

DİJİTAL


ŞUBAT 2016 / FORTUNE DERGİSİ'NİN EKİDİR.

- Değer yaratmayı bilen adam: Mustafa Koç
- Veri merkezlerinde büyüyen veri için strateji arayışları
- İlker Kuruöz: “4,5 G ile iletişimde paradigma değişecek”
- Y kuşağı dijital ofis istiyor

Albaraka Türk Genel Müdürü
Fahrettin Yahşi:

**İddialı
hedeflerimize
dijital
dönüşümle
ilerliyoruz**





ÜZERİNE KOYARAK BÜYÜYÖRÜZ

Deloitte Teknoloji Fast50 Türkiye sonuçlarına göre **2012, 2013 ve 2014**'ten sonra, **2015** yılında da Türkiye'nin en hızlı büyüyen Veri Merkezi Radore!

Liderlik: Seçenekler ve seçimlerin dansı

Kalamış'ta kahvaltı ederken İlker, "Mustafa Koç kalp krizi geçirmiş" dedi. İşe geldiğimde "Hayatını kaybetti" dediler. Yolda, öğleden sonraki Albaraka görüşmemizle ilgili hazırlık yaptığım için sosyal medyaya bakamamıştım; haberim olmamıştı.

Bu arada, bir türlü randevulaşıp oyunlaştırma ya da gamification konusmayı başaramadığımız Niels'e WhatsApp'ten "29'undan sonra görüşelim; ajandam çok karıştı" diye mesaj yazmıştım. Ölüm haberiyle birlikte gelen WhatsApp mesajı, "Merak etme. Mustafa Koç'un vefatının ardından kapak konunuzu yeniden ele almanız gerektiğini anlayabiliyorum" şeklindeydi.

Niels'in Türkiye'de olmasına mı yoksa Mustafa Koç'un global lider olmasına mı bağlamak gerektiğine karar veremedim ama önemi şüphesiz bir gelişmenin herkes farkındaydı. Öğleden sonra Albaraka Türk'ün dijital dönüşüm hikayesi için bir araya geldiğimiz Genel Müdür Fahrettin Yahşi ile derinlemesine sohbet ettik.

Katılım bankalarının 10 yıl sonra Türkiye bankacılığı içinde yüzde 15 paya sahip olması için hummalı bir koşuşturmaca içinde olan Yahşi'yi toplantısına uğurlayıp CIO Ali Tuğlu ile Albaraka Türk'teki dijital dönüşümün teknik ayrıntılarını konuştuk. Akşam iş bitip evde düşünmeye fırsat olunca, aklıma liderlik ile ilgili bir soru geldi: "liderlik nedir" şeklinde basit soru. Yanıtı aklıma geldi ama netleşmesi Mustafa Koç'un cenazesini bekledi.

Liderlik en basit şekliyle, Akın Öngör'ün kitabının adının da işaret ettiği gibi "Benden Sonra Devam" diyebilmek; bunu sağlayabilmek. Espri, bizde hep "benden sonra tufan" kafasıyla güvenli alan yaratma geleneği bilinince anlam kazanıyor. Bizde, "ben olmadan yapamazsınız" mesajını vermek, temel kişisel sürdürülebilirlik formülüdür. Bunun ne kadar fazla şeyi heder ettiğini genellikle görmeyiz.

Birçok arkadaşımın duyduğum hikayedir ama Alphan Manas, babası Oğuz Manas ile ilgili olarak anlatmıştı. Hep Alphan'ı anlatırken "Oğuz Bey'in oğlu" derlermiş; sonra bir gün Oğuz Bey'i birisi işaret edip "Alphan'ın babası" demiş. Bu geçiş, ilerlemenin en basit tanımı aslında.

Bulduğumuz sektörlerde hiçbir şeyin değişmediğini düşündüğümüzde, bu geçiş durmuş ve zaman sağlıklı akıyor demektir. Ya da akıyor. Bunu değiştirmek liderlerin işidir. Hayat herkesin önüne seçenekler çıkarır ancak işin nereye gideceğini belirleme yeteneği seçenekler değil, seçimlerdir. Bu kimi zaman değişmez olanlara bağlı kalmayı, kimi zaman da değişmeyi gerektirir. Doğrusu önceden belli olmayan bu kararlar, sonuçlarıyla hayatı ve işlerin akışını belirler; bakış açılarını etkileyerek geleceğe yön verir. Değişimler böylece kitlelere mal olur. Bu arada insanlar, sizin işle ilgili kimliğinizin de ötesine bakarlar ve sizi tartarlar. Güven ilişkileri böyle



kurulur.

Bunun dijital dönüşüm ile ilgili bölümü, iş dünyasında nereye varacağı çok da belli olmayan ama yaşanacağı kesin olan dönüşümle ilgili karar süreçlerinde kendisini gösteriyor. Değişime liderlik edenler, taraftar görünüp dönüşümü kendi yönüne bükerek engelleyenler ve doğrudan karşı olanlar hızla ayrışıyor. Bu noktada gerçek liderlik biraz daha farklı ortaya çıkacak.

Mustafa Koç, Davos'ta kadınların hayata katılımı üzerine bir konuşma yapacaktı. Koç Grubu'nun özellikle beyaz eşya ve otomotiv tarafında yaptığı ve Davos'un ana gündemi olan Sanayi 4.0 tarafında önemli yere sahip olduğu önemli işler vardı. Bunları takip ediyorduk ancak oraya varıldığında sağlıklı bir toplum olmak için bu konu daha önemliydi.

Liderlik, oraya varıldığında bir sonraki adımı düşünmek ve daha üst düzeyde, bunu akıl edecek insanları yaratmaktır. Böyle düşündüğümüzde bizi buraya getiren şeylerin neden daha ileri götürmediğini anlayacağız. Bunu değiştirme seçimini yapanlara ise, hayat hep seçenek sunar ve cenazenizde bile sizi takip edecek insanları bulursunuz.

KEREM ÖZDEMİR

Fortune Türkiye Teknoloji Editörü



4 Şirketlerden haberler**8 Veriniz büyüyor stratejiniz hazır mı?**

Büyüyen veriyi sağlıklı tutmak ve ondan maksimum faydayı sağlamak için sağlam bir strateji şart. Büyük veriyi saklama, işleme ve yönetme ihtiyacı veri merkezlerini parlatıyor.

17 Finansı mobil yönetiyor

28 bankanın 19'unun mobil bankacılık hizmeti sunduğu Türkiye'de artık mobil "alternatif" kanal değil "ana" kanal olarak karşımıza çıkıyor.

22 Akıllı kameralar, uzaktan verilen hizmetleri geliştiriyor**23 Akıllı telefonda fidyeciler 2015'e damga vurdu****24 2016'da kariyer planınızı nasıl yapmalısınız?****26 Y kuşağı dijital ofis istiyor****28 Albaraka Türk, gelecek 10 yılın dijital dönüşümünü yaptı**

Albaraka Türk Genel Müdürü Fahrettin Yahşi, bankadaki dijital dönüşümü 10 yıl sonra bankacılık içinde katılım bankacılığının payını yüzde 15'e çıkarma iddiasını desteklediğini söylüyor. "Bankacılığı çocukların gözüyle görmeliyiz" diyen Yahşi, dijital yatırımlarının süreceğini kaydediyor.

36 Değer yaratmayı bilen adam: Mustafa Koç**40 Mobil telekomünikasyonda paradigma değişiyor**

Turkcell'in Teknoloji Genel Müdür Yardımcısı İlker Kuruöz, 4.5G ve sonrasında iletişim paradigmasının tamamen saf veriyi temel alan yeni teknoloji ile değişeceğine dikkat çekiyor.

48 ANALOG: İnovasyonda içici miyiz, satıcı mı?**EDİTÖR**

Kerem Özdemir
kozdemir@fortuneturkey.com

KATKIDA BULUNANLAR

Nuray Şuman
nurays@tazefikirevi.com

Güldane Taşdemir
guldanet@tazefikirevi.com

Selda Aydemir
seldaa@tazefikirevi.com

ADRES

Beybi Giz Plaza
Dereboyu Cad.
Meydan Sok. Kat: 7
Maslak-Şişli İstanbul

BASKI

Bilnet Matbaacılık ve
Ambalaj San. A.Ş.
Dudullu Org. San. Bölgesi
1. Cd. No. 16 Ümraniye/İstanbul
444 4403
www.bilnet.net.tr



Bağlantılı hayat, oh ne rahat!

Türk Telekom Grubu, müşterilerin günlük hayatlarındaki konforunu artırmaya yönelik hizmetler bütününden oluşan "Türk Telekom Konforlu Hayat Platformu"nu hizmete sundu. Türk Telekom Konforlu Hayat Platformu,

müşterilerin günlük hayatlarında kullandıkları araçları ve buldukları mekanları; teknoloji yoluyla birbirleriyle bağlantılı, konforlu ve verimli hale getirebilecekleri yenilikçi ürünlerden oluşuyor. Müşterilere, günlük hayatlarında sık kullandıkları araçları, cihazları ve mekânları her an, her yerden kontrol etme imkânı veren platform, zamandan ve kaynaktan tasarruf sağlıyor. Platform; Yuvam, Aracım, Sağlığım ve Sevdiklerim olmak üzere dört ana kategoride sunduğu yenilikçi ürünlerle müşterilerin gündelik hayatına kolaylık, konfor ve verimlilik getiriyor.

Türk Telekom Grubu Bireysel Pazarlama Genel Müdür Yardımcısı Dehşan Ertürk oluşturdukları platform ile araçlar, nesnelere, mekanlar ve insanlar arasındaki deneyim ve etkileşime yeni ve teknolojik bir boyut katarak hayatın her alanını akıllı ve konforlu hale getirmeyi hedeflediklerini belirtti. Oluşturdukları platform ile araçlar ve mekanlar üzerindeki güce ve kontrole tam anlamıyla müşterilerin hakim olmasını amaçladıklarını ifade eden Dehşan Ertürk, "Türk Telekom Konforlu Hayat Platformu'nu bireylerin günlük hayatlarındaki ev, araç, sağlık gibi farklı alanlara yönelik konfor, kolaylık, kontrol ve verimlilik sağlayan yenilikçi ürün ve servisleri bir araya getirmek ve doğrudan müşterilerin kullanımına sunmak amacıyla hazırladık. Bu platform sayesinde örneğin ebeveynler; evde bakıcılara emanet ettikleri çocuklarını her an her yerden rahatça izleyebilecek, bir aile tatiline çıktığında evlerinin penceresinin açık kalıp kalmadığını kontrol edebilecek. Bir araç sahibi, aracının nerede olduğunu, geçmişte yaptığı seyahatleri ve sürüş performansını/hatalarını görebilecek; bir sürücü aracını kısa süreliğine park ettiği yerden, aracının çekilip çekilmediğinden anında haberdar olabilecek. Bir motosiklet sürücüsü evinde otururken aracı yerinde duruyor mu, devrildi mi diye düşünmek zorunda kalmayacak, aracının hareketiyle ilgili herhangi bir değişiklikten anında bilgi sahibi olabilecek. Hastalar, kendi sağlık durumlarıyla ilgili soruları için doktora gitmeden destek ve yönlendirme alabilecek; anne veya babası kronik hasta olan kişiler, ebeveynlerinin tansiyon, şeker değerlerindeki kritik bir değişimi anında öğrenebilecek. Müşteri odaklı yaklaşımımızın bir sonucu olan ve "nesnelerin interneti" kavramını ülkemizde ilk kez günlük hayata, bu derece yaygın ve faydalı bir şekilde dahil eden Türk Telekom Konforlu Hayat Platformu'nu müşterilerimizle buluşturmanın mutluluğunu yaşıyoruz" dedi.

Teknolojide ortaklık ve işbirliği dönemi

Cihaz geliştiricileri ve içerik geliştiricileri yepyeni ortaklıklar ve işbirliklerine imza atarak teknoloji pazarını büyütmeye devam ediyor. İşte bunlardan çarpıcı iki örnek.

LG VE NETFLIX'TEN ÖRNEK İÇERİK İŞBİRLİĞİ

LG Electronics ve Netflix, dünya çapında bir ortaklık anlaşması başlattıklarını duyurdu. Netflix'in internet üzerinden yaptığı, isteğe bağlı TV yayını faaliyetlerinin büyümesine yardımcı olacak olan bu ortaklık, Amerika, Batı Avrupa, Avustralya, Yeni Zelanda ve Japonya'da daha şimdiden uygulanmaya başlandı. Bu ortaklık sonucu oluşan büyüme, orijinal 4K HDR dizileri de kapsayan, yüksek kaliteli içeriğe sahip, çok geniş çaplı bir arşivi Asya, Ortadoğu ve Avrupa piyasasına ulaştırabilecek. LG, üstün görüntü kalitesi ve performansı, Smart TV sektörüne yaptığı katkılar ve Netflix ile olan görüş benzerlikleri nedeniyle bu ortaklığın birincil ismi olarak seçildi. Netflix'in yapacağı tanıtım ile birlikte, LG ve Netflix, ön ödemeli Netflix servislerine erişim için de güçlerini birleştirecek.



LENOVO, QUALCOMM VE GOOGLE, TANGO PROJESİ'NE İMZA ATTI

Lenovo, Google ile birlikte 2016 yaz aylarında pazara çıkaracağı Qualcomm Snapdragon işlemcili yeni akıllı telefonun özelliklerini parlatacak uygulamalara imza atıyor. Bu üç şirket Tango Projesi için bir araya geldi. Tango Projesi, ileri bilgisayar görüşü, derinlik algısı ve hareket takibi kullanarak ekran üzerinde 3D deneyimi yaşatan ve kullanıcılara içinde buldukları fiziksel dünyayı ellerindeki cihazla keşfetme imkanı sağlayan bir teknoloji platformu. Projede geliştirilen özel yazılım ve donanımla kullanıcının her hareketine tepki verecek bir uygulama geliştirildi ve kullanıcıların her hareketinin takibi sağlandı. Bu yeni uygulamayla evinizi bir bilgisayar oyunu merkezine dönüştürebilirsiniz.



Perakende sektöründe üç boyutlu deneyim

Dassault Systèmes, tüketici malları ve perakende sektörü için hazırladığı yeni endüstri çözümü "My Retail Theatre"ı pazara sundu.

3DExperience platformunu temel alan "My Retail Theatre", tüketim malları sektöründe çalışan şirketlere interaktif ve yüksek kaliteli 3D görselleştirme yetenekleri kazandıracak. Perakendeciler bir yandan tüketici için seçenekleri artırırken diğer yandan büyük stok ihtiyacını azaltabilecek ve fiziksel mağazalarının büyüklüğünden bağımsız olarak geniş ürün yelpazesini eksiksiz bir şekilde sergileyebilecekler. 3DExperience platformunun 3D foto gerçekçi yetenekleri sayesinde tüketiciler, tabletler, akıllı telefonlar ve dokunmatik ekranı olan sistemler gibi bir dizi interaktif görüntüleme cihazı kullanarak, bir mağazada ya da web üzerinde ürün seçimi ve yapılandırması yapabiliyor ve ürünleri kişiselleştirebiliyor. Ayakkabılar, takılar, saatler, deri ürünler ve diğer tüketim malları, tüketiciler tarafından interaktif olarak keşfedilebiliyor ve benzersiz renkler, malzemeler ve dokularla özelleştirilebiliyor. Ürün bileşenleri mevcut envantere göre görüntüleniyor ve teslimat gerçekçi teslim süreleri esas alınarak yapılabiliyor. Tam olarak yapılandırıldıktan sonra tüketiciler, ödeme yaparak alışverişini tamamlayıp sipariş ettikleri ürünlerini sosyal medyada paylaşabiliyorlar.



En başarılı 100 startup

Vodafone'un girişimcilik programı FikirÇarkı'nın sponsorluğunda, TOBB Genç Girişimciler Kurulu ve Endeavour Türkiye'nin desteğiyle Bizz Consulting tarafından gerçekleştirilen "Startup 100 Ödül Töreni"nde Türkiye'nin en başarılı 100 start-upı açıklandı. Törene Pegasus Hava Taşımacılığı ve TOBB Genç Girişimciler Kurulu Başkanı Ali Sabancı ve Vodafone Türkiye İcra Kurulu Başkan Yardımcısı Ender Buruk katıldı.

En Başarılı İlk 10 Startup: BiTaksi, Paraşüt, Onedio, Getir, Ingenious, Iyzico, Blesh, Peak Games, Zeplin, Visionteractive

En Başarılı İlk 3 Kadın Startup: Zeplin.io, Armut.com, Anne lütfen

Anadolu Kökenli En Başarılı İlk 3 Startup: Infodif - Ankara, Komşuköy - Antalya, Duraktan Taksi - Ankara

En Genç Startup: Scorp



Binnur
Gülyüz
Onaran

Havalimanı rehberiniz: TAV Mobile

TAV Havalimanları'nın dört ülkede işlettiği 11 havalimanında sunulan hizmetlerin gerçek zamanlı olarak yolculara ulaşmasını sağlayan TAV Mobile uygulaması, yeni yüzü ve yeni işlevlerle kullanıma sunuldu. TAV Mobile artık tercüme desteği sunuyor, terminalde sizi aradığınızı yere yönlendiriyor, indirimler ve fırsatlar hakkında anında bilgi veriyor. TAV Bilişim Hizmetleri tarafından geliştirilen TAV Mobile uygulaması seyahat planlamasını kolaylaştırırken havalimanındaki hizmet ve fırsatları gerçek zamanlı olarak yolculara sunuyor. Bugüne kadar 400 binden fazla kez indirilen TAV Mobile, yeni sürümüyle kullanıcı memnuniyetini artıracak farklı işlevler içeriyor. Uygulama iOS, Android ve Blackberry platformunda çalışıyor.

TAV Bilişim Hizmetleri Genel Müdürü Binnur Gülyüz Onaran, "Son teknoloji trendlerini ve uygulamalarını yolcular ile buluşturmak bizim en önemli görevimiz. Havacılık sektöründe bilişim teknolojileri alanında hizmet veren bir şirket olarak geliştirdiğimiz TAV Mobile uygulamamızın dünyanın farklı yerlerindeki, farklı milletten yolcular tarafından kullanılıyor olması bizi çok gururlandırıyor. İşimizi ne kadar doğru yaptığımızın kanıtı olarak göstereceğimiz TAV Mobile, bundan sonra da tüm yenilikleri yolcularla buluşturmaya devam edecek" dedi. TAV Mobile uygulaması Türkiye'de İstanbul Atatürk, Ankara Esenboğa, İzmir Adnan Menderes, Milas-Bodrum, Gazipaşa-Alanya havalimanlarında ve yurtdışında Tunus'taki Enfidha-Hammamet ve Monastır, Gürcistan'daki Tiflis ve Batum, Makedonya'daki Üsküp ve Ohrid havalimanları hakkında bilgi veriyor.

Müzikte “dijital fikri mülkiyet” dönemi



Dijital dünyanın fikri mülkiyet açısından yarattığı dezavantajları gidermek üzere işbirliği yapan Tasdix ve Unkapanı Digital, müzik piyasasına adım atmaya hazırlanan müzisyenlerin eserlerini korumak ve eser sahiplerini bilinçlendirmek üzere harekete geçti. Elektronik zaman damgası uygulaması Tasdix, Unkapanı Digital'le birlikte önemli bir işbirliğine imza attı. Senaryodan besteye, fotoğraftan şiire, grafik çiziminden yazılım koduna tüm eserler için dijital ortamda koruma imkanı sunan Tasdix ile Unkapanı müzik piyasasını dijital platforma taşıyan Unkapanı Digital'in bu işbirliği amatör müzisyenlerin eserlerini hukuki delil oluşturacak şekilde güvence altına alıyor. E-GÜVEN'in bir ürünü olan Tasdix, 5070 Sayılı Elektronik İmza Kanunu kapsamında eserlerin oluşturulma zamanlarına dair delil oluşturuyor. Unkapanı Digital ise geleceğin yıldızlarının eserlerini yapımcılarla buluşturan dijital bir platform. Platform tüm müzik türlerine açık. Türkiye'nin önde gelen müzik yapımcı şirketleri üye olarak bu platformda yer alıyor ve müzik dünyasına adım atmaya hazırlanan yeni isimleri yakından izliyorlar. Yapılan işbirliği kapsamında, eser sahipleri önce Unkapanı Digital'e üye oluyor, ardından Tasdix.com'a üye olarak ücretsiz Tasdix programını bilgisayarlarına indiriyorlar. Videolarını herhangi bir yerde yayınlamadan önce çok kısa bir sürede Tasdixleme işlemini gerçekleştirdikten sonra Unkapanı Digital sitesine videolarını yüklüyorlar. Böylelikle eserinin herkesten önce kendinde olduğunu yasal olarak kanıtlayabilme fırsatına sahip oluyorlar.

Armada, Veeam Türkiye'nin üçüncü distribütörü



Veeam'in distribütör ağına katılan Armada Bilgisayar, Türkiye'deki orta ve büyük boyutlu müşterilere kesintisiz çalışma çözümleri sunmada yardımcı olacak. Armada'yla yapılan anlaşmanın bir sonucu olarak Veeam'in Türkiye'de çalıştığı distribütör sayısı üçe yükseldi. Veeam'in güçlü dist-

ribütör ağına katılan Armada, Avnet ve Ingram Micro Aptec ile Veeam'in partner programına yeni satıcıların katılması amacıyla kapsamlı destek sağlayarak yerel BT pazarında daha da güçlenmesine yardım edecek. Bunun yanında Veeam erişilebilirlik çözümleri satan iş ortaklarına da satış sonrası teknik ve pazarlama desteği sağlayacak. Günümüzde kurumlar herhangi bir kesinti ve veri kaybı olmadan istedikleri bir cihazla istedikleri yerden 7 gün 24 saat boyunca uygulamalarına erişebilmeyi talep ediyorlar. Sonuç olarak işletmeler BT departmanlarını daha önce hiç olmadığı kadar kesintisiz hizmet sağlamaları için zorluyor, kesintisiz ve her zaman ulaşabilecekleri çalışma ortamına ihtiyaç duyuyor ve bunu talep ediyorlar. Veeam Software Türkiye Ülke Müdürü Ozan İnan, Armada Bilgisayar ile yapılan işbirliğinin Veeam'in gücüne güç katacağını belirtti.



Bulut bilişimle sanal ofise

Bulut bilişimin iş yapış modellerinde yarattığı değişimin 2016'da en fazla etkileyeceği alanlardan biri ofisler olacak. Bulut bilişimle birlikte masa, PC ve hatlı telefondan oluşan klasik ofisler geçmişte kalıyor. Yarının ofisleri ise mobil, dijital, her yerden ve her zaman ulaşılabilir ofisler olarak yükseliyor. Araştırma şirketi Vanson Bourne tarafından BT sektöründe gerçekleştirilen bir araştırma göre, BT yöneticilerinin yüzde 46'sı sanal ofis yatırımını öncelikleri arasında sıralıyor. T-Systems, şirketlerin bu dönüşümü tamamlamalarına katkı sağlarken, T-Systems tarafından geliştirilen "Dynamic Workplace" (DWP) hizmetiyle şirketler sanal ofislere kavuşuyor. Bugün birçok global şirketin ofis kiralamak yerine, bulut teknolojisinin sunduğu sanal ofisleri tercih etmesinden yola çıkarak oluşturulan "Dynamic Workplace" hizmetiyle T-Systems, geçmişin klasik ofislerine oranla çok daha fazla avantaj sağlıyor. Bu avantajların başında, çalışanların hareket halindeyken veya şirket dışındayken mobil cihazlarını kullanarak bulut ortamıyla ulaşabiliyor olmaları geliyor. Diğer yandan, güvenli bulut ortamında çalışmak, şirketlere önemli oranda tasarruf sağlıyor.

80'lerden beri sizden biriyiz.

30 yıl

Biliyoruz ki insanı insan yapan, güçlü kılan değerleridir.

İşte bu nedenle tam 30 yıldır, samimiyetinizi, elinizde olanı pay etmenizi, tasarruf bilincinizi, kısacası önem verdiğiniz tüm değerleri el üstünde tuttuk.

Sizin hedefleriniz bizim hedeflerimiz, sizin hassasiyetleriniz bizim hassasiyetlerimiz oldu.

Tam 30 yıldır olduğu gibi bugün de değerlerinize değer katmaya devam ediyoruz.




0850 222 5 666
444 5 666
albaraka.com.tr

#DeğişmeyenDeğerlerimiz



alBaraka

VERİNİZ BÜYÜYOR, STRATEJİNİZ HAZIR MI?



Büyüyen verinize dur diyemeyeceğiniz göre verinizi sağlıklı büyütmek ve ondan maksimum faydayı sağlamak için elinizde herşeyden önce sağlam bir stratejiniz olmalı. Büyüyen verinizi neden, niçin, nasıl, nerede saklayacak, işleyecek ve yöneteceksiniz? Bu soruya vereceğiniz yanıt, büyük olasılıkla sizi veri merkezlerine götürecektir.

Nuray Şuman

INTERNET ve mobil hem kurumsal hem de bireysel veri miktarını her geçen gün artırıyor. Bu da verinin muhafaza edilmesinin, güvenliğinin ve erişilebilirliğinin ne kadar önemli olduğunu gözler önüne seriyor. Saklama ve veri işleminin birim maliyetleri azalsa da, hızlı üreyen veriyi saklamak ve işleminin toplam maliyeti artıyor. Veri merkezlerinin kullanıcılarına güvenli bir hizmet sunması ve gerekli donanım koşullarını sağlama çok önemli.

İş dünyasının dinamikleri, teknolojinin gelişimiyle birlikte hızla değişim gösteriyor. Şirketlerin ve şirketlerdeki kullanıcıların hız, güvenlik, taşınabilirlik, erişim ve yönetim kolaylığı gereksinimi giderek artıyor.

Diğer yandan değişen başka unsurlar da mevcut. Örneğin elektro-

nikleşme ve dijitalleşme giderek artıyor, e-işletmelerin büyümesi, e-ticaretin artması, mobil uygulamaların çeşitlenip artması, bankacılık, eğitim, vergi, sağlık, vergi başta olmak üzere pek çok kamu hizmetinin elektronik hale gelmesi, sosyal ağların ve sosyal ağlarda paylaşılan içeriğin artması, bulut hizmetlerinin yaygınlaşması gibi unsurlar dijital veri hacimini her geçen gün büyütüyor.

Bu gerçekleri alt alta topladığımızda da şirketlerde veri depolama için artan bir talep var ve bu talep, veri büyüdükçe daha da büyüyor. Yapılan araştırmalar, son iki yılda kaydedilen veri miktarı, ilk veri kaydının başlangıcından son iki yıla kadar olan toplam veri kaydının iki katı büyüklüğünde. Bu büyük hacimli verinin depolanması, işlenmesi ve birbiriyle haberleşebilmesi kritik önem taşıyor.

Şirketler yeni çözümlere yatı-

rım yaparken fiyat/performans kriterlerine göre hareket etmek durumunda. Peki çare her şirketin kendi sunucu çiftliğini kurması mı yoksa bu hizmeti veri merkezi işletmecilerinden alması mı? Bu sorunun yanıtı şirketlerin iş hacmi ve büyüklüğüne göre değişmekle birlikte bulut bilişim hizmetlerinin yaygınlaşmasıyla birlikte hemen tüm şirketlerin dışarıdan veri merkezi hizmeti almasını gerektirecek.

Veri merkezleri gelişen teknoloji ve artan gereksinimlerle doğru orantılı olarak yeni nesil veri merkezlerine dönüşüyor. Yeni nesil veri merkezi altyapısında aranan ya da talep edilen özellikler arasında işletim kolaylığı ve standartizasyon, birleştirme, esneklik, kaynak kullanımının artırılması, az enerji tüketimi, sahip olma maliyetleri ve harcamaların düşürülmesi, enerji tasarrufu sağlanması, çevre dostu bir yapı oluşturma gibi belli başlı unsurlar geliyor.

Şirketler bir veri merkezi işletmecisinden hizmet alma yoluna gitse dahi öncesinde bir veri saklama ve yönetim stratejisinin olması gerekiyor. Kurumsal yönetim açısından şirketin geleceğini belirleyecek bu stratejiyi oluşturmada hangi noktalara dikkat edilmesi gerektiğini konunun uzmanlarına danıştık.

VERİ SAKLAMA VE YÖNETME, YENİ TEKNOLOJİLERİ KAPSAMLI

Küreselleşme ile birlikte internetin yükselişi, bulut hizmetlerinin benimsenmesi, sanallaştırma ve artan mobilite kesintisiz çalışma-



İnan, Veeam'in şirket stratejilerini Always-On Enterprise'a taşıdıklarını söylüyor.



**Hewlett Packard
Enterprise**

5 Yıldızlı Kullanıcı Deneyimi İçin Uygulamalarınızı Kontrol Altına Alın

Yazılım yük testleri alanında dünya lideri HPE LoadRunner ile binlerce kullanıcılık yükler yaratarak uygulamalarınızı deneyin. Sorunları belirleyip, yüksek kaliteli yazılım dağıtımını sağlayın.

Bize Ulaşın:

www.hpe.com/tr
0216 636 63 29





nın gerekliliğini ortaya koyuyor. Mobil işgücü ve müşteri beklentileri, ürünlere ve hizmetlere erişimin tüm saat dilimlerinde standart haline geldiği bir dünya yaratmış durumda. Veeam Software Ülke Müdürü Ozan İnan, bu gerçeğe dikkat çekiyor ve bilişim teknolojilerinin, şirketin giderlerini çok fazla artırmadan işleyişin devamını sağlaması gerektiğini belirtiyor. “Kurumların operasyonlarını sorunsuz bir şekilde devam ettirmeleri ve her zaman ulaşılabilir şekilde doğru BT cihazlarıyla desteklemeleri artık bir seçenek değil, pazarda bir adım önde olmak için bir zorunluluk” diyor İnan şöyle devam ediyor: “Veeam olarak günümüz şirketlerinin stratejilerini, Always-On Enterprise olarak tanımladığımız e-postalar, sunucular, sosyal ağlar ve işlem portalları gibi kritik uygulamalara herhangi bir yerden ve zamanda 7/24 erişilebilir olması yönünde şekillendirmelerini sağlıyoruz. Modern veri saklama ve yönetme alanındaki stratejilerin bu ihtiyaçları karşılayacak nitelikte şekillendirilmesi gerekiyor.”

Anadolu Bilişim Dönüşüm Projeleri ve Müşteri İlişkileri Grup Müdürü Yaser Aras, yakın tarihe kadar şirketlerin verilerini ve işletim sistemlerini kendi bünyelerinde barındırdıklarını söyleyerek bugün yeni teknolojiler sayesinde örneğin her yerden ve her zaman güncel veri üzerinde çalışmayı destekleyen iş modeli ve mobilite kavramı ile birlikte dışarıdan hizmet alımına gidildiğini açıklıyor. Şirketlerin veri saklama ve yönetme stratejisinin; mobil cihazlarda çalışanların mekandan bağımsız



Aras, güncel veri ile çalışmayı destekleyen mobilitede dışarıdan hizmet alımına gidildiğini söylüyor.

ve birlikte çalışmasını destekleyecek, üretkenliğini artıracak, karar almalarını hızlandıracak ve müşteri memnuniyetini yükseltecek sanallaştırma ve bulut bilişim teknolojilerinin dışarıdan temin etme şeklinde gerçekleştirilmeye başlandığını vurguluyor.

Hewlett Packard Enterprise Teknoloji Hizmetleri Ülke Müdürü Müge Taşer, teknoloji yeniledikçe veriyi taşıma fonksiyonunun belli bir iş değerine dayandırılması gerekliliğini vurgulayarak şu açıklamayı yapıyor: “Eğer verimsiz, iyi yapılandırılmamış ve kararsız bir ortama sahip olduğunuz için teknolojiyi değiştiriyorsanız, veriyi sadece yeni bir konuma taşımakla sonucu büyük ölçüde değiştiremeyebilirsiniz. Dönüşüm yolculuğu aşağıdakileri kapsayan çeşitli anahtar başarı faktörlerine dayalı olmalıdır:

- İş değerinin anlaşılması: Maliyetleri düşürmenin, yönetimi basitleştirmenin, güvenliği artırmanın ve kaynakların israfını önlemenin en etkili yolu bir iş değeri yaklaşımı almaktır. Hem maddi

hem de maddi olmayan faydaların anlaşılması gereklidir.

- Veri yönetimi platformu hedef durumu için net bir vizyon: Vizyonu gerçekleştirmek ve iş değeri sunmak için nasıl bir yaklaşım olması gerektiği düşünülmelidir. En büyük farkı yaratmak için yeni teknolojileri nereye uygulayabilirsiniz?

- Son kullanıcı için tasarlama: Teknoloji açısından en iyi hazırlanmış çözüm eğer son kullanıcılar işlerini verimli yapamıyorsa işe yaramaz. Yeni mimarinin son kullanıcı düşünülerek tasarlanması gerekir.

- Varolan ortamın gereksinimlerini anlama: Geçmişteki hataların tekrarlanmaması önemlidir!

- Doğru servisin seçimini sağlamak ve bunun güvenlik, kontrol, inovasyon ve maliyetler ile dengelemesi.”

HANGİ DURUMDA DIŞARIDAN VERİ MERKEZİ HİZMETİNE YÖNELİLMELİ?

Hewlett Packard Enterprise Altyapı ve Teknoloji Hizmetleri

KESİNTİSİZ UZMANLIK



Anadolu Bilişim olarak, Data Center ve katma değerli hizmetlerimizle kesintisiz destek sağlamaya her koşulda devam ettiğimiz bir seneyi daha geride bıraktık.

Saatin kaç olduğunun bir önemi olmayan dünyamızda, 7/24 kesintisiz uzmanlığımızı müşterilerimize sunmaya yeni yılda da devam edeceğiz.

Alanında uzman sertifikalı kaynaklarımıza ulaşmak için:
info@abh.com.tr





Taşer, teknoloji yenilendiğiçe veriyi taşıma fonksiyonunun belli bir iş değerine dayandırılması gerekliliğini vurguluyor.

Müdürü Umut Taştan, bu soruya şöyle yanıt veriyor: “Bu soruyu iki farklı durum için cevaplamak uygun olacaktır. Eğer şirket operasyonel veya stratejik bir sebepten dolayı, veri merkezini kendisi kurup yönetmek durumundaysa, özellikle sıfırdan kurulma aşamasında mutlaka dışarıdan danışmanlık hizmeti almasını tavsiye ediyoruz. Çünkü bu süreç içinde, çok özel teknik yetkinlikler gerektiren yatırım kararları verilecek, alınan kararların sonradan düzeltilmesi kolay olmayacaktır. Buna ek olarak kurulu veri merkezleri için de düzenli aralıklarla inceleme yapılmalı ve geliştirme yönünde tavsiyeler alınmalıdır. Yine bu konularda, dışarıdan, bağımsız bir gözden destek alınması uygun olacaktır.

Öte yandan, aslında birçok şirket için veri merkezlerinin kendi

bünyelerinde barındırılması operasyonel veya stratejik anlamda gerekli olmuyor. Ancak veri merkezleri ve bilgi işlem altyapısı artık şirketlerin işini sürdürebilmesi için çok kritik hale geldi. Örneğin veri merkezindeki yarım saatlik kesinti, hem satışları durdurup hem de şirketin piyasadaki imajını ve güvenilirliğini etkileyebiliyor. Bu tür durumlarda veri merkezi hizmetini dışarıdan, hem kalite hem de maliyet anlamında daha uygun bir şekilde, sadece bu işe odaklanmış şirketlerden almak uygun olacaktır.”

Yaser Aras da mobilite büyük veriyi saklamada ve işlemede şirketler için doğru çözümün, uluslararası standartlarda profesyonel hizmet veren veri merkezlerinin sunduğu bulut bilişim hizmetleri olduğuna dikkat çekiyor.

Ozan İnan, eski çözümlerin büyüyen veriyi etkili ve maliyet tasarruflu bir şekilde yönetmesini engellediğinden hareketle; yedekleme depolamasının yönetilmesinin şirketler için çok büyük ve pahalı bir çaba gerektirdiğini vurguluyor. Bu durumda yeni nesil veri merkezi hizmetine başvurmanın kritik önem taşıdığını sözlerine ekliyor.

KESİNTİSİZ ÇALIŞMA İÇİN VERİ MERKEZİNİN ÖNEMİ

Veri merkezinin temel işlevi, güvenli bir şekilde verilere her an her yerden kesintisiz erişimi ve çalışmayı sağlamaktır. Diğer bir deyişle veri merkezleri, deprem, sel, fırtına gibi doğal afetler veya elektrik kesintisi, yangın, hatta sabotaj gibi insan kaynaklı kesinti

sebeplerine karşı, teknik ve süreçsel olarak güvenli olmalıdır.

Veri merkezi hizmeti sağlayan şirketlerin hizmet yaklaşımları tüm bu unsurları dikkate alacak şekilde oluşturulmuş durumda mı?

Bu konuda ABH'nin bakışını Yaser Aras şöyle özetliyor: “Anadolu Bilişim olarak Türkiye dahil 15 ülkede 50 binden fazla kurumsal kullanıcıya Anadolu Bilişim Data Center ile hizmet sunuyoruz. Anadolu Bilişim Data Center, Uluslararası Tier III standartlarına uyumlu bir veri merkezi olarak tasarlandı. Müşterilerimizin aldığı hizmetlerin yedi gün 24 saat boyunca kesintisiz, performanslı ve güvenli bir şekilde çalışmasını garanti altına alıyoruz. Akıllı bina konseptiyle tasarlanan merkezimiz, yedi aşamalı güvenlik sistemiyle kurumlar için son derece güvenli bir barınak oluyor. Üç ayrı noktadan ve üç ayrı operatörden fiber optik kablo ve uydu bağlan-



Taştan, “Kritik iş uygulamalarında daha kaliteli ve uygun maliyetli olarak sadece bu işe odaklı şirketlerden almak uygun olacaktır” diyor.

Veeam Availability Suite



Yüksek Hızlı
Kurtarma



Veri Kaybı
Önleme



Doğrulanmış
Koruma



Verilerden
Faydalanma



Tam
Görünürlük

Veri Merkezlerinin Kesintisiz Çalışabilmesi İçin İnovatif Çözümler

İnanılmaz bir hızla ve çeşitlilikle büyüyen veri, kurumlar için fırsatları da içinde barındırıyor. Geriye bu veriyi iyi yönetmek, doğru ve güvenilir bilgiye dönüştürmek, hızlı ve kolay erişilebilir kılmak kalıyor. Yeni dünyada oluşan çözüm ve hizmetler ise şirketlerin ihtiyacını en iyi şekilde karşılıyor.

Veeam, dünya çapında kesintisiz çalışmayı gerçekleştirmeyi ve sürdürme sırasında şirketlerin karşılaştığı zorlukları analiz ederek oluşturduğu veri yönetimi (yedekleme ve replikasyon) çözümleriyle, modern veri merkezinin kesintisiz çalışması adına yeni bir pazara öncülük ediyor. Şirketlerin, kurtarma zamanı ve kurtarma noktası hedeflerini (RTPO) tüm uygulamalar ve veriler için 15 dakika ya da daha az zamanda gerçekleştirmelerine yardımcı oluyor. Bu talebi yüksek hızda veri kurtarma, veri kaybının önüne geçme, kanıtlanmış koruma, yedeklenen veriden faydalanma ve uçtan uca görüntüleme olarak nitelendirilen temel özellikleri ile mümkün kılıyor. Kamu, telekom, eğitim, perakende, sağlık ve enerji başta olmak üzere her sektörde kuruluşların veri yönetimi süreçlerinde zamandan tasarruf etmelerine, veri kaybı riskleri azaltmalarına, sermaye ve faaliyet giderlerini çok büyük oranda düşürmelerine yardımcı olan Veeam, modern veri merkezini etkinleştiren sanallaştırma, depolama ve bulut teknolojilerine destek veriyor. Veeam her an erişilebilecek daha güvenli veri merkezleri için kurumların atması gereken bazı adımlar olduğunu belirtmektedir.

İlk olarak acil bir durumda sürat önemlidir. Çünkü kesintinin her saniyesi para ve çabanın boşa harcanması demektir. Bu durumda klasik şirket

içi yedekleme avantajlıdır, böylece kesintiler dakikalar içinde çözülebilir. Ancak bir hatanın tüm siteyi etkilemesi durumunda şirket içi yedeklemenin sınırlı yardımı olur. Kapsamlı bir stratejiye uygun olarak erişilebilirlik, verinin dışarıda depolanmasını ve ulaşılabilir olmasını talep eder. Bir seçenek, verinin güvenliğe alınmış ikinci bir veri merkezine aktarılmasıdır. Hassas ve iş kritik veriler için bu yaklaşım yüksek seviyeli güvenlik sağlarken yasal yükümlülükleri de karşılar. Buna karşın bir veri merkezinin yapımı ve işletilmesi çok pahalıdır. Bu yüzden şirketler, şirket dışı yedekleme için bulut çözümlerinin kullanımını değerlendirebilirler.

İkinci önemli ölçüt ise yedeklemenin dakiklığıdır. Günlük tam yedeklemeler uzun dönemli depolama için uygun olsalar da bir felaket anında yeterli değildir. Ciddi veri kayıplarının önüne geçmek için şirketler birbirine yakın kurtarma noktaları talep ederler. Buna da örneğin kademeli yedeklemeyle ulaşılabilir ki en son yapılan tam yedeklemeye kadar devamlı olarak değişiklikler kaydedilebilir. Gerçekleştirmek için çok az yer ve işlem gücü harcayan bu teknoloji, özellikle sanallaştırılmış ortamlar için uygundur. Uygun kurtarma gereçleri kullanarak RTPO da gözle görülür ölçüde düşürülebilir. Yedeklenmiş verinin aktarımının kurumsal ağı yavaşlatmasının önüne geçebilmek için WAN'ı hızlandıracak ve daha iyi hale getirecek araçlar da bulunmaktadır.

Otomatik kalite denetimiyle riskleri azaltmak

Son olarak yedeklemelerin kalitesi de ihmal edilmemelidir. Dünya çapında BT karar vericileri arasında yapılan bir araştırma olan Veeam Veri Merkezi Erişilebilirlik Raporu'na göre bu nadiren gerçekleştirilmektedir. Bunun nedeni de test için gereken yüksek iş gücüdür. Bu durum kayda değer bir risk taşımaktadır çünkü araştırmalara göre yapılan tüm yedeklemelerin altıda bir kurtarılamamaktadır. Araştırmaya katılanların kayıtlarına göre yılda ortalama 13 arıza sonucu şirketler yılda en az iki kez veri kaybetmektedir. Bu riski azaltmak için yedekler ve veri kurtarma otomatik olarak kontrol edilmelidir. Veeam gibi modern erişilebilirlik araçları bu risklere karşı uygun fonksiyonlar sunmaktadır.

Günümüzde müşteriler 24 saat online çalışıyorlar, üretim kendi kendini idare ediyor ve mesai saatleri dışında da devam ediyor. Birbirinden farklı zaman dilimlerinden çalışanların, iş ortaklarının veri ve uygulamalara erişmeleri gerekiyor. Pazar payı ve fırsatlar için rekabette önde olmak amacıyla şirketler dijital çalışmanın tüm imkanlarını kullanmalılar. Veeam'ın sunduğu erişilebilirlik stratejisi bir hava yastığıdır, herhangi bir arıza ortaya çıktığında size en kötüsünden korur.

VEEAM
IT JUST WORKS!™

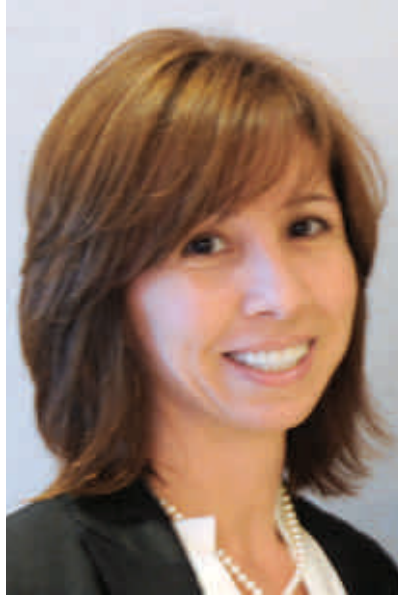


tısı ile desteklenen altyapıya sahip veri merkezinde bulunan tüm sistemlerin özel yönetim sistemi sayesinde yedi gün 24 saat boyunca takip edilebiliyor.

Sunucu barındırma, sanallaştırma, veri yedekleme, veri kurtarma, olağanüstü durum merkezi (ODM) hizmetleri, işletim sistemleri yönetimi, fiziksel altyapı hizmetleri, yönetilebilir güvenlik hizmetleri, saha hizmetleri, veri tabanı yönetimi, farklı teknoloji platformlarında mesajlaşma ve video konferans hizmetleriyle şirketleri dijital çağa taşıyoruz.

Anadolu Bilişim Data Center'ın ana faaliyet alanlarından birisi olan bulut bilişimde, iş uygulamalarının buluta taşınması konusunda kurumlara güvenilir iş ortağı oluyoruz. Özellikle finans, bankacılık, sağlık, üretim, lojistik, otomotiv ve perakendecilik sektörlerinde veri merkezi hizmetlerinde deneyimimizle faaliyet gösteriyoruz. Sadece masaüstü çalışma için değil, artan mobilite trendiyle mobil cihazlar için de her an her yerden iş süreçlerini güvenli şekilde yönetmeyi sağlayacak çözümler geliştiriyoruz. Sanallaştırma alanında sektörün önde gelen teknoloji sağlayıcıları ile işbirliklerimiz var.”

Hewlett Packard Enterprise Veri Merkezi ve Teknoloji Danışmanlığı İş Yöneticisi Bahar Önderol da verinin tüm yaşam döngüsünün içine alan bütünlük bir veri merkezi hizmet yaklaşımını sunduklarını belirterek şunları kaydediyor: “HPE Veri Merkezi ve Teknoloji Danışmanlığı birimi olarak, bir veri merkezi yaşam döngüsünün



Önderol, inovatif ve enerji tasarrufu sağlayan tasarımlarının veri merkezinin OpEx ve CapEx giderlerini düşürdüğünü kaydediyor.

tüm adımlarına yönelik servisler veriyoruz. Özellikle günümüzde büyük bir hızla değişen teknolojiyi barındıran veri merkezlerinin, iş gereksinimleri ve teknolojik dönüşüm gereksinimlerini karşılayacak şekilde stratejilerinin belirlenmesi alanında önemli bir deneyimimiz bulunuyor. İnovatif ve enerji tasarrufu sağlayan tasarımlarımız sayesinde kurumlar veri merkezinin OpEx ve CapEx giderlerini en az seviyeye indirebiliyorlar.

Var olan veri merkezleri için, müşterilerimizin teknik altyapılarını İstanbul ve Ankara’da bulunan veri merkezlerimizde onlar adına daha uygun maliyetli, güvenli ve ek hizmetler ile barındırıp yönetiyoruz. Yine var olan veri merkezlerini, istenildiği takdirde HPE’nin Global veri merkezlerinde bulut üzerinde konumlandırarak da hizmetler de veriyoruz.”

Ozan İnan, Veeam Software olarak şirketlere sundukları veri merkezi hizmetlerini şöyle özetliyor: “Biz dünya çapında kesintisiz çalışmayı gerçekleştirme ve sürdürme sırasında şirketlerin karşılaştığı zorlukları analiz ederek oluşturduğumuz veri yönetimi (yedekleme ve replikasyon) çözümleriyle modern veri merkezinin kesintisiz çalışması adına yeni bir pazara öncülük ediyoruz. Veeam Software’in çözümleri hem bulutta hem de sanal makinelerde hiç sorun çıkarmadan çalışıyor. Şirketler yedeklenmiş ve kopyalanmış verilerini bulutta güvenle saklayabiliyorlar. BT’nin hızlı kurtarmadan beklediği her şeyi tam BT’nin istediği gibi karşılayan çözümlerimiz, aynı zamanda hiç durmadan verileri koruyor ve devamlı felaket kurtarma hizmeti veriyor. Şirketlerin, kurtarma zamanı ve kurtarma noktası hedeflerini (RTPO) tüm uygulamalar ve veriler için 15 dakika ya da daha az zamanda gerçekleştirmelerine yardımcı oluyoruz. Bu talebi yüksek hızda veri kurtarma, veri kaybının önüne geçme, kanıtlanmış koruma, yedeklenen veriden faydalanma ve uçtan uca görüntüleme olarak nitelendirdiğimiz temel özelliklerimiz ile mümkün kılıyoruz. ESG’nin Veeam için gerçekleştirdiği Müşteri Davranış Araştırması’na göre Veeam müşterilerinin yüzde 83’ü daha önce kullandıkları yedekleme uygulamalarından çok, şu an kullandıkları yedekleme uygulamasıyla kendilerini güvende hissettiklerini belirtiyorlar.”

Finansı mobil yönetiyor

Ülkemizdeki 28 bankanın 19'unun mobil bankacılık hizmeti mevcut. TBB verilerine göre Temmuz-Eylül 2015 döneminde 10,5 milyon kişi en az bir kere mobil bankacılık hizmetlerinden faydalanmış. Üstelik artık mobil cihazımız ödeme de yapıyor. Kısacası artık mobil "alternatif" kanal değil "ana" kanal olarak karşımıza çıkıyor. **Nuray Şuman**

FİNANS SEKTÖRÜNÜN müşteri hizmetleri tarafındaki en önemli trendi hiç kuşkusuz mobil finans ve mobil ödeme uygulamaları oldu. Mobil finansı, tüm finansal işlemlerin mobil servisler üzerinden verilmesi olarak basitçe tanımlayabiliriz. Mobil ödeme de mobil finansın bir hizmeti olarak karşımıza çıkıyor ve hızla yaygınlaşıyor. Dolayısıyla finans sektörünün kaderini mobil teknolojiler ve uygulamalar belirliyor dersek hiç de abartmış olmayız.

Dünya çapında bu alandaki gelişmeler ve beklentilere bakacak olursak; danışmanlık şirketi EY'nin yaptığı bir araştırmaya göre 2017'de 1 milyar kişi cep telefonunu bankacılık işlemleri için de kullanacak. Mobil ödeme işlem hacmi bu süreçte dört katna çıkarak yıllık 1,3 trilyon dolara ulaşacak. Banka hesabı olmayan 1,8 milyar kişinin mobil telefona sahip olması ve mobil araçlar üzerinden yapılan para transferinin kimi yerlerde bankaya göre 50'de bir fiyata yapılabilmesi, mobil bankacılık büyüme potansiyelinin en büyük nedenleri olarak gösteriliyor. 2001'de sadece bir mobil ödeme sistemi mevcutken bugün 150 mobil ödeme sistemi kullanıldığını da dikkat çekiliyor.

Türkiye'de Bankalar Birliği (TBB)'nin Eylül 2015 raporuna göre; 16 milyondan fazla banka müşterisi internet bankacılığını, 10 milyondan fazla banka müşterisi ise mobil bankacılığı aktif olarak kullanıyor. İnternet ve cep telefonu kullanımının yaygınlaşması ile dijital bankacılık kullanan kişi sayısı her geçen gün giderek artıyor. Mobil bankacılık üzerinden gerçekleştirilen finansal işlemlerin (para transferleri, ödemeler, yatırım işlemleri, kredi kartı işlemleri, diğer işlemler) bir önceki

döneme göre yüzde 190 oranında arttığı gözleniyor. Mobil finans ve mobil ödeme inovatif yaklaşım ve uygulamalarla özellikle genç müşteri kitlesinin gözdesi durumunda. Bununla birlikte her iki uygulamanın da yaygınlaşması, yeni yasal düzenlemeler ve güvenlik risklerinin giderilmesine bağlı. Nitekim EY'nin rakamlarına göre finansal uygulamalar ile henüz tanışmayan akıllı telefon kullanıcılarının yüzde 68'i güvenlik endişelerinden dolayı bu hizmetlerden yararlanmıyor.

Sonuç olarak mobil teknolojilerin can damarı sayılacak mobil finans ve mobil ödeme alanının önü çok açık ve Y kuşağından Z kuşağına kadar uzanan çok geniş bir kullanıcı kitlesi mevcut. Mobil finans ve mobil ödeme hizmeti sunan BKM ve ülkemizin önde gelen bankalarının bu konudaki yaklaşımları, planları ve projelerine göz atalım:



Bankalararası Kart Merkezi Genel Müdürü Dr. Soner Canko: Mobil, ödeme sistemlerinde ana kanal olacak

Türkiye Bankalar Birliği (TBB) verilerine göre Eylül 2015 itibarıyla internet bankacısı 28 bankanın 19'u aynı zamanda mobil bankacılık hizmeti veriyor ve Temmuz-Eylül 2015 döneminde 10,5 milyon kişi en az bir kere mobil bankacılık hizmetlerinden faydalanmış. Akıllı telefon penetrasyonunun yüzde 60'lar seviyesine çıkacağına öngörüldüğü 2016'da mobil uygulamalara ve mobil bankacılığa olan talebin artacağını da tahmin ediyoruz.

BKM olarak geliştirdiğimiz Türkiye'nin ilk dijital/mobil cüzdan uygulaması BKM Express ise Türkiye'de kullanılan en önemli mobil ödeme platformlarından biri haline geldi. 1 milyonu geçen üye sayısı ve binden fazla üye iş yeriyle BKM Express hem güvenli hem de hızlı bir ödeme sistemi olarak kullanıcılar tarafından çok tercih edildi. BKM Express'in hem iOS hem de Android versiyonları bulunuyor. Kullanıcılar BKM Express uygulamasını yükleyerek istedikleri yerde istedikleri zaman güvenli mobil alışverişin keyfini çıkarabiliyor, istedikleri kişiye 7/24 para gönderimi yapabiliyorlar. Neredeyse tüm bankalara ait banka ve kredi kartlarının tanımlanabildiği BKM Express Türkiye'nin en büyük iş yerlerinde yapılan alışverişlerde ödeme olanağı sağlıyor.

BKM Express'in mobil uygulaması Temmuz 2013'ten bu yana kullanıcılarımıza hizmet veriyor. 2013'te beş iş yerinde kullanılabilen uygulamamız şu anda 30 iş yerinin mobil sitelerinde, iOS ve Android uygulamalarında yer alıyor.

2013'ten bu yana BKM Express mobil alışverişlerin tüm BKM Express



alışverişlerine göre payı 10 katı artarak yüzde 40'a ulaştı. 2010'da yüzde 6 olan internet alışverişlerinin payı 2015'te yüzde 10'a yükseldi. 2016'da mobil ödemelerin daha da hızla yaygınlaşacağını tahmin etmek zor değil. Bununla beraber gelecek iki yıl içinde mobilin ana kanal olma yolunda ilerleyeceğini elimizdeki verilere dayanarak söyleyebiliriz. Bu sebeple biz de BKM olarak, mobile yatırım yapmayı sürdüreceğiz.

Mobil uygulamalarını yenileyen BKM Express'in 2016 planları arasında; üye iş yeri ve kullanıcı sayımızı artırmak, tablet uygulamaları geliştirmek, 2015 yılında Bitaksi işbirliği ile başlayan tek tıkla ödeme uygulamasını yaygınlaştırılmak, QR kod ve link ile kolayca para gönderilebilmesini sağlamak, sosyal medya üzerinden alışverişini kolaylaştırmak, para isteme uygulaması (Para transferini alıcının tetiklemesi) ve HCE teknolojisi ile temassız ödeme gibi yeni yatırımlar yapmak var.

YENİ YASAL DÜZENLEMELER NE GETİRECEK?

6493 sayılı Elektronik Para Kanunu'nun 2013 yılında yürürlüğe girmesiyle birlikte banka olmayan, e-para ve ödeme kuruluşlarının faaliyet izni olarak mobil ödemeler alanında faaliyet göstermesi mümkün hale geldi. Kanunun alt düzenlemeleri büyük ölçüde yürürlüğe girdi ve Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurulu (BDDK) söz konusu alanlarda faaliyet göstermek için başvuran kuruluşlara faaliyet izni vermeye başladı. Kredi kartları ve banka kartlarının mobil ödemelerde kullanılması ise 5464 sayılı Kanun ve alt düzenlemeleri ile belirleniyor. Her iki kanun kapsamında, 2016'da özellikle internet veya mobil cihazlar yoluyla yapılan ödemelerin güvenliği konusunda yeni düzenlemelerin yürürlüğe girmesini bekliyoruz.

Yüz yüze mobil ödemelerin Gelir İdaresi Başkanlığı'nın Yeni Nesil Ödeme Kaydedici Cihazlar'a ilişkin düzenlemelerine uyumlu hale gelmesi için görüşmelerimizi sürdürüyoruz. Yakında başta mobil ödemeler olmak üzere sektörde bu konudaki soru işaretlerinin ortadan kalkacağını düşünüyoruz. Türkiye'nin dünyadaki öncü konumunu koruması için yasal düzenlemelerin hayata geçirilmesi gerekiyor. Yeni teknolojik gelişmelerin ülkemize adaptasyonu konusunda sektörün önünü açacak çalışmalar 2016'daki daha büyük önem kazanacak. BKM Express uygulamamız sayesinde ekonominin kayıt altına alınmasına destek olurken yapılacak yeni düzenlemelerle kullanıcılarımızın hayatının daha da kolaylaştırılacağına inanıyoruz.

Akbank Direkt Bankacılık Genel Müdür Yardımcısı Orkun Oğuz: **Mobil finans ve mobil ödemede ilkleri yaşıyoruz**

Akbank olarak vizyonumuz, mobil merkeze alarak tüm müşterilerimizin hayatının her anında yanında olmak ve her türlü finans işlemini istediği an istediği yerden gerçekleştirmesini sağlamak. Bu kapsamda Akbank Direkt ve Direkt mobil uygulamamızı hayata geçirdik. Akbank Direkt ile Apple iPhone 6s ve iPhone 6s Plus telefonlarının “3D Touch” özelliğini, bankacılık ürün ve hizmetlerine çok hızlı uyarlayarak Türkiye’de üç boyutlu bankacılığı müşterilerinin hizmetine sunan ilk banka olduk. Akbank müşterileri, iPhone 6s ve 6s Plus akıllı telefonlarının “3D Touch” özelliğini kullanarak ödeme, para çekme ve transfer işlemine tek bir dokunuşla daha hızlı başlayabilecek.

Yine “dünyanın en iyi uygulaması” seçilen Akbank Direkt Mobil, geçtiğimiz yıl sadece cep telefonu kullanarak, iBeacon teknolojisiyle ATM’lerinden para çekme özelliğini müşterilerinin hizmetine sunan ilk bankacılık uygulaması olarak sektöre örnek olmuştu. Başlangıçta, 10 Akbank ATM’sinde kullanılmaya başlanan dünyanın ilk iBeacon teknolojisi ile para çekme uygulaması, İstanbul ve farklı şehirlerde birçok ATM’de hizmet vererek yaygınlaşıyor. Bir yılı aşkın bir süredir iBeacon teknolojisi ile para çekilebilen Akbank ATM’lerinden, 18 Eylül’den itibaren para çekme özelliğine ek olarak Akbank Direkt Mobil’den alınacak referans kodu ile veya



Akbank Direkt Mobil’den gönderilecek sms ile Akbank müşterileri 5 bin liraya kadar anında para çekilecek.

İlkler bununla da bitmiyor ve Akbank ilk defa Apple Watch’tan para çekme özelliğini hayata geçiren banka olarak bir kez daha öne çıkmış oldu. Müşterilerimizin ATM ekranlarından QR okutmalarına gerek kalmadan, kart telaşı yaşatmadan ihtiyaç anında sadece cep telefonlarını kullanarak para çekmelerini sağlıyoruz. Mobil bankacılık alanında sektörümüze örnek olmaya ve yön vermeye devam edeceğiz.

İnternet ve cep telefonu kullanımının yaygınlaşması ile online bankacılık kullanan kişi sayısı her geçen gün giderek artıyor. Bugün bankamızda yaklaşık 2,5 milyon müşterimiz bankamızın direkt bankacılık kanallarından her ay hizmet alıyor. Ortalama vermek gerekirse, bir müşterimiz sene de iki üç defa şubeye giderken; internet bankacılığına ayda dört-beş defa gidiyor; mobil bankacılığı ise ayda 15-20 defa kullanıyor. Özellikle Akbank Direkt Mobil kullanan müşterilerimizin yüzde 80’i her ay kanalımızı düzenli kullanıyor.



ING Bank Bireysel Bankacılık Genel Müdür Yardımcısı Barbaros Uygun: Dijital müşterilerimizin yüzde 70'i mobil kullanıcı



Dijital ve mobil platformların etkin kullanımıyla INGBank olarak zaman ve mekandan bağımsız bir şekilde, finansal çözüme ihtiyaç duyulan her an müşterilerimizin yanında oluyoruz. Dijital kanalları şubelere alternatif görmekten çok, onlarla entegre çalışacak hizmet noktaları olarak konumlandırıyoruz. Bankacılık lisansına sahip teknoloji şirketi konumlandırılmamızla dört yıldır yatırımlarımızı teknolojik altyapımızı geliştirmek amacıyla yönlendiriyoruz. Şimdiye kadar her yıl 100 milyon dolar teknolojik yatırım yaptık ve yatırımlarımızı sürdürüyoruz.

Bu kapsamda, Türkiye’de bir ilke imza attık ve “her cihaza uyumlu bankacılık” anlayışını getirerek ING internet şubemizi cihaz bağımsız olarak yeniledik. Bu sayede müşterilerimiz internet şubemize bilgisayarları, tabletleri ve akıllı telefonları üzerinden aynı kalitede ulaşabiliyor, işlemlerini

iki adımda gerçekleştirebiliyor. ING Mobil uygulamamız ile de müşterilerimizin bankalarını sürekli ceplerinde taşımalarını sağladık. Kurumsal müşterilerimize de ING Kurumsal uygulamamız ile kolay ve zahmetsiz hizmet kolaylığı getirdik.

Yeni nesil mobil finans çözümümüz ParaMara’da ise ING Bank müşterisi olsun ya da olmasın, akıllı telefon sahibi olan herkes günlük finansal ihtiyaçlarını tek bir uygulama üzerinden gerçekleştirebiliyor, internet üzerinden alışveriş ve para transferi işlemlerini kolay ve hızlı bir şekilde yapabiliyor. HCE teknolojisinin sunduğu, Türkiye’nin ilk bulut tabanlı MasterCard temassız ödeme uygulaması olan ParaMara Temassız ile kredi kartı müşterilerimiz, artık plastik karta ihtiyaç duymadan veya SIM kartı değişikliği yapmadan cep telefonu ile ParaMara uygulaması üzerinden temassız ödeme gerçekleştirebiliyor.

ParaMara ile aynı zamanda Apple Watch’ta yer alan ilk uygulamalardan biri olmanın heyecanını yaşıyoruz.

Bugün, aktif bireysel müşterilerimizin yüzde 20’sinden fazlası dijital bankacılık hizmetlerimizden faydalanır hale geldi. En fazla kullanılan dijital kanalımız ise mobil uygulamalar üzerinden sunduğumuz hizmetler. Bu sayede, mobil bankacılığı kullanan müşterilerimizin dijital kanallarımızı kullanan toplam aktif müşterilerimiz içindeki payını ise yüzde 70’e ulaştırdık.

ING Bank Türkiye olarak, ING Grubu içinde “deneyim merkezi” haline geldik. Geliştirdiğimiz mobil bankacılık ürünlerini diğer ING ülkelerine ihraç etme noktasına geldik. ParaMara altyapısını kullanarak Avrupa’da geçerli dijital cüzdan yaratma çalışmalarımızı sürdürüyoruz. Buna ek olarak, Avusturya’nın mobil bankacılık yazılımlarını, bütün ING ülkelerinin kullanacağı yeni bir yazılım ürününü ve Avrupa’nın ATM yazılımlarını ING Bank Türkiye olarak sağlamak için çalışmalarımızı sürdürüyoruz.

2016 yılında da ParaMara ile müşterimiz olsun veya olmasın herkes günlük bankacılık işlemlerini tek bir uygulama üzerinden yürütmeye devam edecek, hatta daha komplike işlemler yapabilecekler. Apple Watch kullanıcıları ParaMara uygulamalarını kollarına taşıyacak. Ayrıca ParaMara temassız sayesinde, cep telefonları üzerinden temassız ödeme ile alışverişlerini hızlı bir şekilde yapabilecekler.

Türkiye İş Bankası Genel Müdür Yardımcısı Hakan Aran: 2016'da 3,5 milyon İşCep abonesi hedefliyoruz

Dijitalleşmeyi tek kelime ile “disintermediation” yani dilimizdeki karşılığı ile “aracısızlaştırma” olarak tanımlıyoruz. Bu çerçevede doğrudan, en kısa yoldan ihtiyaç duyulan hizmetlere ulaşabilmeyi, bu hizmeti eşsiz bir müşteri deneyimi ve değer önerisi ile birleştirebilmeyi dijitalleşmenin vaz geçilmez unsurları olarak görüyoruz.

Mobil finans ve mobil ödeme, gerek dijital tanımlama şeklimiz gerekse dijital vizyonumuz dikkate alındığında bizim için dijitalleşmenin tam kalbinde yer alan iki kavram. Bu nedenle İşCep uygulamamızla mobil

finans, Parakod uygulamamızla da mobil ödeme kavramlarının en doğru şekilde karşıladığımıza inanıyoruz.

İş Bankası olarak ileri görüşlü bir yaklaşımla 1999 yılında WAP bankacılığı ile mobil finans, 2002 yılında da Türkiye'nin ilk mobil cüzdan ve mobil ödeme uygulamasını yaparak mobil ödeme hizmeti vermeye başlamıştık. Daha sonra bu yolculuğumuz, mobil finans alanında 2007 yılında İşCep'e, 2012 yılında da Parakod'a evrildi. En basit işlemlerden en karmaşıklarına, en olağan işlemlerden sıradışı işlemlere çok geniş bir yelpazede

yaklaşık 200 kadar farklı işlemi mobil ortamda müşterilerimizin hizmetine sunmuş durumdayız.

2015 yılında, hayata geçirdiğimiz Anında Kredi uygulaması ile İşCep ve İnternet Şube'den haftanın yedi günü 24 saat müşterilerimiz 15 bin TL'ye kadar olan ihtiyaç kredisini hiç bir onaya gerek duymadan anında kullanabiliyorlar.

Parakod uygulamasıyla İş Bankası müşterisi olsun olmasın, tüm kredi kartı sahiplerinin mobil uygulama üzerinden alışveriş yapabilmesini ve fatura ödeyebilmesini sağlıyoruz. QR kod teknolojisi üzerinden, fiziki kart olmadan basit, yenilikçi ve güvenilir alışveriş, barkod okuma teknolojisi ile fatura ödeme imkanı sunan Parakod bu alanda Türkiye'deki ilk mobil ödeme çözümdür.

İşCep uygulamamız bugüne kadar 4 milyondan fazla kez indirildi ve kullanıcı sayımız bugün itibarıyla 2,5 milyon sınırına dayandı. Bugün İş Bankası'nın her beş müşterisinden biri İşCep'in aktif kullanıcısı. Bankalar arasında pazar payımız da yüzde 17'nin üzerinde. 2016 yılında aktif İşCep kullanıcı sayımızın 3,5 milyon civarına ulaşacağını öngörüyoruz.

Parakod uygulamamız bugüne kadar 200 binin üzerinde indirilmiş durumda. 50 bin aktif kullanıcımız bulunuyor ve bunların yüzde 10'u diğer bankaların kart sahibi müşterilerinden oluşuyor.





Akıllı kameralar, uzaktan verilen hizmetleri geliştiriyor

Securitas, Dijital Çağ'da akıllanan güvenlik kameralarına dayanan Uzaktan İzleme Hizmetleri'ni uygulamaya başladı. İlk yatırıma gerek bırakmayan çözüm, servis kullanımını bazında ücretlendiriliyor.



Erdal, uzaktan izleme hizmetlerinin güvenliğin yanında iş sürekliliği ve verimliliğe hizmet ettiğini söylüyor.

E **LEMANLI GÜVENLİKLE** teknolojiyi entegre eden Securitas'ın Uzaktan İzleme Servisleri'ni dünyanın önemli merkezlerinden sonra Türkiye'de de uygulamaya başladı. Sistemde yer alan akıllı kamera sistemleri adeta insan gözü gibi çalışarak tehlikeli durumları anında fark ediyor ve önlem alma imkanı sunuyor.

Securitas Güvenlik Hizmetleri CTO'su Emre Erdal, "Uzaktan izleme hizmetlerinin içerisinde yer alan birbirinden farklı hizmetler, kullanılan teknoloji ve yazılımlarla hem kamu hem de özel sektör için önemli bir fayda sağlıyor. Güvenliği sadece tehlikeli durumlarda düşünmemek gerek işin sürekliliğini de sağlamak önemli. Ayrıca söz konusu kameralar yoğunluk ölçümleri ile verimliliği de katkı sağlıyor. Hedefimiz bu hizmetleri tüm Türkiye'ye yaymak" diyor.

Sistemde mekanlar, özel yazılımlı akıllı kameralar tarafından izleniyor. Bu özel kameralar sıradışı bir durum tespit ettiğinde ilgili görüntüyü anında Securitas Uzaktan İzleme Merkezi'ne ulaştırıyor. Merkezdeki operatör de gerekli ihbarı ya da yönlendirmeyi yaparak olayı sonuçlandırıyor. Gereksiz müdahale ortadan kalkarken, erken uyarı ile pek çok olay daha gerçekleşmeden önleniyor. Örneğin yasak bir alana ya da tesise biri girdiğinde, meydanlarda sıradışı bir kalabalık toplandığında, şüpheli bir paket tespit edildiğinde ya da aylak aylak dolaşan bir şüpheli görüldüğünde kamera anında fark ediyor ve görüntüyü merkeze iletiyor.

Halen kullanılan güvenlik kameralarının ise çoğu sadece kayıt yapıyor ve bu kameraların kaydettiği görüntülerin sadece yüzde 4'ü izlenebiliyor. Bu nedenle söz konusu görüntüler daha çok olay olduktan sonra içeriğini öğrenmek ya da delil olarak kullanılıyor. Yeni sistem ise interaktif çalışıyor ve görüntü kaybını tamamen sıfırlıyor; kamera, verilen algoritmalar doğrultusunda olay gerçekleştiği anda

görüntüyü merkeze iletiliyor ve önlem alınmasına olanak tanıyor.

Özel kamera sistemleri ve video analiz yazılımları kullanılarak bir imalat hattındaki ürün bozulmaları ve aksamları tespit edilebilirken, bir bölgeye/alana giren/çıkan insanlar/araçlar sayılabiliyor; bir bölgeye bırakılan şüpheli cisimler/eşyalar anında tespit edilebiliyor; bir süpermarketteki boşalan raflar, bir müzenin duvarından alınan çok değerli bir resim anında otomatik uyarılar ile belirlenebiliyor. Yatırım maliyeti gerektirmeyen uzaktan izleme sistemleri, aylık bir bedel üzerinden fiyatlandırılıyor. Söz konusu sistemin kullanım alanlarına ilişkin bazı örnekleri şöyle sıralamak mümkün;

Uzaktan Alarm Doğrulama: Securitas Uzaktan İzleme Merkezi'ne gelen bir alarmın gerçekliğini, mevcut kamera sistemine uzaktan bağlanarak doğrulayabiliyor. Bu da güvenlik görevlilerinin yanlış alarmlara müdahale

etmelerini engelleyip uzaktan anons imkanı ile suç gerçekleşmeden suçluyu caydırma imkanı doğuyor.

Uzaktan Refakat: Securitas Uzaktan İzleme Merkezi'ndeki operatörler, yalnız çalışan insanlara uzaktan refakat hizmeti verebiliyor. Bu kişilerin güven içinde işlerini yapmaları, geç saatlerde işyerlerini güvenli bir biçimde terk etmeleri, çok değerli bir eşyayı, ürünü, malı güvenli bir biçimde adrese teslim etmesi, kamera görüntüleri ile uzaktan onlara eşlik ederek sağlanabiliyor.

Sanal Devriye: İşyerinin, binanın, tesisin kamera sistemlerine internet üzerinden erişilerek devriye hizmetinin uzaktan gerçekleştirilmesi demek. Özellikle güvenlik zaaflığı olan yerlerin daha az riskle korunmasını sağlıyor.

Uzaktan Çevre Koruma: Tesis ve bina çevrelerine ve giriş noktalarına kurulan akıllı kamera sistemleri ile alarm sistemi gibi hareket edilebiliyor. Herhangi bir ihlal anında (izinsiz bir bölgeye giriş, uzun süreli bekleme, yanlış park gibi), ilgili alarm görüntüsü Securitas Uzaktan İzleme Merkezi'ne ulaşıyor ve operatörler tarafından etkili ve erken müdahale imkanı yaratılmış oluyor.

Yoğunluk Tespiti: Özellikle toplumsal olaylar ve stadyumları hedefleyen bu sistemde, belli bir bölgede kalabalığın sıradışı toplandığı fark edildiğinde sistem bu uyarıyı merkezi iletiyor. Yoğunluk tespiti, süpermarketlerde yeni kasa açmak ihtiyacını önceden haber vermek açısından da kullanılabilir.

Uzaktan Giriş-Çıkış Yönetimi: İşyeri, tesis ve binalara yapılan giriş-çıkışlar Securitas Uzaktan İzleme Merkezi'ndeki operatörler tarafından uzaktan yönetilebiliyor. Kullanılan erişim kontrol ve kamera sistemleri ile daha az insan gücü ile daha ekonomik ve etkili çözüm imkânları yaratmak mümkün oluyor.



AKILLI TELEFONDA FİDYECİLER 2015'E DAMGA VURDU

2015'te mobil virüs saldırılarının yüzde 27,4 arttığını tespit eden 360 Security, akıllı telefonlara bir yılda 520 milyon virüs saldırısı yapıldığını ve iki yılda 45 bin fide yazılımı tespit edildiğini açıkladı.

360 Security'nin 2015 yılı "Mobil Güvenlik Araştırması", Türkiye'nin de dahil olduğu 15 ülkede 2015 yılında akıllı telefon kullanıcılarını en çok fide yazılımları ile internet kotasını tüketen ve kişisel bilgileri çalan yazılımlar tehdit etti. 360 Mobile Security Global Operasyon Direktörü Huang Yan, 2014 yılına kıyasla mobil virüs saldırılarının yüzde 27,4 arttığını, 2015'te 20 milyondan fazla virüs tespit ettiklerini söyledi. Geçen yıl dünyada akıllı telefonlara 520 milyon saldırı gerçekleşirken, son iki yılda 45 bin fide yazılımı tespit edildi.

Akıllı telefonlarda virüs saldırılarına en çok maruz kalan 10 ülke ise Malezya, Hindistan, Endonezya, Rusya, Tayland, Türkiye, İspanya, İngiltere, İtalya ve Almanya olurken 2015'te dünyada 520 milyon, Türkiye'de ise 10 milyonu aşkın saldırı yakalandı.

Fide virüslerinin 2014'e oranla yüzde 610 arttığını söyleyen 360 Mobile Security Global Operasyon Direktörü Huang Yan, "Kullanıcılara cazip gelen, geliştiricisi bilinmeyen veya Google Play dışından temin edilen uygulamaya da oyunlar, saniyeler içerisinde telefonu ele geçiriyor. Kullanıcı telefonu yeniden başlattığında ise telefon kullanılamaz hale geliyor. Değerli bilgilerin saklandığı telefonu açmak için tek yöntem ise hackerlar ile bağlantıya geçip onlara ödeme yapılması. 2014

yılında 5 bin fide yazılımı kullanıcıları tehdit ederken, 2015 yılında bu rakam 40 bine çıktı" diyor.

Geçen yılki tehditlerde kullanıcıların internet kotasını tüketen ve kişisel bilgilerini çalan virüslerde de önemli ölçüde artış yaşandığına dikkat çeken Yan, "Mobil trafik zombisi olarak tabir ettiğimiz virüsler, kullanıcıların girdiği web sayfalarını kontrol altına alıp kendi adreslerine yönlendiriyor. Arka planda çalışan virüs, kullanıcı cihazını her açtığında 0,76 MB data kullanıyor. Yaptığımız araştırmalarda günlük 150 kez ekran kilidinin açıldığını tespit ettik. Bu da kullanıcının internet kotasından 114 MB'a varan data trafiği tükettiriyor. Ayrıca bu virüs belirlenen web sayfalarını ve arama motorlarını ziyaret ettiriyor. Virüsten etkilenen kullanıcılar yaptıkları her web aramasında farkında olmadan hackerlara 0.78 dolar kazandırıyor. Basit bir hesaplama ile 24 saatte hackerlar 52 ila 200 bin doları aşan dolandırıcılığa imza atıyor."

Yan, 2015 yılının ilk altı ayında kişisel bilgileri çalan virüslerde de yüzde 253 artış yaşandığını ve antivirüs uygulamaları sayesinde bu tip virüs sayılarında azalma yaşandığını belirterek kullanıcıları 2016'da reklam destekli virüsler, sahte fatura, SMS ve bilinmeyen web adreslerine karşı dikkatli davranmalarını konusunda uyardı.



2016'da kariyer planınızı nasıl yapmalısınız?

Yılın henüz başındayken iş insanları bilişimde hangi alanlara yönelmeli, kariyerlerini nasıl geliştirmeli? Bunu anlamak için geçen yılın arz-talep grafiğine bakmak mantıklı olacak.



TALENTRA İNSAN KAYNAKLARI, 2016 yılında bilişim ve telekom alanında hangi mesleklerin öne geçeceğine dair öngörülerini paylaştı.

Genel Müdür Günnur Aktoros, "Günümüzde, insan kaynakları bir şirketin en önemli varlığı olma yolunda. Özellikle de bilişim ve telekom alanında" diyor. Geçtiğimiz yıla baktığımızda, bazı alanlarda arz-talep dengesinin bozuk olduğu ve talep olduğu halde,

bu konuda insan kaynağının eksik olduğu görülüyor. Günnur Aktoros, "Zaman zaman çok güçlü eğitimler almış arkadaşlarımız geliyor. Kariyerlerinin çok kıymetli olduğunu gördüğümüz halde değerlendiremediğimiz durumlar oluyor. Bu nedenle 2016'da kariyerlerini yükseltmek isteyen arkadaşlara, pazardaki talebi anlamaları ve o yöne yönelmeleri önerisinde bulunuyoruz" diyor. Talentra'ya gelen taleplere göre, çok aranmasına karşın uzmanlık kaynakları yetersiz olan kariyer alanları şunlar:

Java Developer, Android, iOS Developer, Digital Marketing, Fullstack Developer, CRM Developer, Scrum Master. Bu pozisyonların yanı sıra 2016'da en çok talep alacak alanlardan birisi "Bilgi Güvenliği" olacak. Özellikle yılın son günlerinde yaşanan siber saldırılar, bu konunun önemini ortaya koydu.

Diğer taraftan mobil teknolojiler, büyük veri alanı sıcak konular olmaya devam ediyor. Java, C++, Python yazılım dillerinde yetkin deneyim, SAP modüllerinde danışmanlık deneyimi, CRM, BI uzmanlık alanları, iş bulma şansını artıracak diğer dallar.



SAMSUNG TÜRKİYE'DE YENİ PAZARLAMA DİREKTÖRÜ

Samsung Electronics Türkiye Tüketici Elektronik Satış ve Pazarlama Direktörlüğü

görevine Mert Gürsoy atandı. Özel Saint Benoit Fransız Lisesi ve Koç Üniversitesi İşletme bölümünden mezun olan Gürsoy, profesyonel yaşamına 2000 yılında Vestel Pazarlama'da ürün sorumlusu olarak başladı. 2014 yılında Vestel Bayi Kanalı Satış Genel Müdür Yardımcılığı'na getirilen Gürsoy, bu pozisyonda bayi kanalı satışlarını geliştirme hedefiyle çalıştı. Aralık ayı itibarıyla Samsung ailesine katılan Mert Gürsoy, Samsung Electronics'deki yeni görevinde "Tüketici Elektronik Satış ve Pazarlama" operasyonlarını Türkiye'nin her bölgesinde geliştirmeye devam ederek, Samsung'un tüketicilerle kurduğu bağı güçlendirmeye yönelik çalışmalar yürütecek.



ALEKSİ KOMOROSANO, AĞAOĞLU'NUN YENİ TEKNOLOJİ DİREKTÖRÜ

Aleks Komorosano, Nef Gayrimenkul'den Ağaoğlu Şirketler Grubu'na Bilgi Sistemleri &

Teknolojileri Direktörü olarak transfer oldu. 2003 yılında Inteltek A.Ş.'de Kurumsal BT Uzmanı olarak iş hayatına atılan Aleks Komorosano, 2004 yılında şirketin Bilişim Sistemleri ve Proje Yöneticisi olarak çalışmaya devam etti. Komorosano daha sonra sırasıyla; Mapplook A.Ş. ve Etiqadd'da Teknoloji Direktörü olarak çalıştıktan sonra NEF Gayrimenkul'de IT Müdürlüğü görevini yürüttü. 2015 yılında yılın CIO'su (Chief Information Officer) seçilen Komorosano'nun Intranet ve CRM projeleri Microsoft tarafından başarı hikâyesi olarak değerlendirildi. Aleks Komorosano, ocak ayı itibarıyla Ağaoğlu Şirketler Grubu'nun Dijital Dönüşüm yolculuğunu hızlandırmak, IoT, Akıllı Ev projeleri ile yeni fikirler geliştirmek üzere görevine başladı.



SAMSUNG TÜRKİYE'NİN YENİ BAŞKANI DAEHYUN KİM

Samsung'un İtalya, Macaristan ve Almanya operasyonlarında önemli başarılarına imza atan

DaeHyun Kim, Samsung Electronics Türkiye Başkanı olarak 1 Ocak 2016 tarihi itibarıyla görevine başladı. DaeHyun Kim, Aralık 2013'ten bu yana Samsung Electronics İtalya Başkanı olarak 550 çalışandan oluşan bir ekibi yönetiyordu. DaeHyun Kim, İtalya'nın; 2014'te ciro açısından Avrupa'da dördüncü sırada yer alarak Samsung'un önde gelen ülke pazarlarından biri haline gelmesinde önemli bir rol üstlendi. Samsung Electronics İtalya'yı farklı ürün kategorilerinde pazar liderliğine taşıdı. Aynı zamanda devlet ve kamu sektörüyle yakın işbirliği ile kurumsal vatandaşlık faaliyetlerinin geliştirilmesine ağırlık verdi. DaeHyun Kim, Sogang Üniversitesi Ekonomi bölümünden lisans, Kore Yüksek Bilim ve Teknoloji Enstitüsü'nden İşletme yüksek lisans derecesine sahip.

Her 3 işletmeden 1'i,
dijital bir dünya
hazırlığında.*

*IDC, İnceleme Raporu Eylül 2015 - İş Süreçleriniz Pazar Fırsatlarınızı mı Engelliyor?
Akıllı MFP'ler Yoluyla Uygun Maliyetli Baskı ve Belge Yönetimi.

Dijital devrim: Daha akıllı çalışma, daha akıllı işletme.

Akıllı bir iş dünyası, akıllı teknoloji ve akıllı planlanmış süreçler gerektirir. IDC, her üç işletmeden birinin verimliliğini artırmak için dijital dönüşümü başlattığını gösterdi.

İşletmeler, OKI'nin akıllı çok fonksiyonlu yazıcılarını (MFP) iş akışlarına entegre ederek, çalışanların zamanlarını boşa harcamalarına sebep olan ve her yıl verimliliklerinde önemli oranda kayıp yaşanmasında etkisi olan, doküman kaynaklı zorlukların üstesinden gelebilirler.

Belge ağırlıklı süreçleri kolaylaştıran OKI'nin akıllı MFP'leri, şirketlere özel hazırlanan sistemler ve OKI tarafından sunulabilen hizmet çözümleriyle entegre çalışarak; belgeleri, şirket çapında güvenli bir biçimde paylaşımına ve erişime uygun dijital veriler olarak yeniden oluştururlar.

OKI'nin işletmenizin daha akıllı çalışması için sunduğu ürün ve çözümleri keşfetmek için web sitemizi ziyaret edin:
www.oki.com.tr/smartmfps

OKI'nin Akıllı MFP Portföyü



MB700 Serisi

MC700 Serisi

MC800 Serisi



Print Smart, Print OKI

Y kuşağının ofisi; dijital ofis

Teknolojiyle iç içe yaşayan ve her yerden her an bağlı çalışmak isteyen Y kuşağı, ancak dijital ofis ortamında verimini maksimize edebiliyor. Dijital ofisler de hemen tüm iş süreçlerinin dijitalleştiği, uzaktan çalışılan ve yönetilen özellikleriyle öne çıkıyor. **Nuray Şuman**

İŞ DÜNYASINI ARTIK Y kuşağı yönetmeye başladı. Teknolojiyle iç içe yaşayan bu nesil, geleneksel çalışma biçiminden uzak, tüm iş süreçlerinin dijitalleştiği, her an her yerden ofise bağlanarak çalışabileceği, işleri uzaktan yönetebileceği ve kendini özgür hissedeceği bir ofis ortamında çalışmak istiyor.

Teknoloji hayatımızı her geçen gün daha akıllı hale getiriyor. Ofisler de bu gelişimden nasibini alarak akıllı ofis-dijital ofis haline geliyor. Daha dijital, daha mobil ve uzaktan yönetilen ofis ortamları esnek ve verimli çalışma ortamını da beraberinde getiriyor. Dijitalleşen ve akıllı hale gelen ofislerde hangi teknolojiler öne çıkıyor diye baktığımızda uzaktan ofise bağlanarak çalışma, mobil ofis, uzaktan ofis cihazlarını yönetme, yeni nesil kurumsal baskı ve görüntüleme sistemleri, hepsi bir arada baskı sistemleri, dijital doküman ve arşivleme yönetimi, güvenli ve entegre baskı yönetimi, raporlama ve bütçeleme sistemleri gibi teknolojiler ve teknoloji çözümlerini sıralayabiliriz.

Y kuşağı teknolojinin sunduğu tüm bu esnek ve özgür çalışma ortamını işvereninden talep ediyor. Üstelik dijital ofis Y kuşağının iş performansını artırarak daha yüksek verimle çalışmasını destekliyor.

Dijital ofislerde başlıca öne çıkan kavramların mobil çalışma rahatlığı ve özgürlüğü olduğunu söylemek mümkün. Y kuşağı çalışanları akıllı telefonları, tabletleri, giyilebilir bilgisayarları, dizüstü cihazları vb. ile istediği her an erişimi amaçlıyor. Tüm bunların yapılabilmesi için de elektronik belge yönetim sistemlerinin devreye alınması gerekiyor.

Dijital ofislerde en önemli fonksiyonların



Nazra, Y kuşağının her an her yerden ofise bağlanarak çalışabilme tercihini vurguluyor.

başında iş süreçlerinin dijital ortama taşınması, kağıt ve belgelerin elektronik hale getirilip dijital olarak depolanarak saklanması geliyor. Pek çok şirket fiziksel depolama alanlarını küçültmek için belgelerini dijitalleştirmek istiyor. Faks, fotokopi, yazıcı gibi pek çok baskı ve görüntüleme fonksiyonunu bir arada barındıran çokamaçlı baskı sistemleri, ofislerin dijitalleşmesini sağlayan çözümlerin başında geliyor.

Ofislerin dijitalleşmesinde yönetilen kurumsal baskı baskı sistemlerinin önemli bir yeri bulunuyor.

OFİSLER, ÇOK FONKSİYONLU BASKI SİSTEMLERİYLE DAHA DİJİTAL

OKI Türkiye Satış ve Pazarlama Müdürü Bensi Nazra yaptığımız söyleşide, kağıt tabanlı süreçlerin yerini dijitalle bıraktığını ifade ediyor ve dijitalleşen ofislerin iş yaşamına olan önemli katkısına dikkat çekiyor. Diğer yandan hepsi bir arada çok fonksiyonlu baskı sistemlerinin de dijitalleşmeye sunduğu yararları şöyle açıklıyor:

Dijitalleşme çalıştığımız ortamları nasıl ve ne şekilde değişime uğrattı; dijital ofisler şirketler için hangi yararları sağlıyor?

OKI Europe sponsorluğunda, akıllı MFP'ler (*multi function printer*) aracılığıyla uygun maliyetli baskı ve belge yönetimi üzerine hazırlanan yeni inceleme raporu, Avrupa'daki işyerlerini değiştiren önemli trendlere işaret ediyor. Rapor, bugünün gelişen çalışma alanlarını etkileyen ana trendleri ortaya koyuyor. İnceleme raporuna göre, son yıllarda hem bilgiye erişme, hem de bilgiyi sunma konularında önemli bir patlama yaşandı. IDC, şirketlerin 2015'e kadar son beş yılda aldıkları toplam veri hacminin altı kat arttığını ve benzer bir oranda devam edeceğini öngörüyor.

İnceleme raporunun belirlediği, gelişen çalışma alanlarının önemli trendlerinden bir diğeri, büyüyen mobil iş gücünün yarattığı etki. IDC'nin tahminlerine göre, 2018'e kadar çalışanların yüzde 75'i evde, yolda, şirkette ya da müşteri tesislerinde mobil cihazlardan yararlancak. Giderek artan bu mobil iş gücü, "her zaman ve her yerde" doğru bilgi-

ye güvenle erişme gibi kritik bir ihtiyaç doğuruyor.

Toplam veri hacminin hızla arttığı, çalışanların mobil cihazlar üzerinden iş yaptığı bir ortamda belgelerin güvenli bir şekilde yönetimi ve arşivlenmesi de önem kazanıyor.

Akıllı MFP'ler bu noktada dijitalleşmeye katkıda bulunuyor. Bu MFP'lerde bulunan belgelerin doğrudan e-postaya ya da arşivlemek amacıyla ağda bulunan bulut tabanlı bir klasöre tarayabilme özelliği belgelerin tek bir konumda arşivlenebilmesini iş süreci otomasyonunun önemli özelliklerinden birisi olarak tanımlayan şirketler için ideal hale getiriyor. Dijital ofisler, bir yandan artan veri hacmi, belge ve doküman yönetiminde avantajlar sağlarken, bir yandan da, mobil işgücünün verimli kullanımına çok önemli katkılar sunuyor.

Akıllı (MFP) çok fonksiyonlu yazıcıların dijital ofisler açısından önemi nedir?

Günümüzde şirketler için hepsi bir arada baskı çözümleri sunan akıllı çokfonksiyonlu yazıcıları (MFP'ler), yazılım ve ileri teknolojiyi bir araya getiriyor. Bu akıllı cihazlar geçmişteki baskı cihazlarından çok daha güçlü ve kabiliyetli. Bulut sistemine giriş ve çıkışa uyumlu olarak çalışan akıllı MFP'ler, cihazın kullanım alanını temel olarak kağıt tabanlı yazdırma ve sayfaların kopyalanmasından şirketlerin bilgileri tarayıp yakalamasına, entegre etmesine ve iletmesine olanak tanıyan, kişiselleştirilmiş bir dijital dönüştürme aracına çeviriyor. Akıllı MFP'ler iş akışının gerçekleştirilme biçiminin yeniden tanımlanmasına yardımcı oluyor. Şirketin uyumluluğu ve güvenliğini artırma

gibi hedeflere yönelik uygun maliyetli ve zaman açısından verimli çözümler sunarken, mobilite ve maliyetlerin düşürülmesini sağlayan girişimleri destekleyerek büyüme açısından bir platform olarak işlev görüyorlar.

Dijital ofisler için teknoloji çözümleriniz neler; şirketlerin hangi gereksinimlerine nasıl yanıt veriyor?

Dijitalleşme için pazardaki artan talebi karşılamak, dışardan çalışan iş gücündeki artış ve buna bağlı olarak ve düzgün çalışan bir belge iş akışına duyulan ihtiyaç gibi faktörler sonucu akıllı MFP'ler oldukça önemli bir işyeri teknolojisi olarak yerini alıyor. OKI'nin akıllı çokfonksiyonlu yazıcılarının (akıllı MFP'ler) belge iş süreçlerine entegre edilmesi sayesinde, yoğun çalışanların zamanını boşa harcamasına ve verimliliğini etkilemesine yol açan belge kaynaklı problemlerin üstesinden gelinebilir, OKI Avrupa'nın portföyündeki akıllı MFP'ler yazılım ve ileri teknolojiyi bir araya getiriyor. Bu akıllı cihazlar yoğun çalışan şirketlerde belgelerin işlenmesi, yönetilmesi ve iş süreçlerini geliştirmek için gerekli fonksiyonları sunmakla birlikte, zaman ve alan tasarrufu sağlayan dijitalleşme süreçlerine geçiş süreçlerini destekliyor.

IDC tarafından belirlenen önemli işyeri trendlerine cevap niteliğindeki bu güçlü, çokfonksiyonlu yazıcılar, çokyönlü yazılımları gelişmiş teknolojiyle birleştirerek tablet ve akıllı telefonlardan en yüksek güvenlik seviyesinde yazdırmayı destekliyor, verimliliği artırıyor ve OKI'nin gömülü sXP (akıllı Genişletilebilir Platform) ürününü kullanarak belge girişi, çıkışı ve verimliliğini geliştiriyor.



Albaraka'dan gelecek 10 yılın dijital dönüşümü

Albaraka Türk Genel Müdürü Fahrettin Yahşi, regülasyonun çok güçlü olduğu bankacılık sektöründe faaliyet gösteren bir katılım bankasının başında olmasında karşın, "Aşırı regülasyon her şeyin güzel olmasını garantilemiyor, bence uygulama ve tecrübe çok önemli" diyor. Yahşi'nin teknoloji konusundaki fikri de aynı: tecrübe ile harmanlanmış teknolojinin fazla bir anlamı yok. Bu, Albaraka Türk'ün iddialı hedefleri doğrultusunda teknolojiyi kullanarak kendisini neredeyse yeniden yaratmasının önemini artırıyor. **Kerem Özdemir**

Yahşı, dijital dönüşümü,
10 yıl sonra katılım
bankacılığını yüzde 15
pazar payına getirme
hedefine bağlıyor.

A

Albaraka Türk, reklamlarının bu ara yoğun bir biçimde vurguladığı gibi 30 yıldır Türkiye’de faaliyet gösteren bir katılım bankası. Albaraka Türk Genel Müdürü

Fahrettin Yahşi, “Bankacılıkta aşırı regülasyon her şeyin güzel olmasını garantilemiyor.

Tecrübe çok önemli. Tecrübenin uygulamaya dönüştürülmesindeki iyi niyet çok önemli. Yoksa düzenlemeler ya da teknoloji tek başına bir anlam ifade etmiyor” diyor.

Regülasyon bankaları zorlar-ken, regüle edilmemiş alanlardan kaynaklanan ve riski ölçülemeyen bir finansal krizin hâlâ yaşanıyor olması, stratejiyi belirlemeyi bunların üzerinde bir noktaya koyuyor. Regülasyonlar, ülkenin ve sistemin yapısı birlikte ele alınmadan büyük resmi görmek mümkün değil; tabii büyük resmi görmeden hareket etmek de...

Böyle bir dünyada, Albaraka Türk’ün, Türkiye’de katılım bankacılığının payının 2025’te yüzde 15’ler seviyesine çıkması perspektifi doğrultusunda hareket edebilmek gibi bir lüksü var. Albaraka’nın nereye varacağını hesaplayarak hareket etmesi ve koyduğu hedef, BDDK ile bu doğrultuda yapılan bir çalıştayla başlayan çabaların dijital dönüşüme kadar uzanan bir alanda hızla yenilenebilmeyi getiriyor.

Çalıştayın ardından oluşturulan strateji belgesi, Türkiye’de

katılım bankacılığının ideal seviyesi ne olmalı başlığı altında, bu seviyeye ulaşılmasının önündeki engeller ve bunları aşmak için alınması gereken önlemler gibi konuları ele alan kapsamlı bir zemin oluşturuyor. Türkiye Katılım Bankaları Birliği adıyla otoritelere sunulan strateji belgesi, İstanbul Finans Merkezi içindeki aksiyon adımlarıyla birleştirilerek İstanbul’un finans merkezi olmasıyla alakalı çalışmanın içine katılım bankacılığını büyütülmesi, sorunları ve bunların çözümüne yönelik önerileri aksiyon halinde ortaya koymuş oldu.

Yahşi, “Bu önemli bir gelişmeydi. 2025 hedefini koymamızın nedeni, Türkiye’de bankacılık sektörü de büyüdüğü için daha yüksek paya ulaşmanın zaman alacağını bilmemiz. Biz bu süreyi 10 yıl olarak belirledik ama burada kalmayıp sonrasında yüzde 20’yi yakalama hedefimiz var” diyor.

Bu süreçle ilgili zemin de iyi düşünülmüş olarak şimdiden belirlenmiş durumda. Yahşi, “Dünya örneklerine baktığımızda, ikili modelin yürürlükte olduğu, yani faizli ve faizsiz sistemlerin bir arada uygulandığı ülkelerde bu yüzde 20’nin anlamlı olduğunu gördük. Türkiye için de böyle olacağını düşünüyoruz” diye ekliyor.

Çok ayrıntılı ve arkası dolu bir çalışma yapılmış olsa da, Yahşi’nin tecrübesi bu sözleri söylerken, “Kimyada normal şartlar altında (NŞA) diye bir koşul kullanırdık. Bunu da NŞA kabulüyle söylüyoruz” diyor. 2001 yılında bir katılım bankasının faaliyetlerini tatil etmesinin ardından çıkan problemlerin katılım bankacılığının sektör içindeki payını yüzde 1-1,5’e düşürmesinin deneyimi bunu söyletiyor. Aynı şekilde o dönemden günümüze kadar geçen süreçte yaşanan hızlı gelişme ile günümüz itibarıyla bu payın yüzde 5,5-6’ya gelmesi ise 10 yıllık plana duyulan güveni besliyor.

Yahşi, “Katılım bankacılığı büyüyen bir sektör; kendine özgü alanları var ve bu alanları kullanması halinde hedeflediği büyümeyi gerçekleştirmede aslında sıkıntı çekmeyen bir sektör. Muhafazakar bir toplumda yüzde 5,5’lik payın küçük olduğunu ve başarı hikayesi olamayacağını iddia edenler var. Ne kadar sermayeniz varsa o kadar büyüyebiliyorsunuz. Ne kadar sermayeniz varsa, faaliyet hacminizi o kadar genişletebiliyorsunuz. Ne kadar sermayeniz varsa o kadar iştirak



tarzı yapılarla ilişki kurabiliyorsunuz. Dolayısıyla katılım bankacılığı sektörü kendisine verilen sermayenin gerektirdiği büyümeyi realize etmiştir” diyor.

Katılım bankacılığı her yıl sistemin ortalama büyümesinin üzerinde bir büyüme kaydederken bütün düzenlemeler kendi sermayesinin efektif kullanılması ekseninde kurgulanıyor. Bu duruma dikkat çeken Yahşi, “Daha fazla sermaye daha fazla büyüme anlamına gelir bizim sektörde. Yeni girişlerle yeni sermayenin bu sektöre girmesi, sektörde büyümeyi destekleyecek bir imkanı beraberinde getiriyor. Bu koşul-

10 senelik hedef geleneksel bankaların üzerinde büyüme gerektiriyor. Bunun anahtarlarından biri, teknolojiyi iyi kullanmak.

larla yüzde 15 bizim için ulaşılabılır bir hedef.”

Bu, işin matematik tarafını oluşturuyor. Matematiğin ötesine geçen tarafta ise, eskiden dar bir ürün yelpazesıyla çeşitlenen ürün yelpazesıyla büyük değişim yaşayan bir katılım bankacılığı söz konusu. Günümüzde hem kaynak tarafında hem aktif tarafta farklı ürünler söz konusu.

Yelpazeyi genişleten yatırım araçları arasında en dikkat çekicilerden biri, devlet ve özel sektö-

rün çıkardığı farklı biçimleri bulunan tahvile paralel bir ürün olan sukuk. Ancak tahvil borç senedi niteliğindeyken, sukuk bir varlığa dayalı olarak sunuluyor. Yaşlı, “Bizim açımızdan da devlet sukuku, özel sektör sukuku var. Özel sektör sukukunu kendimiz çıkarabiliyor ve ihraç edebiliyoruz. Kendi aktif varlıklarımız üzerine bina ettiğimiz menkul kıymetleştirme metodu sektörde etkin olarak kullanılıyor ve özellikle yurtdışından uzun vadeli fon sağlamaya imkan sağlıyor” şeklinde konuşuyor. Türkiye’de çıkarılan sukuklar üç ay ya da altı ay gibi kısa vadelere sahip olurken yurtdışında üç ila



beş yıllık vadelere çıkılabiliyor.

Devletin ihraç ettiği sukuk tarafında ise Yahşi, “Bizim en büyük sorunumuz likidite ihtiyaçlarımızın karşılanmasında faize dayalı olan devlet tahvili ve Hazine bonolarını alamıyor ve satamıyor oluşumuzdu. Devlet birkaç yıldır kira sertifikası adı altında bu ürünleri çıkartıyor. Biz de kendi ihtiyaçlarımız için bu tür kağıtlara ilgi gösteriyoruz. Piyasada bazı şirketler, faizsiz emeklilik şirketleri veya arzu edenler de bu doğrultuda hareket ediyor. Bu tür alanların büyüyeceğini düşünüyorum ama hâlâ bir ürün farkındalığı geliştirilmiş değil” şeklinde konuşuyor.

Vatandaşın bugün itibarıyla katılım bankalarının faaliyetlerini çok fazla algılamaması aşılması gereken sorunlardan birini oluşturuyor ve bu amaçla, strateji belgesinde bu alanı iyileştirmeye

dönük aksiyonlar da tanımlanmış durumda. Şirketlerin kendi marka bilinirliklerini artırmak için yaptıkları çalışmalarda olduğu gibi, Türkiye Katılım Bankaları Birliği de bu strateji belgesi çerçevesinde sektörün bilinirliğinin artırılmasında faaliyette bulunacak. Yahşi ile görüşüğümüzde, iletişimin etkin bir biçimde sürdürülmesi için yönetim kurulunda bir danışman seçilmesi aşamasına gelmişti. İletişim, bilinirliğin artırılması ile gelen müşterinin ve biriken sermayenin artırılmasına dayanan büyüme planında kritik bir öneme sahip.

Yahşi, bu alanda olduğu gibi teknoloji adaptasyonu alanında

Dijital dönüşüm projelerinin başarısı için en önemli koz, Yahşi'nin iddialı iş hedeflerini yakalamak için buna ihtiyaç olduğuna inanması.

da katılım bankacılığı tarafındaki farklılıkları çok iyi biliyor. “Yaş grubu itibarıyla genelde dijital mecralar daha çok belli bir yaş grubunun tercihi olurken, belirli yaşın üzerindeki fiziki şubeye gelmeyi, orada tanıdığı bildiği çalışanla sohbet etme ve işini ona yaptırmayı tercih ediyor” diyor Albaraka Türk Genel Müdürü, “Biz sadece bugünü düşünerek yatırım yapmıyoruz. Dünyanın gittiği yönü de görmek zorundayız. Stratejiyi belirlemekle biz yönümüzü belirliyoruz ve çizdiğimiz yöne giderken etkinliğimizi sağlamanın yolu teknolojiyi kullanmaktan geçiyor. Teknoloji, maliyetleri azaltan, hızı yükselten bir unsur oluşturuyor” diye ekliyor.

Albaraka Türk'ün mobil bankacılığa geçmesi, internet sitesini yenilemesi ve kullanımında etkinliği artırması bugün ile gelece-



ğın dengelenmesine dayanan bir strateji dahilinde atılan adımlar. “Bizim bu çocukların dünyasını tasavvur ediyor olmamız lazım” diyen Yahşi, “Dolayısıyla bu alanlara daha fazla yatırım yapılması kanatını hep taşıyorum. Albaraka’yı dünyanın en iyi katılım bankası yapma vizyonumuzun yapıtaşlarından biri de bilgi teknolojilerinin (BT) ve dijital bazlı ürün ile kanalların etkinleştirilmesi. Bu alanda da bundan sonraki süreçte yatırımın daha büyük kısmının mutlaka dijital tarafa yapılması gerekiyor. Bunu bize dünya söylüyor. Dolayısıyla bu ıskalanmaması gereken, ıskalandığında da rekabet gücünüzün hiç olmayacağı bir alan. Bu piyasada ‘biz ıskalamışız’ deme şansı bile bulamazsınız” şeklinde konuşuyor.

Yahşi geleceğe bakarken kendi çevresinden de dikkat çekici girdiler elde ediyor. 19 ve 23 yaşındaki iki oğluna dayanan değerlendirmesinde Yahşi, “İki oğlumun da banka şubesine gidip işlem yaptıracağına inanmıyorum. Tam tersi, cep telefonu, notbook’uyla, iPad’iyle; neyse akıllı cihaz onunla işlem yapacak. İki yaşındaki yeğenimi oyalamak için de eline iPad veriyorlar; onunla oyun oynuyor. Bu çocuktan bizim gibi düşünmesini bekleyemeyiz” diyor. Bu şekilde dijitalleşen toplumda belki 10 belki 20 yıl sonra, bugün konuştuğumuz bu konuların tartışılması bir yana hatırlanması bile fantastik olacak.

Bu durumun keşfi, Albaraka Türk’ün 30’uncu kuruluş yıldönümüne hazırlanırken hem müşteriye bakan tarafta hem de içerideki

operasyona dönük tarafta önemli bir dijital dönüşüm projesine imza atmasını getirdi. Bu dönüşümün en çarpıcı yanlarından biri yakın zamana kadar mainframe kullanan bankanın, “herkesin hayali olan” açık sistemlere geçişi gerçekleştirmesi oldu. Genellikle bu geçiş finans sektöründe parça parça gerçekleştirilirken Albaraka Türk’ün bu geçişi tek hamlede uygulama kararı alması ancak 10 sene sonrasının planları ile ölçüle-

cek düzeyde iddialı bir adım oldu. Veri merkezi, sunucular, veri depolama birimleri, veri tabanları ve bütün uygulamalar açık sistemlere taşındı. Banka bu değişim dalgasını, yönetim tarafında da bir buçuk yıl önce CIO olarak Ali Tuğlu’yu atayarak destekledi.

2015 ortasında teknolojik geçişini gerçekleştiren Albaraka Türk, burada Denizbank iştiraki Intertech ile birlikte yeniden yazılan katılım bankacılığı yazılımını kullanmaya başladı. Intertech’in birikimini (know-how) ve Albaraka’nın çalışanlarının katkısını yansıtan bu yeni katılım bankacılığı yazılımı şu anda Ziraat Katılım’da da kullanılıyor. İki yıla yakın bir süreye yayılan bu yazım-analiz-yazım-test süreçleri

ile oluşturulan yazılımın Haziran 2015’te faaliyete alınması ile aynı anda bütün kanal yapısı değişirken insan kaynakları ve varlık yönetimi gibi çevresel uygulamalar da değişti.

Buna ek olarak ödeme sistemleri altyapısında da değişikliğe gidilirken, daha önce Provus’tan hizmet alan katılım bankası bu şirket ile birlikte şirket içinde (inhouse) kullanılacak yeni bir paketi yazdı. Albaraka Türk ha-

“Bizim geleceğin bankacılığını yaratmak için çocukların dünyasını tasavvur edip buna yatırım yapıyor olmamız lazım”

ziran ayında aynı anda bunu da hizmete alıyor.

Yaşanan değişimin büyüklüğü, “Beş saatte eski bankayı kapatıp yeni bankayı açtık” ifadesine yansıyor. Bu yapılırken en zorlu konu, verinin eski sistemlerden yeni sistemlere migrasyonu oldu. Bu zorlu iş de paralel olarak gerçekleştirildi. Bu, Albaraka açısından devrim niteliğinde bir dönüşüm olurken, banka günümüz itibarıyla geleneksel bankaların gerisinde kalmayan bir kanal yapısına sahip. İşlem seti olarak bakıldığında, bankaların ATM’lerinde, çağrı merkezinde, IVR’ında ve mobil şubelerinde aynı işlem seti yer alıyor.

Katılım bankacılığı son yıllarda çok rekabetçi hale gelirken



Albaraka gerçekleştirdiği bu dönüşümle oyunun parçası olduğu mesajını güçlü bir biçimde veriyor: Sadece katılım bankalarının değil, geleneksel bankaların ürün gamıyla rekabet edebilir hale gelmiş durumda. Bu özellikle, kanal yapısı yani müşteriye bakan taraf itibarıyla yapılabilecek bir değerlendirme.

Ar-Ge'si bitip ürüne dönüşmüş olan ve pilotta bulunan giyilebilir çözümler 2016'da; daha net olarak birkaç ay içinde çıkıyor olacak. Beacon'larla ilgili olarak, kurum içi ve müşteriye bakan, müşteri ilişki yönetimi tarafında yakında kullanılmaya başlayacak çözümler bulunuyor. Pilotları biten bu ürünlerin detayları lansmanlar yapıldıkça açıklanacak.

Albaraka Türk'ün 2016'daki en çarpıcı dijital dönüşüm projesi, çalışanları mobilleştirerek daha yüksek verimlilik hedefliyor.

İlk uygulamaların kimlik tanıma konusunda olması planlanıyor. Basitçe, beacon kullanılarak bir müşteri banka şubesine geldiğinde hem müşteriyle ilgili çalışanların bundan haberdar olması hem de müşteriye yönelik hizmetlerin devreye girmesini getirecek. Bu, sıra numarası almaya gerek kalmadan bankadan müşteriye sırasına riayet ederek hizmet vermekten banka müdürünün -şube içinde olmasa bile- müşterinin

geldiğinden haberi olmasına kadar bir dizi olanağı bankaya katacak. Ancak banka, teknoparklardaki küçük şirketler başta olmak üzere çeşitli şirketler tarafından geliştirilen daha fantastik uygulamaları gündemine almış değil. Bankacılıkta, özellikle kampanya yönetimi anlamında pilotları yapılan beacon uygulamalarının bildik alanı söz konusu olacak.

Ciddi bir dönüşüm yaşayan Albaraka Türk, şu anda dijital bir banka olabilmek için ciddi yatırımlarını sürdürüyor. Banka içinde, tüm ürünlerin tüm kanallardan sunulabildiği bir yapı kurulurken uzun vadede teknoloji yardımıyla müşterilerin bankadan göçünün hızlandırılması hedefleniyor.

Bu çok önemli bir hedef çünkü Albaraka, katılım bankası olarak müşteri ile teması çok seven bir kültürden geliyor. Müşteri de banka çalışanları ve yöneticileri ile şubede oturup çay içmeyi, uzun sohbetler yapmayı çok seviyor ama her yaş grubu müşterinin yavaş yavaş değişip dönüştüğü bir ortamda Albaraka, katılım bankacılığı olarak da -herkesin uymaya çalıştığı bu trende- uymaya çalışıyor.

Bu, içeriye bakan tarafta da mobiliteyi tartışmasız 1 numaralı gündem maddesi haline getirmiş durumda. İş süreçlerinin dijitalleşmesi aynı derecede önemli bir gündemi oluşturuyor. Bu kapsamda, iç kullanıcılara yönelik utility uygulamaları, yani bankanın hizmetlerini banka dışında da kullanabileceği uygulamalar önem kazanıyor. Şu anda asistan uygulamaları en fazla rağbet gören alan; aktif kullanılan uygulamalar ve üzerine getirilecek uygulamalar önümüzdeki dönemde bu yelpazeyi daha geniş tutacak. Etkinlikler için yazılmış uygulamalar, bunun üzerine ekleniyor.

Bu alanda 2016'nın çarpıcı projesi, şubelerde özellikle KOBİ ve ticari tarafta çalışan ve şube dışında çok zaman geçirmek zorunda olan pazarlama personelinin ve diğer çalışanların, müşteride ve yolda geçirdiği zamanı daha verimli kılacak; ayrı bir arayüzden kullanılabilen tablet uygulamaları olacak. Şu anda bunların yazılması sürüyor. Bizim bir pazarlamamız neye ihtiyaç duyar diye baktığımızda karşımıza, müşteri bilgisine erişim, fiyatlama bilgisi, müşteri ile ilgili istihbarat bilgisi (ratingler, ödenmiş / ödenmemiş krediler, riskler vb.) çıkıyor. Burada belirli güvenlik seviyelerini (biyometrik ve farklı yöntemler kullanılarak) aştıktan sonra çalışanın, bütün bilgilere şube dışında erişmesi, iş süreçlerini tetikleyebilmesi ve muhtemelen şubeye gitmeden gününü müşteri ziyaretleri ile tamamlayarak çok daha verimli hale gelmesi planlanıyor. Burada

“Türkiye kendi katılım bankacılığı modelini yaratmalı”

Hedef coğrafyanız ve müşterinizi tanımlar mısınız?

İstanbul'un bölgesel bir finans merkezi olma yolunda ilerlemesi, İslami bankacılık ürünleri ve faizsiz bankacılık açısından da avantaj yaratıyor. Bugün Londra, İslami bankacılıkta kendini merkez kabul ediyor. Malezya merkez kabul ediyor. Bahreyn çaba gösteriyor. Dubai de öyle. Rakiplerimizden bahsediyorum bir anlamda. Hepsini yan yana koyuyorum. Bir de İstanbul'u düşünüyorum. Bütün tarihiyle, coğrafyasıyla belli bölgelere coğrafi uzaklığıyla, konumuyla Türkiye'nin yeni bir katılım bankacılığı yaklaşımını dünyaya sunması gerekiyor. Bu, iddialı bir söz belki.

Bu iddiayı nasıl gerçekleştireceksiniz? Ya da ne yapılmalı?

Malezya tipi faizsiz bankacılık var. Körfez tipi var. Bu tipleri davranış kalıpları bazında düşünmek lazım. Dediğiniz gibi Malezya neredeyse tüm ürünleri çıkartan, geliştiren bir merkez konumunda. Türkiye'ye baktığınızda bu bölgeleri taklit eden, takip eden bir konum arz ediyor. Biz bu konumdan çıkıp aslında katılım bankacılığı alanında lider konuma ulaştırmamız lazım. Türkiye'nin bir yaklaşımı olmalı. Malezya yaklaşımı ve Körfez yaklaşımının yanında Türkiye'nin kendine özgü ve özgün yaklaşım ortaya çıkarması; kendi ürününü çıkarması tasarımını yapması ve bunu da dünyaya sunması lazım.

İstanbul'u da katılım bankacılığında, faizsiz bankacılıkta finansal merkez konumuna öncelikle getirebiliriz. Bu daha yakın gelecekte yapılabilecek birşey. Bunu başarabiliriz.

Bu alandaki rekabetten de bahseder misiniz?

İstanbul'un finansal, bölgesel sonra da küresel bir merkez olma çabasını sürdürmesi çok önemli. Avrupa'da Lük-



semburg neredeyse tüm toplantılara, konferanslara temsilci göndererek kendi sınırları içinde İslami finansın gelişmesi için çaba gösteriyor. İngiltere Başbakanı Cameron da İslami finans merkezi olduklarına vurgu yaparak bu pastadan daha büyük pay almaya çalışıyor. En az çaba gösteren biziz; bu çabayı artırmamız lazım.

Nasıl bir çabadan bahsediyorsunuz?

Bu bir ekonomi. Faizsiz bankacılık metoduyla ürün ve hizmet talep edenlerin geleceği yer katılım bankacılığı olacak. Bir süpermarket düşünün herkese hizmet sunuyor. Herkes ihtiyacı olanı raftan alabiliyor. Ama sukuk alacaksınız, rafta sukuk yok.

Bu olmaz. Bir sisteminiz var; bunu kendi vatandaşlarınızın ve dışarıda yabancı yatırımcıların taleplerini karşılayacak şekilde sokup ürünlerle desteklemeliyiz.

Şu anda hangi noktadayız?

Bugün belli işlemleri Londra Borsası üzerinden yapıyoruz ve komisyon ödüyoruz. Çünkü emtia piyasası orada etkin ve işliyor. Bunu Borsa İstanbul özelinde yapsak, komisyonlar Türkiye'de kalsa iyi olmaz mı? Amacımız bu. BIST'in çalışmaları, çabaları, özellikle mal piyasalarıyla ilgili olanlar önem taşıyor çünkü bizim sektörün mal piyasalarıyla da eklemlenmesi gerekiyor.



hedef, belki üç müşteri ziyareti yerine yedi-sekiz gibi rakamlara çıkabilen çalışanın gününü tamamlaması ve evine gitmesi. Bu vizyon doğrultusunda banka, birkaç iş ortağı ile düğmeye basmış durumda. Yıl içinde hayata geçirilmesi planlanan bu proje, geçen yıl yapılan dönüşümün devamı niteliğinde en önemli adımlardan biri olarak görülüyor. Proje, banka çalışanlarına da heyecan veren bir adımı oluşturuyor.

200 kişilik bir teknoloji ekibine sahip olan banka, küçük iş ortakları ile özellikle mobil tarafa hizmet eden bir ekosistemi de oluşturmuş durumda. Çok ciddi bir mobil ekosisteminin oluşmaya başladığı Türkiye’de bu alanda çok rahat iş ortağı bulunabiliyor. Mobil ödeme tarafında devam eden proje etrafında da böyle bir ekosistem oluşmuş durumda.

Bu, Albaraka’nın çözümün tamamını geliştirmek zorunda kal-

mak yerine işi daha hızlı tamamlamasını sağlıyor ancak banka iç uygulamalarının büyük bölümünü kendisi geliştirebiliyor. Bu, hem bu uygulamaları geliştirmenin daha kolay olmasından hem de fikrin öneminden kaynaklanıyor. Buradaki iş modelinde, içerideki kaynakların ve ihtiyacın bilinmesi, çalışanları inanılmaz mutlu eden bir uygulamayı bir ayda ortaya çıkarmaya olanak tanıdığı keşfedilmiş durumda.

İç taraftaki bu dinamik müşteri tarafında değişiyor: Güvenlik altyapısı, mobil işletim sistemlerinin sürekli güncellenmesi gibi etkenler, güçlü bir iş ortakları ekosistemi gerektiriyor. HTML5’in tatmin edici sonuçlar vermemesi nedeniyle native yazılım üretmeyi tercih eden Albaraka Türk, son yatırımlarıyla uçtan uca Microsoft kullanıcısı haline geldiği için yakında Android ve iOS’un yanına Microsoft platformunu da üçüncü bir alan olarak ekleyeceğe benziyor. Müşterilerin çoğunlukla iOS ve Android kullanıcısı olması ise, o tarafta şu an için bu iki seçenikle daha hızlı ilerlemeyi getiriyor.

Gelecek dönemde tüm platformlarda bulunmak ve güçlü bir ekosistem tutmanın dijital dönüşümle bağlantılı olarak önemli bir belirleyici olacağının farkında olan banka yönetiminin bunun gereklerini yerine getireceği görülüyor. Burada Albaraka Türk Genel Müdürü Fahrettin Yahşi’nin dile getirdiği iddialı iş hedefleri, dijital dönüşümün sürekliliğinin en sağlam güvencesi olacak.



Albaraka Türk’teki dönüşüm, teknolojiyle sınırlı değil; dünyanın en iyi katılım bankası olma hedefine endekslî.



Değer yaratmayı bilen adam

Koç Holding eski yönetim kurulu başkanı ile iki kere karşılaştık, hiç konuşmadık. Nedense bende hep büyük işlerin çağrışımını yaptı. **Kerem Özdemir**

K OÇ HOLDİNG Eski Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Koç ile ilk karşılaşmam Microsoft'un ikinci ismi Steve Ballmer ile Kobiline'in lansmanı için yaptıkları basın toplantısında oldu. Bugün, koç.net ile birlikte Vodafone bünyesinde yer alan, Türkiye'nin ilk KOBİ portalının lansmanından aklımda kalan görüntü Ballmer kadar iri birinin yanında aynı ebatta birinin boy göstermesiydi. Bunu anlatmak zor ama Turgut Özal ve Bülent Ecevit'in ABD başkanları ile birlikte fotoğraflarını hatırlayanlar ne demek istediğimi anlayabilir.

İkinci fotoğraf, Beylikdüzü'nde CeBIT fuar alanına ait. Önümüzden geçen bir lüks otomobilin ardından TOFAŞ marka otomobilin ön kolluğu tamamen doldurmuş olarak Mustafa Bey, önümüzden geçti. Ön-

deki otomobildeki genel müdürü de tanıyorduk ve otomobiller ile iktidarlar arasında aleni bir fark olduğunu görmek zor değildi. Garipsememiz, Koç'un fuar alanına helikopterle gelip çok kısa mesafede de alanda bulunan bir şirket otomobili ile transfer edildiğini anlatan bir arkadaşımız sayesinde son buldu.

Derinliği olmayan bu iki karşılaşma, bende önemli bir paradig-

ma değişimi yarattı. 1980'lerin ikinci yarısında İTÜ Elektronik Bölümü'nün kantininde tartışırken Koç Grubu'nda çalışmayı çok cazip bulmuyorduk. Grupta çalışanların bir işin sadece işin bir bölümünü bildiği bir iş modeli olduğunu ve grubun dışına çıkanların hiç bir işe yaramadığını üst sınıflardan öğrenmiştik. Özal döneminin dinamikleri ile, her şeyi öğrenip bütün dünyaya yön vermenin aşağısını düşünmediğimiz bir dönemde, böyle bir modeli asla kabul edemezdik. Reddettiğimiz şeyin profesyonellik olduğunu o dönemde bilmiyorduk. Herkesin her tarakta bezinin olduğu bir dönemde -şirketlerin faaliyet alanları da böyleydi- değerlendirmemi-zin böyle olması şaşırtıcı değildi.

Kadıköy Anadolu Lisesi İngilizcesi ile yapılan çeviriler, part-time dış habercilik, bilgisayar ve yazılım kurulum işleri içinde kendi Tanzimat'ımızı yaşıyorduk. Yıllar sonra TOFAŞ'ın eski CEO'su Kamil Başaran ile tanıştığımda o dönemden kalma bir hava konuşmamıza egemen oldu. Başaran'ın bir televizyon kanalı için Afrika'nın hiç görmediği bir yerlerindeki aslanlarla ilgili belgeselin çevirisini yapması ya da TOFAŞ'ın ilk Ar-Ge'sinin konteynerlerle biraz da kaçak olarak bir ölçüm merkezi olarak kurulmasını anlatması, bu Tanzimat ruhunu en iyi anlatan örneklerdi. Bu hiç kuşkusuz eğlenceli ama biz Tanzimat eğlencelerini yaşarken Koç Grubu'nun daha ileri giderek Cumhuriyet'i kurma noktasına geldiğini fark etmiştim.

Bunu anlamamı sağlayan Arçe-

lik'in Ar-Ge merkezine yapılan basın gezisinde Telve'yi görmem oldu. Küçük makine bana o zaman çalıştığım Tempo dergisinde espresonun tahtını sarsacak bir makinenin Türkiye'den çıkacağını düşündürdü ve bunu yazıya döktüm. O zamanlar akıllı telefonlar yoktu ama bilgisayarlar ve bilişim üzerine yazan arkadaşlar için bu ürünle ilgili yazı yazmak dalga geçilecek bir konuydu ve sağolsunlar bunu da yüzüme karşı söylediler. Ancak bu, 2012'deki TİM İnovasyon Haftası'nda yönettiğim panellerin Boeing Dreamliner/Teague Araştırma ve Strateji Direktörü Heide McBride'a sahnede uzun mesafeli uçuşlarda business class yolculara Türk kahvesi yapabileceklerini söyleyebilmemi sağladı. Bugün en azından THY'nin business class yolcularına uçakta Türk kahvesi servisi yaptığını biliyorum. Aynı şekilde herhangi bir plazada görüşmeye gittiğimde artık görevlinin yüzünden iyi hazırlanmış Türk kahvesi beklentisi için analiz yapmam gerekmiyor. Bunu Telve ve arkasından gelen diğer markaların ürünleri sağladı. Böylece 40 yıllık hatırı olan bir ürünümüzün değerini inovasyonla yukarı taşıyarak vefa borcu ödendiği bile söylenebilir.

Ancak Arçelik'in Ar-Ge'sinde buzdolapları ve çamaşır makineleri arasında yerini alan bu en küçük inovatif ürün, patentler ve uzmanlaşmış Ar-Ge ekipleri ve bu sistem içinde Ar-Ge'yi ticari değeri olan inovasyona çevirme gücü ile bizim Tanzimat'ın sonunu da müjdeliyordu. Türkiye'de artık herkesin

sınırlı yetenekleri ile ufak ufak birşeyler yapmasından daraltılmış alanlarda uzman büyük yapılarla globale yürümenin zamanı gelmişti.

Mustafa Koç'un yaptığı, özünde bu oldu. Biz Kamil Bey (Başaran) ile Afrika belgesellerinin çevirisini yapmaktan bahsederken Koç'un safari merakıyla Afrika'yı yaşaması belki de yaşanan değişimin en karikatürize edilmiş göstergesini oluşturdu. Grubun yaptığı büyük yatırımlar ve dünya çapında satış yaparak büyümesi, bunun gerçek tabloya yansımaları oldu.

Rakamlar Koç Grubu'nun kattığı mesafeyi gösteriyor ancak nitel değişim konusunda daha fazlasını söylemek gerekiyor. Ar-Ge'nin ticarileşip inovasyona dönüşmesinin ne anlama geldiğini gösteren ürünler ortaya koymanın yanında bunun global pazara sunulmaması durumunda gerçek büyümenin mümkün olmadığını ve bu başarılı olduğunda gerçek büyümenin mümkün olduğunu gösteren canlı bir örnek oluşturdu.

Bunun cesur kararlar almayı ve uygulamayı gerektirdiği açık. Aynı şekilde bunun en tepeden desteklenen bir strateji ve aksiyonlar olmadan başarılamayacağı da aşikar. Bu yolculuğun en önemli boyutu ise öğrenen bir işletme olabilmek. Koç Grubu için bunun birçok büyük örneği verilebilir ama benim açımdan en çarpıcı örneği, startaplara yönelik Inventram oluşumunun ardından bir süre yavaş giden işlerin önünü açmayı öğrenmesidir. Grubun birleşmelerde ya da yatırımlarda çoğunluk hissesini alma modeli-



Telve, 40 yıl hatırı olan Türk kahvesini her yerde hazırlanabilir hale getiren bir inovasyon oluşturdur.



Aegae, otomotive büyük yatırım yapan Koç Grubu'nu katma değeri daha yüksek olan tasarım tarafına taşıdı.

nin burada geçerli olmadığını ve startaplara azınlık hissesi ile yatırım yapılmasının doğru olduğunu öğrenmesi, öğrenebilmenin en çarpıcı hikayesidir.

Ancak bunun dışında da hikayeler var. İnsanlar üşümesin diye taziye çadırı kurulup ısıtıcılar yerleştirilmesi bu hikayelerden biridir. Rahmetli Sevgi Gönül ile yıllar önce Ankara'daki evde Sadberk Hanım Müzesi'ndeki yelpazelerin sergisi için görüşmeye gittiğimde, yelpazeleri kendi elleri ile özenle dizmesine tanık olmuştum. Bana çok sert olduğu söylenmişti ama öyle değildi. Kapının ağzındaki merdivenlerde oturup cep telefonuyla konuşurkenki halini görünce bunun çocukluğundan kalan bir görüntü olduğunu düşündüğümü söyledim. Gönül, çocukken basamaklara oturup babasını beklediğini söyledi. Savaş döneminden kalma sığınakta oyun oynamaktan

bahçenin her yerine yayılmış hatıralara kadar konuştuğumuz Gönül ile beraber Vehbi Bey'in çalışma odasına da çıkmıştık. İkinci katta gösteriştan uzak ve sadece bir çalışma masası ile aklıma yazılan bir ortamdı; Koç Holding'in kurucusunun burada çalıştığını söylemek zordu.

Aynı sancak ile uğurlanan Sevgi Hanım ve Mustafa Bey'den öğrendiğimiz, yapılanlar kadar hikaye sahibi olmanın da insanların sevilmesini sağladığıdır. Hikayeler ise karar alma ve uygulamanın belirli bir tarzla yapılmasıyla mümkündür: Kimlik önemlidir.

Koç Grubu, mühendis olmayan bir CEO atayarak global oyuncu kimliğini daha fazla vurgulayan bir kimliğe geçiş adımını attı. Levent Çakıroğlu'nun grubun kurumsal dergisindeki yazısında, ilk defa dikkatimi çeken biçimde grup şirketlerinin Fortune Türki-

ye 500 ve grubun Fortune Global 500'deki konumuna atıfta bulunması, işletmeci öğrenimi görmüş CEO ile yazılacak yeni hikaye konusunda bir fikir veriyor.

Bu bir yanıla Afrika'dan Tayland'a kadar uzanan bir sınıai üretim, diğer tarafıyla IFA'da Beko toplantısında ifade edildiği gibi, sponsor olunan Barcelona'nın oyuncusu Suarez'in Arçelik fırınları Instagram'da övmesinin değerinin farkında olduğu bir global hikaye. Çakıroğlu tercihi ile global sisteme üretim yapma değil, global bir kimlik olma iddiasını ortaya koyan Koç Grubu'nun bundan sonrasında da hikaye yaratmayı sürdüreceğini öngörmek hayalcilik olmaz.

40 yıllık hatırla değerlendirdiğimiz bir emtiadan inovatif ürün çıkarabilmek, bunun ilerleyeceği zemini anlatma konusunda herhalde en iyi örnektir.



Mobil telekomünikasyonda paradigma değişiyor

Turkcell'in Teknoloji Genel Müdür Yardımcısı İlker Kuruöz, 4.5G için gerisayım sürerken çok yoğun bir ajandaya sahip ancak bu koşturmaca işin felsefesi üzerine kafa yormasını engellemiyor. Gelecek nesillerin sektörü ciddi biçimde değiştireceğine işaret eden Kuruöz, mobil telekomünikasyonda şimdiye kadar hakim olan 10 yıllık kuşak çevriminin de kalkması gerektiğini kaydediyor.

Kerem Özdemir

İLKER KURUÖZ İLE Kalamış Divan'da sabah 9:00'daki randevu- ma tam zamanında gitmenin haklı gururunu yaşarım derken Kuruöz, kapıdan girer girmez bu modumun değişmesini sağladı. Yan masada başka bir iş toplantısının sonuna yaklaşmış bulduğum eski arkadaş, daha önce de otomobille gelirken yolda bir telekonferanslı toplantı tamamlamıştı. Kuruöz, Turkcell için 9:00'un güne başlamak için ne denli geç bir saate dönüştüğünün göstergesiydi.

Bu hızı, sonraki bir buçuk saat boyunca süren sohbetimizde koruduk. Ortaya çok alışık olmadığım bir beyin fırtınası çıktı.

Şu anda bütün sektörlerde nesil konusu çok popüler. 4.5G'ye ilerlerken, mobil telekomünikasyondaki nesil değişimini nasıl görüyorsun?

Mobil telekomünikasyonda ilk nesil analog iletişimdi, hakikaten mobiliteyi getirdi; hatırlıyorsun kocaman cihazları. İkincisi bu işi dijitalleştirdi. İkinci neslin içerisinde GPRS ve Edge sayesinde veri ile küçük küçük oynamaya başladık ama çok küçük boyutlarıyla. Üçüncü nesil ikinci nesil üzerine veriyi belirli bir performansta koyma mimarisi oldu.

Dört ve ötesi uçtan uca saf veri düşünülerek dizayn edilmiş bir şey. Yani sesle ilgili bir teknolojiyi "data enabled" hale getirmek yerine tüm mimari, uçtan IP ve veri üzerine kurulu.

Cihazdan core network'e kadar IP. Öyle olunca aslında çok büyük paradigma değişimi var. Ve bence dört ve dörtten sonrası, şirketlerin dijitalleşme gündemini değiştirecek.

Bu nasıl olacak?

Şimdiye kadar dijitalleşme kapsamında çok otomasyon yatırımı yapıldı ancak

Kuruöz, "Dört ve ötesi
uçtan uca saf veri
düşünülerek dizayn
edilmiş bir şey. Bu
yüzden paradigma
değişiyor" diyor.





otomasyon bir noktaya kadar. İnternette e-ticaret yapmak için çok yatırım yapıldı. Bunların hepsi, önce işletmenin kendi içi, sonra işletme ile müşteri arasındaki ilişkiyi sadece bir boyutuyla çözmeye dönük işler. Uçtan uca IP bağlantısının olduğu bir dünyada senin ürettiğin ürünler de akıllanabiliyor; müşterinin elinde de akıllı cihazları var; senin arka ofisin de akıllı işgücün de. Bunların hepsinin tamamen dijital bir platform üzerinde muazzam bilgi paylaşabildiği bir ortama gidiyoruz. Burada altyapı

“Artık nesil konuşmaktan çok; daha hızlı, daha yüksek frekansta yenilikler adapte edeceğimiz bir noktaya gelmemiz lazım.”

çok hızlı, performanslı, güvenilir bir platform getirecek. Bu platform olduktan sonra bundan sonra her sektörün hayal gücüne kalmış.

Bu, şirketleri bir karar anına mı getirecek?

Tam olarak böyle bir noktaya gidiyoruz. Örneğin, perakende sektöründe olayın sadece statik reklamlarla mı götürüleceği yoksa hedefli reklama geçilmesine karşın yine statikten gelen içeriğe mi bağlı kalınacağı; veya videonun çok entegre edildiği ve müşteriden alınan bilgilerle artırılmış gerçeklik yaratılarak bunun deneyimlettirileceği, işletmelerin yapması gereken bir tercih olarak önlerine gelecek.

Teknoloji tarafında uzun bir süredir bireylerin yeni teknoloji konularında işletmelerin önüne geçtiğinden bahsediyoruz. Bu karar sürecini kimler yürütecek?

Biz bu tartışmayı şu anda evde yaşıyoruz. Oğlum her tür oyun platformuna çok düşkün. Bizim evdeki en büyük tartışmamız, “Baba, sanal gerçeklikte hangi ekipmanla gidelim” konusunda. Hiç beklemediğimiz bir anda evlerde sanal gerçeklik platformları oluşmaya başlayacak. Bunu kimlerin kullanacağı şu anda bilinmiyor. Sadece oyuncular mı

kullanacak? Oyuncu topluluğu mu? Burada muazzam bir fırsat geliyor. O sanal gerçeklik cihazını taktıktan sonra arkada muazzam bir connectivity var. Ben belki gidip bir mağazaya sanal olarak girecek, raflarda gördüğüm ürünlere ve özelliklerine bakacağım; kişisel bir ürüne belki deneyeceğim. Elbise denenmeden alınmaz hikayesi, belki zenginleştirilmiş gerçeklikle elbisenin üzerimde nasıl durduğunu görebildiğim bir ortam yaratacak. Bunların hepsi muazzam güvenilir bir iletişim altyapısı gerektiriyor.

Bunun anahtarı bir yeni nesil iletişim altyapısı mı olacak?

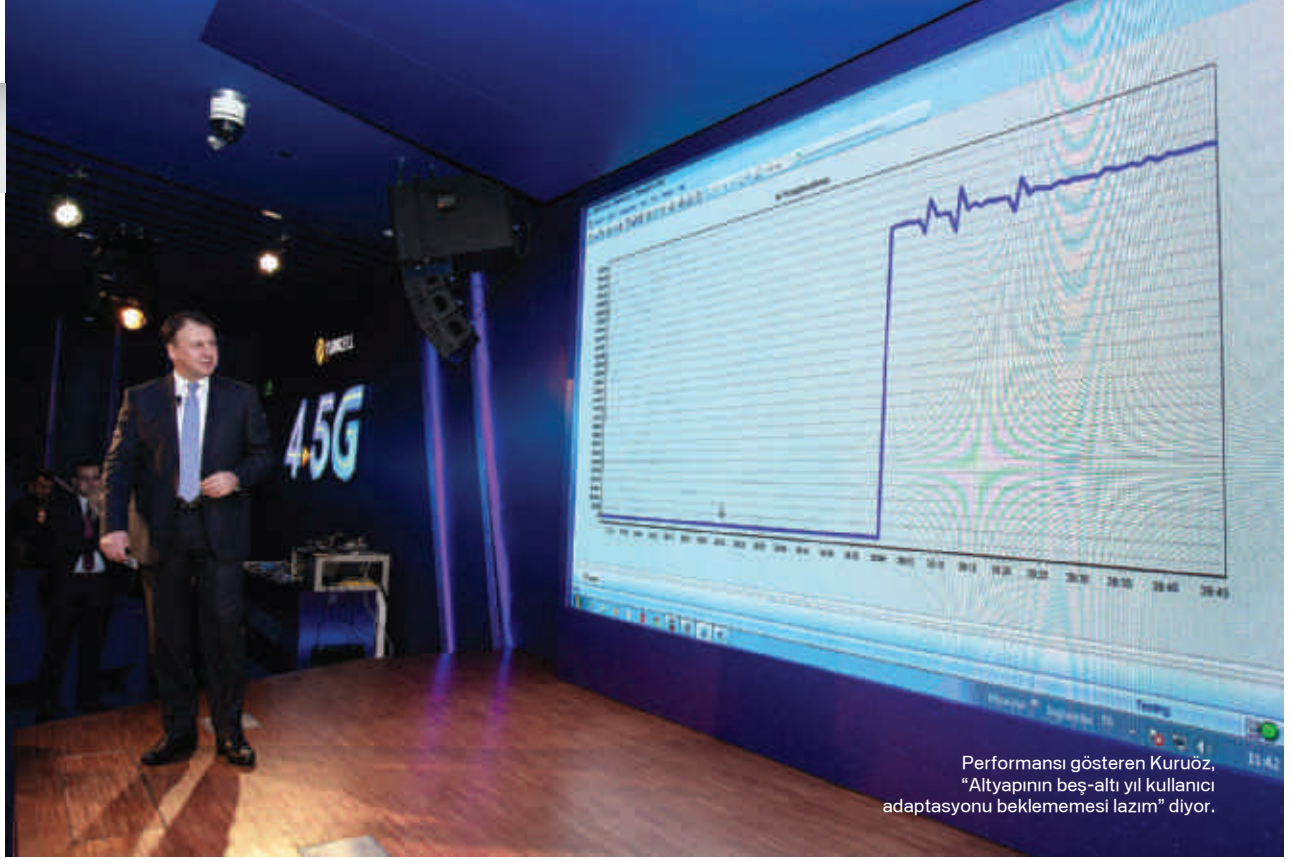
Paradigma değişiminin bir ayağı da

bu: Artık biraz nesil konuşmaktan da vazgeçilmesi lazım.

Geçen hafta bir sektör toplantısında, sektördeki CEO’lar ve CTO’lar bir arada sohbet ediyorduk. Nesiller bizi 10 yıllık geliştirmelere kısıtlıyor. Oysa telekomünikasyon altyapısı ile bilgi teknolojileri (BT) altyapısı harmanlanmaya başladı ve işin inovasyon frekansı da hızlandı. Artık nesil konuşmaktan çok daha hızlı, daha yüksek frekansta yenilikler adapte edeceğimiz bir noktaya gelmemiz lazım. Beşinci nesille çıkmış yeni teknolojiler var. Bunu bugün kullanmamızın önünde hiçbir engel yok. Niye 2020’yi bekleyelim? Sektör bunu niye beklesin? Bunu sormaya başlamamızın nedeni, BT’de bir chipset çıktığında bunu üç yıl sonra kullanmaya başlayın şeklinde bir yaklaşımın olmaması. BT’de yazılım/donanım yenilenmesi 12 aylık çevrimlerle gitmeye başladı; biz bunu 10 yıllık çevrimlerle konuşuyoruz. Bence bu nesil tartışması o anlamda dördüncü nesilden sonra yavaş yavaş azalacak, beşle birlikte ortadan kalkacak ve resim daha entegre bir hale gelecek. Daha küçük çevrimlere dönecek.

Bunu biraz daha açar mısın?

Tam şunu da söylüyorum: Altyapının olduğu gibi terminalin ya da son kullanıcıların da çevrimi var. Bence bu çevrimleri birbirine yaklaştırıp kullanıcıları altyapı yatırımlarını maksimum kullanılabilir hale getirmek gerekiyor. Yoksa altyapının beş yıl, altı yıl kullanıcı adaptasyonu beklememesi lazım. Ekonomik fizibilitesi kalmıyor o zaman. En büyük sıkıntı bence



Performansı gösteren Kuruöz, "Altyapının beş-altı yıl kullanıcı adaptasyonu beklememesi lazım" diyor.

altyapı kurulsun, beş-altı yıl sonra yüzde 70 penetrasyona gelelim yaklaşımının geçerliliğinin kalmaması. 3G'yi 2009 yılında lanse ettik. O kadar zaman geçti. Hâlâ 2G telefon kullananlar var.

Bunun nasıl bir sakıncası var?

Başka toplumlar bütün bireylerini dijital topluma adapte ederken bizde dijital toplumla entegrasyon sınıksız olduğunu gösteriyor. Yıllarca Türkiye'de her eve bir bilgisayar projesi yapmadık mı? Şimdi akıllı telefonlarla birlikte her bireyde bir bilgisayar var aslında. Bu iyi kullanılırsa, dijitalleşen toplum, bu dijitalleşmeden fayda sağlayan birey, kurum, iyi hizmet veren devlet zincirini oluşturmamız mümkün olabilir. Aslında hayatımızı kolaylaştıran bir sürü potansiyele açıyoruz. Bir sonraki evreyi de şu şekilde görüyorum: Çok geniş bant konuştuk ama bir sonraki aşama olarak 4.5G ve fiberde ultra geniş banda gidiyoruz. Bu geniş bandın ötesine geçen önemli bir kavram.

Bu, nasıl bir değişim dalgasını tetikleyecek?

Televizyonda 4K var ve şimdi 5K konuşulmaya başladı. Videoda muazzam bir bant genişliğine gidiyoruz. Zenginleştirilmiş gerçeklik ve düşük gecikme süreleri, çok uzaktaki operasyonları farklı noktalardan hiç gecikme olmadan yönetmek gibi şeyleri akla getiriyor ki, burada muazzam fırsatlar olduğunu görüyoruz. Herkesin aklına ilk ameliyat geliyor. Hindistan'da çok iyi bir uzman var diyelim; Türkiye'deki birini ameliyat ediyor. Bu muazzam ama başka bir şey var. Madencilik gibi çok zor işler var. Nasıl biz İstanbul'da bir odadan tüm şebekeyi yönetiyoruz; belki madenlerin içerisinde akıllı araçlar olacak ve biri İstanbul'daki evinden joystick'le maden çıkaracak.

O kadar önemli bir şey söyledin ki, madencilikte Türkiye'nin kömürde rekabet edememesinin nedeni işçi yoğun olarak işletmeye çalışmaları. Bizde Soma faciası yaşan-

dığında incelemiştik, ABD'de çok az insan kullanıyorlar. Ağrılı olarak robotlar yapıyor bu işi. Bunu yapabildiğinde belki hem insan hayatını kurtaracaksın hem de rekabet edebileceksin.

Evet. Diyelim ki, Türkiye'de bir grup insan Afrika'da, Çin'de bazı madenleri işletme hakkına sahip oldu; oraya gidip makineleri indirdi. İlla İstanbul'da olmak zorunda da değil, Antalya'da kurduğu merkezden operatörler Afrika'daki madende kazı yapabilir, maden çıkarabilirler. Ondan sonra madenin sadece taşınması kalıyor. Ultra geniş bandın getireceği en büyük faydalar buralarda. İnsan hayatına katma değeri çok artan bir noktaya gidiyor bu iş.

Bütün bunlar olurken, 4,5G'yi insanlara yine filmi kaç dakikada indireceksin reklamlarıyla mı anlatacaksınız? Bunu eleştirmek adına söylemiyorum ama bu kadar paradigma değişimi olurken garip gelmiyor mu?

Hayatımızı şekillendiren bazı tek-



nolojiler hiç reklam yapmadan kendi kendine girdiler. Biz onun teknolojik bir gelişim olduğunu anlatmadık bile ama kullanıldı. Bu kadar konuştuğumuz bulutu düşün. Sene 2000 hatırlarsın; network computing konuşuyorduk. Aslında buluttu değil mi? İsmine bulut demiyorduk ama bunları konuşuyorduk. Ama olmadı o dönemde. Niye olmadı? Bilgi işlem gücü yok muydu? Vardı. Sanallaştırma teknolojileri var mıydı? Babası vardı. Sanallaştırma teknolojilerinin bir sürü versiyonu vardı o dönemde. Ama son kullanıcının o bilgi işlem gücüne ucuz ve etkin bir biçim-

de ulaşması için gereken bağlantı gücü, konnektivite yoktu. Bankaya 5 megabit veri hattı çekti demek gerektiği konuşuluyordu. Bugün benim evimdeki fiberde 1 gigabit var. 5 megabit nerede, 1 gigabit nerede.

1995'te benim aldığım PC'de de 1 megabyte RAM vardı.

Ama mesela 90'lı yıllarda da bulut bilişim vardı. O mainframe-terminal mimarisi, düşük bant genişliğinde olsa da tipik buluttur. Şimdi bizde hiç kimse konuşmazken bir anda bireylerin kullanmaya başladığı e-posta servisleri -adına bulut demedik ama bugün çok sayıda

insanın kullandığı servisler budur- hiç kimseye anlatmadan insanları bulut servislerinin içine taşıdı. İlla bunu anlatmak da gerekmiyor. Son kullanıcıya sağlanan fayda hissedilirse kitleler oraya hızla geliyor. Bugün bireysel olarak kullanılan e-mail hizmetinin yüzde 100'ü bulut hizmeti.

Bu alanda diziler günümüzde reklamlara göre daha etkili gibi geliyor. Ben bir ara yeni teknolojileri CSI:NY'tan takip ediyordum; şimdi Kiralık Aşk, favori dizim oldu.

Biz de bu tür kanallara ilgi gösteri-



4.5G'nin mobile getirdiği hız, fiber ile sabit hatta datayı hızlandırmayı da gündeme taşıyor.

yoruz. İnsanlara herşeyi teknoloji olarak anlatmamak gerekiyor. Büyük kitlelere teknolojiyi anlatarak değil de kullanım biçimini gösterip hayatına nasıl fayda sağlıyorla anlatmak daha önemli. Bunun için sadece diziler olması da gerekli değil; yaşanan hayatın kendisi de doğrudan etkileniyor. İngiltere’de yapılan bir araştırma, sosyal medya kullanan yaşlıların daha uzun yaşadığını ve hayata daha bağlı olduğunu gösteriyor. Yaşlılıkta depresyon önemli bir problem ve o toplumlar da yalnızlık zaten sorun. Depresyon önemli bir sorun. Ama sosyal ağlar, ailesiyle bağlarının devam ettiğini, varsa torununa daha yakın olduğunu hissettiriyor. Eskiden 40 yılda bir telefonla konuştuğu kişilerle sosyal medyadan muazzam bilgi akışı devam ediyor.

Bir ara Türkiye’de Messenger hiç de bilgisayar kuşağı diyemeyeceğimiz bir kesim içinde yaygınlaşmıştı. Yurtdışında okuyan ya da çalışan çocuğu olan yaşlılar, Messenger’ı -hem de görüntülü olarak- sürekli kullanmaya başlamıştı.

Facebook’ta bizim aile için kapalı grup kurdum; akrabaya açık tuttuk. Annemin kuzeni Hollanda’ya yerleşmişti. Onu da görüyorum. Annem 72 yaşında Facebook canavarı oldu. 76 yaşında teyzem var. Geçen yıl tablet aldık. Ben bundan kopmak istemiyorum. Bütün yaş günlerini en çok onlar kutluyor. Muazzam bir etkileşim ve hayata bağlılık getirdi. Negatif şeyleri konuşmaya eğilimli bir toplum ama sosyal medyanın sosyal dokuya muazzam katkısı var. Eskisi gibi tek bir

kasabada bir mahallenin içinde oturan aile yapısı kalmadı. İstanbul’da, Antalya’da oturanı var. Dayım Nevşehir’de oturuyor. Yılda bir kere görüyordum. Şimdi dayımın haftada bir aktivitesini görüyorsun. Yengem bir resim koyuyor. Sosyal medyanın topluluğu bir araya getiren bir tılsımı var.

Burada teknolojinin ötesinde bir sistemden söz etmek gerekiyor? İhtiyaç üzerinden hayata girince ve

projesiyle nüfusu 500’e kadar olan yerlere de hizmet götürdük. Şimdi onun bir dalgası daha gelmeli. O kitlelere data götürmemiz lazım. Artık sadece ses götürmek yetmeyecek. Toplumun tamamının bu dijital kapsamına girmesi lazım. Burada da şimdi sadece mobil yatırım yetmeyecek. Dördüncü nesille birlikte uçtan uca data mimarisine dönüyor. Üçüncü nesilde ses şebekesi vardı. Data fonksiyonu eklendi. Dördüncü nesilde şebeke ta-

Operatörler ortak fiber yatırımını tercih ederse, 16,5 milyar dolarlık yatırım tutarında 12 milyar dolarlık tasarruf sağlanacak.

hayata değer katan boyutuyla yerini alınca, bu tür şeyleri tutamıyorsunuz artık. Büyük kitlelere yayılıyor. Teknolojiyi teknoloji gibi anlatmak aslında çok anlamlı değil. Neyi çözüyor? Hayatında neyi kolaylaştırıyor? Nereye götürüyor? Bu anlamda bakınca da, bütün bu konuştuğumuzun gerçekleşmesi için altyapının çok büyük önemi olduğunu görüyoruz. Türkiye’nin altyapıya yatırım yapmaya devam etmesi lazım. Mobil iletişimde geldiğimiz noktada; nüfusu kapsamada dünyada bir numarayız.

Kapsama konusu Turkcell için nasıl bir öncelik oluşturuyor?

Nüfus kapsamında Turkcell’in yaptığı çok iş var. Yaygın yatırım yapıyoruz. Sonra evrensel katkı

mamen data şebekesi. Üzerine ses servisi gelecek: VOLTE öyle bir iş. Data şebekesi olduğu için ses, mesajlaşma, televizyon servisi, harita servisi; düşündüğün bütün servisler bunun üzerine geliyor. Bu, data işini tüm Türkiye’ye yaygınlaştırmak lazım.

Bunun şebeke tarafına getirdiği zorunluluk ne?

Eğer biz ultra geniş bant konuşacaksak -gerek sabit, gerek mobil- bu bakır kabloyla, twisted pair’le belli noktaya kadar geliyor; onun üzerine belli sınırlamalar biniyor. Bunların hepsinin fibere geçmesi gerekiyor. Fiber de çok zorlu bir yatırım. Bu altyapıyı kurmak için 35 bin kilometreye yakın fiber yatırımı yaptık ve kendi omurgamızı oluşturup



Türkiye'nin içindeki trafiğimizi kendi şebekemize çevirdik. Trafiğimizin yüzde 95'ini Turkcell Superonline'nin üzerinde taşıyoruz. Türkiye'nin en büyük data kullanıcısı bizim mobil ve sabit şebekemiz. Kurumların önemli bir bölümünün datasını biz taşıyor hale geldik ve yedekli bir omurga olması, bunun sağlıklı olmasını getiriyor. Ama kılcallara gidemedik.

Kılcallarla kastettiğin...

Haneye ulaşma noktasında, kurumların uç noktalarına ulaşma noktasında yapmamız gerekenler var. Fiber to the Home (FTTH) konuşuluyor ama Fiber to the Business de önem taşıyor. Mağazayı, banka şubesini, dağıtım ağının teslimat noktasını, olan adamın delivery pointini, süper marketi, fast-food zincirini bağlamak gerekiyor. Türkiye'de 2 bin 500 franchise'ı olan fast-food zincirinden bahsediyoruz. Bu uç noktalarının her birinin merkeze bir şekilde bağlanması lazım. Uç noktayı o kılcal damarla bağlamak için bizim teknoloji yatırımları yapmamız lazım. Fiberde de çok kritik. Fiberde de rastgele, çokkanallı yatırım yapmak çok sağlıklı değil. Biz diyoruz ki; burada Türkiye'nin fiber varlıkları, şu ana kadar oluşturulmuş varlıkları bir ortak havuzda değerlendirilebilir. Buna altyapı şirketi demek daha doğru; içine bir takım pasif ekipmanlar ve kuleler dahil edilebilir. Bunun bir kısmının ticari paylaşımı başladı. Böyle tasarlanmış bir altyapıyla bizim Türkiye'nin dört yanını fiberle döşememiz lazım.

Burada zorluklar neler?

Şimdi biz fiber ile şehirleri dijital-

leştirilmek istiyoruz ama kazı izni almak çok zor. Bu, yatırım yapmak isteyen önündeki en önemli engellerden bir tanesi. Herkes ayrı ayrı mı yapacak bunları. Her operatör ayrı ayrı kazı izni alıp ayrı ayrı mı kazacak fiber için? Herkesin ayrı ayrı yolları kazması yerine ortak bir altyapıyla hareket etmek ve bunun üzerinde servisle rekabet etmek, müşteri servisi tarafında farklılaşmak için en önemli boyutu olacak. Ülke boyutuyla bakınca, bu

yatırımın ayrı ayrı yapılması 16,5 milyar dolarlık bir maliyet çıkarırken ortak havuzla yatırım yapmanın maliyetini 4,5 milyar dolar olarak hesapladık. Basit bir hesaplama gördüğümüz, burada 12 milyar dolar veya biraz üzerinde bir tasarruf sağlanabileceği.

İşi bir SWOT analizine çevirsek, bu yatırım doğru yapıldığında ortaya çıkacak güçlü yanlar neler?

Fiberle kurduğunuz altyapının çok yüksek kapasite potansiyeli var ve güvenilirliği de çok yüksek. Çevresel şartlardan daha az etkilenen fiber altyapının hızlarında da önümüzdeki dönemde yükseliş sürecektir. Bakırda bir sınıra ulaşıldı; artık bunun üzerine çıkmak için

yapılan çalışmalar ek bakır yatırımı da gerektiriyor. Çift bakır yerine dörtlü bakır çekerek daha yüksek hıza çıkılabiliyor ama bu saatten sonra yapmamız gereken bu mu? Bakır çekmeye devam mı edeceğiz?

Bu, bizi 3G'ye geçişteki tabloya götürüyor. 2G şebekesinin sürdürülmesi için gereken çalışmaların maliyeti, 3G'ye geçişin en önemli dinamiklerinden biri olmuştur. Ancak bu adım bugün

“Türkiye’de 2 bin 500 franchise’lı fast-food zinciri varsa, bunları data hattıyla merkeze bağlamanın önemini görmemiz gerek.”

Türkiye'nin mobil finanstan mobil eğlenceye ve bilgileneceye kadar birçok alanda çok ileri bir konuma gelmesini sağladı. Bu yeni adımdan ne bekliyorsun?

Bu iş, kurumlar, bireyler ve devlet olarak Türkiye'nin ve aradaki ilişkilerin dijitalleşmesi için 1 numaralı gündem maddesi olması gereken konu. Mobilde önemli bir adım atıldı: Yeni frekans tahsisleri yapıldı. 1 Nisan'da hayata geçecek 4.5G ile birlikte aslında mobil daha da ciddi bir katkı sağlayacak. Altyapıda fiberin onu daha da ileri götürmek için üzerinde en fazla durulması gereken konu olması lazım.

Bu bence görüşmeyi tamamlamak için yeterince güçlü bir mesaj. Teşekkürler.

Yıl boyu her ay Fortune Türkiye Dergisi ile birlikte dağıtılacak olan Dijital Özel Eki, Mart sayısında dijital dünyaya ilişkin güncel konuları ve son gelişmeleri tüm detayları ile mercek altına alıyor.



Mart sayısında yerinizi ayırtmayı unutmayın

Dijital Özel Eki'nde neler olacak:

Bilişimin yumuşak karnı: Güvenlik
Dijital KOBİ, rekabete hazır KOBİ
Büyük veriyle büyüme stratejileri



İçici miyiz, satıcı mı?

Türkiye’de inovasyon destekleri çocuğun cebine para koyma mantığı ile sürdürülürken, global pazara ürün satma perspektifini oluşturamamış olmamız gelişmemizi engelliyor.

ÇOK BİLİNDİK BİR LAFTIR. Yakalanan torbacı, “Abi valla satıcı değilim, içiciyim” der. Bu uyuşturucu işinin dinamikleri içinde kaldığı sürece sorun yok ama inovasyon çabalarında satıcı olamayıp içici kalmanın çok ciddi sakıncaları var. Çığır açan bir iş yapma iddiasında olup bunun satış tarafını düşünmemek açıkça inovasyon yapmamak anlamına geliyor. Üstelik satıcı olmayıp içici olmak öyle bir kafa yapıyor ki, bulutların üzerinde uçtuğunuza düşünabiliyorsunuz.

Türkiye’nin ihracat mallarının teknoloji ağırlığında ve değerinde gelişmiş ülke ortalamaları karşısında hafif kalma durumunu ATAK helikopterlerinin ve uydularımızın sırasıyla 10 bin ve 30 bin dolar olan kilo fiyatlarını ifade ederek maskeleyen çabası, böyle bir kafa yapma durumu yaratıyor. Benzer biçimde girişimcilerin cebine 100 bin ya da 150 bin lira koyarak “haydi, inovasyon yapın” demek de aynı kapıya çıkıyor.

İnavasyonu içici olarak değil, satıcı olarak yapmanın ne kadar farklı olduğunu son olarak Güney Kore’de LG’nin Ar-Ge tarafından bir yöneticinin açıklamasında yakaladım. Bu yönetici, inovasyon hikayesini, “Biz küvette banyo yapma alışkanlığına sahibiz. Ancak sizin duş alma alışkanlığınız dikkatimizi çekti. Bunu incelediğimizde duş yapıldığında daha az su sarf ederek temizlik sağlamanın mümkün olduğunu gördük. Patent alıp bu teknolojiyi çamaşır makinelerimize entegre ettik” diye anlattı.

Yerli marka taşıyan çamaşır makinemde aynı teknolojinin olduğunu söylediğimde, bu kişi, bunun kendi ürünleri olabileceğini söyledi. Bana makineyi satılan bayinin, “Bu çamaşır makineleri Güney Kore’de üretildiği için fiyatları daha yüksek” dediğini hatırladım.

Bu hikaye, patentli teknolojiden kendi markanıza bile gerek duymadan çok büyük markalar üzerinden dünyaya ürün vermeye kadar uzanan bir sistemin nimetlerine ve bundan faydalanmak için ne kadar az çaba harcadığımıza işaret ediyor.

Daha fazla heyecan arıyorsanız, Elon Musk’ın hikayesine bakın. Uzaya roket göndermede inovasyon yapmak üzere kurduğu SpaceX, ABD’nin uzay mekiği programını sona erdirmesinin ardından dikine kalkıp tekrar dikine inebilen roketi ile önümüzdeki döneme damgasını vuracak bir inovasyon sahibine dönüştü. Ancak başarılı kalkış/iniş operasyonunun hemen ardından okyanusa inme denemesi başarısızlıkla sonuçlandı. Bu başarı/başarısızlık dalgaları, Musk’ın girişimci olarak ışıldamasını ve dikkatleri üzerine çekmesini engellemiyor.

Geçenlerde Intel Türkiye Genel Müdürü Burak Aydın ile öğle yemeğinde bir araya gelip beyin fırtınası yaparken Musk gündeme geldi. Burak’tan yazmasını istedim; bu aralar kitabını okuduğu Musk’ı çok iyi anlattı. İşte

girişimci de inovasyon da budur deyip, yazıyı Burak’ın sözleriyle ve “Sadece içmeyi değil, biraz da satmayı düşünün” tavsiyesiyle kapatıyorum.

“Elon Musk! Hayalin peşinde koşmak.

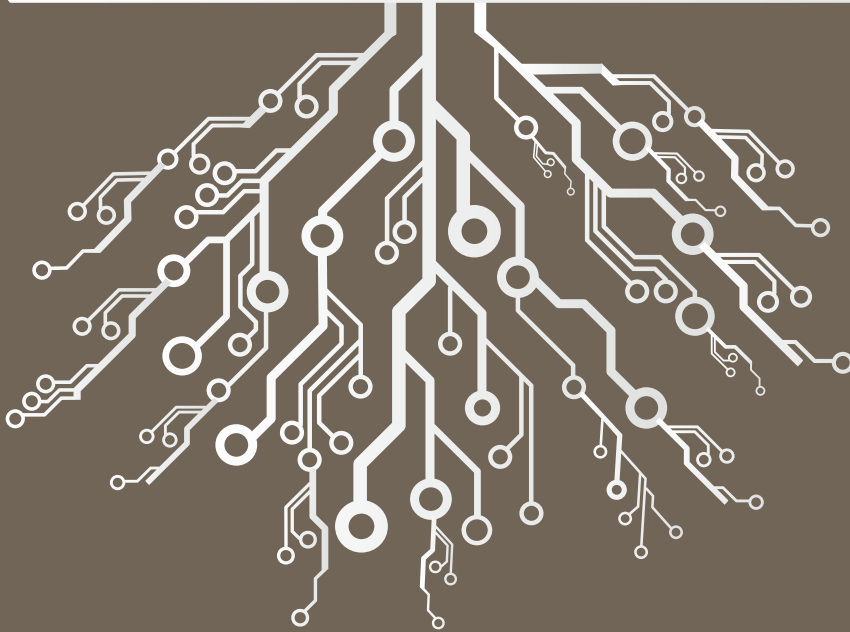
Birçokları tarafından Elon Musk Steve Jobs’tan sonraki yeni deha olarak adlandırılıyor ve ben de bu fikre katılıyorum. Biyografisini okurken beni en çok etkileyen PayPal’dan elde ettiği 100 milyon doların üzerindeki serveti değerlendirmenin bir çok yolu varken kendisi için en riskli olan yatırımları seçerek dünyayı değiştirmeye çalışan ve hayallerinin peşinden koşan bir girişimci olması. Öte yandan Steve Jobs ile kişilik özellikleri de bir çok noktada çok benzer. Tamamen işlerine odaklanmaları, büyük bir aşk ile sınırları zorlamaları, NEDEN ve NASIL sorusunu büyük bir maharetle kullanmaları, mükemmeliyete olan aşkları, imkansız nedir tanımamaları çok ilham verici. Elon Musk’ın bu yolculuğunda etrafına topladığı, kendisi ile aynı hayale veya meydan okumaya ortak olan ekibe liderlik etmesi de örnek alınacak bir diğer özelliği. Tarihi seven bir insan olarak benim gözümde Elon Musk’a yeni nesil Kristof Kolomb denebilir. 15. yüzyılda bilinmeze yolculuğu şu anda uzay, elektikli araç ve güneş enerjisi konularında Elon Musk yapıyor ve biz de bu keşfin tam ortasındayız.”

ŞİRKETİNİZ BÜYÜYOR, OFİSLERİNİZ AÇILIYOR.



Peki ofisleriniz arasında bağlantı nasıl kuruluyor?

İşNet MPLS VPN'e geçin, tüm ofisleriniz arasında mesafe uzak da olsa güvenli ve hızlı bağlantı kurun. Şirket bilgilerinize dışarıdan müdahale olmasın, bağlantı hızınız hep en yüksek seviyede kalsın.





berq
NET

SİBER SALDIRILARIN SAATİ BELLİ OLMAZ.

BerqNET firewall ile işletmenizin verileri her an güvende.

LOGO
SİBER GÜVENLİK



Adres : Gebze Organize Sanayi Bölgesi Teknopark No:609 Gebze 41480 Kocaeli Türkiye
Telefon : +90 262 679 82 90 Faks :+90 262 679 80 80 E-Posta:info@berqnetworks.com