçli davranması ve bu konuda eğitim alması da kaçınılmaz bir durum.

Veri güvenliğinizi tesis etmek için lisanslı yazılımlar kullanmak, sunucularınızın güncellemelerini takip etmek, firewall sistemleri uygulamalarınıza göre doğru şekilde yapılandırmak gerekir.

Ancak alınan tüm önlemlere rağmen insan hatası faktörü devreye girebilir ve bilinçsiz bir çalışanın açık bıraktığı bir kapı, hacker'lara giriş yolu olabilir veya saldırı yaşanmasa bile kullanıcı hatasıyla önemli veriler hasar görebilir, silinebilir, şirket çok ağır bir maliyet ödemek zorunda kalabilir.

Bu risklerin varlığını kabul etmek ve bir

yedekleme politikası oluşturmak yapabileceğiniz en doğru şey olacaktır.

Veri merkezleri

Ülkemizde de giderek artan veri merkezi yatırımları, veri güvenliği hizmetlerinin önemini daha da arttırıyor. Çoğu şirketin, veri merkezi seçimi sırasında maliyet unsurunu dikkate alıp güvenliği göz ardı etmesi, ileride çok daha büyük maliyetlerle karşılaşma riskini de beraberinde getiriyor.

Verinin artık tüm dünyada ekonomik değerini vurgulayan **"infonomics"** teriminin "information&economics" kelimelerini birleştiren Gartner ve Meta grup tarafından lugata kazandırıldığını ve iş dünyasında kabul gördüğünü unutmamalıyım.

Şirketler kazandıkları parayı nasıl ki en güvencikleri bankaya yatırmayı tercih ediyorlarsa, artık para kadar değerli olan verilerini de saklamak için güvencikleri veri merkezlerini tercih etmek veya kendi içlerindeki veri merkezlerini bir banka kasası kadar sağlam ve güvenilir hale dönüştürmek durumundalar.

Bu noktada, VMware ve Fortinet'in yöneticilerinin veri güvenliği alanında deneyimlerine ve tavsiyelerine kulak verelim.

Fortinet güvenlik çözümlerini sürekli geliştiriyor

Fortinet, veri güvenliği alanında, şirketlerin itibar, iş sürekliliği ve güvenliklerinin devamını sağlayacak ürünler sunmayı önemsiyor.

DERYA AKSOY
FORTINET BÖLGE DİREKTÖRÜ

Hizmet verdiğiniz şirketler ne tür güvenlik ihtiyaçları ile size geliyorlar?

Daha fazla nesne internete bağlandıkça ve analizi yapılacak büyük veri kaynakları arttıkça güvenlik endişeleri de o derece artıyor. Gelişmiş Hedefe Özel Tehditler (APT), dağıtık hizmet kesintisi (ddos) saldırıları ve benzer sanal tehditler her geçen gün artarken ve daha karmaşık hale gelirken, bulut, büyük veri, nesnelerin interneti gibi gelişmekte olan teknolojiler, veri merkezlerinde ve sanallaştırma altyapılarında yeni güvenlik ihtiyaçlarını beraberinde getiriyor. Dolaşımı ile hizmet verdiğimiz şirketler de bu yöndeki güvenlik ihtiyaçlarını karşılamak için çözümlerimizden faydalanıyor.

Fortinet'in ürünleri hakkında bilgi verebilir misiniz?

Fortinet olarak müşterilerimize sunduğumuz çözümler, şirketlerin itibar, iş sürekliliği ve güvenliklerinin devamını sağlayacak şekilde tasarlanmıştır. Özel donanımsal ve yazılımsal güvenlik platformlarımız ile performans ve kapasiteden ödün vermeden, sürekli geliştirdiğimiz güvenlik çözümlerine odaklanıyor ve BT sektöründe siber tehdit ve ağ güvenliği teknolojilerinin öncülüğünü yapıyoruz. FortiGate (ağ güvenliği), FortiWEB (web güvenliği), FortiMail (Eposta Güvenliği), FortiDDoS (Servis Kesintisi Atakları Önleme Sistemi), FortiSandbox (Gelişmiş Hedefe Yönelik Tehdit Analiz Sistemi) ve FortiDB (veritabanı güvenliği) gibi web, veritabanı, içerik, kullanıcı ve ağ altyapı güvenliği konusunda birbiriyle entegre edilebilen çözümlerimiz mevcut.

Yeni Nesil Ağ Geçidi (Konsolide Gü-

venlik Yönetimi) yaklaşımımız ise, veri gizliliğinin had safhada olduğu, herhangi bir hata kabul etmediği işletmelerde ve kamu kurumlarında, kesintisiz bir tehdit koruma sunuyor; yasal düzenlemeler ve gereklilikler ile uyumlu hale getirilebiliyor. E-posta filtreleme için kullanılan FortiMail ise, kamu kurumlarının ve işletmelerin veri merkezlerinde sanal makineler çalıştırmalarını sağlıyor ve bu sayede maliyetten müthiş bir tasarruf ediyorlar. Aynı zamanda, FortiGate çözümlerimizde olduğu gibi, farklı iş ortakları ve hizmet yelpazelerine göre Fortinet çözümlerini esnek bir şekilde kullanıp ölçeğini kendileri belirleyebiliyor, BT güvenliğinde kurulum, kullanım ve yönetim kolaylığını birinci elden deneyimleyebiliyorlar.

Son günlerde ülkemizi oldukça etkileyen Cryptolocker gibi Gelişmiş Hedefe Özel Tehdit (APT) saldırılarına karşı %100 yakalama başarısı elde ettiğimiz FortiSandbox çözümümüz ise, FortiGate güvenlik duvarları ailesi ve FortiMail E-posta güvenlik sistemi gibi Fortinet ürünleriyle kesintisiz bir şekilde entegre edilebiliyor. FortiSandbox, ağ içinde paylaşılan dosyalar hakkında güvenlik personeline ileri seviyede durumsal farkındalık sağlarken, aynı zamanda çok aşamalı bir güvenlik aracı olarak ikili örnekleme ve davranış analizini de içeren kapsamlı ve sağlam incelemeler gerçekleştiriyor. FortiSandbox, diğer hizmet sağlayıcıların ürünlerinden farklı olarak, kullanıcılara OnDemand (talep üzerine) tarama, ağ üzerinden dosya paylaşım alanlarındaki dosyaların taraması, SPAN/TAP işlevsellikleri, Fortigate ve FortiMail entegrasyonu gibi güvenlik

kabiliyetleri kazandırırken, aynı zamanda tüm bu avantajları tek bir çatı altında, uygun fiyatla sunarak, işletmelerin toplam sahip olma maliyetlerinde önemli miktarda tasarruf etmelerini sağlıyor.

Sanallaştırma teknolojisi, fiziksel sunucular yerine veri güvenliği noktasında hangi avantajları bizlere sunuyor?

Günümüzün hızla değişen dijital dünyasında, bundan böyle verimliliği, bağlantı hızını ve performansı artıran özelliklere sahip Veri Merkezi Güvenlik Duvarları, özel ve genel bulut altyapıları, Internet2, yazılım tanımlı ağlar (SDN), sanallaştırma ve mobil platformlar üzerinden çalışmalarını yürüten güvenlik platformlarına ve bunların sanal sürümlerine odaklanmak gerekiyor. Yüksek performanstan ödün vermeyen, fakat birden fazla güvenlik teknolojisini tek bir platform veya cihaz üzerinde toplayabilen sanallaştırma yenilikçi ürünler, önümüzdeki yıllarda bireysel ve kurumsal güvenliğin de anahtarı olacak.

Fortinet olarak biz de sektör ve ölçek bağımsız olarak, sanallaştırma dışında bulut güvenliği, güvenlik duvarı ve ağ risk yönetimi, Güvenlik Bilgisi ve Olay Yönetimi (SIEM) sistem entegrasyonu ve yazılım tanımlı ağ (SDN) alanlarında dünya çapında daha fazla işletmeye ağ güvenliği ve tehdit koruma hizmeti veriyoruz. Sanallaştırmanın da dahil olduğu bu çözümlerimiz, düşük gecikme süresiyle dikkat çekiyor ve erişim noktaları boyunca kablolu ve kablolu LAN ortamlarında kesintisiz yönetim ve güvenlik sunuyor.

Sanallaştırma güvenlik süreçlerine çeviklik kazandırıyor

Sanallaştırma konusunda dünyanın en önemli firması olan VMware'in genel müdürü Murat Meişeler, veri güvenliği konusunda kurumlara önemli uyarılarda bulunuyor ve sanallaştırma teknolojilerinin güvenlik önlemlerini nasıl kolaylaştırdığını anlatıyor. Murat Meişeler ile yaptığımız söyleşiyi web sayfamızdan da izleyebilirsiniz.

VMware'in uğraş alanını tanımlayabilir misiniz?

VMware, sanallaştırmayı aslında icat eden firma. Server sanallaştırmayla başladığı yolculuğuna network sanallaştırma ve storage sanallaştırmayla devam ediyor. Bir bulut bilişim firması dersek aslında yanlış olmaz. Bulut bilişim yolculuğunda kullanıcılara, kurumlara destek hizmeti sunan, gerekli yazılımları suna bir firma.

VMware'in çözümleri nelerdir? Çözümleriniz arasında öne çıkan hangileridir?

Kurumsal odaklı çalışan bir firmayız. Özellikle bankacılık, telekom, holdingler ve KOBİ'ler bizim ilgi alanımıza giriyor. Aslında ilk öne çıkan yazılımımız server sanallaştırma üzerinedir. ESX yazılımımız yıllardır sektörde standart hale gelmiş durumda. Buradan bir adım ileriye gittiğimizde yazılım tanımlı veri merkezlerine bir geçiş söz konusu. Bu da kullanıcıları donanımdan bağımsız hale getiriyor ve bu kapsamda da network sanallaştırma öne çıkıyor. Aynı şekilde storage sanallaştırma da yine bu çözümün bileşenlerinden oluşuyor. Bulut bilişme bu şekilde geçiş sağlıyoruz ve bulut bilişim alanında da hibrit buluta ciddi önem veriyoruz. Böylece kurumlar hem özel bulutun hem de genel bulutun faydalarından yararlanıyorlar. Her iki bulutun da iyi taraflarını birleştirmiş oluyoruz.

Tabi bunlar uç noktada kullanıcıya giden çözümler. Mobilite günümüzün

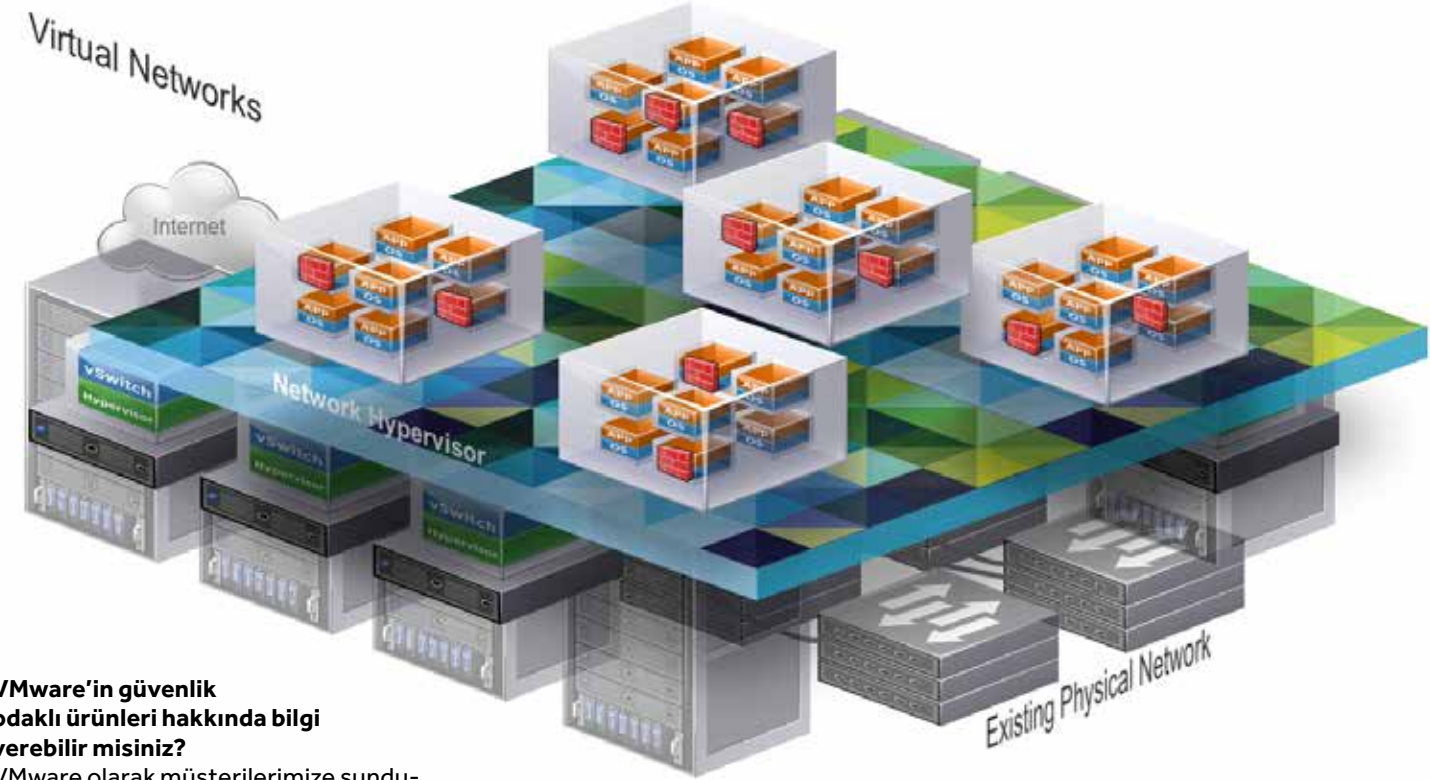
trendi. Mobilite konusunda da hem end user computing hem de mobile device management dediğimiz MDM çözümleriyle ön plana çıkıyoruz.

Hizmet verdiğiniz şirketler ne tür güvenlik ihtiyaçları ile size geliyorlar?

İçinde bulunduğumuz çağda her şirket teknolojiye olabilecek en yüksek seviyede yararlanarak hem verimliliğini hem de rekabet gücünü artırmaya çalışıyor. Yaşadığımız cihaz patlaması da bununla bağlantılı. Her geçen gün bir başka özgün ihtiyaca hitap eden yeni bir cihazla karşılaşıyoruz. Bu cihazlar, ağlar üzerinden birbirine bağlanıyor ve etkileşime giriyor. Cihazlar ve ağlardaki artış, son kullanıcı sayısını da artırıyor. Tüm bu artışlar dünyasında doğal olarak çok sayıda güvenlik açığı ve büyük güvenlik riski de şirketleri tehdit eder hale geliyor. Dolayısıyla kurumlar, yenilikçi teknolojilerden yararlanırken bu tehditlere yönelik tedbirleri de VMware'in çözümleriyle alıyorlar.

CEO'muz Pat Gelsinger'in yıllık VMWorld etkinliğindeki açılış konuşmasında ifade ettiği gibi "güvenlik ihlalleri güvenlik harcamalarından daha fazla artan tek olgu" ifadesi tabloyu da net bir şekilde ortaya koyuyor. Çağımızda en değerli varlıklarımız olan verilerimize ve bilgilerimize yönelik tehditler bir şirketin karşılayamayacağı hasarlar yaratabilir. Bu hasarlar maddi olduğu kadar manevi de olabilir. Dolayısıyla çağımızda veri güvenliği tüm şirketler için çok önemli.

NSX: Network Sanallaştırma Platformu



VMware'in güvenlik odaklı ürünleri hakkında bilgi verebilir misiniz?

VMware olarak müşterilerimize sunduğumuz temel platformumuzu ek güvenlik duvarı kabiliyetleriyle güçlendiriyoruz ve veri merkezlerine dağıtık güvenlik duvarı altyapısı sunuyoruz. Bu altyapı, özellikle işletmeleri içeriden gelebilecek güvenlik risklerine karşı koruma altına alıyor. Daha önce yalnızca çevre güvenliğini sağlayan yazılımlar ön plandaydı. Bu yazılımlar, dışarıdan gelebilecek tehlikelere karşı koruma sağlıyordu, fakat bir kez içeri girdikten sonra, şirket çalışanı da olsa, bilgisayar korsanı da olsa, ağ üzerinde istediği gibi hareket ediyordu. Biz de bir altyapı şirketi olarak, şirketler için çok büyük bir güvenlik açığı yaratan bu boşluğu, veri merkezlerinde mikro bölümlendirme yapabilen, kurulumu oldukça kolay olan, içeriden gelebilecek tehditlere karşı işletmelerin en değerli verilerini koruyabilen, sağlam ve dağıtık bir güvenlik duvarı seçeneğiyle doldurduk.

Mobil ve bulut teknolojisi alanında VMware'in çözümleri hakkında detaylı bilgi alabilir miyiz?

Ortamı ne kadar sanal hale getirebilirseniz, bulut bilişime taşımak ve bultu üzerinden çalışmak çok daha kolay hale geliyor. Bu da bizim network sanallaştırma çözümünü oldukça ön plana çıkarıyor. Çünkü veri merkezlerinde temel yatırım kalemlerinden birisi, network sanallaştırma. Burada sunduğumuz yazılımla maliyet açısından çok daha verimli hale getiriyoruz. Diğer taraftan bultu kullanan kurumlar çok daha düşük

maliyetlerle ilk yatırım maliyetlerini düşürebiliyorlar. Bu da özellikle start-up firmaların çok daha hızlı yola çıkmasına yardımcı oluyor aynı zamanda büyük firmaların da daha düşük yatırımlarla yeni alanlara girebilmelerini sağlıyor.

Uç noktada da mobilite önem kazanıyor. Burada AirWatch son dönemde özellikle üzerinde durduğumuz bir ürün. Mobilite dediğimiz zaman ilk etapta akla gelen şey güvenlik. Altyapı ne kadar güvenli olursa, uçtaki kullanıcılar da o kadar rahat ediyorlar. Bu nedenle AirWatch çok ciddi bir şekilde geliyor diyebiliriz.

2016 başında Intel ile gerçekleşen mobil güvenlik çözümü işbirliğiniz hakkında bilgi alabilir miyiz?

Intel Security ile mevcut iş birliğimizi AirWatch Enterprise Mobility Management (Kurumsal Mobilite Yönetimi) platformunu da kapsayacak şekilde genişlettik. Bu kapsamda, şirketlerin karmaşık mobil güvenlik sorunlarıyla baş edebilmelerine yardımcı olmayı ve bunun verimli bir biçimde yapılmasını amaçlıyoruz. Ortak müşterilerimize, Intel Security'nin önemli bir bileşeni olan, açık ve bağlı güvenlik sistemi McAfee Data Exchange Layer aracılığıyla ileri veri mobilite paylaşım yetkinliklerini sunuyoruz. McAfee Data Exchange katmanı, çift yönlü bir iletişim anahtarı olarak küresel ve lokal güvenlik AirWatch platformumuzun, Intel Security teknolojileriyle entegrasyonu, müşterilere

mevcut güvenlik yatırımlarının değerini koruma, mobil tehditleri daha hızlı çözümleme ve operasyonel maliyetleri azaltıcı bir tasarım sağlamış olacak. En önemlisi müşterilerimize daha fazla mobil güvenlik çözümünün ulaştıracağız.

Sanallaştırma teknolojisi, fiziksel sunucular yerine veri güvenliği noktasında hangi avantajları bizlere sunuyor?

Sanallaştırma esasında yük dengeleme ve dağıtık güvenlik duvarı gibi ağ hizmetlerini ayrıklaştırarak işletmeleri özgürleştiriyor ve güvenlik süreçlerine çeviklik kazandırıyor. Dolayısıyla tüm bu hizmetleri mevcut donanımdan bağımsız hale getirebiliyoruz. Bu da hem sermaye hem de operasyon giderlerinde işletmelere önemli avantajlar sağlıyor, yatırımın geri dönüşünü garanti ediyor ve BT sektörüne yön vererek sektörün genelini olumlu yönde etkiliyor. Çok yakın zamanda bir mega trend haline gelecek olan donanım ve ağ sanallaştırma teknolojileri, tıpkı bir zamanlar x86 sunucuların yaptığı gibi, işletmelere milyar dolarlar kazandıracak ve BT'nin tüm dallarını etkisi altına alacak. Sanallaştırmanın geleceği çok parlak. Bu yenilikçi teknolojinin ilk dalgası olan sunucu sanallaştırmasını başarıyla tamamladık. Şimdi ikinci dalga, yani ağ ve depolama sanallaştırmasının tam ortasındayız. Bu nedenle sanallaştırma, gelecekte, günümüzde elde ettiği başarıyı da aşacak ve BT dünyasını kökten değiştirecek.

Moore Yasası, geçerliliğini kaybetme yolunda!

Söz konusu bilgisayar teknolojisi olduğu zaman, hiç şüphe yok ki ilk akla gelen temel Moore Yasası olacaktır. İşlemci gelişiminin temelini ve geleceğini açıklayan Moore Yasası, öyle görünüyor ki gelişen teknolojinin kurbanı olma yolunda ilerliyor.



#ErenErtem

Bilindiği gibi Moore Yasası olarak isimlendirilen bu görüş –isminin yasa olması sadece bir atıf- temel olarak işlemci işlem güçlerinin her bir buçuk yılda, iki katına çıkacağı öngörüsüne dayanıyor. Ünlü yonga üretici ve geliştirici firmalardan olan Intel'in kurucusu olan Gordon Moore tarafından ortaya atılan bu görüş, 2016 yılına kadar kabaca yerini bulmuş ve bir şekilde geçerliliğini koruyabilmişti. Ancak, trajik olarak doğrudan Intel eski baş mühendislerinden Bob Colwell, Moore Yasası'nın geçerliliğini 2020'li yıllarda kaybedeceğini düşünüyor.

İşlemci güçleri, beklene- nin aksine gerileyecek! Bob Colwell tarafından getirilen bu yorumun altında yatan sebep ise; 2016 yılına kadar devam eden üretim teknolojisinin bir buçuk yılda, iki katına çıkacak kadar esnekliğini kaybetmesi

olarak açıklanıyor.

Şimdiye kadar yonga işlem güçleri, iki yıllık Moore döngüsünü devam ettirebilmek için, üretim teknolojisinin farklılaşması ve transistör yerleşiminin, daha verimli alanlara yayılması ile mümkün hale getirilmişti. Bu üretim bandı değişikliklerinden doğan güçlü işlem güçleri, 10 nano metre seviyesine geldiğinde, maliyetlere yenik düşmüş olacak.

Bilindiği gibi Intel tarafından geliştirilen masaüstü yongalar, 2016 yılı itibarıyla 14nm üretim sürecine kadar ilerleyebildi. Colwell tarafından belirtilen 2020'li tarihleri; 10nm, 7nm ve 5nm seviyeleri izleyecek. Ancak daha sonrası için çok ciddi üretim maliyetleri ve üretim bandı sıkıntıları, işlem güçlerinin 1.5 yılda, 2 katına çıkabilmesinin engeli olacak. Nitekim gayrı resmi Moore Yasası, 2020'li yıllarda geçerliliğini kaybedecek.

Moore Yasası'nın yıkımı, bilim ve teknoloji dünyası için ne kay-

bettirecek?

Bu yıkıma çok daha genel anlamda bakacak olursak, işlem güçlerinin ilerleyişinde yaşanacak bu aksaklık, yapay zeka çalışmalarından bilimsel alanda yaşanacak sıçramalara kadar birçok alanı sekteye uğratabilecek potansiyele sahip.

Bilindiği gibi yapay zeka veya bilimsel veri işleme ve sonuçlandırma süreçleri, şu an için Süper Bilgisayar aracılığı ile kısmen mümkün hale getirilmeye çalışıyor. Ancak spesifik olarak yapay zeka adına konuşmak gerekirse, bilim-kurgu filmlerinde yer alan insan benzeri robotlar, ne yazık ki beklendiğinden daha uzak bir gelecekte gerçek hale gelebilecek gibi görünüyor.

Bu öngörünün en somut örnekleri ise, şu an kullanılan insan-sı robotlar ve yapay zeka örnekleri ile desteklenmiş oluyor. Zira ortaya çıkan örnekler, her ne kadar yetenekli ve zeki olarak boy gösterebilirler de çok küçük bir iş bile –örneğin yerde duran bir oyuncak kaldırıp masaya koymak veya bir kapının kolunu çevirerek açmak- dakikalarca devam eden bir sürecin sonucu olabiliyor. Bunun sebebi ise, tüm bu insan benzeri ve bilimsel veri işleme sürecinin, çok ciddi yonga gücüne ihtiyaç duyması...

Kısaca toparlamak gerekirse Moore Yasası için dillendirilen bu son, bir kurucunun ticari öngörüsünün sona ermesinden çok, bilim ve teknoloji dünyası için olumsuz etki oluşturacağı benziyor. Umulanlar ise, yonga üretimi konusunda bariz ve radikal bir sıçrama yaşanması... Aksi takdirde birçok çalışma, laboratuvar dışına çıkamayacak seviyelerde kalmaya devam edecek.



2015, telefon satışlarında rekor kırdı

2015 yılında telefon üreticileri tüm dünyaya 1.4 milyar adet telefon satarak tarihi bir rekor kırdılar. Ama 2016'da işler bu kadar güzel gitmeyebilir.

#HakkıAlkan

2016 yılı, Apple'ın iPhone satışlarında ilk kez düşüş gördüğü bir yıl olacak gibi görünüyor ancak 2015 yılında tüm telefon üreticilerinin satış konusunda rekor kırdığı bir yıl olarak kayıtlara geçti. 1.4 milyar adetlik rekor aynı zamanda, iPhone satışlarında beklenen düşüşü de açıklıyor.

Özellikle 2016'nın son çeyreğindeki satışlar, geçen yılın aynı dönemine göre %6 artarak yıllık performansa büyük katkıda bulundu. Ancak telefon satışlarındaki artış, firmalar bazında 2015'in çok iyi geçtiği anlamına gelmiyor. Öncelikle 2015 yılındaki satışların büyüme hızı, önceki yıllara oranla çok küçük kaldı. Bunun nedeni olarak da en büyük pazar olan Çin'de artık çoğunluğun telefon sahibi olması ve yeni telefon satın almak için acele etmiyor olmaları.

Öte yandan, toplam satış miktarının büyük miktarını Samsung ve Apple gerçekleştirmiş bulunuyor. Samsung, 2014'e 317 milyon telefon satarken 2015'te 319 milyon telefon satmışken, Apple da satışlarını 193 milyon'dan 231 milyon adede çıkardı. Yani iki firma toplamda 550 milyon telefon satarak pazarın %40'ını

temsil ediyor. Pazarın kalanı ise irili ufaklı onlarca firma tarafından paylaşılıyor. Zaten kalan firmalardan üçü Huawei, Motorola ve Xiaomi toplam 250 milyon satışla %18 pay alıyorlar. Dolayısıyla, HTC, Microsoft, Sony, LG, Asus gibi diğer markalar piyasanın kalan %42'sini küçük paylarla paylaşıyorlar.

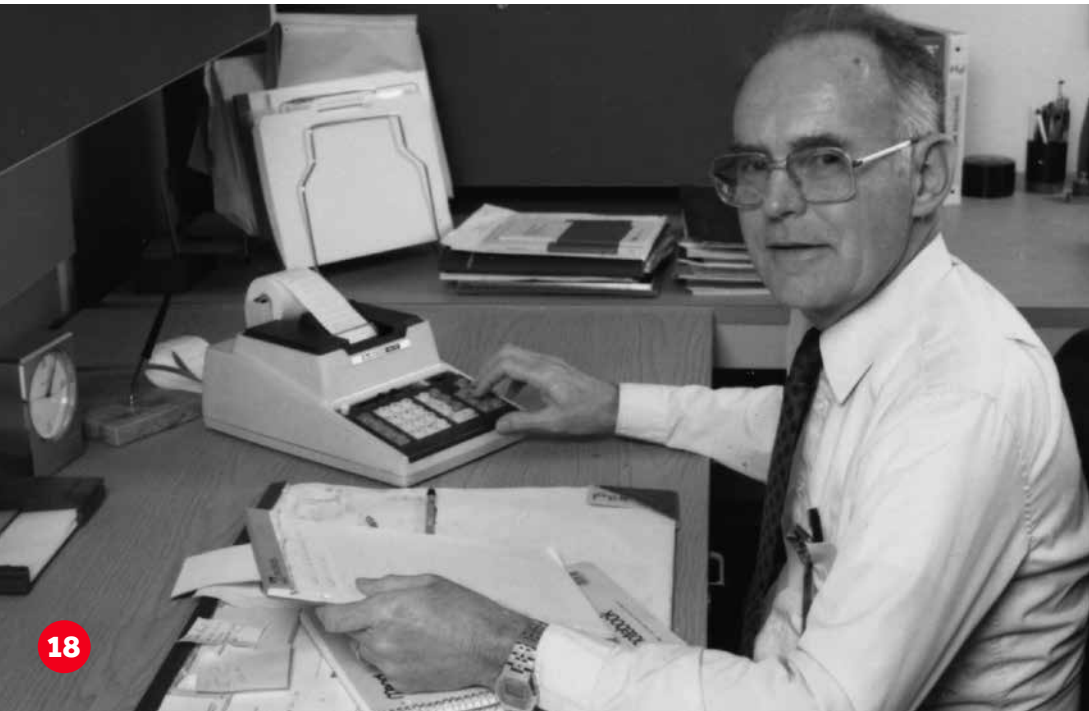
Rakamlar da gösteriyor ki, bir yılda 1.4 milyar adet telefon satan üreticiler artık telefon satışlarında yavaşlamayla karşılaşmak üzereler. Teknolojinin imkanları artık çok çarpıcı yeni bir telefon üretmeye imkan vermediği için, tüketicileri heyecanlandıran ve ellerindeki telefondan hızla vazgeçerek yeni bir telefon satın almalarını sağlayacak yeni bir ürünle karşılaşmadığımız sürece 2016 ve ötesinde satışların biraz yavaşlayacağını tahmin etmek zor değil.

Bu trendin ilk işaretini, 2016'da iPhone satışlarında düşüş yaşanacağını açıklayan Apple verdi. Eğer gerçekten katlanabilir, kıvrılabilir, pratik ve etkileyici bir telefon piyasaya süremezse Samsung'un da bu gerçekle yüzleşmek zorunda kalacağını biliyoruz. 2015'te kıvrık kenarlı modelleriyle büyük süksse yapan Samsung'un

kendisi de 2016'da daha fazla telefon satılabilmek için "kıvrık kenarlı" telefonlardan daha etkileyici bir teknolojiyi piyasaya sürmek zorunda olduğunun farkında.

Ayrıca 2016'da, telefon satışlarını olumsuz etkileyecek bazı gelişmeler de bekliyoruz. Mart'tan sonra piyasaya çıkmaya başlayacak olan sanal gerçeklik gözlüklerinin, teknoloji marketlerinde telefonlardan rol çalan ürünlere dönüşmesi sürpriz olmayacak. Medya ve tüketiciler, 1980'li yıllardan beri büyük bir fenomen olan ancak bir türlü gerçeğe dönüşemeyen sanal gerçeklik kavramını tadabilmek, bu deneyimi yaşayabilmek için VR gözlüklerine büyük ilgi gösterecekler. Toplam maliyeti 1000 doları geçecek olan bu "deneyimlemenin" bu yıl teknolojiye meraklı tüketicilerin cebindeki teknoloji bütçesinin önemli kısmını kendine çekmesi ve telefonların görece ikinci planda kalması da olası. Dolayısıyla 2016, telefon üreticileri için çok çetin geçecek. Firmaların, tüketicileri bu yıl cezbedebilmeleri için mucizevi ürünlerle sürpriz yapmaları gerekecek.

Bakalım bu yılın MWC fuarında, firmalar karşımıza sürpriz bir telefon çıkarabilecekler mi?



İstanbul'a internette milli alan adı

Türkiye'de ilk defa bir şehir ismi, alan adı uzantısı olarak internet ortamına taşındı. .istanbul ve .ist yeni üst düzey alan adı uzantıları başta İstanbullular olmak üzere dünya çapında çevrimiçi kimlikleri İstanbul markası ile güçlendirecek, İstanbul'un ticaret ve turizm alanındaki avantajlarını küresel ölçekte yaygınlaştıracak.

İnternette kullanılacak İstanbul uzantılı yeni .ist (nokta ist) ve .istanbul (nokta İstanbul) üst düzey alan adı uzantılarını İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı Kadir Topbaş tanıttı. Saraçhane'deki İBB binasında gerçekleşen törende konuşan Başkan Kadir Topbaş, İstanbul'un güçlü marka değerini dijital platforma taşıdıklarını, dünya çapında kişileri ve işletmeleri İstanbul çatısına aldıklarını söyledi.

New York, Berlin, Tokyo, Londra, Roma gibi şehirlerle birlikte kendi alan adlarını kullanan şehirlerarasına İstanbul'un da katılmasını çok önemsediklerini vurgulayan Başkan Topbaş, İstanbul'un Türkiye'den ve yakın coğrafyadan elen adı başvurusu yapan tek kent olduğunu söyledi.

Gelişen dünyada internetin vazgeçilmez bir iletişim aracı olarak yerini aldığını ve İBB'in böyle bir süreçte her alanda olduğu gibi internet alanında da varlığını hissettirmek için adımlarını attığını belirten Kadir Topbaş, "İstanbul ve Türkiye için çok heyecan verici bir tanıtımda birlikteyiz. Şehirlerin yarıştığı İstanbul'dan odak şehir ve inovatif şehir olma yolunda büyük bir heyecan duyan İstanbul var. Ulaşımın altyapıya kadar kültür sanattan spora kadar birçok alanda hizmet ederken, İstanbul'u internet alanında da çok farklı bir noktaya taşımanın heyecanı içindeyiz. Böylece sadece ülkemizde değil, dünyada da İstanbul adına çok önemli bir açılımı sağlamış oluyoruz" diye konuştu.

New York, Berlin, Tokyo, Londra, Roma gibi şehirlerle birlikte kendi alan adlarını kullanan şehirlerarasına İstanbul'un da katılmasını çok önemsediklerini vurgulayan Başkan Topbaş, İstanbul'un Türkiye'den ve yakın coğrafyadan alan adı başvurusu yapan tek kent olduğunu söyledi.

Bu yeni alan adlarını kullanacak bütün kurumsal firmaların ve sektörlerin İstanbul adıyla dünyaya açılacağına altını çizen Topbaş, şöyle konuştu; "Bu da dünya çapında firmaların İstanbul ile ilişkilendirilmesi anlamı taşıyacak. Bu ciddi bir reklam değerinin yanı sıra önemli kolaylıklar da getirecek. Bize ait bir internet noktası oluşmuş oluyor. Dünyada ne varsa onu hep İstanbul'a getirmek istiyorduk ve bunu ekibimizle birlikte başardık."

İnternette milli bir marka...

".ist ve .istanbul milli alan adları olarak ortaya çıktı. Eğer biz müracaat etmemiş olsaydık, İstanbul yakın gelecekte başka markalar, belki başka şehirler üzerinden internete girecekti" diyen Topbaş, sözlerini şöyle sürdürdü;

"Şimdi bir milli marka ortaya çıktı. Bu çok anlamlı bir şey. Sıradan bir iş değil. Bu inovatif düşünmenin ve dünyadaki gelişmeleri yakından takip etmenin bir sonucu. İstanbullular da .istanbul alan adını kullanmanın gururunu yaşayacaklar. Uluslararası marka olan firmalar ve kamu kuruluşları başta olmak üzere ilerde bireylere de bu alan adıyla İstanbul'un tanıtımına katkıda bulunacak ve İstanbul'dan dünyaya haykırması olacağız. Bu bambaşka bir duygu ve gelecek kuşaklara büyük bir armağan olduğunu özellikle ifade etmek istiyorum. Gelecek kuşakların gurur duyacağı ve 'iyi ki İstanbul alan adı alınmış' diyeceği bir çalışmaya imza atık. İnternet artık İstanbul'dan başlayacak ve İstanbul ile anılacak. Ne kadar güzel bir şey. Ne kadar duygulu bir an... Metrolar veya altyapı yaparsanız kentli kullanır. Ama bu marka sadece İstanbul'da ve Türkiye'de değil, bölgemizde, hatta dünyada kullanılacak.

İnternetin artık İstanbul'dan başlayacağına dikkat çeken Topbaş, "Ne kadar duygulu bir an... Metrolar yaparsanız sadece İstanbullular kullanır. Ama bu markayı dünya kullanacak. Yaşamın bir ayrıcalık olduğu İstanbul'dan artık internet alan adı olarak da gurur duyulacak. Uluslararası markaların ve kurumsal firmaların İstanbul alan adını kullanması şehrimizin marka değerini de arttıracak. Napolyon'un "Dünya

tek devlet olsaydı İstanbul başkent olurdu" dediği İstanbul'un isminin internette de var olması çok ayrı bir anlam taşıyor" ifadelerini kullandı.

Yeni alan adlarını 27 Ocak itibarıyla dünyanın tescilli markalarına açtıklarını, 1 Mart'tan itibaren kamu kuruluşları, vakıf, dernek ve STK'lara açacaklarını açıklayan Topbaş, .istanbul ve .ist alan adlarının 10 Mayıs'tan sonra tüm bireysel başvurulara açılacağını söyledi.

Bir internet adresiyle ilgili çok talep olunca müzayede yoluyla satışa çıkartacaklarını da anlatan Topbaş, "En yüksek fiyat verene bu kullanma hakkını vereceğiz. Bu alan adı markalarını şirketimiz Medya A.Ş. yönetecek. Şirketimiz için de önemli bir gelir kaynağı olacak. Böyle bir değer karşılığını almak isteriz. Bu proje, İstanbul'u tüm dünyaya tanıtacak ve teknolojik gelişimimizi daha da güçlendirecek. Tüm İstanbul'a ve ulusumuza hayırlı olsun diyorum. Bir dünya markası olarak İstanbul, tüm dünyaya da hayırlı olsun" şeklinde konuştu.

Toplantıda yer alan İnternet Tahsisli Sayılar ve İsimler Kurumu (ICANN) Başkan Yardımcısı David Olive de Türkçe yaptığı konuşmasında birçok kişinin İstanbul'u bildiğini, ancak yakında internette de herkesin İstanbul'u bileceğini söyledi.

Son yıllarda internet dünyasında yüzlerce yeni alan adı faaliyete geçtiğini ifade eden David Olive, "İstanbul'a küresel dünyada bulunma imkanı sunacak proje bugün (27 Ocak'ta) hayata geçiyor" dedi. Programın sonunda .ist ve .istanbul ile alınan ilk alan adları olan www.ibt.istanbul ve www.kadirtopbas.istanbul siteleri tanıtıldı.



Şirketler siber güvenlikte bilinç kazanıyor

Cisco Yıllık Güvenlik Raporu'na göre şirketleri sadece yüzde 45'i, eskimiş altyapılar ve tarayıcı uzantılarından sızan veri kaynaklı saldırılar karşısında kendine güveniyor.

Tehdit istihbaratı ve siber güvenlik trendlerini inceleyen Cisco 2016 Yıllık Güvenlik Raporu'na göre, saldırganların daha sofistike, cesur ve dirençli yöntemler kullanması nedeniyle dünya genelindeki kurumların sadece yüzde 45'i güvenlik ile ilgili pozisyonlarından 'emin' durumda.

Yöneticiler şirket güvenliği konusunda emin olmamakla birlikte, yüzde 92'si düzenleyicilerin ve yatırımcıların şirketlerin siber güvenlik riskler konusunda kendilerinden etkin yönetim beklediğini düşünüyor. Bu nedenle de yöneticiler -özellikle operasyonlarını dijitalleştirme sürecinde kurumlarının geleceğini güvenli bir hale getirmek için yeni önlemler alıyorlar.

Raporu değerlendiren Cisco MEAR (Ortadoğu- Afrika-Rusya) Siber Güvenlik Sistem Mühendisliği Müdürü Hakan Tağmaç "Güvenlik, yapısı itibarıyla dayanıklılık, mahremiyet ve şeffaf bir şekilde görülen itimattır. Nesnelerin interneti ve dijitalleşme tüm sektörleri etkisi altına alırken, şirketler bu kavramları akılda tutarak teknoloji kapasitelerini geliştirmeli ve gerekli yatırımları yapmalı. Daha fazla teknik borç yaratamayız, bunun yerine sorunlarla bugün yüzleşmeli ve çözüm yolunda adım atmalıyız" dedi.

Hackerlar yılda 34 milyon dolar kazanıyor

Rapor aynı zamanda işletmelerin hızla gelişen saldırılar karşısında yaşadıkları zorlukları da ortaya koyuyor. Hacker'lar kar getirecek etkin ataklar için meşru kaynaklardan faydalanan. Ayrıca siber suçlular gerçekleştirdikleri direkt saldırılarla -sadece fidye yazılımları sayesinde- yılda 34 milyon dolar kazanıyorlar. Bu kötü niyetli kişiler herhangi bir mevzuata takılmadan saldırılarına devam edebiliyorlar.

Şirketler bu profesyonel siber saldırıları tespit etmelerini, mücadele etmelerini ve sonuçlarını telafi etmelerini engelleyen güvenlik zorlukları ile karşı karşıya kalıyorlar. Eskimiş altyapılar, süresi dolmuş organizasyon yapıları ve uygulamalar kuruluşları tehlikeye atıyor.

Çalışma, bu yasadışı bir sektör haline gelmiş düşmanlara karşı korunmak için tüm süreçler, teknolojiler ve çalışanlara yatırım yapılması ve daha fazla işbirliği gerekliliğinin altını çiziyor.



Araştırmada önce çıkan bulgular:

-Azalan güven, artan şeffaflık: Görüşülen şirketlerin yarısından azı ağdaki açıkların kapsamını belirlemek ve zararı telafi etmek konusunda kendilerinden emin. Ancak finans ve regülasyon yöneticilerinin büyük çoğunluğu yatırımcıların ve düzenleyicilerin şirketlerden beklentilerinin gelecekteki siber güvenlik riskleri konusunda daha fazla şeffaflık beklediği konusunda hem fikir. Bu da güvenliğin artık yönetim kurulu seviyesinde bir endişe haline geldiğini gösteriyor.

-Eski Altyapılar: Güvenlik altyapılarının güncel olduğunu belirten işletmelerin sayısı yüzde 2014 ve 2015 yılları arasında 10 azaldı. Araştırma internet cihazlarının yüzde 92'sinin bilinen zafiyetlere sahip olduğunu ortaya çıkardı. Analiz edilen tüm cihazların yüzde 31'i satıcı tarafından artık desteklenmiyor ya da bakımı yapılmıyor.

-Potansiyel zayıf halka; KOBİ'ler: Gün geçtikçe daha fazla şirket tedarik zincirlerinin ve küçük iş ortaklıklarının daha az güvenlik aracı ve süreci kullandıklarını fark ediyorlar. Örneğin 2014- 2015 yılları arasında web güvenliği kullanan KOBİ'lerin oranı yüzde 10'dan fazla azaldı. Bu, şirketlerin yapısal zayıflıklardan kaynaklanan potansiyel risklerini gösteriyor.

-Artan dış kaynak kullanımı: Kalifiye işgücü eksikliği hemen her ölçekteki şirketin güvenlik portföylerini dengelemek için dış kaynak kullanımının değerini fark etmesini sağlıyor. Bu danışmanlık, güvenlik denetimi ve saldırılara karşı müdahaleyi de içeriyor. 2015 yılında özellikle etkin bir güvenlik için yeterli kaynağı olmayan KOBİ'lerin yüzde 23'ü güvenlik yaklaşımlarını geliştirmek için dış kaynak kullanmayı tercih etti. Bir önceki yıl

bu oran sadece yüzde 14'tü.

-Sunucu aktiviteleri yer değiştiriyor: Online suçlular aktivitelerini desteklemek ve kötü niyetli amaçlarını gerçekleştirmek amacıyla sosyal medya üzerinden WordPress sunucuları gibi riskli sunuculara kaymaya başladı. Örneğin siber suçlular tarafından kullanılan alan adları geçen yıl Şubat ve Ekim ayları arasında yüzde 221 arttı.

-Tarayıcı temelli veri sızıntısı: Kötü amaçlı tarayıcı uzantıları çoğunlukla güvenlik ekipleri tarafından düşük seviye bir tehdit olarak görülmesine rağmen, şirketlerin yüzde 85'ini etkileyen büyük veri sızıntıları için potansiyel bir kaynak oluşturdu. Reklam yazılımları, kötü amaçlı reklamlar ve hatta kamuya açık web siteleri ya da ölüm ilanları sütunları yazılımlarını düzenli olarak güncelleme-yenlerin açık vermesine neden oldu.

-DNS Kör noktaları: Kötü olarak bilinen yazılımların yüzde 92'ye yakınının DNS'i kullandığı ortaya çıktı. Güvenlik ekipleri ve DNS uzmanları genellikle bir şirkette farklı BT gruplarında çalıştıkları ve işbirliği yapmadıkları için bu sıklıkla güvenlikte 'kör nokta' yaratıyor.

-Daha hızlı tespit: Sektör siber suçların tespit edilme zamanını kabul edilemeyecek şekilde 100-200 gün arası olarak tahmin ediyor. Cisco 2015 Yarı Yıl Güvenlik raporu açıklandığından bu yana bu süreyi 46 saatten 17,5 saate indirdi. Daha hızlı tespit etmenin siber saldırının zararını minimize ettiği, zararı ve riski azalttığı görüldü.

-Güven önemli: Şirketlerin gittikçe daha fazla dijitalleşme stratejilerini benimsemişle oluşan veri, cihaz, sensör ve hizmet hacmi daha fazla şeffaflık, güven ve hesap verilebilirlik ihtiyacı doğuruyor.



GoPro'da işler hiç iyi gitmiyor

Popüler aksiyon kamerası üreticisi GoPro için 2015 çok kötü geçti. Beklediği satış miktarına ulaşamayan GoPro'nun hisse değerleri düşerken, işten çıkarmalar da gündemde.

#HakkıAlkan

GoPro, uzun süre aksiyon kamerası alanında rakipsiz bir marka oldu. Doğa sporlarını sevenler kadar tatile çıkan aileler için de her türlü koşulda fotoğraf ve video kaydetmek için uygun bir alternatif olan GoPro kameraları 2015'e geldiğimizde, umut ettiği ilgiyi göremedi.

2015 satışları beklentilerin çok altında kalan GoPro, şimdi kara kara ne yapacağını düşünüyor çünkü bu düşüşün daha uzun zaman sürmesi tehlikesi bulunuyor.

2015'in dördüncü çeyreğinde 511 milyon dolar satış beklentisi içinde olan firmanın gerçekleşen satışı ise 435 milyon dolarda kaldı. 2015'in toplam satışı ise beklentilerin çok altında, 1,6 milyar dolarda kaldı. GoPro'nun beklentisi ise 2 milyar doların üzerinde satış gelirdiydi. Yani hedefler ile gerçekleşenler arasında yarım milyar dolara yakın bir açık bulunuyor.

Bu gelişmeler ışığında hisse senedi yatırımcıları arasında oluşan panikle beraber şirketin hisse değeri de %25 oranında düştü. Yani şirket, kısa sürede

dörtte bir oranında değer kaybetti ve GoPro, bu kötü gidişat nedeniyle çalışanlarının da %7'sini işten çıkarmak zorunda kalacağını açıkladı.

GoPro'nun yaşadığı sorunların temelinde ise aksiyon kamerası piyasasında son dönemde yaşanan gelişmeler yatıyor. Öncelikle, fiyatı rakiplerine oranla yüksek olan GoPro artık alternatifsiz olmamasına rağmen fiyatlarını düşürmek konusunda isteksiz davrandığından, müşterilerini kaçırıyor. Üstelik Sony gibi güçlü rakipleri çok güçlü yazılımlara ve donanımlara sahip alternatif aksiyon kameraları ile hergün daha fazla beğeni kazanıyor. Öte yandan Çin'de ortaya çıkan ve GoPro kameralarını anımsatan tasarım ve özellikleriyle müşterilerin dikkatini çeken aksiyon kameraları, orijinal GoPro'nun üçte biri fiyat etiketiyle kolayca müşteri buluyor. Sadece 15 günlük bir tatil için yüzlerce dolarlık kamera ve yine yüzlerce dolarlık aksesuarlar almak istemeyen sıradan tatileciler de bu yeni ucuz, pratik ve aksesuar bile gerektirmeksizin çalışan kameralara yöneliyorlar.

Drone etkisi

ABD'de artan drone satışlarının da artık GoPro'ya fazla etkisi olmuyor. Sadece Noel döneminde 400 bin drone satın alan Amerikalılar artık drone'larına takmak için GoPro kamerası satın almak ve kamera ile drone arasındaki bağlantıları kurmak için karmaşık teknik detaylarla uğraşmak yerine, kendinden yüksek kaliteli kameralara sahip drone'ları tercih ediyor. Bu gerçeğin de farkında olan GoPro, kendi drone'larını üretmek için harekete geçti ancak drone piyasasında şimdiden çok güçlü rakipler bulunuyor.

Ayrıca, GoPro'nun 2015 satışları için büyük umut bağladığı kompakt Hero4 modelinin yeterince beğenilmemesi ve önceki modellere oranla büyük bir yeniliğinin olmaması, bu modelin yeterince satılmamasına neden oldu. Bu da, rakip baskısıyla düşen satışların daha da hızlanmasına neden oldu.

Bakalım GoPro 2016'da yaralarını sarabilecek mi yoksa bir zamanlar efsaneyken yaptığı küçük bir hatayla her şeyini kaybederek unutulup giden şirketler mezarlığında kendine uygun bir yer mi arayacak?

Apple gelirleri düşer mi?

Rekor gelirlere imza atan ve karlılığını artıran Apple için beklentiler olumsuz. Peki, Apple gelirleri neden düşüş yaşaması beklentileri ile karşı karşıya?

#ErenErdem

Bir bilgisayar firmasından, dev bir teknoloji şirketi haline gelen Apple günümüzde; Mac serisi bilgisayarları, iPhone akıllı telefonları, iPad isimli kendi kategorisini oluşturmuş ve liderliğini sürdüren tabletleri, Apple Watch ile akıllı saatleri ve iPod isimli müzik çalar ürünleri gibi başlıca ürünlerinin yanı sıra hem yazılım hem de tüketici ürünleri tarafında birçok konsept sürdürüyor.

Nitekim Apple, söz konusu bu ürünlerin kendi kategorisinin zirvesinde yer alıyor olmasıyla, dev gelirler elde eden bir şirket profili oluşturmuş durumda. Ancak Apple, elde ettiği bu dev gelirlerin en büyük kalemini, iPhone modelleri ile elde ediyor. Apple gelirleri, iPhone satışları ile paralel olarak her daim zirve yapıyor.

Ancak son birkaç aydır yayınlanan analiz raporlarına göre Apple gelirleri, uzun yıllardan sonra ilk defa 2017 yılı ile düşüş yaşayabilir.

Apple gelirleri, düşüş yaşamamanın eşiğinde duruyor!

Son açıklanan firma raporlarına göre Apple gelirleri, 84 milyar Dolar net kar barındırıyor. Daha önce de belirtildiği gibi bu kar miktarının büyük yüzdesini, iPhone modellerinin satışı oluşturuyor.

2007 yılından bu yana Apple iPhone modelleri, her yeni ürünü ile en çok satılanlar listesinde yer alıyordu. Ancak yayınlanan birçok analize göre iPhone satışları, 2017 yılı itibarıyla duraksama sürecine geçecek ve bu gerileme, paralel olarak net kar üzerinde kendini gösterecek.

Peki, Apple gelirleri için neden böyle bir öngörü dile getiriliyor?

Birçok kişi için mevzu bahis olan bu öngörü, karşılıksız ve sansasyon amaçlı olarak değerlendirilebilir. Oysa ki bu yorumların temeli, dünya pazarı üzerine kurulmuş.

Açıklanan bilgilere göre Apple gelirleri, bundan 2 yıl öncesinde düşüş yaşamaya başlayacaktı. Zira akıllı telefon pazarı, hem Apple ürünleriyle hem de hararetli diğer rakiplerinin ürünleriyle doygunluk yaşamaya başlamıştı.

Apple ise bu süreci, Çin pazarına açılarak bertaraf etmiş oldu. Zira dev bir Çin akıllı telefon pazarı içerisine adım atan iPhone modelleri, tüm dünyada olduğu gibi Çinli kullanıcıların da ilgisini çekmeyi başarmıştı.

İşte tam da bu noktada analistler, Çin pazarının bertaraf ettiği gelir düşüşünün, 2017 yılı ile sona ereceğini düşünüyor. Zira dünya genelinde yaşanan akıllı telefon pazarı doygunluğu, 2017 yılı itibarıyla Çin pazarı için de geçerli olmaya başlayacak.

Ancak bu noktada ayrı bir paragraf açmak gerekiyor. Zira Apple gelirleri için söz konusu edilen bu düşüş, sadece net kar için dile getiriliyor. Yani yaşanması muhtemel bir iPhone satışlarının düşüşü, Apple için sadece net kar oranında duraksama meydana getirecek. Ve gayet tabii bu gerileme, Apple için bir ilk olacak. Zira Apple gelirleri, daha da doğrusu Apple net kar oranı, uzun yıllardan sonra ilk defa gerileme yaşamış olacak.

Apple, gelir artışı için çalışmalar yapıyor!

Apple tarafı için de dile getirilecek farklı başlıklar bulunuyor. Zira elbette ki Apple da söz konusu bu analizlerin kazanımlarını yaşıyor. Ancak bu konuda Apple tarafından nasıl atılım geleceği, henüz tahminlerin ötesine geçemiyor.

Bu tahminler arasından sıyrılan düşünceler ise Apple'ın, iPhone satışlarının pazar doygunluğundan doğacak satış kaybını, farklı alanlarda geri kazanmaya çalışacak. Bu çalışmaların ilk örnekleri de; uzun süredir konuşulmaya devam eden Apple Car isimli bir elektrikli otomobil ve VR yani sanal gerçeklik alanı!

Tabii ki Apple'ın elektrikli otomobil ve sanal gerçeklik alanlarına neden yöneldiğinin cevabı, sadece bu net kar kaybı önlenmesi olmayabilir. Ancak Apple gelirleri için yaşanacak bir dalgalanmayı önlemek için de, iyi birer alternatif gibi görünüyor. Hele ki, hem elektrikli otomobil hem de sanal gerçeklik alanlarının popülerliğinin artıyor olması düşünüldüğünde...

Özetle belirtmek gerekiyor ki Apple gelirleri için aksettirilen bu gerileme, aslında doğrudan akıllı telefon pazarını hedef alan bit atfı niteliğinde. Zira söz konusu bu durum, rakip firmaları da ciddi anlamda zedeleyebilir.

Bu noktada Apple tarafından beklenenler ise, Apple'ın nam saldırdığı yenilikçi profilini yeniden ateşleyip, tıpkı iPhone ve iPad ürünlerinde oluşturduğu pazar değişimini yakalaması, farklı ürünler ortaya koyması olmuş durumda.



Davos'un gündemi Sanayi 4.0, ya sizinki?

Her yıl bu mevsimde yapılan Davos toplantıları yanı Dünya Ekonomik Forumu zirvesi, genelde siyasi buluşmalarıyla medyaya yansıyor. Ancak, her yıl belirlediği gündemler, dünyanın geleceğinin yol işaretleri hükmündedir. Bu yıl belirlenen "Sanayi 4.0" gibi...



#FikriTürkel

Sanayi 4.0 tanımı, konuyu izah eden tam bir ifade olmadığını söyleyen çok kişi var. Otomasyon karşılığı kullanılan Sanayi 4.0 yerine "2. Makine Çağı", "Robotlar Çağı" diyenler de var. Özellik olarak bakacak olursak, makinelerin akıllanması ve istihdamın insandan makinelere geçmesinin tamamlanması dönemi olarak dikkat çekiyor.

Eğer insan yerine makine dersek, buzdağının tanımlayan bir ipucu göstermiş oluruz. Öyle vahim sonuçlar ortaya çıkar ki Fransa, geçen hafta olağanüstü hal ilan etti. Gelecekte ortaya

çıkacak istihdam sorunu ile nasıl başedeceğini şimdiden düşünmeye başladı.

Matbaanın bulunuşundan bu yana yaşanacak en büyük dönüşümden bahsediyoruz.

Sanayinin bir de tarihi sürecine bakalım:

1784 yılı olarak kabul edilen buharlı makinelerin bulunması, sanayinin başlangıcı kabul edilir. İngiltere, buharlı makineler ile yeni gemileri sayesinde dünyanın dört bir tarafına giderek, imparatorluğunu kurdu ve dönemin bütün ekonomik kaynaklarını ve ticaretini ele geçirdi.

Amerika'daki Kuzey – Güney

Savaşının galibini belirleyen ise buharlı trenler ve telgraf oldu. Telgraf, matbaadan sonra bilginin üretim süreçlerine girmesine katkı sağlayan ikinci üründür.

Bu sürece 1870 yılında elektriğin bulunması hız verdi. Makineler elektriklenince, hem fonksiyonunu hem de ivmesini artırdı.

Makine çağını anlamlandıran ise makinelerin seri üretime geçmesi oldu. 1908 yılında Ford Otomobil fabrikasında uygulanan üretim bandı, yeni bir çağın başlangıcı oldu. Artık üretim bantları sadece o fabrikaların üretimlerini artırmakla kalmadı, ülkelerin gelişmişlik düzeylerini

de belirleyen göstergeler oldu.

Her iki dünya savaşı da seri üretimin sanayi çağının toplumları olumlu ve olumsuz nasıl etkilediğini gösterdi.

1969 yılı insanlığın aya gidişinin tarihi kadar, elektronik çağının da başlangıcıdır. Aslında elektronik ile birlikte bilgisayarın da hayatımıza girmeye başlaması anlamına geliyor bu.

Aslında bütün bu sanayi birikimini, ülkelerin zenginliğine taşıyan en önemli gelişme Küreselleşme oldu. 1989 yılında Berlin Duvarı'nın yıkılması bunun miladıdır. Küreselleşme ile birlikte bütün geleneksel kavramlar yıkılmaya başladı ve ülkelerden daha çok markalar yaygınlaşmaya başladı.

Bu sürece en büyük katkıyı bilgisayar yapmakla birlikte, ivme kazanmasına ise mobil telefonlar katkı sağladı.

Robotlar eskiden beri vardı. Bundan sonra olması niye Sanayi 4.0 olarak niteleniyor, sorusu akla gelebilir. Şu anda dünyada 10 bin çalışana göre robotlaşma sadece 66 adet olarak var sayılıyor. Otomotiv sanayi öncü

durumunda ve Japon otomotiv sanayiinde 10 bin kişiye karşılık 1.520 robot kullanılıyor.

Aslında sektörlerdeki büyüme oranları da dikkat çekici durumda. Otomotivde 2010 yılına göre 2013 yılında yüzde 82 oranında robot kullanımı artmış görünüyor. Bu sektörü yüzde 80 ile metal sanayi, yüzde 44 ile gıda sanayi, yüzde 35 ile ilaç sanayi izliyor.

Sanayi 4.0 Çağını anlamlandıran 5G olacak. Yani nesneler arası internet, robotlar ve otomasyonun alt yapısı olacak. Hız, verimlilik ve en önemlisi Big Data ile birlikte bütün üretim süreçlerinin yeniden yapılacağı ve tanımlanacak bir dönem geliyor.

Önümüzdeki 20 yıl içinde Nesneler Arası İnternetin (IoT) oluşturacağı ekonomik büyüklük 17 trilyon dolar olacak. Mac Kinsey'in araştırmasına göre ise 2024 yılında 11 trilyon dolar bir ekonomik büyüklük bizi bekliyor. Veya konuyu bilmeyen yüzde 87'yi IoT bekliyor...

Cisco ise önümüzdeki 10 yıl içinde, IoT alanında kamuda 4.6 trilyon dolar, özel sektörde ise 14.4 trilyon dolar bir ekonomik

büyüklük olacağını öngörüyor.

Gelecek siyasi stratejiler konusunda araştırmalarıyla ünlü Rand Corporation da Sanayi 4.0 üzerine bir rapor yayınladı. TOBB bünyesinde faaliyetlerini sürdüren Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı (TEPAV) da, Türkiye'nin sürecin dışında kalmaması için konuya dikkat çekti.

Bazı sanayi odaları yeni dalgayı gündemlerine aldı. Yine de, yol haritası ortaya çıkacak kadar etki oluşturmadı.

Bu sadece sanayiye ilgilendiren bir süreç değil. Yeni bir üründen bahsetmiyoruz. Geometrik katlanan bir işlemci kapasitesinden, buna karşılık matematik katlarla azalan istihdamdan ve değişen iş süreçlerinden bahsediyoruz.

Enerji, lojistik, emek tasarruflarının yanı sıra toplumsal yapıyı etkileyecek bir dip dalgasından söz edebiliriz.

Sonuçta dünyanın gündemi Sanayi 4.0 ve bu gündem 5G ile birlikte ana akım olacak. Bu entegrasyon ve dönüşümü ne kadar idrak edebilirsek, gelecek için umutlu olabileceğiz.



Stok Enerji, tüketici elektroniğinde büyüyor

İş uygulamalarına yönelik enerji depolama çözümleri sunan Stok Enerji, 2015'te tüketici elektroniği alanına güçlü bir giriş yaptı ve 2016'da pazardaki payını arttırmayı hedefliyor. Firmanın, Yazılım & Elektronik Sistemler Pazarlama Müdürü Ahmet Furkan Ekinci ile Stok Enerji'nin planları üzerine konuştuk...

Stok Enerji'yi tanıyabilir miyiz?

Stok Enerji, Tentek Global'in bir grup şirkettir. Enerji depolama sistemleri, bataryalar, Li-İon bazlı ürünler üzerine çalışma yapan bir şirkettir. Resmi olarak 2014 yılında faaliyete başlamıştır. Fakat bunun öncesinde Mobit Bilişim A.Ş. bünyesinde bir geliştirme birimi olarak faaliyete başladık. Özellikle telsiz bataryaları ve el terminalleri üzerine üretim ve geliştirme çalışmalarıyla başladık.

Sunduğunuz çözümler nedir?

Biz 2015 yılına kadar özellikle iş uygulamalarına yönelik çözümler ürettiyorduk. Tüketici elektroniği alanına 2015 yılında girdik. İş uygulamalarından bahsedecek olursak özellikle el terminalleri ve mobil cihaz adını verdiğimiz, sahada faturulama yapan ya da herhangi bir veri toplayan cihazların bataryalarını geliştireyorduk. Bununla birlikte telsizler için bataryalar gelişmeye başladık. Kamu kurumları için adetli ürünler geliştirdik. 2015 yılından itibaren de özellikle tüketici elektroniği alanında, örneğin, elektrikli bisiklet, notebook ve telefonlar taşınabilir şarj cihazı, powerbank, matkap bataryaları, elektrikli araçlar için hem perçinlerimiz hem de üretimlerimiz oldu ve devam ediyor.

Stok Enerji'nin ürünleri piyasada yeni yeni görünmeye başladı. Stok enerjinin ürünleri rakiplerinden nasıl ayrılıyor?

Bizim için en büyük farklılık olarak güven diyebiliriz. Çünkü ürünlerimizi tamamen Türk mühendisler tasarlıyor ve burada üretiyoruz. Güçlü bir

Ar-Ge tarafımız var. Elektrik tarafımız oldukça başarılı. Burada önemli olan pil. Kimden ne alacağımızı çok iyi biliyoruz. Doğrudan üreticilerle çalışıyoruz. Global olarak örneğin Panasonic bizim bir numaralı tedarikçimiz. Bölgede de üretici partneriz. Bu açıdan müşterilerimize güven sunuyoruz, rakipsiz olduğumuza da inanıyoruz.

Peki bu ürünlerin Türkiye'deki pazar payı nedir, Stok Enerji pazarın neresinde?

Bu pazar yeni gelişen bir pazar. Bizim geliştirdiğimiz birçok alan var. Burada da Stok Enerji pazar payı olarak tek üretici olarak büyük paya sahip. Bizim dışımızda sadece ithalatçılar var.

Stok Enerji'nin gelecek planları arasında neler var?

Özellikle restoran ve kafe uygulamaları için powerbank ve çoklu şarj cihazı çalışmalarımız var, bunları yakında pazara sunmuş olacağız. Cep telefonu bataryası için önümüzdeki üç ay içinde üretime geçeceğiz. Deneme üretimlerimiz oldu, oldukça başarılı sonuçlar aldık. Bununla birlikte halihazırda devam etmekte olan elektrikli araç projelerimiz var, elektrikli bisiklet bataryası konusunda hem üretimimiz devam ediyor hem de yeni ürünler geliştiriyoruz. Muhtemelen sezonda da yeni ürünleri görebileceğiz. Onun dışında devam eden el terminali, mobil cihazlar ve ödeme kaydedici cihazların bataryalarını geliştirme çalışmaları devam ediyor.

AHMET FURKAN EKİNCİ
STOK ENERJİ
YAZILIM & ELEKTRONİK SİSTEMLER
PAZARLAMA MÜDÜRÜ

Dijital medya ile iş dünyasının kuralları yeniden tanımlanıyor

Willis Towers Watson ve Dünya Ekonomik Forumu tarafından gerçekleştirilen araştırma, dijital medyanın profesyonel yaşam üzerinde birçok olumlu etkisi bulunduğunu ortaya koyuyor.

Dijital medyanın çarpıcı şekilde büyümesi, iş yapış şekillerini değiştirirken, iş bulma, profesyonel becerileri öğrenme ve geliştirme, iş ve özel hayat dengesi gibi konularda da birçok olumlu etkiyi beraberinde getiriyor. Ancak dijital medya bazı durumlarda üretkenliği azaltırken, eşitsizliği de artırabiliyor. Bunlar, global danışmanlık, brokerlik ve iş çözümleri şirketi Willis Towers Watson'ın Dünya Ekonomik Forumu işbirliği ile gerçekleştirdiği dijital medya araştırmasından elde edilen temel bulgulardan birkaçı. Toplum için Dijital Medyanın Gelecekteki Etkilerinin Şekillendirilmesi başlıklı ve sonuçları Davos'ta gerçekleşen Dünya Ekonomik Forumu'nda paylaşılan, 5 bini aşkın kullanıcının katıldığı çalışmaya göre, dijital medyanın iş amacıyla kullanımı geçtiğimiz üç yıl içinde önemli oranda artarken, bu durumun gelecekte de sürmesi bekleniyor.

Kullanıcılar, çevrimiçi zamanlarının büyük bir kısmını iş, bilgi toplama veya öğrenme amaçlarıyla geçiriyor. Katılımcıların yüzde 32'sinin iş amacıyla çevrimiçi geçirdikleri günlük süre üç saatin üzerine çıkıyor. Dijital medyanın profesyonel yaşam üzerindeki etkilerine ilişkin bulgular şöyle sıralanıyor:

. Katılımcıların yarısından çoğu (yüzde 56), dijital medyanın çalışma şekillerini değiştirdiğini belirtiyor.

. Yüzde 41'lik bir kesim, sosyal medyanın iş verimliliklerini artırdığını belirtiyor. Katılımcıların yalnızca yüzde 14'ü iş verimliliğinin düştüğünü söylüyor.

. Katılımcıların yarısı, dijital medyanın profesyonel yaşamlarının kalitesini yükselttiğini belirtiyor. Katılımcıların yalnızca yüzde 14'ü bu fikre katılmıyor.

Bunlara ek olarak, katılımcılar dijital medyanın işlerini ve hayatlarının profesyonel yönlerini etkileyiş şekli konusunda son derece pozitifler:

. Katılımcıların üçte ikisi, dijital medyanın profesyonel olarak çalışma, öğrenme ve geliştirme becerileri ile çalışma arkadaşlarıyla işbirliği yaratma yetkinliklerini geliştirdiğini belirtiyor.

. Yaklaşık 10 kişiden altısı, dijital medyanın iş ve kişisel yaşamları arasındaki dengeyi sağlama, profesyonel kontaklarla ilişki kurma ve iş bulma becerilerini geliştirdiğini söylüyor.

"Dijital medyanın artan kullanımı, insanların günlük hayatlarının yanı sıra iletişim kurma ve özellikle iş hayatında işbirliği yapma şekillerini değiştiriyor" diye konuşan Willis Towers Watson üst düzey yöneticilerinden Ravin Jesuthasan şunları söyledi:

"İçerik ve verinin dijitalleşmesinin yanı sıra yeni dijital iletişim teknolojileri; işlerin nerede, ne zaman, nasıl ve kimler tarafından yapılacağına ilişkin çok önemli fırsatlar da ortaya çıkardı. Bu aynı zamanda çalışma prensipleri ve koşullarının doğasını da değiştiriyor."

Willis Towers Watson Türkiye ofisi danışmanlarından Elif Er, Türkiye'deki uygulamalarla ilgili şunları belirtti: "Türkiye'de yaptığımız araştırmalar da bu yönde değişimlere işaret ediyor. Bugün şirketlerin yüzde otuzunda esnek çalışma saati uygulamasının olduğunu görmekteyiz. Şirketlerin yüzde onyedisi ise, çalışanlarına evden çalışma imkanı sunmakta. Bu oranların, özellikle yeni neslin beklenti ve alışkanlıkları doğrultusunda çok yakın bir gelecekte artış göstereceğini öngörmekteyiz."

Dünya Ekonomik Forumu, ABD Yönetici Direktörü Sarita Nayyar ise, "Dijital teknolojinin profesyonel hayatlarımızda sebep olduğu sonuçları ve iş hayatı üzerindeki etkisini anlamak için çalışmalar sürüyor. Konuyu daha iyi kavradığımız anda iş hayatı, dijital medyanın tüm olanaklarından hem kurumlar hem de

çalışanlar için tam anlamıyla yararlanabilecek duruma gelecek" dedi.

Tüm bu olumlu tabloya karşın dijital medyanın iş yaşamında olumsuzluklara da yol açabileceğini söyleyen Jesuthasan'a göre, dijital medyanın iş verimliliğini ve üretkenliği azaltma potansiyeli de bulunuyor:

"Dijital medyanın sağladığı verimlilik artışı ve fırsatların ekonomik uçurumlara bir köprü görevi görmesi ve eşitsizliği azaltmasına rağmen, muhtemel olumsuzlukları da hâlâ mevcut. Dijital medya ve ilgili teknolojiler, yetenek platformlarının verimliliği artırması ve nitelikli çalışmaları ödüllendirirken düşük vasıflı işlerin maliyetini de eş zamanlı olarak düşürmesi gibi yenilikler, kısa vadede eşitsizlik yaratabilir. Birçok platformun ve bilgi ile içeriğin parmak uçlarında olması, çalışanların ilgisini dağıtabilir ve çalışmaları sektöre uğratabilir. Bunun yanı sıra, daha fazla insan uzaktan çalışmaya başladıkça, çok değerli olan yüz yüze iletişim süreleri azalmakta. Bu da karşılıklı anlayış ve işbirliğini azaltarak inovasyonu da engelleme potansiyeli taşımakta.

Dijital medya, yeteneğin nereden doğup yayıldığından işlerin nasıl yapıldığına, belli bir işin çalışan ile müşteriye nasıl birbirine bağlandığına kadar artık tipik bir kurumun her sürecinde kendini gösteriyor. Bu değişimler hesaba katıldığında, işverenlerin dijital medyayı yalnızca alışlagelmiş işler gibi değil, kişisel yetenekleri belli bir işin ihtiyaçlarını karşılamak için daha doğru bir şekilde kullanma, işin sürdürülmesi için daha incelikli bir yaklaşım edinme, sosyal medya araçlarını kurum içerisinde iletişimi ve bağlantıyı sağlamak için kullanma, dijital becerilere kaynak bulma ve geliştirme, dijital liderlik oluşturma gibi belli girişimler dahilinde ele almaları gerektiğine inanıyoruz."

2016'da bu startup'lara DİKKAT!

Henüz yeni kuruldular ama şimdiden büyük ilgi toplamayı başardılar. Bu start-up'lar 2016'da büyük sükse yapma potansiyeline sahip. İsimlerini bir yere not edin. **#HakkıAlkan**



Product Hunt

En başarılı yeni ürünlerin tanıtıldığı bu web platformu aslında yatırımcı arayan start-up'ları listeleyen bir index görevi de görüyor. Yatırım yapmak için dünyanın her yerinde yeni icat edilen/geliştirilen ürünleri arayan yatırımcılara kadar teknoloji meraklılarının ve hatta kendi start-up'ını kurmak isteyenlerin buluştuğu bir merkeze dönen Product Hunt, kısa sürede dünya çapında iş dünyasının en önemli markalarından birine dönüşebilir. İki sene sonra İstanbul'un büyük otellerinde Product Hunt zirvelerinde girişimcilerin ve yatırımcıların buluştuğunu görürsek şaşırmayalım.

Alodokter

Alodokter, aslında isminden anlayacağınız gibi, bir doktora telefon açıp alo demişsiniz gibi, kişisel sağlık tavsiyeleri alabileceğiniz, ilaçların yan etkilerini sorabileceğiniz, hastalık belirtileriniz hakkında bilgi verip hangi

doktora yönleneceğinizi sorabileceğiniz, hatta spor/fitness/diyet tavsiyeleri alabileceğiniz bir girişim. Dünyanın en büyük yatırımcılarından finans desteği alan Alo Doktor, obeziteyle savaşıyor dünyada hızla popülerleşmesi hiç de

zor değil. Türkiye'de yasalar nedeniyle internet üzerinden hastalara ilaç tavsiyeleri vermek mümkün değil ama uygulama Türkiye'ye gelecek olursa, kişisel online fitness koçu arayanların büyük ilgisiyle karşılaşabilir



patreon

Patreon

Yeni bir tür sosyal fonlama servisi olan Patreon, Kickstarter benzerlerinden biraz farklı çalışıyor. Patreon'da sanatçılar/film yapımcıları/yaratıcı bireyler ile takipçileri buluşuyor ve bu sanatçılara düzenli ödeme sözü veriliyor. Örneğin, bir çizgi romancı, yeni yarattığı bir çizgi romanın yayınlıyacağı her bölümü için takipçilerinden 1 dolar, 2 dolar,

5 dolar, 10 dolar ödeme sözü alıyor. Böylece, sanatçı eserini yaratmak için gerekli bütçeye ulaşabiliyor. Elbette, eğer çizgisini bozarsa, takipçileri de ödeme yapmayı bırakabiliyor. Yani, sanatçı işinin kalitesini düşürmedikçe takipçileri de mutlu oluyor ve ödemeler devam ediyor. Canlı bir örnek isterseniz, kız arkadaşıyla bir yekleni satın alıp dünyayı dolaşan ve

maceralarını haftalık videolar şeklinde yayınlayan Avustralyalı bir genç, her hafta 5 bin dolarlık ödeme alıyor. Bir diğer örnekte, aptal oldukları için hiç bir iş başaramayacaklarını dile getiren ve dünyayı dolaşmak için paraya ihtiyaçları olduğunu vurgulayan iki arkadaşın dünyayı dolaşırken çektikleri eğlenceli videoları da her hafta 15 bin dolar bağış topluyor.



Giphy

Giphy aslında 2013 yılında kurulan bir şirketin. Tek uğraşı ise, internetteki hareketleri GIF formatındaki dosyaları bulmayı kolaylaştırmak. Bu iş aslında arama motorlarının görsel arama fonksiyonları ile de yapılabilir gibi görünse de, yapılamıyor. Hareketleri Gif'leri kolayca izlemeye, tespit etmeye ve kopyalamaya yarayan bir yazılım yok. Facebook'un ve Twitter'ın hareketli GIF desteği vermeye başlamasıyla Giphy'ye olan ilgi de arttı ve 2016'da yazılımın adını daha da fazla duyabileceğiz. Hatta büyük bir satın almayla dev bir teknoloji şirketinin eline de geçebilir.

Belong

İşverenler için doğru adayı sosyal medya üzerinden bulmayı hedefleyen Belong, bu amaçla sosyal medya servislerini tarıyor ve işverenlerin ihtiyacı olan yeteneklere sahip profesyonelleri bulup iş teklifi götürmeyi amaçlıyor. Hindistan çıkışlı start-up şimdiden teknoloji alanında yetenekli çalışanlar arayan şirketlerin ilgisini çekmeyi başarmış. 2016'da yıldızı daha da parlayabilir zira deneyimsiz, yeteneksiz, iş bilmez çalışanlar bir şirket için yok olmak demekken, yetenekli ve deneyimli çalışanların da şirketin hızla yükselmesi anlamına geldiği bir dünyada, Belong şirketleri can evinden vuracak bir hizmet yaratmayı başarmış.

belong.co

Bitcoin denemesi, başarısız mı oldu?

Belki de Ocak 2016 yılının en çok konuşulan ve sansasyon oluşturan konusu, Bitcoin sisteminin çöktüğü yorumlarının dağılması oldu. Doğrudan Bitcoin sisteminin çekirdek geliştiricisinden gelen bir ayrılma kararı bir yana dursun, yaptığı yorum da bu söylentilerin dalga dalga yayılmasına vesile oldu.

#ErenErtem

Bitcoin çekirdek geliştiricilerinden olan Mike Hearn, yayınladığı uzun soluklu bir blog yazısı ile Bitcoin denemesinin başarısız olduğunu vurguladı.

Mike Hearn: Bitcoin denemesi, başarısız oldu!

Tüm bu tartışmaları en net şekilde analiz etmek adına, atılacak en doğru adım Mike Hearn'ün yayınladığı detaylı ve teknik blog yazısına değinmekten geçiyor..

Bundan önce kısaca değinmek gerekirse Bitcoin bilindiği gibi, sanal para birimi ve sanal bankacılık sistemi olarak kendini unvanlandırıyordu. Şifreli para sistemi olarak da isimlendirilen Bitcoin, tamamıyla dijital olarak harcanabilen ve kazanılabilen bir sistem felsefesini benimsiyor.

Mike Hearn'ün Bitcoin için başarısız olduğu yorumunu getirmesinin ve Bitcoin çekirdek geliştiricisini bırakmasının nedeni ise, Bitcoin kazanılması noktasında kendini gösteriyor.

Elbette ki tüm blog yazısını doğru-
dan aktarmak, ciddi teknik detaylardan

ötürü pek de olağan olmayacak. Ancak bu olayı net anlamak için, özetle birkaç başlığa değinmek gerekiyor.

Aslında Mike Hearn'ün Bitcoin sarsıntısına değinmeden önce, Bitcoin kazanımı ve Bitcoin madenciliğine değinmek gerekiyor. Zira Mike Hearn'e göre tüm sistemi tıkayan sorun, Bitcoin kazanımı sırasında oluşuyor.

Bitcoin nasıl kazanılıyor?

Bitcoin madenciliğinin ilk dönemlerine nazaran günümüzde bu Bitcoin kazanım sistemini, Miner isimli sistemler aracılığıyla gerçekleştiriliyor. Söz konusu bu Minerlar, belirli bir kod halkası çıkarıyor ve bu kaskalar bütünleşerek, Bitcoin birimi haline geliyorlar.

İşte söz konusu sıkıntı, bu halkaların oluşum sürecinde kendini göstermiş. Zira bu işlemler öylesine yoğun bir hal aldı ki, sistemin tamamı isteklere cevap vermekte gecikir bir hale geldi.

Daha rahat anlaşılması için bir benzetme yapmak gerekirse bu halkaları, kredi kartı ile ödeme yaparken, onay mesajının gecikmeli gelmesi ile benzetmek mümkün sayılabilir.

Aslında daha önceleri bu sıkışıklığı azaltmak için, küçük işlemlerden komisyon ve halka oluşumlarını zorlaştıran algoritmalar yayınlanmıştı. Ancak bu durum da, Bitcoin sisteminin evrensel yapısı ile tezat düşüyordu. Zira çözümleme algoritmasının zorluk seviyesinin artması, Bitcoin madenciliğini belirli bir kesime kadar daraltacaktı. Çünkü bu işlem için çok güçlü –ve maliyetli- sistemler gerekecekti.

Nitekim meydana gelen bu felsefik çıkmaz, Mike Hearn'ün Bitcoin sisteminin çökmesi olarak değerlendirildi.

Öte yandan Hearn bu çıkmazın, şifreli para birimini tamamen sonlandırmayacak olduğunu da düşündüğünü söyledi. Ancak Hearn, hiçbir zaman oluşan bu tezattan dolayı şifreli dijital para birimlerinin, geleneksel bankacılık sistemine bir alternatif olmayacağını vurguluyor.

Öyle görünüyor ki Bitcoin sisteminin çekirdek geliştiricilerinden birinin sistemden ayrılması ve elindeki tüm Bitcoinlerini satması ile sonuçlanan bu çıkmaz, genel anlamda dijital para birimlerinin geleceğine bir soru işareti eklemiş oldu.

Kişisel veriler, 1 milyar dolardan daha değerli

Ünlü anlık mesajlaşma uygulaması WhatsApp, artık tamamen ücretsiz olacağını açıklamıştı. Bu açıklamayı da internet mecralarımızda haber olarak değerlendirmiştik.



#TolgaKüçükylmaz

2015 yılının Nisan ayında 800 milyon aktif kullanıcıya sahip olan WhatsApp, bu sayıyı Eylül ayında 900 milyon aktif kullanıcı seviyesine çıkartmayı başardı. 2014 Ağustos'tan bu yana ortalama 5 ayda bir 100 milyon aktif kullanıcı sayısında artış yakalayan WhatsApp, önümüzdeki aylarda 1 milyar kullanıcı rakamına ulaşacak. Belli bir ücretsiz kullanım döneminden sonra, reklam satmamak yerine kullanıcılardan 1 dolar değerinde yıllık abonelik satan WhatsApp, bu politikadan vazgeçti.

Peki yıllık 1 milyar dolara yakın bu gelir nasıl temin edilecek?

WhatsApp'ın açıklamasına göre firma uygulamasında reklam göstermemeye devam edecek.

2014 yılında 250 milyon dolar zarar eden WhatsApp, Facebook'un sahibi Zuckerberg'e göre

ileri dönük bir yatırım.

İlk olarak gelir modeli için uygulama içi satın almalarla özel emojiler, duvar kağıtları ve pek çok hediye sisteminin dahil olduğu bir market WhatsApp'a dahil edilecek. Böylece firma belli bir seviyede gelir elde etmeye devam edecek.

Evet işin görünen kısmı bu. Fakat arka tarafında neler var?

Dünyada WhatsApp kullanıcılarının, özellikle Brezilya ve Hindistan gibi ekonomik gücün çok yüksek olmadığı ülkelerdeki kullanıcıların, kredi kartı ve kredi kartıyla bir uygulamaya verecek 1 dolarlık imkanları bulunmuyor.

Bu yüzden WhatsApp'ı kullanmayı bırakan kullanıcıların sayısı, WhatsApp'ın dikkatini çekecek seviyeye ulaşmış durumda.

Her ne kadar kişilerin bilgilerini satmadığını söylese de What-

sApp, elindeki verilerle beraber Facebook'un en önemli güçlerinden bir tanesi. Mevcut kullanıcıların kullanımı bırakıyor olmasının önüne geçmeye çalışan WhatsApp, esasında bizlere verilerin ne kadar değerli olduğunu söylüyor. Hele tüm yetkilerin neredeye kullanılabilir halde olduğu Android işletim sistemine sahip cihazlarda. Önümüzdeki dönemlerde büyük veri algoritmalarının gelişmesiyle beraber, insanlığın en yoğun kullandığı uygulamalar, en değerli veri toplama alanları olacak. (ki şimdi olmuş durumdadır zaten)

WhatsApp'ta bu fırsatı kaçırmak istemiyor. 1 milyar dolar değil de firma için uygulamadan kaçacak potansiyel veri kaynakları daha önemli. Zaten WhatsApp'ın bildirdiğine göre artık 3. parti firmalara bilgiler de satışa sunulacak.

Yani resmi olarak da bilgileriniz, verileriniz satılabilecek.

Herkes bu firmaların peşinde

Büyük teknoloji firmalarının, büyük satın almalarla gündeme gelmelerine alıştık. Dev teknoloji firmaları 2016 boyunca satın almak için bu şirketlerin peşinden koşacaklar.

#HakkıAlkan

WhatsApp, sevilen, popüler bir anında mesajlaşma yazılımı olarak büyük ilgi topladığında, bir anda Facebook'un da dikkatini çekti ve 22 milyar dolar ödeyerek WhatsApp'ı satın aldı. Aynı şekilde Oculus Rift, sanal gerçeklik teknolojileri geliştiren kendi halinde bir şirket iken, Zuckerberg'in dikkatini çekti ve 2 milyar dolarlık bir satın alma gerçekleşti.

Diğer teknoloji firmaları da boş durmadılar, Intel, drone teknolojileri geliştiren bir şirket satın aldı, Google askeri robotlar üreten bir şirketi bünyesine kattı, 3,2 milyar dolar ödeyerek bir termostat şirketini satın alması da herkesi şaşırtmıştı. Dell 67 milyar dolar ödeyerek EMC'yi satın aldı, Microsoft'un yüz yıllık Nokia'yı satın alması da büyük bir sürprizdi. Google'ın yıllar önce 4 milyar dolar ödeyerek YouTube isimli yeni kurulmuş bir video paylaşım servisini satın alması ise medyanın gündemine bomba gibi düşmüştü. 4 Milyar dolar rakamı ise o yıllarda insanların hayallerini zorlayan bir rakamdı.

Teknoloji dünyasında bunlar gibi sayısız satın alma haberine şahit olduk. 2016 da farklı bir yıl olmayacak. Büyük teknoloji firmaları, ceplerinde milyarlarca dolarla, teknoloji dünyasında umut vadeden küçük şirketlerin peşinde koşuyorlar. Peki bu yıl, teknoloji sermayesinin peşinde olduğu o şirketler hangileri?

1-Groupon

Peşindeki firma: Google

Google, aslında 2012'den beri Groupon'ın peşinde. Google'ın elindeki dev tüketici verisi ile Groupon'un iş dünyasındaki büyük bağlantıları ve indirim kampanyaları birleştiğinde, Google için çok büyük bir gelir kaynağı oluşacak. Ancak Groupon son derece inatçı ve dört yıldır teklifleri geri çeviriyor. Öte yandan 2014'de 11 dolar olan hisse değeri bugün 2,6 dolar seviyesine kadar indi. Dolayısıyla şirketin değeri %76 kayıpla karşılaştı ve artık eskisinden daha da cazip bir hedef haline geldi.

2-Yelp

Peşindeki firma: Google, Yahoo, Priceline

Foursquare gibi, mekan tanıtan ve indirim imkanları sağlayan bir şehir rehberi görevi gören Yelp, yine kullanıcılarına satacak ürünler ve teklif edecek indirimler arayan Google ve Yahoo'nun hedefinde bulunuyor. Yine otel, restoran, mekan arama motoru olan Priceline da Yelp ile yakından ilgileniyor. Yelp'in iki yıl önceki 98 dolarlık hisse değeri ise şu anda 22 dolar seviyesinde geziniyor.

3-GrubHub

Peşindeki firma: Amazon, Yelp

Türkiye'deki YemekSepeti'ne benzer bir yiyecek sipariş servisi veren GrubHub



500'dan fazla şehirde 30 bin restoranla çalışıyor. Hergün sayısız sipariş üzerinden büyük bir kazanç sağlayan GrubHub'da son bir senedir işler çok da iyi gitmiyor. Rakiplerin piyasaya girmesiyle hisse değerleri 45 dolardan 21 dolara kadar indi. Mekan, restoran tavsiye servisi Yelp ile online alışveriş hizmeti veren Amazon, GrubHub'ı satın almak için peşinde koşuyor.



4-Pandora

Peşindeki firma: Sirius

İnternet radyo servisi Pandora'nın hisseleri, 2011'den beri New York borsasında işlem görüyor. Evlerde ve otomobillerde dinlenen Pandora'ya radyonun geleceği olarak bakılıyordu. Stream müzik servisi Sirius ise Pandora'yı satın alarak özellikle otomobillerde ücretli abonelik sistemiyle daha gelişmiş müzik servisleri sunmak istiyor. Pandora'nın hisse değerleri ise 2014'te 38 dolarken şu sıralarda 10 dolar seviyesinde seyrediyor.

5-TripAdvisor

Peşindeki firma: Google, Priceline

Otel ve konaklama merkezi arama ve rezervasyon yapma hizmeti veren tripadvisor, çok sayıda otel arama motorundaki farklı fiyatları karşılaştırma imkanı verdiği

için büyük ilgi gördü. Kendi otel arama motoru da olan ve turizm hizmetlerine büyük önem veren Google da TripAdvisor'ın peşinde. Yine aynı sektörde faaliyet gösteren Priceline da TripAdvisor'u kendi renklerine katmak için Google ile yarışıyor. Öte yandan TripAdvisor tarafından işler gayet iyi gidiyor. 2014'te 80 dolarlar seviyesinde olan şirket hisse değerleri 2015'te 100 dolar seviyesini gördü. Dolayısıyla TripAdvisor, masada oldukça nazlanacak ve çok yüksek fiyatlar isteyecek.

6-Twitter

Peşindeki firma: Google, AOL, Yahoo, Facebook

Facebook ile aynı dönemlerde ortaya çıkan Twitter, sosyal medya kavramının temellerini atan servislerden biri olarak kabul ediliyor. Dünya çapında büyük ilgi görmesine rağmen bu ilgiyi bir türlü nakite çevirmekte başarılı olamayan firma sürekli Facebook'un gölgesinde kalıyor. Sosyal medyada reklam vermek isteyen şirketlerin Twitter yerine Facebook'u



tercih etmelerinin mağduru olan Twitter son kurşun olarak daha önce şirketten kovdukları, şirketin kurucusu ve hissedarı Jack Dorsey'i yeniden CEO görevine getirdi. Dorsey şimdi elindeki tüm güçle Twitter'ı ayaklandırmak için uğraşıyor ancak başarılı olamazsa Twitter hissedarları eninde sonunda dev şirketlerin bol sıfırlı tekliflerinden en büyüğüne kabul ederek kendi ceplerini doldurarak yeni yatırımlara yelken açma yoluna gidecekler. İşte o an geldiğinde ise masaya en büyük teklifi koymak için sıradan bekleyenler, Google, AOL (Time Warner), Yahoo ve Facebook. Üstelik şirketin değeri de hızla eriyor, iki yıl önce hisse başına 60 dolar olan değeri bugün hisse başına 20 dolara inmiş bulunuyor. Hissedarların, şirket iyice erimeden büyük teknoloji şirketleri arasında rekabeti kızıştırıp Twitter'ı değerinden daha yüksek bir fiyata satma kararı almaları da an meselesi.

7-Shutterfly

Peşindeki şirket: Belli değil

1999'da kurulan Shutterfly, online fotoğraf sipariş servisi veriyor. Dijital fotoğraflarınızı servise gönderiyorsunuz ve kısa süre sonra fotoğraflarınızın fotoğraf kağıdına basılmış, isterseniz çerçevelenmiş, dilerseniz farklı şekilde formatlandırılmış baskıları kapınıza kadar geliyor. New York borsasında 2014'te hisse başına 50 dolar değerle işlem gören Shutterfly, 2016'ya ise 35 dolarla başladı.

Öte yandan 2014'ten beri şirketi satmak istiyor olsa da henüz istediği rakamı veren bir dev henüz çıkmadı ancak WhatsApp, Messenger, Instagram gibi servislerini aynı zamanda online bir sipariş servisine dönüştürmek isteyen Facebook gibi bir devin Shutterfly'yi satın alarak Instagram'a entegre etmesi çok şaşırtıcı olmayacaktır.

Yatırım yaparken doğru ortağı seçmek

Start-Up'lar dünyasında yatırımlar ve yatırımcılar altın değerindedir. Eğer elinizde biraz kapital varsa, potansiyeli yüksek bir Start-Up'a ortak olabilirsiniz. Fakat her Start-Up'ın başarılı olma garantisi yok. Peki doğru şirketi ve doğru ortağı seçtiğinize nasıl emin olabilirsiniz?



Yeni kurulan bir şirket, kendi avantajlarına ve dezavantajlarına sahiptir. Avantajlıdır çünkü bu şirkete yatırım yapıp ortak olma maliyeti çok düşüktür. Ortak olduğunuz şirket ileride güzel kazançlar elde etmeye başladığında, yatırımınızı kat kat geri almış olursunuz ve elbette güçlü bir şirketin ortağı olarak iş hayatında önemli bir başarı kazanmış olursunuz. Öte yandan, yeni kurulan şirketlerin dezavantajı, piyasada henüz isminin duyulmamış olması, bağlantılarının zayıf olması ve elbette ayakta kalıp kalmayacağının belirsiz olmasıdır. Dolayısıyla, yatırımınız buhar olup uçuşma riskini de taşır.

İşte bu noktada, yatırımınızı doğru şirkete yaptığınıza emin olabilmemiz için, ortak olacağınız şirkette ve elbette müstakbel ortaklarınızda belli bazı özellikleri aramalısınız.

1-Kendini adanmış bir ortağa yatırım yapın

Para yatıracığınız şirkette görmek isteyeceğiniz en büyük problem, başka meselelere, başka konulara, başka işlere odaklanmış bir yöneticidir. Şirketin kurucusu, ortağı, yöneticileri tam anlamıyla şirketin faaliyetlerine odaklanmış olmalı, başka bir odak noktası, uğraş konusu olmamalıdır. Şirket ortaklarının ve yöneticilerinin gece gündüz demeden, şirketin büyümesi için iş bağlantıları kurması, projeleri ilerletmesi, müşterilerinin ihtiyaçlarına cevap vermesi, işi ve şirketi mükemmelliğe taşımak için kendilerini adanmaları gerekir. Aksi halde, yatırdığınız paranın büyük risk altında olduğunu düşünmelisiniz.

2- Geçmiş başarılarla dolu olmalı

Yatırım yapacağınız şirketin kurucusu,

müstakbel ortağınız sizden alacağı yatırımı gerçekten başarılı bir projeye dönüştürebilecek mi? Bu sorunun cevabını onun geçmişinde bulabilirsiniz. Daha önce çalıştığı şirketler, yaptığı işler, geliştirdiği projeler ve bu işlerdeki başarısı, büyük oranda yeni işine de taşıyacaktır. Hep-sinden önemlisi, bu başarılı geçmiş sayesinde çevresindeki kontakları, network'ü, yeni işini başarıya taşımak için gerekli olan kapıları açmaya yardımcı olacaktır.

3- Şirketin paraya neden ihtiyacı var?

Yatırım yapacağınız Start-Up neden yatırıma ihtiyaç duyuyor? Bu sorunun cevabı basit gibi görünebilir ama arkasındaki sebepler şirketin durumu hakkında önemli ipuçları verir. Mevcut çalışanlarının maaşını ödemekte zorlanan, kirasını, vergilerini, faturalarını ödeyemeyen bir şirkete yatırım yapar-

ken iki kez düşünmelisiniz. Söz konusu şirket muhtemelen önceki müşterilerini memnun edememiş ve yeni işler alamadığı için ödeme darlığında düşmüş bir şirkettir ve yakın gelecekte de bu durumun birden değişmesini beklemek hayalcilik olur. Öte yandan, yeni aldığı siparişleri yetiştirmek, mevcut işlerini yeni pazarlara açmak, kazançlı işlerini büyütmek isteyen bir şirkete yatırım yapmak, yatırımınızın geri dönüşü için daha sağlıklı olacaktır.

4- Müstakbel ortağınız yeterince şeffaf mı?

Bir şirkete ortak olmadan önce şirket hakkındaki tüm kayıtları incelemeniz, defterlere göz atmanız, şirketin durumu hakkında net bir bilgi almak istemeniz hakkınızdır. Start-Up'ın kurucusu, müstakbel ortağınız bu konuda size yardımcı oluyor

mu yoksa bazı detayları sizden sakladığını mı düşünüyorsunuz? Sizden saklanan detaylar varsa, bu hususların ileride başınızı ağrıtaacağına emin olabilirsiniz.

5- Diğer yatırımcılar aptal mı?

Kimse para kazanma fırsatlarını kaçırmak istemez. Bir start-up'ı keşfettiğinizde, ona yatırım yapmadan önce, diğer yatırımcıların da onu sizden önce görmüş olabileceği ihtimalini gözden kaçırmayın ve kendinize şu soruyu sorun: Diğer yatırımcılar neden bu şirkete para bağlamadı? Bu sorunun cevabı, çok farklı sebepler olabilir. Diğer yatırımcılar kazanç potansiyelini beğenmemiş olabilir, kurucusuyla aralarında kişisel problemler olabilir, şirketin faaliyetlerini yeterince anlayamamış olabilirler. Dolayısıyla, başka yatırımcıların yatırım yapmaması, sizi bağlamaz ama o yatırımcıların sebeplerini

doğru anlamak, zarar etmenizi önleyebilir veya yatırımınız karşılığında daha büyük bir hisseye sahip olabilirsiniz.

6-Hedefleriniz ortak olsun

Farklı hedeflere odaklanmış ortaklar, bir şirket için büyük problem olacaktır. Ortaklığınızı resmileştirmeden önce hedeflerinizin de ortak olduğundan emin olmalısınız. Elbette her hedef, daha çok kazanç sağlamak üzerine kuruludur ancak bu hedefe giden yollar farklılık gösterir. Siz, paranızın geri dönüşümü içinde bir veya iki senede belli bir miktar kazanç beklerken, şirketin kurucu ortakları önümüzdeki beş seneyi şirketin küçük küçük ama emin adımlarla, riske girmeden büyümesine ayırmak istiyor olabilirler. Dolayısıyla, ortaklarınızla gelecek hedeflerinizi detaylıca konuşmanız büyük önem taşıyor.

Türk Telekom birleşmesi, neler getirecek?

Ocak 2016 ayının sonu itibariyle Türk Telekom, ciddi bir adım atarak bünyesinde yer alan diğer markalarını, tek bir marka adı altında topladığını duyurdu ve nitekim Avea ve TTNET markaları isim değiştirerek, Türk Telekom ile yollarına devam etmeye başlamış oldu.

Aslında böyle bir kararın Türk Telekom kanadından alınması konusundaki beklentiler, bir süredir kulislerde konuşuluyordu. Üstelik böyle bir marka birleşmesi kararı ile ilgili birçok kesimden endişeli düşünceler de geliyor. Ancak öyle görünüyor ki Türk Telekom, söz konusu bu eleştiriler için uygun bir çıkış bulup, radikal bir karar almayı uygun görmüş.

Peki, bundan sonra Avea ve TTNET için neler değişecek ya da bu tek bir marka altından toplama kararı, Avea ve TTNET için herhangi bir fark meydana getirecek mi?

Bu değişimin en net etkisi, Avea kullanıcıları için kendisini gösterdi. Zira Avea operatörü müşterileri, 26 Ocak 2016 tarihinde saat 21:00'dan sonra telefonlarına baktıklarında, Avea yazısı yerine Türk Telekom ile karşılaştılar.

TTNET tarafında ise şu an müşteriler, net olarak bir değişim ibaresi ile karşılaşmış değiller. Bu değişimi büyük bir ihtimalle, TTNET faturalı üzerinde görecekle.

Bunların dışında Türk Telekom birleşmesi ile Avea ve TTNET müşterilerinin, nasıl bir yansıma ile karşılaşacakları ile ilgili net bilgiler henüz su yüzüne çıkmış değil. Yani şu an için bu birleşmenin bir isim değişiminden daha fazlasını kullanıcılarına sunup sunmayacağı, resmi ağızlardan detaylandırılmış değil. Öte yandan kurumsal alanda müşterilerin ne yaşayacağından çok, Türk Telekom'un bu birleşme sonrasında neler yaşayacağı

ğı konuşuyor.

Daha önce söz konusu bu birleşmenin, bazı endişeli düşünceleri ortaya çıkardığı belirtilmişti. Bu endişeli yorumlara değinmek gerekirse en bariz detay, Rekabet Kurulu tarafından tüm bu hizmetlerin tek bir marka adı ile sunulmasının, hoş karşılanmayacağı olmuştur. Zira hem alt yapıyı hem de son tüketici ürünlerini tek bir elden sunabilen bir Türk Telekom firmasının, rakiplerini zor duruma sokacağı belirtiliyordu. Türk Telekom'un hem fiber internet hem de mobil hizmet için-baz istasyonu altyapıları ile rekabeti söndürüp, tekel olmaya yönelik ilerleyen bir firma olarak görülebileceği aktarılıyordu.

Bu değişimden sonra anlaşılan o ki Türk Telekom, Rekabet Kurulu tarafından oluşan bu soru işaretlerini gidermenin bir yolunu bulmayı başarmış.

Bunların dışında Türk Telekom birleşmesinin bir diğer yansıması, tüm hizmetlerin tek bir fatura ile sunulabilecek olması... Ancak şu an için bu durumun, vergilendirme alanında bazı sıkıntılardan dolayı, daha sonralarda aktif hale getirelebileceği söyleniyor.

Bu birleşmenin en büyük etkisi ise Türk Telekom için, maliyet anlamında kendini göstermiş benziyor. Tüm Türkiye'de binlerce Avea ve TTNET bayilerinin, tamamıyla değişmesi, çok ciddi de bir yatırım maliyeti olarak yansımsa benziyor. Ancak yapılan analizler, bu maliyetlerin marka birleşmesi için göz ardı edilebilecek seviye kaldığını gösteriyor.

Tüm bunların dışında, aslında en büyük etki dünya çapında bir Türk Telekom firmasının potansiyelini artırmak olacak. Bilindiği gibi Türk Telekom markası şu ana kadar en çok, sadece sabit telefon hizmeti veren bir yapıya sahipti. Sabit hat kullanımlarının ülkemiz için sönen bir sektör olduğu göz önüne alındığında, Türk Telekom markası için iyi bir imaj kazanımı meydana getirmiyordu. Ancak Avea ve TTNET gelirlerinin de Türk Telekom adı altında kaleme alınacağı düşünüldüğünde, uzun vadede Türk Telekom isminin, dünya genelinde konuşulan bir firma olması için iyi bir tercih olduğu söylenebilir.

Bu oluşum da, tıpkı THY gibi Türk Telekom markasının da dünyaca bilinen ve Türk Hava Yolları gibi Türk ismini taşıyan bir diğer büyük marka olmasının da yolunu açabilecek.

Özetlemek gerekirse Avea ve TTNET markalarının Türk Telekom olarak yoluna devam edeceği, şu an için sadece Türk Telekom tarafında etki göstermiş oldu. İlerleyen dönemler için beklentiler ise, hem internet hem de mobil sektör adına daha iyi bir hizmet anlayışının benimsenmesine yönelik adımlar atılması...

Son olarak es geçmemek gerekirse, yine Türk Telekom bünyesi altında yaşayan Tivibu hizmetinin de, ilerleyen dönemlerde Türk Telekom olarak devam etmesinin muhtemel olduğu konuşuluyor. Ancak bu birleşme için henüz bir atılım görülmüş değil.

Türk Telekom

Microsoft

Microsoft ATA (Advanced Threat Analytics)

Bilişim sektöründeki uzunca hayatımı Microsoft ve Cisco teknolojilerine adanmış biriyken, son zamanlarda bilgi güvenliği sektöründe çalışmaya başlayınca, 2016 yılının siber güvenlik teknolojileri yılı olacağı fikri ile kararım sonrası kendi kendime heyecanlanıyordum.



#MuratBayraktar

Daha sadece birkaç gün önce yılların Websense firmasının, tam teşekküllü bir siber güvenlik üreticisi olma hedefi ile ismini "ForcePoint" yapması bile, beni Microsoft'un "Siber Güvenlik Analitiği" ürünü çıkarması kadar heyecanlandırmadı ve şaşırtmadı. Microsoft'un özellikle de siber analitik alanına yatırım yapması, siber güvenlik işi ile uğraşanlara sadece ülkemizde değil, tüm dünyada yeni fırsatların açılacağına göstergesi sanırım.

Microsoft'un İsrail orijinli "Aorato" firmasını satın alması ile doğan yeni ürünü Microsoft ATA (Advanced Threat Analytics), bizim APT (Advanced Persistent Threat) gibi afilli isimler verdik; önceden belirlenen bir hedefi ele geçirmeye yönelik akıllı yeni nesil saldırıların engellenmesi için pozisyonlanan bir ürün aslında.

Ürüne ait blog sitesinde, akıllı siber saldırıların engellenmesi için, bilgisayar ağı altyapısını proaktif olarak izleyen; davranış analizi ve "machine learning (Türkçesini bulamadım)" tek-

nolojileri ile bilgisayar ağındaki kullanıcı, bilgisayar vb. gibi bileşenlerin normal seyir dışındaki davranışlarını öğrenen, raporlayan ve alarm üreten bir ürün olduğu belirtilmiş.

Microsoft'a göre günümüzde hedefli siber saldırılar o kadar gelişmiş durumda ki, yarattıkları etki aşağıdaki inanılmaz rakamları ortaya çıkarmış durumda:

Bir saldırının, kötü niyetli uygulamanın, bir bilgisayar ağında yakalanmadan yaşadığı süre : Ortalama 200 gün,

Saldırıların ağ ortamında çalışanların kullanıcı kimlik ve şifre bilgilerinin ele geçirilmesi ile yapıldığı atak yüzdesi : %75,

Siber suçların tüm dünyada verdiği zararın ekonomik değeri : 500 milyar USD,

Bir veri kaybının bir firmaya verdiği ortalama zarar : 3,5 milyar USD

Microsoft ATA'nın en önemli özelliğinin, aynı anda 2 farklı kaynaktan beslenmesi olduğunu söyleyebiliriz. Ürün, hem protokol seviyesinde ağ haberleşmesi

analizleri yaparak, içinde çalıştığı bilgisayar ağındaki tüm davranış setlerini öğrenerek çalışıyor (minimum 21 gün), hem de bilinen tüm güvenlik açıkları veritabanlarından yararlanıyor. Sadece normal davranışlar dışında bir durum olduğunda alarm ürettiği için, bazı rakip ürünler gibi, gereksiz log bombardımanı yapmadığını da söyleyebiliriz.

Active Directory ve mobil cihaz desteği, SIEM (QRadar, RSA Security Analytics, HP Arcsight vb. gibi merkezi log konsolidasyonu yapan ürünler) entegrasyonu gibi yetenekler de ürünün diğer özellikleri arasında.

Microsoft'un bu alanda ne yaptığını merak edenlere, <https://www.microsoft.com/en-us/server-cloud/products/advanced-threat-analytics/overview.aspx> adresine bakmalarını şiddetle tavsiye ediyorum. Bu adreste hem tanıtım ve kurulum dokümanları, hem de ilgili teknik videolar ve demo ürün indirmek için gerekli yönergeler ulaşabilişiniz.

Sağlıcakla kalın.

DDoS saldırıları dünyayı tehdit ediyor

Küresel olarak saniyede 400 GB'lık büyüklüklere ulaşan DDoS saldırıları, hizmet sağlayıcıların ve kurumsal ağların hem kullanılabilirliği, hem de performansı için önemli bir tehdit unsuru oluşturuyor. Arbor Networks Türkiye Ülke Müdürü Serhat Atlı'ya bu yeni tehdidin boyutlarını sorduk.

Dünya ve Türkiye'de DDoS saldırıları hangi büyüklüklere ulaştı?

Dünyada, DDoS saldırılarının boyutu geçtiğimiz 10 yılda yüzde 4 bin 900 (!) arttı. Küresel olarak saniyede 400 GB'lık büyüklüklere ulaşan DDoS saldırıları, hizmet sağlayıcıların ve kurumsal ağların hem kullanılabilirliği, hem de performansı için önemli bir tehdit unsuru oluşturuyor. Bu istenmeyen, kötü amaçlı trafik, IP tabanlı hizmetleri müşterilere ulaştırmak için kullanılması gereken bant genişliğini tüketir. Dolayısıyla bu hizmetlerin kalitesini ve kullanılabilirliğini etkileyebilir. Bu kötü amaçlı trafiği azaltıp, müşterisi için bant genişliği sağlamak ağ operatörlerinin yararınadır.

Saldırıların karşısında geliştirilen çözümler ne düzeyde?

Frost & Sullivan'ın araştırmasına göre, işletmeler arasında internet bağlantısının değeri arttıkça, DDoS etkilerini azaltan bir çözümün önemi de artıyor. Günümüzde DDoS saldırıları, belirli kuruluşlara karşı düzenlenen organize ve hedefli saldırılardır. Saldırganlar; hedeflerindeki kuruluşların iletişim ve hizmetlerini kesintiye uğratmak, onları taciz etmek, itibarlarını zedelemek ve/veya para sızdırmak için DDoS saldırılarını kullanabiliyor. DDoS saldırıları, kurban kuruluşların ağ bant genişliğini ve bilgi işlem kaynaklarını doldurup müşterilerinin ve diğer kullanıcılarının erişimini engelleyen ya da erişim performansını düşüren bir yöntem. DDoS saldırılarının etkinliği, karmaşıklığı, boyutu, sıklığı ve süresi farklılık gösterir, bu da özel çözümler olmadan DDoS saldırılarına karşı hazırlık yapmayı, gerçekleştirmede algılamayı ve etkilerini azaltmayı güçleştirir.

Pek çok durumda özel tehditler için özel çözümler gerekir; DDoS buna iyi bir örnektir. Yerinde güvenlik duvarları ve saldırı algılama sistemi (IDS) ürünleri küçük ve karmaşık olmayan saldırılarla baş edebilir ancak son üç, dört yılda yaygınlaşan daha karmaşık uygulama katmanlı saldırılarını durduramaz. Bu nedenle, güvenlik duvarları veya sadece bulut yoluyla etki azaltan çözümler artık ağları korumak için yeterince kapsamlı değildir. Güvenlik duvarları



Internet bağlantısını doyunluk noktasına getiren hacimsel saldırılarla mücadele edemez, bulut tabanlı çözümler ise daha gizli saldırıları proaktif olarak algılayamayabilir ve etkinleştirilmesi birkaç dakika sürebilir, bu sürede de ağ yeterince zarar görebilir.

O halde, kurumsal savunmaların, tüm tehditler için çok katmanlı olması gerekir. İşletmeler DDoS saldırılarıyla başarıyla mücadele edebilmek için ağlarını saldırılara karşı proaktif bir şekilde korumak üzere ağ çevresinde özel savunmalar ve aynı zamanda saldırı bağlantıyı doyunluk noktasına ulaştırdığında kullanılacak bulut tabanlı bir DDoS korumasına ihtiyaç duyarlar.

KOBİ'ler için "erişilebilirlik" ne anlama geliyor? Neden önemli?

İnternete erişilebilirlik e-ticaretten finansal hizmetlere, perakendecilerden hizmet sağlayıcılara ve KOBİ'lere kadar, çevrimiçi iş yapan tüm kuruluşların can damarıdır. İnternet kullanımı olmadan işletme sıkıntılı bir duraklamaya uğrar. İster gelirlerini internette kazanıyor olsunlar, ister interneti yalnızca bulut tabanlı verilerine / uygulama hizmetine, finansal hizmetlere vs. erişmek için kullanıyor olsunlar, günlük işlemlerinde internete bağlı olan tüm işletmeler saldırı riski altındadır. Saldırıların arkasındaki nedenlerin çeşitliliği ve bunları oluşturabilmenin basitliği, saldırıları yaygın bir sorun haline getirmiştir.

"Erişilebilirlik" kalkını nasıl kurulur?

Yanıt, işletmelerin bulut tabanlı hizmetler-

le birlikte yerinde ekipmanları kullanarak çok katmanlı DDoS koruma çözümleri uygulamalarıdır. Yerinde DDoS koruma çözümleri daha gizli uygulama katmanlı saldırıları dahil olmak üzere, her türlü saldırıyı proaktif bir şekilde algılayabilir ve bunların etkilerini azaltabilir, ancak internet bağlantısını doyunluk noktasına ulaştıran büyük hacimsel saldırılarla mücadele edemezler. Bu saldırılarla mücadele etmek için bulut tabanlı bir hizmet gerekmektedir, ancak bunlar uygulama ve durum kaybına neden olan saldırılar karşısında yavaşlırlar, bu nedenle de yerinde bileşen gereklidir. İdeal olarak, bu iki katman birlikte çalışmalıdır, ancak o durumda işletmeler DDoS tehdidine karşı eksiksiz bir koruma elde edebilir.

Siber güvenliğin üç bileşeni var: Gizlilik, bütünlük ve erişilebilirlik. Neden şimdi erişilebilirlik daha fazla öne çıkıyor? Ve nasıl?

Erişilebilirlik kesintisinin saldırı altındaki işletme tarafından fark edilmemesi mümkün değildir. İşler durur. Bu, özellikle siber yollarla para sızdırmaya çalışan, DDoS saldırısını durdurmak için fidye isteyen saldırırganlara avantaj sağlar. Suç çeteleri ve devletlerin desteklediği teröristler amaçlarına ulaşmak için DDoS saldırılarını kullandıkça bu saldırıların önem düzeyi, sıklığı ve karmaşıklığı artmaya devam etmektedir. DDoS saldırılarının ideolojik, jeopolitik veya finansal nedenleri olabilir, artık bunlar Gelişmiş Tehdit saldırısı kampanyalarıyla ilişkili içeri/dışarı sızma faaliyetleri için birer paravan olarak kullanılmaktadır. Kısacası, kuruluşların en kritik iş uygulamalarının çoğunun bulunduğu uygulama katmanını hedef alan DDoS saldırıları artmaktadır. Bu saldırılar büyük karışıklığa neden olur ve siber saldırırganların günümüzde daha sık düzenlediği saldırılarda erişilebilirliği hedeflemelerinin en önemli nedeni budur.

Arbor'un Google iş birliğiyle yaptığı

www.digitalattackmap.com platformu üzerinden dünya çapında an be an takip edilebilen siber saldırılara ilişkin güncel istatistikler neler söylüyor? Bu istatistikler her gün değişmektedir.



Foursquare B2B'ye koşuyor

Birkaç sene öncenin lokasyon bazlı popüler sosyal ağı Foursquare, artık şirketlere hizmet veren bir platform olmak istiyor.

#HakkıAlkan

Foursquare'in çok hazin bir öyküsü var. Foursquare aslında birkaç yıl önce çok popüler bir uygulamaydı. Kullanıcıların gezdikleri, gördükleri, bulundukları yerleri işaretleyerek "check-in" yaptıkları uygulamada, bu mekanların sanal valiliğini almak için eğlenceli mücadeleler de yaşanıyordu.

Ancak Foursquare bu popüleritesini iyi kullanamadı. Anlaşılması zor bir kararla Foursquare uygulamasını bir tür mekan-eleştiri platformuna çevirmeye karar veren şirket Fourquare'in eski formatının ise Swarm isimli yeni bir uygulamada devam edeceğini açıkladı.

Fakat Swarm uygulaması eski Foursquare kadar başarılı olmadı. Kullanıcılar bu isim değişikliğine adapte olamadılar ve popüler mekanların sanal valiliğini almak için yarışan insanlar kısa sürede Fourquare'den uzaklaştılar.

Uygulama hala aktif, hala kullanıcılar

tarafından indiriliyor, kullanılıyor ama eski zafer dolu günlerinden çok uzakta olduğunu itiraf etmek lazım.

Uygulamayı ikiye ayırıp isimlerini değiştirmek gibi hatalı bir kararı hangi yöneticiler aldı ve bu karardan ne kadar pişman oldular, bilinmez ama Foursquare şimdi yeni bir açıklama yaptı.

Artık son kullanıcılara yönelik bir sosyal ağ olmaktan çok B2B, yani şirketlere hizmet veren bir iş modeli üzerinde çalışmak istediklerini açıklayan Foursquare böylece son kullanıcılara reklam göstererek veya restoranlarda indirim dağıtıp komisyon alarak kazanmayı umduğu parayı, Twitter'e, Apple'a, Microsoft'a, Google'a harita bilgileri satarak kazanacak.

Aylık 50 milyon aktif kullanıcısından gelen bilgileri harita üzerinde konumlandırarak olan Foursquare bu verileri Apple'ın, Twitter'in veya harita analizle-

rine ihtiyaç duyan başka geliştiricilerin hizmetine sunacak.

Şirketin mevcut harita verileri zaten Twitter'daki lokasyon etiketleme özelliği için kullanılıyordu. Foursquare şimdi harita analizlerini reklam şirketlerine de açmak istiyor. Böylece mobil reklam alanında farklı uygulamalar geliştirecek olan diğer şirketler Foursquare'in güçlü harita veritabanını kullanmak için şirkete ödeme yapacaklar.

Bu arada, Foursquare'in piyasaya satacağı tüm o harita verilerini nasıl oluşturduğunu merak ediyorsanız, cevabı basit. O verileri Foursquare'e bir verdik. Gittiğimiz her yerde check-in yaparak, bulunduğumuz yeri tanımlayan lokasyon bilgileri açarak, fotoğraflar ve yorumlar paylaşarak Foursquare'in haritalarını çok değerli verilerle zenginleştirdik, işte şimdi şirket o verileri satarak kasasını dolduracak.

Jeopolitik belirsizlikler global CEO'ları endişelendiriyor

Her yıl Davos toplantılarının açılış gününde Geleneksel PwC CEO Araştırmasını yayınlayan PwC'nin Global lideri Dennis Nally, bu yıl 19. araştırmayı 19 Ocak 2016 akşamı canlı web cast ile Davos'tan tüm dünyaya açıkladı.

PwC'nin dünya genelinde 1.400'ün üzerinde CEO ile görüşerek hazırladığı ve "Değişen dünyada başarının yeni tanımı" teması ile yayınlanan 19. Yıllık Küresel CEO Araştırması'nın sonuçlarına göre CEO'ların 2016'da küresel ekonominin iyileşeceğine dair büyüme beklentileri, geçen yıla göre 10 puan düşerek yüzde 27'ye geriledi. Küresel ekonominin kötüye gideceğini söyleyen CEO'ların oranı ise yüzde 23 oldu; bu oran 2015 yılında yüzde 17 seviyesindeydi. Beklentilerin azalmasında Çin'in ekonomide yaptığı yeniden düzenlemeler, ham petrol fiyatlarındaki düşüş ve jeopolitik güvenlik endişeleri öne çıktı.

Sonuçları, Davos'ta gerçekleştirilen Dünya Ekonomik Forumu yıllık toplantısının açılışında duyurulan PwC Küresel CEO Araştırması'na göre 2016 yılında küresel ekonominin iyileşeceğine dair en iyimser olan bölgeler yüzde 34 oranla Orta Doğu ve yüzde 33 oranla Batı Avrupa olurken, Kuzey Amerika'daki CEO'lar arasında iyimser düşünenlerin oranı yüzde 16'da kaldı. Çin'deki CEO'ların yüzde 33'ü ise küresel ekonomik büyümenin 2016 yılında yavaşlayacağını düşündüğünü belirtti.

Küresel CEO Araştırması'na göre bu gibi belirsiz zamanlarda şirket yönetimini üstlenen CEO'ların yüzde 90'ı iş stratejisi geliştirirken en çok tüketici taleplerine önem verdiklerini söylerken, şirketlerinin hedeflerini daha geniş bir toplumsal etki yaratacak şekilde değiştirdiklerini belirten CEO'ların oranı yüzde 69 oldu. CEO'lar bu kapsamda "yükselen beklentileri anlamak ve karşılamak", "bu beklentileri karşılayacak ve hayata geçirecek teknoloji, inovasyon ve yeteneğe odaklanmak" ile "başarının tanımını yeniden belirleyerek risk ve fırsatları daha iyi ölçümleyebilmek" üzere çalıştıklarını belirttiler.

Haluk Yalçın: Boşa geçirecek saniyemiz yok, hedeflerimize odaklanmalıyız

Araştırma sonuçlarını değerlendiren PwC Türkiye Başkanı Haluk Yalçın şunları söyledi; "19. Küresel CEO Araştır-

mamız, dünya ekonomisine yön veren CEO'ların bu yıla yönelik görüşlerinin yanısıra ekonomide ve iş yapma yöntemlerinde değişen trendleri de ortaya koyuyor. Bu yönüyle araştırmanın dünyamızın geleceğine hükmeden "Mega trendler" ile ilgili öngörülerimizi de doğruladığını söyleyebiliriz. Enerji denklemi dünya dengelerini farklı yönlerden test ediyor. Küresel ekonomideki karmaşık görünüme ve güvenlik konularının dikkatimizi fazlasıyla dağıttığı ortama rağmen yılın en temel trendlerinden biri olarak teknolojideki sıçrama ve onunla birlikte gelen dijital dönüşüm kendini gösteriyor. Türkiye açısından boşa geçirecek bir saniyemiz yok. Jeopolitik riskler ve dünya ekonomisindeki yavaşlığa rağmen büyüme, markalaşma ve endüstriyel yatırım hedeflerine yönelik çok sıkı çalışmalı büyük adımlar atmamız."

CEO'lar en çok aşırı düzenleme ve jeopolitik gelişmelerden endişe ediyor

PwC'nin araştırmasına göre CEO'ların yüzde 66'sı, 2016 yılında işletmelerini bekleyen tehditlerin üç yıl öncesine göre daha fazla olduğunu düşünüyor. CEO'ların yüzde 79'u "aşırı regülasyonları" büyüme beklentilerinin önündeki en büyük tehdit olarak görürken, geçtiğimiz yıl CEO'ların endişeleri arasında dördüncü sırada yer alan jeopolitik belirsizlik, bu yıl ikinci sıraya yükseldi; CEO'ların yüzde 74'ü bu endişeyi işaret etti. Döviz kurundaki dalgalanma ve kilit yeteneklerin bulunabilirliği konuları da bu yıl CEO'ları en çok endişelendiren sorunlar arasında yer aldı.

Ülke çıkarlarına ve ticari çıkarlara tehditleri temsil eden siber güvenlik konusu da CEO'ların yüzde 61'inin endişeleri arasında yer alıyor. Endişe seviyesi en yüksek olan CEO'lar ülke olarak ABD, Avustralya ve İngiltere'de, sektör olarak bankacılık, teknoloji ve sigortacılıkta yer alıyor.

Araştırmaya Türkiye'den katılan CEO'lar genel trendden biraz farklılaşarak yüzde 93 oranla jeopolitik belirsiz-

likler, yüzde 90 oranla döviz kurundaki kırılganlık ve yüzde 77 oranla sosyal istikrarsızlık konularını 2016 yılında kendilerini bekleyen en büyük tehditler olarak öne çıkardılar.

Rus CEO'lar gelir artışı bekliyor

Araştırmada önümüzdeki yıl şirketlerinin büyüyeceğinden oldukça emin olduğunu söyleyen CEO'ların oranı 2015'e göre dört puan düşüşle yüzde 35'e geriledi.

Bu karamsarlığa rağmen, Hindistan'daki CEO'ların yüzde 64'ü, İspanya'daki CEO'ların yüzde 54'ü, Romanya'daki CEO'ların ise yüzde 50'si daha iyimser olarak öne çıktı. Oranlarda en çarpıcı değişimin yaşandığı ülke ise Tayvan oldu. Kısa vadeli şirket büyümesi konusunda kendinden oldukça emin olan CEO'ların oranı geçtiğimiz yıl yüzde 65'ken, 46 puanlık bir düşüşle bu yıl yüzde 19 oldu. Güven düzeyi en düşük ülke ise İsviçre oldu. 2015 yılında İsviçre'deki CEO'ların yüzde 24'ü gelir artışı konusunda kendinden oldukça emin olduğunu söylerken, bu oran 2016 yılında yüzde 16'ya geriledi.

Gelirlerin artışı konusunda güven, geçtiğimiz yıla göre dünyadaki büyük ekonomilerin neredeyse tümünde azaldı. Örneğin Çin'de CEO'ların gelir artış beklentisi yüzde 36'dan yüzde 24'e, ABD'de yüzde 46'dan yüzde 33'e, İngiltere'de yüzde 39'dan yüzde 33'e ve Almanya'da yüzde 35'ten yüzde 28'e düştü. Bu oran sadece İtalya ve Japonya'da geçen yıllara benzer kaldı. İtalya'da şirket gelirlerine güven her iki yıl da yüzde 20 iken, Japonya'da geçen yıl yüzde 27'den bu yıl yüzde 28'e çıktı. Bu genel eğilime karşı çıkan tek ülke olan Rusya'da geçtiğimiz yıl yüzde 16 ile oldukça düşük olan güven seviyesi bu yıl yüzde 26'ya yükseldi.

Türkiye'de ise şirket büyümesi konusunda "çok emin" olduğunu söyleyen CEO'ların oranı yüzde 40 oldu.

İlk 10 yatırım pazarına Meksika geri döndü ve BAE katıldı

Yatırım beklentileri açısından ABD,

Çin, Almanya ve İngiltere, CEO'ların önümüzdeki 12 aydaki büyüme için en önemli gördüğü ülkeler olmaya devam etti. Meksika ve Birleşik Arap Emirlikleri (BAE) de, Endonezya ve Avustralya'nın yerini alarak bu yıl ilk 10'a girdi.

Küresel yatırım pazarları arasında Hindistan, Brezilya, Japonya ve Rusya da yer alıyor. Türkiye'deki CEO'ların yatırım yapmayı planladığı ülkeler arasında ise yüzde 27 oranla ilk sırada ABD, yüzde 23 ile Rusya ve ardından yüzde 20 oranla Almanya ve Çin geliyor.

PwC Küresel CEO Araştırması 2016 sonuçlarından öne çıkanlar...

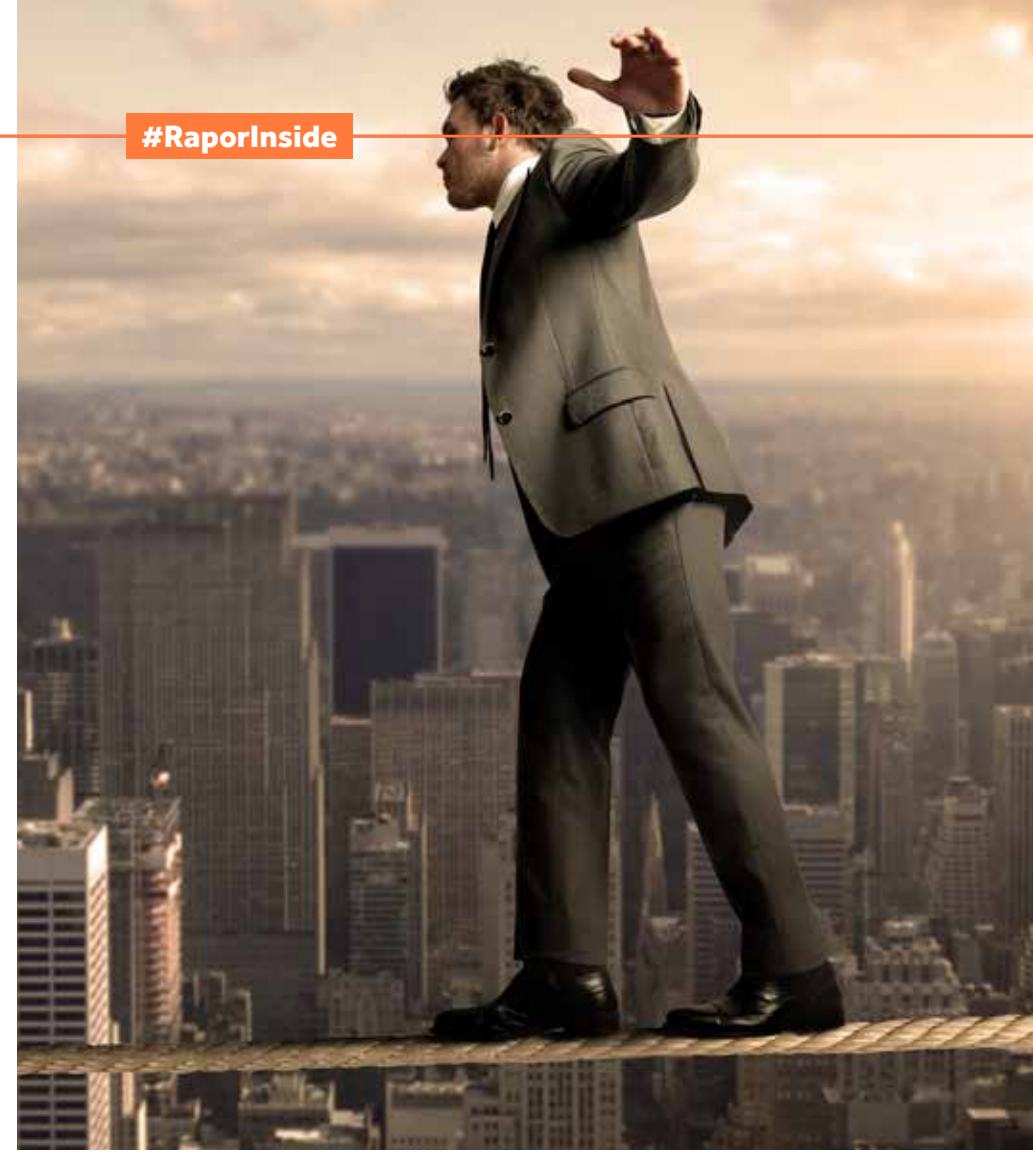
İşe alım beklentilerinde 2 puanlık düşüş

PwC araştırmasına göre geçen yıla göre iki puanlık düşüşle CEO'ların yüzde 48'i, önümüzdeki 12 ayda çalışan sayılarını artırmayı planlıyor. İşletmelerin işe alım faaliyetlerinin en yüksek olduğu ülkeler, Hindistan (yüzde 70), İngiltere (yüzde 66) ve Çin (yüzde 57) olarak görüldü.

Temel becerilerin ulaşılabilirliğine ilişkin endişeler yüzde 72 ile hala yüksek oranda seyrediyor. Eğlence ve medya sektörü ve teknoloji sektörü başta olmak üzere bazı sektörlerle ilişkin endişe seviyelerinin yüksek olduğu görülürken, STEM (fen bilimleri, teknoloji, mühendislik, matematik) becerilerinin eskiden beri önemli olduğu üretim, ilaç ve yaşam bilimleri sektörleri de endişe seviyesi açısından ön plana çıkıyor. Coğrafi açıdan endişe seviyeleri Asya-Pasifik (yüzde 81), Orta Doğu (yüzde 83) ve Afrika bölgelerinde (yüzde 86) en yüksek; Batı Avrupa'da yüzde 59 ile en düşük seviyede gerçekleşti.

CEO'ların yüzde 49'u geleceğin liderlerini geliştirme yöntemlerini değiştirdiklerini söylüyorlar. Bu da işletme liderlerinin, gelecek kuşak CEO'ların teknoloji, daha kapsamlı tehditler ve paydaşların organizasyonlardan beklentilerini içeren daha karmaşık bir ortamı idare edebilmek için daha kapsamlı becerilere sahip olması gerektiğinin bilincinde olduğunu gösteriyor. CEO'ların artan paydaş beklentileri ve işletmeye güven konularına ilişkin kapsamlı görüşlerine bakıldığında, yüzde 41'i işyeri kültürü ve davranışlarına daha fazla odaklandıklarını belirtiyor.

Türkiye'deki CEO'ların yarısı yetenekleri elinde tutmak için performans yönetimine odaklanırken, önümüzdeki 12 ay içerisinde planladıkları yeniden yapılandırma çalışmalarının arasında maliyet



düşürme girişimleri, yeni iş ortaklıkları ve yurtiçi birleşme/satın almalar öne çıkıyor.

CEO'lar vergi sistemi ve gelir eşitliğinde iyileştirme bekliyor

CEO'ların yüzde 56'sı net ve etkili bir vergi sisteminin hükümetlerin birinci önceliği olması gerektiğini belirtirken, yüzde 53'ü nitelikli, eğitilmiş ve uyum sağlayabilen iş gücünün, yüzde 50'si ise hem fiziksel hem de dijital altyapının önemli olduğunu belirtiyor.

Ancak CEO'lar özellikle etkin bir vergi sistemi ve gelir eşitliği açısından hükümetlerinin çok iyi olduğunu söylemekten kaçınıyorlar. CEO'ların yüzde 67'si istikrarlı bir vergi sisteminin düşük vergi oranlarından daha önemli olduğunu görüşünde.

Diğer yandan CEO'ların yüzde 33'ü hükümetlerin kişisel verileri koruma konusunda yetersiz olduğunu söylerken, yüzde 26'sı ise yeterli olduğunu görüşünde. Çin (yüzde 46), ABD (yüzde 60), Brezilya (yüzde 72), ve Arjantin (yüzde 52) bu konuda en yüksek endişe seviyelerine sahip hükümetler arasında yer alıyor.

Teknolojik gelişmelerin işletme beklentilerinde etkisi yüksek

Küresel CEO Araştırması'na göre CEO'ların yüzde 90'ı artan müşteri ve paydaş beklentilerini değerlendirmek ve bu beklentileri karşılamak için teknoloji kullanı-

mı şekillerini değiştirdiklerini belirtiyor. En önemli değişim seviyeleri, müşterilerin hizmet beklentilerinin yüksek olduğu bankacılık ve sermaye piyasaları (yüzde 90), sigortacılık (yüzde 95), konaklama ve eğlence (yüzde 94) ve sağlık (yüzde 93) sektörlerinde görülüyor. Genel olarak, CEO'ların dörtte üçü (%77) teknolojik gelişmelerin, işletmelerin iletişim, raporlama, yatırım ve planlamaya yönelik beklentilerini önümüzdeki beş yıl içinde değiştirmiş olacağına inanıyor.

Türkiye'deki CEO'lar için de ek maliyetler önemli bir engel teşkil ederken, doğru yeteneklerin eksikliği yüzde 53 oranla en önemli engel olarak karşımıza çıkıyor.

Buna ek olarak, CEO'ların yüzde 87'si şirketlerin uzun vadeli kârlılığı, kısa vadeli kârlılıktan daha önde tutacağını söylüyor. Genele bakılacak olursa, CEO'lar başarılı kuruluşlarda müşteri ve diğer paydaş ihtiyaçlarının hissedarların ihtiyaçlarından daha önemli olacağına inanıyor.

Yeni teknolojiler konusunda CEO'lar en yüksek faydayı veri ve analiz araçları ile CRM sistemlerinden beklerken, Ar-Ge ve yenilik ise yüzde 53 oranla ikinci sırada geliyor. Tayvan (yüzde 76), Brezilya (yüzde 72), Fransa (yüzde 71) ve Almanya'daki (yüzde 67) CEO'lar ise küresel ortalamaya göre Ar-Ge ve yeniliğe daha fazla öncelik veriyor.

Kişisel motivasyon teknikleri



#MerveSaraçoğlu

Motivasyon genel anlamıyla bir insanın belirli bir amaç doğrultusunda harekete geçmesini sağlayan güç demektir. İş hayatında ise kişinin başarılarının artması ve yükselmesi için gerekli olan teşvik olarak açıklanır. Motivasyonun sadece iş hayatında önemli olduğu gibi genel bir algı vardır. Ancak motivasyon genel kanının aksine sadece iş yaşamında ihtiyaç duyulan bir durum değildir. Okul başarısı, kilo verme, sağlıklı ilişki kurma ve yürütme gibi hayatla ilgili birçok çizgide motivasyona ihtiyaç vardır.

İş hayatında verimi arttırmada motivasyonun önemi kuşkusuz ilk sırada gelir. Başarı hedefinde kesin bir çizgide gitmeye çalışmak ne kadar zorsa, çok ufak nedenlerden dolayı motivasyonun düşmesi de bir o kadar kolaydır. İş arkadaşlarıyla ya da yöneticilerle olan bir iletişim sorunu, iş-ev arasındaki mesafenin uzaklığı, maddi tatminsizlik, iş dışındaki özel sorunlar gibi birçok

etken motivasyonun düşmesine sebep olabilir. Bunun yanında iş hayatındaki motivasyon kaybı hayatın diğer alanlarını da etkilemektedir. Başarı ivmesinin aşağı doğru inişe geçmesi hem sosyal hayatı hem de aile hayatını etkilemektedir. Dolayısıyla motivasyonu arttırmaya ve aynı çizgide gitmesine yönelik uygulanacak tekniklerle başarı çizgisinin devam etmesi ve ivme kazanması kolaylıkla sağlanabilir.

Motivasyonu arttırmaya yönelik bazı teknikler şöyle sıralanabilir:

Hedef Koyun: İşinizle ya da hayatınızın diğer alanlarıyla ilgili kendinize hedef koyun. Terfi almak, kendi işinizi kurmak ya da önemli bir proje oluşturmak gibi direkt hedefler belirleyebileceğiniz gibi ev ya da araba almak gibi dolaylı hedefler de belirleyebilirsiniz. Dikkat etmeniz gereken nokta hedefinizin gerçekçi olmasıdır.

Kendinizi Ödüllendirin: Yaptığınız işlerle alakalı kendinize

küçük ödüller verin. Böylece bir adım sonrası için güçlü istek duyacaksınız.

İmgeleme Yapın: İşinizle ilgili motivasyon kaybı yaşadığınızı düşünüyorsanız işi tamamladığınız anı hayal edin ve hissetmeye çalışın. Hissettiğiniz duygu ilerlemenize yardımcı olacaktır.

Yer Değiştirin: Hoşlanmadığınız bir iş yapmak durumundaysanız ve imkanınız varsa bu işi yapmak için bulunmaktan zevk aldığınız bir ortamı ve zamanı seçin.

Küçük Parçalara Bölün: İşiniz gözünüzde büyüyorsa küçük parçalara bölerek tamamlayın. Ve en önemlisi bulduğunuz her fırsatta mutlaka dinlenin.

Kendinizi Tanıyın: Bazı insanlar fonda hafif bir müzik eşliğinde çalışmayı severken bazıları da tamamen sessiz ortamda çalışmaktan keyif alır. Kendinizi dinleyin, nelerden hoşlandığınızı hatırlayın ve o doğrultuda çalışmanızı sürdürün.

Ezber Bozan Ürün Yönetimi

Dr. Hakan Tetik bu kitabında ürün yönetimi alanında yıllar süren danışmanlık ve workshop çalışmalarının birikimiyle şekillendirdiği; pazarın değişen ihtiyaçlarına en hızlı şekilde, en gerekli ürünleri veya servisleri pratik ve ezber bozan bir anlayışla geliştirmek isteyen işletmelere pazarda rekabet üstünlüğü elde etmenin yollarını gösteriyor.



"Farklı ve yaratıcı ürün yönetimi yaklaşımıyla Dr. Hakan Tetik pazar odaklı, müşterisine değer yaratmak isteyen, yıkıcı inovasyonların hızla şekillendirdiği pazar koşullarında akıcı hareket etmek isteyenlerin yararlanabileceği bu kitapta, ürün yönetimini bütünsel bir bakış açısı ile yapmak isteyen herkes için yol gösterici bir içerik sunuyor."

-Evren Albaş, Arçelik-

"İyi bir ürün yöneticisi olmak veya ürün yönetimi bakış açısını işinize yansıtır katma değerinizi artırmak istiyorsanız bu kitap tam size göre! Pratik metodlar ve somut örneklerle, kafanızdaki karmaşık sorulara yalın cevaplar bulacaksınız. Kitabı okuduktan sonra işe bakışınız net bir şekilde değişecek."

-Barış Findık, Turkcell-

"Ürün yönetimi her sektörde, her şirkette, mevcut ve yeni işleri ele almanın, sürdürülebilir kâra ulaşmanın en etkin yollarından biri. Pazarda başarıdan başarıya koşan, bağımlılık yaratan markaların çoğunun bazen tek iyi yaptıkları işin etkin ürün yönetimi olduğunu görüyoruz. Konunun Türkiye'deki ve dünyadaki en yetkin uzmanlarından birinin, Dr. Hakan Tetik'in kitabını keyifle okuyacaksınız."

-Can Barış Öztok, Koç Sistem-

"Birçok farklı disiplinin koordinasyonunu içeren ürün yönetimini en bütünsel şekilde anlatan Dr. Hakan Tetik'in kitabının bu alandaki en önemli referanslardan biri olacağına inanıyorum."

-Tekin Çerçi, Erdemir-

Yazar: **Hakan Tetik**
Yayınevi: **Modus Kitap** • Fiyat: **19 TL**

Liderlik ve Politik Zekâ PQ

İQ ve EQ artık yetmiyor. Kâr, büyüme ve toplum için daha iyi bir gelecek yaratmak liderlerin yeni hedefi haline geldi. Gücün paylaşıldığı dünyada hiçbir kurum tek başına kontrolü elinde tutamaz ya da hizmet sunamaz. Politik Zekâ (PQ), çok sayıda menfaat sahibiyle birlikte daha fazlasını başarmak isteyen liderler için vazgeçilmez bir kozdur. En başarılı örnekleri kullanarak kâleme alınan Liderlik ve Politik Zekâ PQ hem bir lider olarak sizin hem de kurumunuzun politik zekâyı nasıl oluşturup geliştireceği üzerine uygulanabilir önerilerde bulunuyor. Okunmaya değer, esin veren bir kitap, kariyerinizi değiştirebilir.



Yazar: **Gerry Reffo, Valerie Wark**
Yayınevi: **İş Bankası Kültür Yayınları / İş Dünyası** • Fiyat: **32 TL**

Bilgi Ekonomisi ve Emek

Ekonominin küreselleşmesi, yeni teknolojiler ve daha fazla bilgi-yoğun faaliyetlere yönelme yoluyla köklü bir dönüşümün yaşandığı ve böylece "bilgi ekonomisi" kavramının ortaya çıktığı genel kabul görmüş bir algıdır. Son yirmi yılda ortaya çıkan bilgi ekonomisi sosyoekonomik hayatta köklü değişikliklere yol açmıştır. Literatürde ve günlük yazında bilgi ekonomisinin teknolojik ve ekonomik boyutu üzerinde durulmaktadır. Ancak bilgi ekonomisinin sosyal boyutları konusunda yeterince çalışma yapılmış ya da sosyal yapıyı nasıl etkilediği anlaşılabilmemiş değildir. Bilgi ekonomisinin en önemli sosyal etkisi geleneksel anlamdaki çalışmaları ve çalışanları olumsuz etkilemesidir. Artık çalışma ve çalışanlar sanayi devrimi ve sonrasında olduğundan çok farklı bir tablo ile karşı karşıyadır. Çalışmanın yok olacağı ya da eski önemini yitirdiği, birçok bilim adamı tarafından dile getirilmektedir. Bu yüzden bilgi ekonomisinin yarattığı sosyoekonomik dönüşüm önemlidir. Bilgi ekonomisinin sosyal etkileri olumsuz gözükmemektedir. Bir taraftan teknolojik alanda muazzam gelişmeler yaşanırken öte yandan yoksulluk, işsizlik, gelir eşitsizliği ve sosyal dışlanma gibi sosyal sorunlar hızla artmakta ve ikili bir yapı ortaya çıkmaktadır. Bu ikili yapı bilgi ekonomisinin nimetlerinden faydalanan küçük bir kesim öte yandan zor şartlarda yaşamını sürdürmeye çalışan büyük kitlelerden oluşmaktadır.

Yazar: **Abdulkadir Şenkal**
Yayınevi: **Umuttepe / Ekonomi Dizisi** • Fiyat: **24**

 melih.celik@techinside.com

orada

TECH INSIDE

Haberi her yerde bulabilirsiniz.

Sizin için ifade ettiği değeri burada bulacaksınız.

