



Dijital Biz

AĞUSTOS 2019 SAYI: 09 / FİYAT: 20 TL

dijitalbiz.com

Bilişim, Ekonomi, İş Dünyası Dergisi

VERBİS'e Kayıt için Son Tarihi Beklemeyin!

TEKNOFEST Take-Off
Uluslararası Girişim Zirvesi
Başvurularında Son Günler

PILOT'un Yeni Dönem
Girişimleri Belli Oldu

Türk Telekom CEO'su
Ümit Önal Oldu

Otomotiv Sektörü 6. Kez
İstanbul'da Buluşuyor

Türkiye Teknoloji Takımı
Vakfı'ndan Öğrencilere
Yerli ve Milli Destek

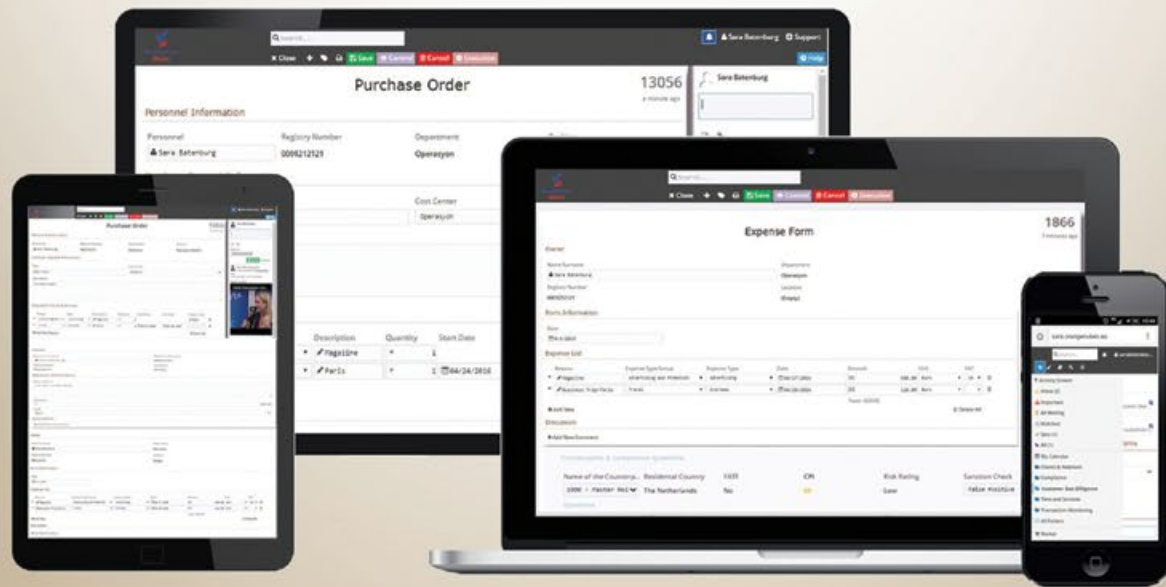
Prof. Dr. Faruk BİLİR
Kişisel Verileri Koruma Kurumu
Başkan

Diğer Röportajlar:

Doç. Dr. Deniz TUNÇALP (İTÜ ARI Teknokent); Dr. Demet KARAALİ (Mercedes-Benz Türk A.Ş.)



İş süreçlerinize mobil cihazlardan ulaşın



+90 850 460 0 886 (VTN)

- Proje Yönetimi •Fatura Onay •Satın Alma •Sipariş Yönetimi
- İşe Başlatma •İşten Ayrılma •Değişim Yönetimi •Talimat
- İzin •Performans Yönetimi •Masraf •Avans •İç Yazışma
- Sözleşme Öneri ve Takip •Yeni Ürün •Ürün Versiyon Değişimi
- Mutabakat •KEP Yönetim •Tebliğat •EFT •Kredi Başvurusu
- POS Operasyonları •ERP ve MRP •Doküman Yönetim Sistemi

www.vatanseverbilisim.com

Dijital Biz

DİJİTAL BİZ DERGİSİ
AĞUSTOS 2019 SAYI: 09 / FİYAT: 20 TL

VATANSEVER BİLİŞİM A.Ş. ADINA
İMTİYAZ SAHİBİ
Şenol Vatansever
senol.vatansever@dijitalbiz.com

GENEL YAYIN YÖNETMENİ
(SORUMLU)
Şenol Vatansever
senol.vatansever@dijitalbiz.com

EDİTÖR
Sema Vatansever
sema.vatansever@dijitalbiz.com

GÖRSEL YÖNETMEN
Gökhan Ünlü
gokhan.unlu@dijitalbiz.com
Most Idea

BARINDIRMA
Vatansever Bilişim & Bulutistan

REKLAM VE PROJE
reklam@dijitalbiz.com

ABONELİK
www.dijitalbiz.com/abone
abone@dijitalbiz.com

BÜLTEN GÖNDERİMİ
bulten@dijitalbiz.com

YAYIN TÜRÜ
Aylık, Süreli Yayın

Dergide yayınlanan yazılardan kaynak gösterilmesi koşuluyla alıntı yapılabilir. Dergide yayınlanan makale ve röportajlarda yer alan fikirler yazarlarına ve röportaj veren kişilere aittir, dergimiz için bağlayıcı değildir.

dijitalbiz.com

Editörden



Şenol
VATANSEVER

VERBİS'e Kayıt için Acele Edin!

Veri Sorumluları Sicil Bilgi Sistemi'ne (VERBİS) şirketlerin ve kurumların kayıt için acele etmesini sadece biz söylemiyoruz, Sayın Başkan da öyle diyor:

"VERBİS'e kayıt tarihi 01.10.2018 de başlamış olup 30.09.2019 tarihinde kayıt işlemi son bulacak. Veri sorumlularının idari yaptırımlarla karşılaşmamları için kayıt yükümlülüklerini son tarih olan 30.09.2019 tarihine kadar gerçekleştirmeleri önem arz etmekte. Bizlerin veri sorumlularına tavsiyesi; kayıt için son tarihi beklemeyin..."

VERBİS'e kayıt için zamanın daraldığı şu günlerde **Dijital Biz Dergisi** olarak konunun en yetkili ismi ile kapsamlı bir röportaj gerçekleştirdik. **Kişisel Verileri Koruma Kurumu Başkanı Prof. Dr. Faruk Bilir'e** tüm sorularımızı samimiyetle cevaplandırdığı için teşekkür ederiz. Hem şirketlere ve kurumlara hem de kişisel verisi işlenen bizlere çok önemli mesajları var. Mutlaka okumanızı öneririz.

KVKK'da İhlaller ve Cezalar Tam Gaz...

Kişisel Verileri Koruma Kurumu web sitesinde son aylarda artarak devam eden farklı sektörlerden veri ihlali ve idari para cezası duyuruları görüyoruz. Bankacılık sektörünün güvenliğe ciddi önem vermesinden hareketle, üç bankanın veri ihlali bildiriminde bulunması acaba kişisel verilerimiz yeterince güvende değil mi sorusunu aklara getirdi.

Kurumun web sitesinde yer alan ilgili duyurular:

• ING Bank A.Ş.

"1.172 adet gerçek kişi ticari işletmesinin KRM raporları ile adres ve telefon verilerinin, ilave olarak KRM raporlarında yer alan tüzel kişilikleri oluşturan gerçek kişilere ilişkin bilgiler kontrol edildiğinde toplam 19.055 adet gerçek kişinin TCKN ve isim bilgilerinin banka dışına aktarıldığının anlaşıldığı,"

• Türk Ekonomi Bankası A.Ş.

"10 Temmuz 2017 ve 26 Haziran 2019 tarihleri arasında gerçekleşen ihlalden tahmini olarak Banka müşterisi olan 17.582 kişinin ve Banka müşterisi olmayan 7.706 kişinin etkilendiği"

• DenizBank A.Ş.

"Temmuz 2018 - Mayıs 2019 tarihleri arasında gerçekleşen ihlalden Banka müşterisi olan 3.038 kişinin ve Banka müşterisi olmayan 2.851 kişinin etkilendiği bilgilerine yer verilmiştir."

KVKK'da Yerli Çözümlere Yoğun İlgi...

KVKK sebebiyle para ve hapis cezalarıyla yüzleşmek durumunda kalan şirketlerin ya da kurumların son pişmanlığı fayda etmiyor. Şirketlerin ya da kurumların sürecin mağduru olmaması için vatandaşlardan gelen talepleri hızlı ve doğru biçimde cevaplaması gerekiyor. Bu alanda bazı yerli, milli ve ekonomik çözümler var. T.C. kimlik numarası, cep telefonu numarası, kredi kartı bilgileri, banka hesap bilgileri ve tanımlanan diğer bilgileri tüm sistemlerde arayıp bulabilen, raporlayabilen, taşıyabilen, anonimleştirebilen, silebilen çözümleri kullanmaları risklerini azaltabilir. Tabi yapılan işlemlerin mahkemede delil olarak kabul edilebilmesi için şirketlere ve kurumlara alacakları çözümün ilgili logları elektronik imza ve zaman damgası ile kaydettiğinden emin olmalarını öneriyoruz.

www.kvkk.gov.tr ve www.dijitalbiz.com/kvkk adreslerinden gelişmeleri takip edebilirsiniz. Kişisel verilerimize artık hak ettiği değer veriliyor. Kişisel verilerinizin hesabını sorun!



Prof. Dr. Faruk BİLİR: “VERBİS’e Kayıt için Son Tarihi Beklemeyin!”

- 22 TEKNOFEST Take-Off Uluslararası Girişim Zirvesi Başvurularında Son Günler
- 24 PİLOT’un Yeni Dönem Girişimleri Belli Oldu
- 26 Türk Girişimcilerin Projeleri Dünya Pazarına Açılıyor



Doç. Dr. Deniz TUNÇALP: “Türkiye’nin Girişimcilik ve İnovasyon Üssü”

- 34 Türk Telekom CEO’su Ümit Önal Oldu
- 36 VERBİS’e Kayıta Son Günler Geliyor
- 38 Geçen Yıl Ar-Ge’ye 13 Milyar 24 Milyon TL Harcadık
- 40 Uygun Adım Geleceğe: Ar-Ge ve İnovasyon
- 42 Otomotiv Sektörü 6. Kez İstanbul’da Buluşuyor



Dr. Demek KARAALI: “Dijitalleşme Otomotiv Sektörünü Nasıl Değiştiriyor?”

- 52 2019 Küresel İnsan Kaynakları Trendleri
- 54 İnsan Kaynakları Süreçlerinde Yapay Zekâ Kullanılacak
- 56 Z Kuşağı Esnek Çalışmada İsrarlı
- 58 Yeni Nesil Siyasetçi: Alexandria Ocasio Cortez
- 60 Orta Yaş Üzeri Facebook, Genç Kuşak Instagram Kullanıyor
- 64 Yaşlılar Sosyal Medya ile Yaşama Sarılıyor
- 66 Akıl Terini Çalıştıranlar Kazanıyor!
- 68 Türkiye Drone Şampiyonası 2. Etapı Çanakkale’de Sona Erdi
- 70 Türkiye Drone Şampiyonası Kapadokya Etapı Sona Erdi
- 72 Türkiye Teknoloji Takımı Vakfı’ndan Öğrencilere Yerli ve Milli Destek
- 76 Kamu, Yerel Yönetim ve Üniversite İş Birliği ile Küçüköy Yaratıcı Teknolojiler Atölyesi Açıldı
- 78 Tersine Beyin Göçünde İlk Adres
- 80 Havacılık ve Uzay Uygulamalarından Önemli Rol Oynayacak Projeler
- 82 Hastanelerin Sonu mu Geliyor?



CIO ve Bilgi Teknolojileri Yöneticilerinden oluşan
Türk bilişim sektörünün en etkili düşünce topluluğu

VERBİS'e Kayıt için Son Tarihi Beklemeyin!

Prof. Dr. Faruk BİLİR
Kişisel Verileri Koruma Kurumu
Başkan

VERBİS'e kayıt tarihi 01.10.2018 de başlamış olup 30.09.2019 tarihinde kayıt işlemi son bulacaktır. Veri sorumlularının idari yaptırımlarla karşılaşmamaları için kayıt yükümlülüklerini son tarih olan 30.09.2019 tarihine kadar gerçekleştirmeleri önem arz etmektedir. Bizlerin veri sorumlularına tavsiyesi; kayıt için son tarihi beklemeyin...!

Dijital dönüşüm sürecinde kişisel verilerin rolü nedir?

Dijital dönüşümün etkin bir biçimde gerçekleştirilmesi çalışmaları son dönemde önemli ölçüde ivme kazandı. Gelişmelere baktığımızda devam etmekte olan bu süreçte veri odaklı bir anlayışın hâkim olduğunu görüyoruz. Şu bir gerçek ki, dijital teknolojiler kişisel verilerden beslenmektedir. Geline noktada veriyi ve özellikle kişisel verileri 'değerlendirebilen', analiz edebilen şirketlerin değer kazandığını, adeta son 10 yıla damgasını vurduğunu görüyoruz. Aslında kişisel veriler her zaman değerliydi. Fakat dijitalleşme ile birlikte kendine uygulama alanları bulan veri temelli ekonomi sayesinde bu değer yakından hissedilmeye başlandı. Sadece ekonomik açıdan değil, hizmet kolaylığı açısından da dijital dönüşüm ve kişisel veriler arasında bir ilişki bulunmaktadır. Kişisel verilerin işlenmesi, hayatı kolaylaştırmış ve pratik bir hale getirmiştir. Burada dikkat edilmesi gereken nokta; kişisel verilerin hukuka uygun olarak işlenmiş olması ve bulunduğu her ortamda güvenliğinin sağlanmış olmasıdır.

Peki Kişisel Verileri Koruma Kurumu dijital dönüşümün neresinde?

Bilindiği üzere ülkemiz, dijital dönüşüm ile ilgili çalışmalarını Milli Teknoloji Hamlesi adıyla, "Dijital Türkiye" parolasıyla yürütmektedir. Bu kapsamda yerli ve milli projelerin önem kazanması ve başarılı olması insanlarda heyecan ve mutluluk meydana getirdi. Yerli veri merkezlerinin revaçta olması

bunun bir göstergesidir. Kurumumuz bu konudaki gelişmeleri yakından takip etmekte olup, kişisel verilerin korunması alanında görev ve yetki alanına giren her konuda üzerine düşeni yapmaya hazırdır.

Son zamanlarda adını sıklıkla duyduğumuz Kişisel Verilerin Korunması ne demektir?

Kişisel verilerin korunması, kişisel verilerin işlenmesinin disiplin altına alınması ile temel hak ve özgürlüklerin korunmasıdır.

Kişisel verilerin korunması, temelde verilerin değil, bu kişisel verilerin ilişkili olduğu kişilerin korunmasını amaçlamaktadır. Başka bir ifade ile verilerin korunması; kişileri, onlar hakkındaki verilerin tamamen veya kısmen otomatik olan ya da otomatik olmayan yollarla işlenmesinden doğacak zararlardan koruma amacına yönelmiş ve kişisel verilerin korunmasına ilişkin ilkelerde somutlaşmış idari, teknik ve hukuki önlemleri ifade eder.

Bu anlamda kişisel verilerin korunmasının, kişilere ilişkin verilerin toplanması, saklanması, kullanılması ve aktarılması gibi veri işleme süreçlerinin bütün aşamalarını kapsar şekilde bireylere kontrol hakkını yeniden kazandırmayı amaçladığı söylenebilir. Bu amaç kapsamında kişisel verilerin korunması, kişinin verilerinin geleceğini bizzat kendisinin belirleme hakkını ifade eder. Aynı zamanda bu koruma insan onurunun ve kişilik hakkının da bir gereğidir.

Kişisel verilerin korunması konusu hakkında ilk düzenleme bu Kanunla mı yapılmıştır?

Kişisel verilerin korunması hakkı ülkemizde 2010 yılında anayasal teminat altına alınmıştır. Bu tarihe kadarki dönemde ise kişisel veriler daha çok genel hukuki düzenlemelerde yer alan hükümler ile korunmaktaydı. Türk Medeni Kanunu ve Türk Ceza Kanunu'nda kişilik hakkı ile kişisel verilerin korunmasına yönelik hükümler ve yaptırımlar bu düzenlemelere örnek gösterilebilir.



2010 yılında ise, Anayasanın 20. maddesi-ne eklenen “Herkes, kendisiyle ilgili kişisel verilerin korunmasını isteme hakkına sahiptir...” hükmü ile kişisel verilerin korunması ilk kez anayasal bir hak statüsüne kavuşmuştur. Aynı zamanda Anayasanın 20. maddesinin 3. fıkrasında bu hakkın korunmasına ilişkin usul ve esasların belirlenmesi, çıkarılacak bir kanuna bırakılmıştır. Bu kapsamda 6698 sayılı Kişisel Verilerin Korunması Kanunu, 7 Nisan 2016 tarihli Resmî Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir.

Açık rıza nedir? Kişisel veri işleme amacı değişirse, tekrar açık rıza almak gerekir mi?

Açık rıza belirli bir konuya ilişkin, bilgilendir-meye dayanan ve özgür iradeyle açıklanan rızayı ifade etmektedir. Açık rıza ancak bir amaç doğrultusunda alınabilir. Yeni amaçlar

kapsamında gerçekleştirilecek işlemler için açık rızanın tekrar alınması gerekmektedir.

Bilindiği üzere birçoğumuza firmalardan kampanya, reklam içerikli mesajlar geliyor. Peki, bu durumda nasıl bir yol izlememiz gerekiyor?

Aslında konuyla alakalı Kurulun almış olduğu bir ilke kararı bulunmaktadır. İlgili kişilerin rızalarını almadan veya Kanunun 5. maddesindeki diğer işleme şartlarını sağlamadan SMS göndermek, arama yapmak veya e-posta göndermek suretiyle reklam içerikli ileti yönlendiren veri sorumluları bu işlemi derhal durdurmalıdır. Aksi takdirde idari yaptırım uygulanacaktır.

Söz konusu ticari elektronik iletilerin gelmesini istemeyen kişilerin öncelikle veri sorumlusuna başvuru yapması gerekmektedir. Eğer

veri sorumlusu olan şirket veya kurumlardan cevap alamazsa Kurula şikâyet yolu tercih edilebilecektir.

Kişisel verilerimiz istendiğinde ne yapmamız gerekir?

Kişisel verilerinizi isteyen kişi veya kuruluş hangi verilerinizin işleneceğini, işlenen bu verilerinizin hangi amaçla kullanılacağını, aktarı-lacaksa kimlere ve hangi amaçla aktarılacağını, verilerinizi elde etme yöntemi ve hukuki gerek-çesini, haklarınızın neler olduğunu, gerekmesi halinde nereye başvurabileceğinizi belirterek sizi detaylı olarak aydınlatmak zorundadır.

Aydınlatma yaptıktan sonra eğer Kanundaki diğer işleme şartlarından herhangi biri yoksa açık rızanızı almak zorundadır. Verilerinizi paylaştığınız kişi ya da kurumlardan bilgi talep ettiğinizde başvurunuza en geç 30 gün içeri-sinde cevap verilmek zorundadır. Netice ala-mamanız durumunda Kişisel Verileri Koruma Kurumuna şikâyetle bulunabilirsiniz. Kanun ve uygulanmasıyla ilgili her türlü bilgi danışmak için ALO 198 Veri Koruma Hattı sizin yanınız-dadır.

Kanunun yürürlüğe girmesinden önce işlenen kişisel veriler hakkında ne gibi bir işlem yapılacaktır?

Bu Kanunun yayımı tarihinden önce işlenmiş olan kişisel veriler, yayımı tarihinden itibaren iki yıl içinde bu Kanun hükümlerine uygun hâle getirilir. Dolayısıyla 7 Nisan 2018 tarihine kadar bu Kanun hükümlerine uygun hale gelmiş olması gerekmektedir. Bu Kanun hükümlerine aykırı olduğu tespit edilen kişisel veriler der-hâl silinir, yok edilir veya anonim hâle getirilir. Ancak bu Kanunun yayımı tarihinden önce hukuka uygun olarak alınmış rızalar, bir yıl için-de aksine bir irade beyanında bulunulmaması hâlinde, bu Kanuna uygun kabul edilir.

Kanunda otomatik olan veya otomatik olmayan yollarla kişisel veri işlenmesi mevcuttur. Otomatik olan veya otomatik olmayan yollarla kişisel veri işlenmesi ne demektir?

Kanunda otomatik işlemenin ne olduğu tanımlanmamış olmakla birlikte, gerekçede Kanunun kapsamı açıklanırken, “Günümüz-de bu veriler, gerek özel sektör ve gerekse kamu sektörü tarafından bilişim sistemleri üzerinden otomatik yollarla sıkça kullanıl-maktadır.” denilerek dolaylı yoldan otomatik işlemenin, bilişim sistemleri üzerinden ger-çekleştirilen faaliyetler olduğu belirtilmiştir.

Bu kapsamda, tamamen veya kısmen oto-matik olan işleme; insan müdahalesi ya da yardımı konusundaki ihtiyaç asgari seviyeye indirilerek verilerin kaydı, bu verilere man-tıksal veya aritmetik işlemlerin uygulanması, verilerin değiştirilmesi, silinmesi, geri elde edilmesi veya aktarılması gibi işlemlerin otomatik veya kısmen otomatik yöntemlerle gerçekleştirilmesi olarak tanımlanabilir.

Bir veri kayıt sistemine bağlı olarak otomatik olmayan yollarla işleme ise manuel olarak hazırlanan ancak erişimi ve anlamlandırmayı kolaylaştıran işleme faaliyetini ifade eder. Ka-nun, otomatik olmayan yollarla veri işlenme-sini tamamen kapsam dışında tutmamakta, otomatik olmayan yolla veri işlenmesi bir veri kayıt sisteminin parçası ise veri işleme faali-yetini Kanun kapsamında kabul etmektedir.

Veri Sorumluları Sicil Bilgi Sistemi (VER-BİS) hakkında bilgi verebilir misiniz?

Kanunun veri sorumlularına getirdiği yüküm-lülüklerden biri de Veri Sorumluları Siciline (VERBİS) kayıt yükümlülüğüdür. Veri işlemekte olan gerçek ve tüzel kişiler VERBİS’e kayıt olmak zorundadır. VERBİS’te kişisel veriler yer almayacaktır. VERBİS, kategorik bazda bilgi girişi sağlanan bir sistemdir. Bu sistem kamuya açık olarak tutulacağından, dileyen herkes veri sorumlularının işlediği kişisel veri kategorileriyle ilgili bilgileri buradan sorgulayabilecektir. Bunun sonucu olarak da, kişisel verisi işlenen kişile-rin dolaylı olarak denetim yapması mümkün olacağından veri sorumlularının gelişigüzel veri işlemesi engellenecektir. Kurul tarafından, Sici-le kayıt yükümlülüğünün yerine getirilmesi için belirlenen tarihler 2018/88 sayılı Kurul kararının yayımlanmasıyla ilan edilmiştir.

VERBİS ile kişisel veriler güvence altına alınabiliyor mu?

VERBİS, şeffaflık ve hesap verilebilirlik ilkele-ri gereğinin bir yansıması olarak kamuya açık olarak tutulmakta; bu sistemde hangi tür veriler ne amaçla işleniyor, veriler ne kadar süre saklanıyor, yurt içinde ve yurt dışında kimlere aktarılıyor gibi çeşitli kategorilerden oluşmaktadır. Kişisel verileri işlenen gerçek kişiler, bu sistem üzerinden sorgulama yaparak veri sorumlusunun veri işleme faaliyetleri hakkında bilgi sahibi olabilecek ve iletişim bilgilerini gö-rerek, gerektiğinde hangi adımlardan başvuru yapabileceğini öğrenebileceklerdir. Şunu da belirtmekte yarar görüyorum; VERBİS'e kişisel veriler girilmeyecek, VERBİS'te veri muhafaza edilmeyecektir. Halihazırda VERBİS'in kurgusu buna imkân tanımamaktadır. Örneğin bir kamu kurumu, Kurumu ziyarete gelen gerçek kişilere aydınlatma yükümlü-lüğünü yerine getirmek suretiyle ad, soyad, telefon numarası, TC Kimlik numarası, plaka numarası gibi bazı kişisel verilerini işlemekte ise, bu kurum tarafından VERBİS'e bilgi girişi yapılırken; ne bu gerçek kişiye ait tek tek kişisel verileri ne de ad, soyad, telefon numarası, TC Kimlik numarası, plaka numarası gibi daha genel kişisel verileri sisteme girilmeyecek, sadece bunların üst kategorisi olan ve zaten VERBİS'te de seçimlik alan olarak yer alan "kimlik kategorisi" ve "iletişim kategorisi" işlediğine dair bilgi girişi yapılacaktır. Sonuç olarak VERBİS ile birlikte veri sorumluları, veri işleme faaliyetlerini daha özenli ve planlı bir şekilde gerçekleştireceği için bu durum kişisel verilerin korunması açısından son derece önemli bir işlevi yerine getirecektir.

VERBİS'e kayıt olacak veri sorumlularına tavsiyeleriniz nelerdir? Zira ilk grup veri sorumlularının VERBİS'e son kayıt tarihi yaklaşmaktadır.

Veri sorumluları, kişisel veri işlemeye başlamadan önce sicile kayıt yükümlülüklerini yerine getirmek zorundadır. Bu konu üzerine Kurul tarafından getirilmiş istisnalar bulunmaktadır. İstisna dışında kalan veri sorumlularının sicile kayıt yaptırımlarını beklemekteyiz.

Bahsetmiş olduğunuz kriterler için kayıt tarihi 01.10.2018 de başlamış olup 30.09.2019 tarihinde kayıt işlemi son bulacaktır. Veri sorumlularının idari yaptırımlarla karşılaşmaları için kayıt yükümlülüklerini son tarih olan 30.09.2019 tarihine kadar gerçekleştirmeleri önem arz etmektedir. Bizlerin veri sorumlularına tavsiyesi; kayıt için son tarihi beklemeyin...!

Kanunda veri sorumluları sicili bulunmaktadır. Veri Sorumluları Sicil Bilgi Sistemi'nin Kurulmasının esas amacı nedir?

VERBİS, Kişisel verisi işlenen gerçek kişilerce verileri üzerinde kontrolün sağlanabilmesi, kişisel verilerini işlediği gerçek kişilere her zaman hesap verebilir olması ve şeffaflık ilkesinin ön plana çıkarılabilmesi için kurulmuş olan bir sistemdir.

Örneğin bir kişi, bir veri sorumlusu tarafından kendisiyle ilgili kişisel verilerinin Kanunumuzda sayılan şartlar olmadığı halde işlendiğini düşünüyorsa bu durumda www.kvkk.gov.tr adresinde, VERBİS ana sayfa içerisindeki "Sicil Sorgulama" bölümünden bunu görüntüleyebilecektir. Bunun için, veri sorumlusunun ad/unvan bilgisini sisteme girmeli, eğer veri sorumlusu VERBİS'e kayıt olmuşsa buradan söz konusu kişisel veri kategorisini işleyip işlemediğini, işleme amacını, saklama süresini, aktarıma ilişkin hususları ve aldığı güvenlik tedbirlerini buradan görebilecektir.

Bu kontrol mekanizması sayesinde, veri sorumlularının gelişigüzel veri işleminin önüne geçilmesi ve sadece Kanunda belirtilen işleme şartları mevcut olan kategorik bazda kişisel verilerin işlenmesi sağlanmış olacaktır. Bu da, VERBİS'in şeffaflık ve hesap verebilirlik anlamında iki önemli özelliği ön plana çıkarmaktadır.

Teknolojinin son zamanlarda gelişmesiyle birlikte sosyal medya kullanım oranları bir hayli artış gösterdi. Bu konu hakkındaki önerileriniz, görüşleriniz ya da kişilere vermek istediğiniz mesajlar nelerdir?

Kanunun yürürlüğünden önce birçok noktada kişisel veriler sınırsız ve gelişigüzel bir biçimde işlenmekteydi. Sosyal medya hesapları da kişisel veri işlenen önemli noktalardan birisidir.

Bizler de, kişisel verilerimizin işlendiği her yerde hiç sorgulamadan kişisel verilerimizi paylaşıyoruz. Kanunun yürürlüğe girme-siyle birlikte artık, kişisel veriler konusunda bazı alışkanlıklarımızı değiştirmek zorundayız.

Sosyal medya hesaplarında işlediğimiz kişisel veriler teknolojik cihazlarla gerçekleştirilmektedir. Burada bir ihlal gerçekleşmemesi için hem bilgisayar ve akıllı telefonlar gibi teknolojik cihazların hem de sosyal medya hesaplarının güvenlik politikaları ve gizlilik ayarlarının mutlaka okunması gereklidir.

Burada asıl amaç, kişisel verilerin işlenmesi anlamında kontrol bu teknolojik cihazlarda veya sosyal medya hesapları ve uygulamalarında değil, tamamen kişisel verinin sahibi olan bizlerde olmalıdır. Bir başka deyişle güvenliğimiz için bizlerin bilinçli kullanıcılar olmamız büyük önem arz etmektedir.

Yine son yıllarda adından bahsettiren bir kavramdan daha bahsedelim: Dijital Mahremiyet... Dijital mahremiyet ne demektir?

Mahremiyet genel olarak kişilerin yalnız başına kalabilme, düşünce ve davranışlarını özgürce seçebilme, toplumsal yaşama katılma ve etkileşimde bulunma konusundaki sınırlarını kendilerinin belirleyebilme hakkını içerir. İnsanların kendi hayatlarını diğerlerinin hayatlarına müdahil olmadıkları sürece istedikleri ölçüde yaşayabilme haklarını ve kişinin var olma biçimi üzerindeki egemenliğini ifade eder. Kişinin varoluş biçimi üzerindeki egemenliğini ön plana çıkaran mahremiyet anlayışı, tarihsel süreç içerisinde yaşanan sosyal ve ekonomik değişimler çerçevesinde şekillenmiş ve günümüzün iletişim teknolojileri ile bambaşka bir içerik kazanmıştır. Bu içerik kazanmayla birlikte gündeme gelen kavramlardan biri de, dijital mahremiyettir. Dijital mahremiyet; günlük yaşamdaki mahremiyet kavramının, mahremiyetin dijital dünyada, dijital ortamda tesis edilmesidir. Örneğin, kişiye ait mektubun başkası tarafından açılıp okunmasını mahremiyetin konusu olarak ele alırsak, kişiye gelen e-postanın başka bir kişi tarafından okunmasını dijital mahremiyetin konusu olarak ele alabiliriz.





Dijital bağımlılık ile ilgili neler söylemek istersiniz? Kişisel veri güvenliği ile dijital bağımlılık arasında bir bağlantı kurulabilir mi?

Dijital bağımlılık ve bununla birlikte cereyan eden teknoloji ve internet bağımlılığı, birtakım kişisel verilerimizi çevrimiçi ortamlarda hiç düşünmeden paylaşmamıza sebep olabilir. Bu da normal şartlarda paylaşmayı uygun görmediğimiz fotoğraflarımızı, konum bilgilerimizi ve benzer verilerimizi aleni hale getirebilir. Bugün için sorun teşkil etmeyen bir paylaşım, gelecekte o kişiyi mutsuz edebilir. Artık hepimiz bir şekilde dijital dünyanın bir parçası haline geldik. Dijital dünyadan, teknolojiden soyutlanmış bir hayat düşünmemiz pek mümkün değil, bu yaklaşım doğru da değil. Dolayısıyla kendimizi ve yakınlarımızı dijitalleşmeden, teknolojiden, internetten değil ama bağımlılığından koruyalım. Özellikle çocuklarımızı ve gençlerimizi internet ve oyun bağımlılığının yol açabileceği olumsuz sonuçlara karşı tedbirler alarak koruyalım.

Kanuna uygun hareket edilmemesi durumunda herhangi bir yaptırım uygulanması söz konusu olacak mıdır?

Kurul'un idari para cezası verme yetkisi bulunmaktadır. Miktarları Kanunda açıkça belirlenmiştir. Mesela bazı durumlarda 1.000.000 TL'ye kadar idari para cezası düzenleme yetkisi verilmiştir. Kamu kurum ve kuruluşları ile kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşları bünyesinde işlenmesi halinde ise disiplin hükümlerine göre işlem yapılır ve sonucu Kurula bildirilir. Ayrıca idari yaptırım olarak veri işleme ve yurt dışına veri aktarımını durdurmak Kurul'un yetkileri arasındadır.

Özel nitelikli kişisel verilerin işleme şartları neden daha sıkı koruma altına alınmıştır?

Özel nitelikli kişisel veriler, başkaları tarafından öğrenildiği takdirde ilgili kişiler hakkında ayrımcılığa ve mağduriyete neden olma riski taşıyan verilerdir. Bu nedenle, diğer kişisel verilere göre çok daha sıkı şekilde korunma-



ları gerekmektedir. Öte yandan, tüm temel hak ve özgürlüklerde olduğu gibi, bu koruma mutlak değildir ve diğer hak ve özgürlükler lehine sınırlanabilir. Bu sınırlamanın, demokratik hukuk devletinin gereklerine ve Anayasanın "Temel hak ve hürriyetlerin sınırlanması" başlıklı 13. maddesinde yer alan esaslara uygun olarak gerçekleştirilmesi gerekmektedir.

Özel nitelikli kişisel verilerin hangi durumlarda ve hangi şartlarda işlenebileceği Kanunda açıkça düzenlenmiş, böylece hukuk devletinin bir gereği olan hukuki belirlilik sağlanmıştır. Nitekim yaşam hakkı, ifade özgürlüğü, haberleşme özgürlüğü gibi birçok temel hak ve özgürlüğün kullanılması özel nitelikli kişisel verilerin işlenmesini zorunlu kılmaktadır.

Kişisel Verilerin Korunması Kanunu kapsamında biyometrik verilerin işlenmesi ile alakalı bazı sorular gündemde. Bununla ilgili birkaç soru sormak gerekirse öncelikle biyometrik veri nedir? Kanundaki yeri neresidir?

Biyometrik veriler, yüz görüntüleri veya daktiloskopik veriler gibi benzersiz tanıtıcılarla bir gerçek kişinin özgün bir şekilde teşhis ve teyit edilmesini sağlayan, bireyin fiziksel, fizyolojik ve davranışsal özelliklerine ilişkin spesifik teknik işlemlerden kaynaklanan kişisel verilerdir. Fiziksel ve davranışsal biyometrik veriler olarak iki ana başlık halinde incelenebilir. Parmak izi, iris, retina, avuç içi damar izi, yüz, ses, el geometrisi başta olmak üzere kişinin yürüyüş biçimi, tuşlama ve imza dinamikleri gibi verileri biyometrik



verilere örnek olarak gösterebiliriz. Kişisel veriler genel ve özel nitelikli kişisel veriler olarak iki başlık altında incelenebilir. Özel nitelikli kişisel veriler, öğrenilmesi halinde ilgili kişi hakkında ayrımcılık yapılmasına veya mağduriyete neden olabilecek nitelikteki verilerdir. Bunlar; kişilerin ırkı, etnik kökeni, siyasi düşüncesi, felsefi inancı, dini, mezhebi veya diğer inançları, kılık ve kıyafeti, dernek, vakıf ya da sendika üyeliği, sağlığı, cinsel hayatı, ceza mahkûmiyeti ve güvenlik tedbirleriyle ilgili verileri ile biyometrik ve genetik verileridir. Bu verileri hassas veriler olarak da adlandırabiliriz. Bunların dışında kalan bütün kişisel verileri genel nitelikli kişisel veriler olarak düşünebiliriz. Biyometrik veriler Kanunda özel nitelikli kişisel veriler arasında sayılmıştır. İşlenmeleri halinde Kurulun almış olduğu 2018/10 sayılı Karardaki yeterli önlemlerin alınması zorunludur.

Biyometrik veriler hangi şartlarda işlenebilir? İlgili kişinin açık rızasına dayanılarak biyometrik verileri işlenebilir mi?

Biyometrik veriler iki şekilde işlenebilir. Birincisi; kanunlarda açıkça öngörülmesi, ikincisi ise açık rıza alınması. Burada üzerinde asıl durmamız gereken nokta açık rıza konusu. Sadece açık rıza alınarak biyometrik veriler işlenebilir mi? Aslında bu sorunun en güzel yanıtını Kurulumuz 2019/165 sayılı Kararıyla verdi. Buna göre biyometrik veriler işlenirken öncelikli olarak Kanunun “temel ilkeleri” ve özellikle “ölçülülük” ilkesi göz önünde bulundurulmalıdır. Bu ilke, amacın gerçekleştirilmesiyle ilgili olmayan veya ihtiyaç duyulmayan kişisel verilerin işlenilmesinden kaçınılmasını gerektirir. Bu kapsamda veri işleme faaliyeti ile amaç arasında makul bir dengenin kurulması gerekir. Bu da ilgili kişiden

minimum derecede veri talep edilmesi anlamına gelmektedir. Açık rıza alınması, aşırı miktarda ve ölçüsüz bir biçimde veri toplanmasını meşrulaştırmaz. Dolayısıyla veri sorumluları, biyometrik verileri işlerken ilgili kişilerden açık rıza alsalar dahi bunun Kanunun temel ilkelerine uygunluk gösterip göstermediğini tespit etmeli ve buna göre hareket etmelidir. Bu sadece biyometrik veriler için de geçerli değil. Genel nitelikli kişisel verileri herhangi bir veri işleme şartına dayanarak işlerken de Kanunun temel ilkeleri göz önünde bulundurulmalı. Çünkü temel ilkelere uygunluk, kişisel veri işleme faaliyetlerinin “olmazsa olmazı” niteliğindedir.

Kanunla birlikte hayatımıza kişisel verilerin korunması yükümlülüğü de girmiş oldu. Bu Kanunun veri sorumlularına getirdiği yükümlülükler nelerdir?

Kanun ile, kişisel veri işlemekte olan gerçek ve tüzel kişilere bazı yükümlülükler ve uyulması gereken kurallar getirilmiştir.

Öncelikle, Kanunda yer alan genel ilkelere uygun kişisel veri işlenmelidir. İşlenecek verilerin, işlenme şartlarına uygun olarak işlenmesi gerekmektedir. Kanun, herhangi bir işleme şartı bulunmuyorsa o kişisel veriyi işleyemezsin diyor.

Ayrıca, işlenme şartı olduğu için işlenmiş olmakla birlikte, işlenen kişisel verilerin işleme amacı ve şartı ortadan kalktığında kişisel veriler silinmeli, yok edilmeli veya anonim hale getirilmelidir.

Kişisel verilerin yurt içi/ yurt dışı aktarımları için Kanunun belirlediği usul ve esaslara göre hareket edilmesi gereklidir.



Bir diğer yükümlülük, kişisel verisini işlediği kişinin talebine bakılmaksızın aydınlatma yükümlülüğü yerine getirilmesi yükümlülüğüdür.

İşlenen kişisel verilerin güvenliğini sağlamak için gereken her türlü teknik ve idari tedbirlerin alınması da Kanunda ayrıca sayılmış bir yükümlülüktür.

Son olarak, veri sorumluları siciline kayıt yapılması gerektiği de Kanunda düzenlenmiştir.

Kişisel verilerin dijital ortamlarda da korunabilmesi açısından siber güvenliğin önemi nedir?

Günümüzde kişisel veriler, teknolojik gelişmelere bağlı olarak dijital ortamlarda da barındırılmaktadır. Gerek kamuda gerekse özel sektörde dijitalleşme sürecini göz önünde bulundurursak, dijital ortamlardaki veri

işleme faaliyetlerinin gerçek ortama kıyasla daha yoğun olduğunu söyleyebiliriz. Bu sebeple dijital ortamın niteliklerine göre geniş kapsamlı önlemlerin alınması gerekir. Bu hususta en önemli başlıklardan biri siber güvenlidir. Dijital teknolojilerin yaygınlaşması ve sınırları aşabilen yapısı sebebiyle, siber saldırıların boyut değiştirmesine bağlı olarak veri güvenliğinin temin edilmesinde önemli bir kavram haline gelen siber güvenlik konusunda veri sorumlularının; gerekli teknik alt yapıyı kurması ve bunu yönetilebilir hale getirmesi önem arz etmektedir. Siber tehditlerin her geçen gün nitelik kazanması siber güvenliğin, dolayısıyla da veri güvenliğinin sıradan yöntemlerle sağlanamayacağını ortaya koymaktadır. Buna bağlı olarak siber saldırıların siber felaketlere dönüşmemesi adına nitelikli ve sürdürülebilir savunma politikaları oluşturulmalıdır. Dijital dünyada kişisel veri güvenliğini sağlayabilmenin yolu, siber güvenliğin tesis edilmesinden geçmektedir.

Kanunun 5.maddesinde kişisel verilerin işleme şartlarından bahsedilmiş. Bu şartlar dahilinde kişisel veri işleyen veri sorumlularının, aydınlatma yükümlülüğünü yerine getirmesi gerekir mi?

Veri sorumluları tarafından en geç kişisel verilerin elde edilmesi sırasında aydınlatma yükümlülüğünün yerine getirilmesi gerekmektedir. Veri sorumlularının kişisel veri işleme şartına dayalı olarak veri işleme süreçleri, aydınlatma yükümlülüğünden istisna tutulma gibi bir anlama gelmemektedir. Dolayısıyla ilgili kişinin açık rızasına veya Kanundaki diğer işleme şartlarına bağlı olarak kişisel veri işlendiği her durumda aydınlatma yükümlülüğü yerine getirilmelidir.

Veri sorumlusu kavramından başka bir de veri işleyen kavramı karşımıza çıkıyor. Biraz da veri işleyen kavramını ele alabilir misiniz?

Veri işleyen veri sorumlusunun verdiği yetkiye dayanarak onun adına kişisel veri işleyen gerçek veya tüzel kişiyi ifade etmektedir. Kanuna göre veri sorumlusu, kişisel verilerin hukuka aykırı olarak işlenmesini ve kişisel verilere hukuka aykırı olarak erişilmesini önlemek, kişisel verilerin muhafazasını sağlamak amacıyla uygun güvenlik düzeyini temin etmeye yönelik gerekli her türlü teknik ve idari tedbirleri almak zorundadır. Kişisel verilerin veri sorumlusu adına başka bir gerçek veya tüzel kişi tarafından işlenmesi halinde, veri sorumlusu, söz konusu tedbirlerin alınması hususunda bu kişilerle birlikte müştereken sorumludur.

Ayrıca, veri sorumluları ile veri işleyenler, öğrendikleri kişisel verileri bu Kanun hükümlerine aykırı olarak başkalarına açıklayamaz, işleme amacı dışında kullanamazlar. Bu yükümlülük görevden ayrılımlarından sonra da devam eder. Kişisel verilerin veri sorumlusu adına başka bir gerçek veya tüzel kişi tarafından işlenmesi halinde, kişisel verilerin hukuka aykırı işlenmesini önlemek, kişisel verilere hukuka aykırı erişilmesini önlemek ve kişisel verilerin muhafazasını sağlamak amacıyla veri işleyen de veri sorumlusu ile birlikte sorumludur.

Kişisel veriler Kanuni olmayan yollarla başkaları tarafından ele geçirilirse, izlenilmesi gereken yol ne olacaktır?

İşlenen kişisel verilerin kanuni olmayan yollarla başkaları tarafından elde edilmesi hâlinde, veri sorumlusu bu durumu en kısa sürede ilgisine ve Kurula bildirir. Kurul, gerekmesi hâlinde bu durumu, kendi internet sitesinde ya da uygun göreceği başka bir yöntemle ilan edebilir.

En kısa süre ifadesi; Kişisel Veri İhlali Bildirim Usul Ve Esaslarına İlişkin Kişisel Verileri Koruma Kurulunun 24.01.2019 tarihli ve 2019/10 sayılı Kararında, 72 saat olarak belirtilmiştir.

Daha önce Kurul, Veri İhlal Bildirimi ile ilgili bir karar yayımladı. Bu Karardan sonra ihlal bildirimlerinde artış yaşandı mı?

Kişisel Verilerin Korunması Kanununun 12. maddesinin 5. fıkrasına göre veri sorumluları, işledikleri kişisel verilerin kanuni olmayan yollarla başkaları tarafından ele geçirilmesi halinde bu durumu, en kısa sürede ilgisine ve Kurula bildirmek zorundadır. İhlin Kurula bildirilmesi hususunda “en kısa süre” ifadesinden ne anlaşılması gerektiğine yönelik Kurul bir Karar alarak bunu 72 saat olarak belirledi. Bu Karara göre veri sorumlularının ihlal durumunu öğrendikleri tarihten itibaren gecikmeksizin en geç 72 saat içerisinde Kurumun web sitesinde yayımlanan “Kişisel Veri İhlal Bildirim Formu”nu kullanarak Kurula bildirim yapmaları gerekmektedir. Bu Karar ile birlikte Kurul, hem bu konudaki soru işaretlerini gidermiş, hem de GDPR ile uyum sağlayarak bildirim konusuna bir standart getirilmesini sağlamıştır. Karardan önce de Kanun gereği bildirimler yapılmaktaydı. Fakat Kurul Kararı ile birlikte sağlanan standartizasyon ile bildirimlerde gözle görülür bir artış yaşanmıştır. Şunu da ifade etmek gerekir ki, veri ihlal bildiriminin asıl amacı yaşanmakta olan problemin daha da büyümesinin önüne geçmektir. Bu açıdan veri güvenliği ihlalleriyle ilgili Kurum ile iş birliği çok önemli. Veri sorumluları tarafından itibar kaybı endişesi ile bunun gizli tutulmaya çalışılması kesinlikle düşünülmemelidir. Sonuç ne olursa olsun yasal merciler mutlaka devreye sokulmalı.

Kurul haberdar edilmeli. Unutulmamalıdır ki, ilgili kişilere karşı şeffaf olmamak, hem Kanun nezdinde sorunlara yol açar hem de kamuoyu nezdinde çok daha büyük itibar kayıplarına sebebiyet verebilir.

Türkiye’de faaliyet gösteren bulut hizmet sağlayıcısı olan bir firmaya aktarılan verilerin, 6698 Sayılı Kanun kapsamında aktarımı nasıl değerlendirilir?

Burada önemli olan bulut teknolojileri firmalarında depolanan verilerin nerede olduğu değil, bulut teknolojilerine ait firmalara aktarım yapılırken firmanın merkezinin nerede olduğudur. Bulut firmalarında depolanan veriler sürekli yer değiştirerek farklı ülkelerde dolaşmaktadır. Dolayısıyla dikkat çekmek istenen bulut firmasının merkezinin hangi ülke sınırları içerisinde bulunduğudır.

Türkiye’de faaliyet gösteren bulut hizmet sağlayıcısı olan firmaya aktarılan veriler, 6698 Sayılı Kanun kapsamında yurt içi aktarım olarak değerlendirilecek ve Kanundaki yurt içi aktarım hükümleri uygulanacaktır.

Kişisel veriler hangi şartlarda silinmeli, yok edilmeli veya anonim hale getirilmelidir?

Kişisel veriler, işlenmesini gerektiren sebeplerin ortadan kalkması halinde, resen veya ilgili kişinin talebi üzerine veri sorumlusu tarafından silinir, yok edilir veya anonim hale getirilir. Başka bir ifade ile Kanunda yer alan kişisel verilerin işlenmesine ilişkin şartların tamamının ortadan kalkması durumunda, kişisel veriler resen veya ilgili kişinin talebi üzerine veri sorumlusu tarafından silinir, yok edilir veya anonim hale getirilir.

Kurumunuzda yapılan Çarşamba seminerlerinin amacı nedir? Seminerlere katılım ücretli midir? Katılım için herhangi bir ön kayıt yapılması gerekir mi?

Kurumumuzda yapılan Çarşamba seminerleri herkese açık olarak faaliyet göstermektedir. Dileyen herkes herhangi bir şart gözetmeksizin seminerlerimize katılabilirler. Çarşamba

seminerlerinin amacı kişisel verilerin korunmasında, bilinç düzeyi olarak farkındalık oluşturmak temellidir.

Aynı zamanda merak edilen soruların cevap bulduğu, gelen konuklarla karşılıklı etkileşimin sağlandığı bir oturmudur. Kurumumuzda gerçekleşen seminerler gerek ilgili akademisyenler gerekse Kurum içi uzmanlarımız, daire başkanlarımız gibi alanında uzman kişiler tarafından gerçekleştirilmektedir. Seminerlerimize katılım için ücret talep edilmemekte, ön kayıt gibi işlemler yapılmamaktadır. www.kvkk.gov.tr adresimizden güncel olarak Çarşamba seminerlerimizin konularını takip edebilirsiniz.

Kurumunuzun farklı şehirlerde gerçekleştirmekte olduğu farkındalık toplantılarının amacı nedir?

Kurumumuzca yürütülmekte olan “KVKK, Vatandaşlarımızın Kişisel Verilerinin Korunmasının Güvencesidir” temalı etkinlikler dâhilinde “6698 Sayılı Kişisel Verilerin Korunması Kanununun Uygulanması ve Uygulama Sürecinde Yapılması Gerekenler” kapsamında illerimizdeki kurumlar, üniversiteler ve sivil toplum kuruluşlarında çalışanlar için farkındalık, bilgilendirme ve bilinçlendirme faaliyetleri gerçekleştirilmesi amacıyla yapılmaktadır. Şu ana kadar farkındalık toplantılarımızı 25 ilde gerçekleştirdik.



Kurumunuzun önümüzdeki dönemde hedefleri nelerdir? Bu doğrultuda ne gibi çalışmalar yapılacaktır?

Önümüzdeki dönemde Kurumumuz, • Bireylerin temel hak ve hürriyetlerinin korunmasını ve geliştirilmesini, bu çerçevede ilgili paydaşlar nezdinde farkındalık ve kültürün oluşmasını sağlamayı, • Kişisel verilerin korunması ilke ve kurallarını içselleştirerek bu ilkelerin ne şekilde hayata geçirileceği noktasında tüm sektörler için yol gösterici olabilmeyi ve Kanunun dünyadaki en iyi uygulama ilkeleri ve esasları çerçevesinde, ülkemizin veri temelli ekonomiye geçiş sürecini de hızlandıracak şekilde uygulamaya konmasını sağlamayı, • Ülkemizin kişisel veri güvenliği açısından güvenilir ülke haline getirilmesini, • Kamuoyu nezdinde farkındalık oluşturulmasını teminen tanıtıcı film, broşür ve kamu spotlarının yayınlanması, sosyal medyaya ilişkin çalışmaların zenginleştirilmesini, • Ulusal ve uluslararası alanda panel, konferans ve çalıştayların düzenlenmesini, • Kamu ve özel kurum kuruluşları ile kişisel verilerin korunması alanında iş birliği yapılabilmesini teminen görüşmeler gerçekleştirilmesini, • Ülkelerin veri koruma otoriteleri arasında iş birliği ve bilgi paylaşımına yönelik bir platform olan International Conference of Data Protection and Privacy Commissioners’a (ICDPPC) 2017 yılı Eylül ayı itibarıyla üye olunmuştur.

• Yurtdışındaki muadil kuruluşlarla uygulamaya ilişkin görüşmeler yapmayı ve diğer uluslararası veri koruma organizasyonlarına üye olunmasına ilişkin çalışmalar yapmayı, hedeflemektedir.

Hep veri sorumlularının yükümlülüklerinden bahsediyoruz. Kişisel verilerin korunması kapsamında çalışanların neler yapması gerekir? Önerileriniz nelerdir?

Kişisel veri güvenliğini zedeleyecek saldırılar ile siber güvenliğe ilişkin, çalışanların sınırlı bilgileri olsa dahi ilk müdahaleyi yapmaları, kişisel veri güvenliğinin sağlanması konusunda büyük önem taşımaktadır.

Kişisel veri güvenliğini ihlal etmeye yönelik saldırıların yanısıra, kişisel verilerin hukuka aykırı olarak açıklanması ya da paylaşılması gibi konular başlıca kişisel veri güvenliği ihlallerindendir. Bu ihlaller, kullanıcıların dikkatsizlik, dalgınlık veya tecrübesizlik gibi zayıf yönlerinin kullanılması suretiyle kötü amaçlı yazılım içeren elektronik posta ekinin açılması veya elektronik postanın yanlış alıcıya gönderilerek kişisel verilerin üçüncü kişilerin erişimine açılması şeklinde de ortaya çıkabilmektedir.

Bu nedenle çalışanların, kişisel verilerin hukuka aykırı olarak açıklanmaması ve paylaşılması gibi konular hakkında eğitim almaları, çalışanlara yönelik farkındalık çalışmaları yapılması ve güvenlik risklerinin belirlenebildiği bir ortam oluşturulması kişisel veri güvenliğinin sağlanması bakımından çok önemlidir.

Veri sorumlusu nezdinde çalışan herkesin hangi konumda çalıştığına bakılmaksızın kişisel veri güvenliğine ilişkin rol ve sorumlulukları, görev tanımlarında belirlenmeli ve çalışanların bu konudaki rol ve sorumluluğunun farkında olması sağlanmalıdır.

Ayrıca kişisel veri içeren ortamlara erişim hakkı verilirken veya bu konuda kurum kültürü oluşturulurken “Yasaklanmadıkça Her Şey Serbesttir” prensibi değil, “İzin Verilmedikçe Her Şey Yasaktır” prensibine uygun hareket edilmesine dikkat edilmelidir.

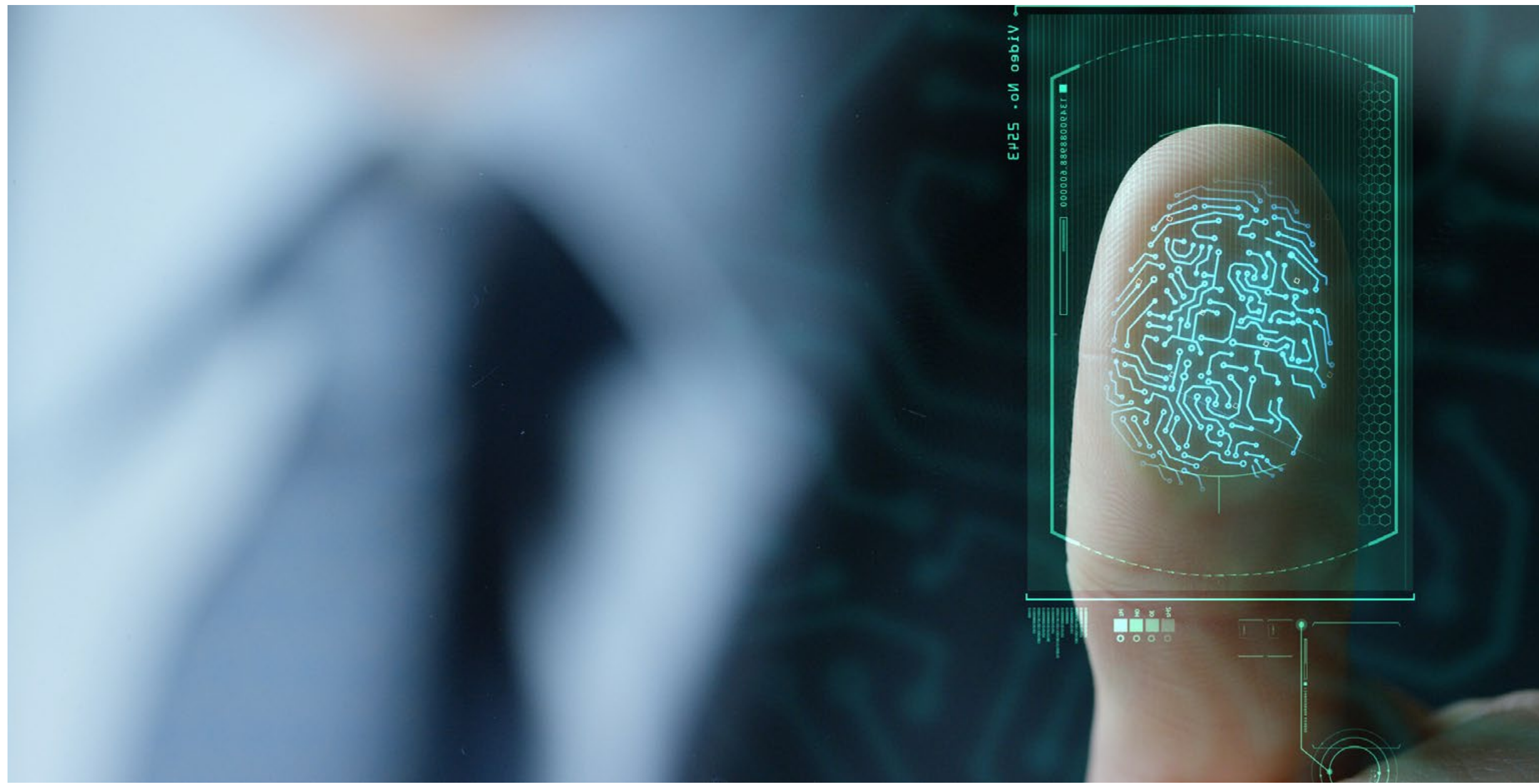
Öte yandan, çalışanların işe alınma süreçlerinin bir parçası olarak gizlilik anlaşmalarını imzalamaları istenebilir. Çalışanların güvenlik politika ve prosedürlerine uymaması durumunda devreye girecek bir disiplin süreci de mutlaka olmalıdır.

Kişisel veri güvenliğine ilişkin politika ve prosedürlerde önemli değişikliklerin meydana gelmesi halinde; yapılacak yeni eğitimlerle bu değişikliklerin, çalışanların bilgisine sunulması ve kişisel veri güvenliğine ilişkin tehditler hakkındaki bilgilerinin güncel tutulması sağlanmalıdır.

Kişisel Verileri Koruma Kurumu olarak farkındalığın oluşması için ne gibi çalışmalar yapmaktasınız?

Kurumumuzca, bireylerin temel hak ve hürriyetlerinin korunması ve bu konuda gerek veri sorumluları gerekse de ilgili kişiler nezdinde farkındalık oluşması, kişisel verilerin korunmasına ilişkin usul ve esaslarının günlük hayatta tüm alanlara gerçek anlamda yansıtılması gerekmektedir. Dünyada iyi uygulama örneklerinden yola çıkarak, Kanunun tüm yönleriyle ülkemizde uygulanabilmesi, ülkemizin kişisel veri güvenliği açısından “güvenli ülke” haline getirilmesi ve kamuya açık tutulacak Veri Sorumluları Sicil Bilgi Sisteminin tanıtılması gibi amaçlarla; Kurumumuzca tanıtıcı film, rehberler, broşür ve kamu spotlarının yayınlanması, sosyal medya çalışmalarının zenginleştirilmesi, kamu ve özel kurum kuruluşlar ile kişisel verilerin korunması alanında işbirliği yapılabilmesini teminen çeşitli görüşmeler gerçekleştirilmektedir.

Ulusal ve uluslararası alanda panel, konferans ve çalıştaylar düzenlenmesi veya bunlara katılım sağlanması, ülkelerin veri koruma otoriteleri arasında iş birliği ve bilgi paylaşımına yönelik uluslararası platformlara üye olunması, yurtdışındaki muadil kuruluşlarla uygulamaya ilişkin görüşmeler yapılmasını amaçlayan çalışmalar Kurumumuzca yapılmaktadır.



Geçtiğimiz günlerde Kişisel Verileri Koruma Dergisi'nin ilk sayısı yayımlandı. Dergi hakkında neler söylemek istersiniz?

Kurum olarak diğer çalışmaların dışında akademik faaliyetlere de önem veriyor ve bu faaliyetlerin teşvik edilmesi için çeşitli çalışmalar yürütüyoruz. Kişisel Verileri Koruma Dergisi de bu çalışmaların içerisinde yer alıyor. Dergide kişisel verilerin korunması, mahremiyet, veri koruma hukuku ve kişisel verilerin güvenliği ile ilgili konular ele alınmakta. Bu dergiyi yayımlamaktaki amaçlarımızdan biri de, kişisel verilerin korunması alanında çalışmalar yürüten akademisyenlere, meslek

uzmanlarına ve konuyla ilgilenen herkese bilimsel nitelik taşıyan bir kaynak sunmaktır. İlgilenenler, Kurumun resmi internet sitesi www.kvkk.gov.tr üzerinden dergiye erişim sağlayabilir.

Son olarak kişisel verileri işlenen biz bireylere ne gibi tavsiyelerde bulunabilirsiniz?

Bireylerin öncelikle bilinçli olmaları gerekmektedir. Kanun gerçek kişilerin verilerini koruma altına almıştır. İlgili kişiler her türlü kişisel verileriyle ilgili bilgi talep etme hakkına sahiptir. Verilerinin neden, niçin işlendiğini

sorgulamaları gerekmektedir. Kontrolün her zaman bizim elimizde bulunması biz ilgili kişiler açısından önemlidir.

Ekleme istedikleriniz var mı?

Kurumumuz bünyesinde hizmet vermekte olan ALO 198 Veri Koruma Hattı faaliyet göstermektedir. Kanunla ilgili her türlü soru ve bilgi için ücretsiz olarak çağrı merkezimizi arayabilirsiniz.

TEKNOFEST Take-Off Uluslararası Girişim Zirvesi Başvurularında Son Günler



Türkiye'nin ilk havacılık, uzay ve teknoloji festivali TEKNOFEST İstanbul kapsamında ilki geçen yıl düzenlenen Take Off Uluslararası Girişim Zirvesi bu yıl 16-19 Eylül 2019 tarihleri arasında Atatürk Havalimanı'nda gerçekleştirilecek. Etkinliğe 200'e yakın yerli ve yabancı girişimci, 200 uluslararası yatırımcı ve fon ile 150'nin üzerinde uluslararası mentorun katılımı hedefleniyor. Dört gün sürecek

etkinlikte girişimler mentorlar tarafından değerlendirilip, kurumsal firmalar ile iş geliştirme seansları yapacaklar. Değerlendirmeler sonucunda 20 girişimci finale kalacak. Heyecanla beklenen Take-Off Uluslararası Girişim Zirvesi için son başvuru tarihi 15 Ağustos 2019.

Türkiye'nin teknoloji girişimleri için bölgesel bir merkez olma hedefine yönelik önemli bir zirve olan Take-Off Uluslararası Girişim Zirvesi, Türk girişimciler ve yatırımcılarla birlikte uluslararası teknoloji girişimlerini ve yatırımcılarını bir araya getiriyor. Özellikle İstanbul'un Doğu Avrupa, Ortadoğu, Kuzey Afrika ve Orta Asya bölgelerinde bulunan teknoloji girişimleri için bir cazibe merkezi olarak gelişmesinin hedeflendiği zirvede yedi kategorideki teknoloji sunumları değerlendirilip, ödüllendiriliyor.

PİLOT'un Yeni Dönem Girişimleri Belli Oldu



Türk Telekom'un erken aşama girişimleri desteklemek amacıyla hayata geçirdiği PİLOT'un yedinci dönem girişimleri belli oldu. Programın yeni dönemine seçilen 9 ekipten her birine, 125'er bin TL nakit desteğinin yanı sıra Türk Telekom ile iş birliği yapma imkânı sunulacak.

Programa bu yıl rekor düzeyde başvuru olduğunu aktaran Türk Telekom Strateji, Planlama ve İş Geliştirme Genel Müdür Yardımcısı Fırat Yaman Er, "PİLOT'un yeni dönemi ile birlikte girişimlere yapacağımız yatırımlar yılsonuna kadar toplamda 4 milyon TL'nin üzerine çıkacak" dedi.

Türkiye'nin lider bilgi ve iletişim teknolojileri şirketi Türk Telekom'un, Türkiye'de girişimciliği desteklemek ve yenilikçi fikirleri katma değer sağlayacak işlere dönüştürmek amacıyla 2013 yılında hayata geçirdiği PİLOT

girişim hızlandırma programının yedinci dönem girişimleri belli oldu. Farklı alanlarda uygulama geliştiren teknoloji odaklı 9 ekibe, toplamda 1,1 milyon TL nakit desteği ile birlikte, Türk Telekom ile iş birliği yapma fırsatı sunulacak.

Türkiye'de özel sektör tarafından yürütülen ilk girişim hızlandırma programı olan PİLOT'un yeni dönemine seçilen ekipler, iş fikirlerini başarılı bir şekilde uygulayabilmek için 12 hafta boyunca sektör profesyonelleri ile başarılı girişimci ve yatırımcılardan oluşan Türk Telekom mentor ağından geri bildirim alacaklar. Bu doğrultuda fikirlerini daha da ileri taşıyacak olan girişimler; Türk Telekom'un güçlü teknoloji altyapısının yanı sıra ofis alanı, bulut hizmetleri ve mobil iletişim desteği gibi imkânlardan faydalanacaklar. Türk Telekom ayrıca, ekiplere program süresince ve sonrasında çeşitli mecralarda tanıtım desteği de sağlayacak.

girişim hızlandırma programının yedinci dönem girişimleri belli oldu. Farklı alanlarda uygulama geliştiren teknoloji odaklı 9 ekibe, toplamda 1,1 milyon TL nakit desteği ile birlikte, Türk Telekom ile iş birliği yapma fırsatı sunulacak.

Türkiye'de özel sektör tarafından yürütülen ilk girişim hızlandırma programı olan PİLOT'un yeni dönemine seçilen ekipler, iş fikirlerini başarılı bir şekilde uygulayabilmek için 12 hafta boyunca sektör profesyonelleri ile başarılı girişimci ve yatırımcılardan oluşan Türk Telekom mentor ağından geri bildirim alacaklar. Bu doğrultuda fikirlerini daha da ileri taşıyacak olan girişimler; Türk Telekom'un güçlü teknoloji altyapısının yanı sıra ofis alanı, bulut hizmetleri ve mobil iletişim desteği gibi imkânlardan faydalanacaklar. Türk Telekom ayrıca, ekiplere program süresince ve sonrasında çeşitli mecralarda tanıtım desteği de sağlayacak.

Yeni dönem PİLOT girişimleri:

Yapılan kapsamlı değerlendirme sonrası B2Metric AI, Blok-Z, Efilli, GameSight, Monday Hero, Pabbler, Piple, Robomotion ve Shopi programa katılmaya hak kazanan girişimler olarak belirlendi.

Program boyunca ekipler, Türk Telekom'un sunduğu özel imkânlardan yararlanırken bir yandan da alanında uzman profesyonellerden, girişimcilik ekosisteminden başarılı girişimci ve yatırımcılardan ve müşteri görüşmeleri sonucunda müşterilerden aldıkları geri bildirimler doğrultusunda iş fikirlerini doğrulamak için çalışacaklar. Programı başarı ile tamamlayan ekipler, geliştirdikleri Ana Fonksiyonlara Sahip Ürün (MVP) ve iş modelini, seçkin yatırımcıların katılacağı 'Demo Günü' etkinliğinde sunacaklar.



Türk Girişimcilerin Projeleri Dünya Pazarına Açılıyor



Amerika Birleşik Devletleri'nde sağlık, eğitim, finans ve teknoloji merkezi olarak kabul edilen Boston'da Bahçeşehir Üniversitesi (BAU) Yenilik ve Girişimcilik Merkezi açıldı. MIT ve Harvard üniversitelerinin ortasında, Google, Amazon ve Facebook'a komşu olan merkez, Türk girişimcilerin projelerinin global pazarda yer almasını sağlayacak.

Dünyanın saygın üniversiteleri, Harvard University, MIT ve Northeastern University ile eğitim ve araştırma projeleri koordine edecek olan ve anlaşma içinde olacak BAU Yenilik ve Girişimcilik Merkezi, Türkiye'de ve çeşitli ülkelerde eğitim gören öğrencilerin Boston'da yeni fikirler üretmesini ve hazırlanan Start-Up'ların global pazarda yer almasını sağlayacak. Merkez, lise öğrencilerinden, üniversite öğrencilerine, geleceğe yönelik projelerinin dünya pazarında yer almasını isteyen herkesi ağırlayacak. BAU Yenilik

ve Girişimcilik Merkezi, Birleşik Devletler'in eğitim alanındaki en önemli inovasyon merkezlerinden biri olan Cambridge Innovation Center'da yer almaktadır. Bu merkezlerde haftada 200'den fazla networking ve inovasyon etkinliği düzenlenmektedir.

"Türkiye'deki inovasyon ekosistemini geliştirmek isteyen herkese kapımız açık"

Uluslararası konferanslar düzenleyerek sertifika programları ile katılımcıların donanımını arttıracaklarını ve onlara güçlü networkler oluşturmalarını sağlayacaklarını belirten BAU Yenilik ve Girişimcilik Merkezi'nin Direktörü Bengisu Önal şunları söyledi; "Merkezimiz, Birleşik Devletler'de üretilen Start-Up'lara destek vermek, İstanbul ve üniversitelerarası iletişimin koordine edildiği bir merkez olarak konumlandırıldı. Amacımız hem Türkiye'de hem diğer ülkelerden gelecek, projelerin geliştirilmesi ve patentlenmesi aşamasın-

da girişimcilere destek olmak. Onların girişimlerinin global pazarlarda yer alması için önemli bir partner görevi üstlendik. Bin 100 Start-Up bulunduran Cambridge Innovation Center'ın içerisinde hem tüm BAU'lulara hem de girişimcilik ve inovasyonla ilgili destek isteyen herkese, hizmet vereceğimiz için heyecanlıyız. Sertifika programları, eğitimler, etkinliklerle Boston'la olan eğitim ve inovasyon ağıımızı daha da güçlendireceğimiz merkezimiz aynı zamanda MIT, Harvard, Northeastern gibi üniversitelerle olan anlaşmalarımızı da yürütüyor olacak. Şubat 2020 itibarıyla girişimcilik, inovasyon, yapay zekâ, nesnelerin interneti konularında uluslararası sertifika programlarımız hem öğrencilerin hem iş insanlarının hizmetinde olacak. Lise öğrencileri, üniversite öğrencileri, girişimciler, kısacası hedefi gelecek olan herkesin artık Boston'da çalışacakları Türk bayrağı ve BAU bayrağı dalgalanan bir kapısı var. Sadece BAU değil Türkiye'deki girişimcilik, inovasyon ekosistemini geliştirmek isteyen herkese kapımız açık"

Bunun yanı sıra, Boston'da yaşayan uluslararası alanda akademik başarısını kanıtlamış öğretim üyelerinin workshoplarını düzenleyen merkez, ABD'de kariyer yapmak isteyen BAU mezunlarına danışmanlık hizmeti de vermekte.



Türkiye'nin Girişimcilik ve İnovasyon Üssü



Doç. Dr. Deniz TUNÇALP
İTÜ ARI Teknokent
Genel Müdür

2017 Teknoloji Bölgeleri Performans Endeksi Sonuçları'na göre Türkiye'deki tüm teknoparklar içerisinde lider konumda yer alan İTÜ ARI Teknokent, Türkiye'nin teknoloji gelişimine katkı sunuyor.

Sizi kısaca tanıyabilir miyiz?

Endüstri Mühendisliği alanında ODTÜ'den lisans ve yüksek lisans derecelerine sahip olmakla beraber, İletişim Teknolojileri (ODTÜ), Hukuk (Bilgi Üniversitesi) alanlarında da yüksek lisans derecelerim var. Sabancı Üniversitesi İşletme Bölümü'nde ise doktoramı tamamladım. Geçtiğimiz yıl Carnegie Mellon ve Politecnico di Milano üniversitelerinde misafir araştırmacı ve öğretim üyesi olarak çalıştım.

İTÜ'deki görevimden önce bilgi ve iletişim teknolojileri dikeyinde birçok firmada yönetici ve danışman olarak çalıştım. Birçok girişim firmasında kurucu ortak olarak yer aldım.

2003'te bilişim dikeyindeki girişimim için başarılı bir exit stratejisi kurguladım.

Halen İTÜ ARI Teknokent'te Genel Müdür ve İstanbul Teknik Üniversitesi (İTÜ) İşletme Mühendisliği Fakültesi'nde akademisyen olarak görev yapıyorum.

İTÜ ARI Teknokent ve faaliyet alanlarınız ile ilgili bilgi verebilir misiniz?

Teknoloji firmalarına ve girişimcilere teknoloji geliştirmeleri ve bu teknolojileri ticarileştirmeleri için en uygun ortam ve olanakları sunarak Türkiye'nin teknoloji gelişimine katkı sağlamayı hedefleyen İTÜ ARI Teknokent, Türkiye'nin girişimcilik ve inovasyon üssüdür.

Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'nın açıkladığı 2017 Teknoloji Bölgeleri Performans Endeksi Sonuçları'na göre İTÜ ARI Teknokent, Türkiye'deki tüm teknoparklar içerisinde birinci sırada almıştır.



Dijital Dönüşüm konusunda görüşleriniz nelerdir? Sizce Türkiye dijital dönüşümde hangi aşamada? İTÜ ARI Teknokent hangi aşamada, planlarınız nelerdir?

Günümüzde fiziksel-siber sistemlerin, internet protokolünün ve yeni imalat teknolojilerinin yaygınlaşması ve üretim sektöründe derinleşmesiyle, geleneksel olarak kapalı ağlar ve yüksek giriş engelleri arkasında bulunan üretime dayalı sektörlerde rekabet artıyor. Bu durum, söz konusu sektörlerde hâkim oyuncuların bile daha önceden alışık olmadıkları düzeyde ve çeşitlilikte bir rekabetle karşı karşıya kalması, internet-yerlisi bir anlayışla ürün tasarımı ve değer zincirinin en uç halkalarına kadar işlerini yeniden düşünerek rekabet hazırlamasını zorunlu kılıyor. Bu dönüşüm, yaygın düşüncünün aksine, bir imalat oyuncusunun her alanda dijitalleşmesi anlamını taşıyor. Üreticiler dijitalleşmeye nereden başlayacaklarını ve hangi çözümlerle, kendi değer zincirlerinde hangi noktadan dijitalleşmeyi ilerleterek maksimum rekabet avantajı sağlayacaklarını, iş modellerini çalışarak tasarlamaları gerekiyor. Bunun için de iş modeli yaklaşımını iyi anlayıp, iş modellerini analiz edip yeniden tasarlayarak yola çıkmaları gerekiyor.

Biz de İTÜ ARI Teknokent'te, İTÜ İşletme Fakültesi'nin bu konuda uzman akademisyenleri ile iş birliği içinde sanayi kuruluşlarına iş modeli analizi ve tasarımı konusunda yol gösteriyor, firmaların iş modellerini artan rekabet ortamında yeniden tasarlamasına destek oluyoruz. İTÜ ARI Teknokent'te ürün ve çözümler geliştiren 300'den fazla firma ve girişimcilik programlarımızdan olan binden fazla start up'ın geniş ürün ve çözüm yelpazesiyle sanayi kuruluşlarına bu dönüşümü hem doğru ve hem de en fazla yerli katkıyla gerçekleştirme imkânı sunuyoruz. Firmalar, girişimcilerin oluşturduğu zengin ekosistemimizde kendi işlerinin gelecek yüzyılını tasarlayıp, kendi işlerini yeniden keşfedebiliyorlar.

Bu alanda bizim de elektronik-mekanik ve siber-fiziksel sistemler üzerine çalışan Ar-Ge firmaları için yaklaşık 75 firmanın içerisinde

yer alacağı ARI 7 binamızın inşaatı sürüyor. Türkiye'nin en ileri imkanlarını barındıracak İTÜ Mekatronik Laboratuvarı ile birlikte 65 bin m2'ye yayılan yeni teknolojilerle otomotiv başta olmak üzere imalat sektörünün yeniden tasarlanmasına Ar-Ge gücümüzle katkı vereceğiz.

Ayrıca İTÜ ARI Teknokent bünyesinde girişimcilerin ve firmaların tüm ürün ve çözümlerini, bu arada Endüstri 4.0'a yönelik çözümlerini de Girişimciden.com sitesinde tüm dünya ile buluşturacağız. Böylece sanayiciler ve diğer tüm ilgililer ihtiyaç duydukları çözümleri ve ürünleri kolayca bir arada İTÜ ARI Teknokent'in teknoloji vitrininde bulabilecekler.

Dünyada ve Türkiye'de bilişim sektörünün ve girişimciliğin geleceği hakkında öngörüleriniz nelerdir?

Yeni girişim sermayesi fonlarının de ortaya çıkması ile, önümüzdeki yıllarda start-up kavramının yanı sıra scale-up kavramını da sıkça duyacağız. Girişimleri sadece başlatmak değil, scale-up aşamasına getirerek hızlı bir şekilde büyütme, tüm dünyada ve Türkiye'de giderek önem kazanan bir mesele olacak. Türkiye'nin ilk scale-up odaklı ileri aşama girişimcilik merkezi İTÜ MAGNET'in öneminin ve ekosistemimizdeki işlevinin arttığını göreceğiz. Dünyada az sayıda bulunan scale-up merkezlerinden birisi olan İTÜ MAGNET'te, bugün 60'tan fazla scale-up aşamasına gelmiş girişim yer alarak, VC'lerle bir araya geliyor ve ölçekleniyorlar.

Yine önümüzdeki yıllarda daha fazla sektörden lider kurum ve kuruluşun, kendi alanlarına açık inovasyonu benimsemeye başladığını ve İTÜ Çekirdek gibi kuluçka merkezleriyle paydaşlık ilişkileri kurarak kendilerine katma değer yaratacak alanlardaki yeni girişimleri takip ederek, kendi kurum içi iş süreçleri ile kurum dışında bu girişimler tarafından yapılan inovasyonlarla ilişkilendirdiklerine şahit olacağız. Giderek Türkiye'de daha fazla sayıda kurum ve kuruluşun girişimlere müşteri olduğunu, kapsamlı iş birlikleri geliştirdiğini ve kurumsal girişim fonlarını kurmaya yöneldiklerini göreceğiz.

Bu sektörlerle de yıllardır kendi alanında girişimlere destek veren otomotiv sektörü, bankacılık ve finans, sigorta ve bulut bilişim alanları öncülük edecek. Elektrikli araç, nesnelerin İnterneti (IoT), eklemeli imalat ve üç boyutlu yazıcılar, biyoteknoloji, büyük veri, yapay zekâ, blok zincir ve e-spor gibi yenilikçi alanlar hızlı gelişmelerine devam edecek. Bu alanlara ek olarak hassas tarım, kişiselleştirilmiş ilaç ve yenilikçi tıp alanlarının dünyada gelişimini hızlandırması, Türkiye'de de bu konuların önem kazanmasını sağlayacak.

İTÜ ARI Teknokent'in yürüttüğü programlar hakkında bilgi verir misiniz?

İTÜ ARI Teknokent olarak farklı profillerdeki girişimci ve firmaların ihtiyaçlarına göre farklı programlar uyguluyoruz.

Bu programların detaylarına bakacak olursak;

- TÜBİTAK BİGG Programı: İTÜ Çekirdek olarak TÜBİTAK BİGG programının yürütücü kuruluşlarından biriyiz. 2017 yılında TÜBİTAK BİGG programında en fazla desteği BİGG İTÜ Çekirdek girişimcilerinin almasıyla, önemli bir başarı elde ettik. İTÜ Çekirdek bünyesinde fikrini prototip haline dönüştürme aşamasında olan girişimciler TÜBİTAK BİGG programı ile 200 bin TL prototip hazırlama desteğine ulaşırken, prototip hazırlama sürecinde İTÜ Çekirdek'in sarf malzemesi ve laboratuvar kullanım desteğine ulaşıyorlar.

- İTÜ Çekirdek Erken Aşama Kuluçka Merkezi: Fikrini belirli bir prototip aşamasına geçirmiş girişimcileri İTÜ Çekirdek'e dahil ediyoruz. Kurulduğu 2012 yılından beri yüzlerce girişimin aldığı desteklerle başarılı olmasını



ve şirketleşmesini sağlayan İTÜ Çekirdek olarak ülke genelinde 1.797 girişime ve 4.233 girişimciye destek verdik.

- İTÜ MAGNET İleri Aşama Girişimcilik Merkezi: 2017’de kurduğumuz İTÜ MAGNET İleri Aşama Girişimcilik Merkezi’nde Türkiye’deki risk sermayesi şirketlerine yatırım adayları yetiştiriyoruz. Bu nedenle de risk sermayesi şirketleri dönem dönem İTÜ MAGNET’te mentorluk yapmaya başladılar.

- Innogate Uluslararası Hızlandırma Programı: 2014 yılında hayata geçirdiğimiz Innogate Uluslararası Hızlandırma Programı ile teknoloji firmalarına; uluslararası bağlantılara erişim, pazarlara açılma, iş modeli ve strateji geliştirme fırsatı sunuyoruz. 2017 itibarıyla İstanbul Kalkınma Ajansı’nın (İSTKA) desteğini alarak, programı büyük bir ivme kazandırdık.

İTÜ Çekirdek Erken Aşama Kuluçka Merkezi hakkında bilgi verir misiniz? Girişimcilere ne gibi destekler sunuyor?

UBI Global kriterlerine göre Avrupa’nın en iyi 2’nci, dünyanın ise en iyi 3’üncü kuluçka merkezi olan İTÜ Çekirdek Erken Aşama Kuluçka Merkezi, fikirlerini ticarileşebilir ürün ya da hizmete dönüştürmek isteyen girişimciler için çalışıyoruz. 74 milyon TL’yi aşkın yatırım alan İTÜ Çekirdek girişimlerinin toplam değerlemesi 650 milyon TL’yi, toplam cirosu ise 65 milyon TL’yi aştı. Türkiye girişimcilik ekosistemini girişimlerin kalitesi, dünya piyasalarındaki başarısı ve başarırlı girişim sayısı bakımından büyütmeyi hedefleyen İTÜ Çekirdek’in özel sektör ve kamu kurumlarından pek çok paydaşı bulunuyor. Geçen yıl İTÜ Çekirdek’te 624 girişime destek olduk. 54 ayrı ilden başvuru aldık. 11 farklı ülkeden de yine girişimciler İTÜ Çekirdek’e başvurdu.

İTÜ Çekirdek’te girişimcilere açık ofis, mini MBA/girişimcilik eğitimi, satış koçluğu, teknik altyapı desteği, laboratuvar kullanım imkânı, laboratuvar sarf malzemeleri desteğinin yanı sıra aralarında alanında uzman iş dünyası ve akademiden 300’ü aşkın gönüllü mentor desteği sağlıyoruz. Ayrıca, fikri mülkiyet haklarını koruyabilmeleri için, İTÜ’nün teknoloji transfer

ofisi İTÜNOVA TTO ile birlikte Türkiye, Avrupa ve Amerika’da patent alabilmeleri için patent niteliğine göre mali destek ve danışmanlık hizmetleri sağlıyoruz. Bunların yanı sıra, girişimcilerin büyümesine destek olmak için satışa yönelik ilişki sağlama desteği de sunuyoruz. Bu yıl ayrıca kurumsallar ile yaptığımız anlaşmalar doğrultusunda girişimcilere ‘ilk müşteri’ bağlantılarını sağlamayı da hedefliyoruz.

Ayrıca, yatırım arayan girişimcileri, melek yatırımcı, melek yatırım ağları ve risk sermayesi şirketlerinden oluşan yatırımcı gruplarıyla tanıştırıyor, projenin niteliğine göre ilgi duyabilecek sermaye sahipleri ve sanayicilerle bir araya getiriyoruz. Düzenlediğimiz özel demo day organizasyonları ile yatırım bulmalarına destek veriyor, yatırım görüşmelerinde de yatırım şartlarını müzakere etmelerinde hukuk birimlerimiz ve kontrat deneyimi ile destek sağlıyoruz.

İTÜ Çekirdek’in girişimcilik yarışması “Big Bang Start-up Challenge” hakkında bilgi verir misiniz?

Her yıl yeni girişimlerin en iyilerini, Kasım ayı içerisinde düzenlediğimiz Big Bang yarışması ile kamuoyuna ve girişimcilik ekosistemine tanıtıyoruz. Girişimcilik ekosisteminin en büyük yarışması olan ‘Big Bang Start-up Challenge’da 2018’de yeni bir rekora imza attık. Bir gecede 21 milyon TL’lik yatırım ve hibeyi içeren kaynağı girişimcilerle buluşturduk. Girişimcilere ulaştırılan kaynağa baktığımızda hem ödül hem yatırım miktarı geçen seneye göre arttı. Geçtiğimiz sene 44 girişim destek aldı. Özellikle hibe veren kuruluş sayısında önemli bir artış olurken, hibe tutarında da yüzde 38 oranında artış yaşandı. Kurumsal şirketler sundukları hibelerle girişimcilere can suyu vermiş oldular.

İTÜ Çekirdek yıl boyu başvuru alıyor. Girişimciler hayallerini hayata geçirmek için yarını beklemesin. Çalışmaya başlayıp, İTÜ Çekirdek’e başvursunlar ki biz onları paydaşlarımızla birlikte destek olabilelim. Başvurmak isteyen girişimciler www.itucekirdek.com internet sitesi üzerinden başvurularını gerçekleştirebilir.



İTÜ MAGNET İleri Aşama Girişimcilik Merkezi hakkında bilgi verir misiniz?

Temelde İTÜ MAGNET programıyla scale-up aşamasındaki girişimlerin, ölçeklenmelerine engel olan problemlerini tespit edip tek tek çözmeye çalışıyoruz. Ürünü, müşterisi, ekibi, ölçeklenebilir bir iş modeli olan ancak çeşitli sorunlar nedeniyle henüz ölçeklenmemiş seçme girişimlerin bir araya geldiği İTÜ MAGNET’te firmaların sorunlarıyla teker teker ilgileniyoruz. Bu firmaların oluşturduğu İTÜ MAGNET topluluğu da birbirine çok yardımcı oluyor. Ayrıca kurumsal firmalar, iş birliği yapmak için aradıkları olgun girişimleri İTÜ MAGNET’te buluyor. Biz de İTÜ’nün ve İTÜ ARI Teknokent’in gücünü ve bilgisini bu girişimlerin sorunlarını çözmeleri için yardımcı olmak amacıyla kullanıyoruz.

Innogate Uluslararası Hızlandırma Programı hakkında bilgi verir misiniz?

Yerli teknoloji firmalarının teknolojilerini ihraç ederek, ülke ekonomisine de katkı sunan Innogate Uluslararası Hızlandırma Programı’na, ABD’de müşteri, distribütör, iş ortağı, yatırım veya insan kaynağı bulmak isteyen teknoloji şirketleri katılabiliyor. Bugüne kadar 125 firmanın Türkiye’deki hazırlık döneminden faydalandığı ve bu firmalar arasından 65’inin ABD sürecine katıldığı program sonrasında 44 firma uluslararası faaliyetlerine devam ediyor. Son üç döneme baktığımızda, firmaların program sonrası toplam ABD cirolarında 16 kat artış olduğunu gözlemledik. Innogate Uluslararası Hızlandırma Programı ile birlikte ürünü satışa hazır olan teknoloji firmalarının global iş yapış biçimlerini öğrenmeleri, uluslararası pazarda satış yapmaları ve iş ortaklıkları kurmalarını sağlıyoruz. ABD pazarındaki potansiyel müşterilere bizim bağlantılarımıza erişme imkânı sunduğumuz için, firmalar çok hızlı bir şekilde ulaşması gerekenlere erişiyor.



Türk Telekom CEO'su Ümit Önal Oldu

Türk Telekom'da Satış, Pazarlama ve Müşteri Hizmetlerinden sorumlu genel müdür yardımcılığı görevlerinde bulunan Ümit Önal, Türk Telekom CEO'su olarak Türkiye'nin teknolojik dönüşümüne öncülük etme vizyonuna odaklanacak.

Türkiye'nin lider bilgi ve iletişim teknolojileri şirketi Türk Telekom'da CEO'luk görevine Ümit Önal getirildi. Ümit Önal, 2016 yılından bu yana Türk Telekom'da Satış, Pazarlama ve Müşteri Hizmetlerinden sorumlu genel müdür yardımcılığı görevlerini üstleniyordu.

Türk Telekom Yönetim Kurulu Başkanı Dr. Ömer Fatih Sayan atama kararı sonrası yaptığı açıklamada, Türkiye'nin teknolojik dönüşümüne katkı sağlamak vizyonu ile çıkan yola, Türk Telekom'da yöneticilik yaptığı satış, pazarlama ve müşteri operasyonlarında büyük başarılar elde eden Ümit Önal ile devam edeceklerini söyledi.

Dr. Ömer Fatih Sayan, "Ülkemizin bilgi toplumuna geçiş sürecini yenilikçi ürün ve hizmetlerimizle ve teknoloji odaklı yatırımlarımızla destekliyoruz. Bugün sayıları 34 bine

yaklaşan Türk Telekom ailesinin her bir ferdi, yurdun her köşesine teknoloji ve kesintisiz iletişim taşımak amacıyla, büyük bir heyecanla değer üretiyor. Ümit Önal, aramıza katıldığı ilk günden bu yana bu büyük heyecanın ve Türkiye'nin teknolojik dönüşümüne öncülük etme vizyonumuzun bir parçası oldu. Satış, Pazarlama ve Müşteri hizmetlerinde üstlendiği görevlerde son derece başarılı oldu. 2018 yılı içinde 4,3 milyon net yeni abone kazanımıyla 2008'deki halka arzından bu yana en iyi abone artış rakamını yakaladık ve toplam abone sayımızı 46 milyona yükselttik. 2019 Haziran ayı sonu itibariyle toplam abone sayımız 47 milyona, mobil abone sayımız ise pazar payı hedeflerimize uygun bir şekilde 22,4 milyona ulaştı. Yeni CEO'muz Ümit Önal'ın yönetiminde, Türk Telekom'u daha büyük hedeflere ulaştıracağımıza yürekten inanıyorum. Ayrıca, CEO koltuğunda yaklaşık 3 yıldır şirketimize pek çok katkılar sunan Sayın Dr. Paul Doany'e de Yönetim Kurulumuz adına teşekkür ediyor, bundan sonraki yaşamında başarılar diliyorum." dedi.

Ümit Önal 20 yılı aşkın tecrübeye sahip

Çalışma hayatına medya ve iletişim sektöründe başlayan Ümit Önal, 2007 yılında Turkuvaz Medya Grubu'na katılarak 2015 yılına kadar sırasıyla ATV Genel Müdürlüğü, Reklam Grup Başkanlığı ve İcra Kurulu üyeliği görevlerinde bulundu.

2015'te Digitürk Yönetim Kurulu Üyesi ve Genel Müdürlük görevlerini üstlenen Ümit Önal, Digitürk'ün BeIN gruba satış sürecini başarıyla yönetti.

2016 yılı sonunda Türk Telekom ailesine katılan Ümit Önal, 2016-2018 yılları arasında Türk Telekom Satış ve Müşteri Hizmetleri'nden sorumlu Genel Müdür Yardımcılığı görevini üstlendi, bunun yanı sıra 2018 Aralık ayından itibaren şirketin Pazarlama'dan sorumlu Genel Müdür Yardımcılığı görevini de sürdürmekteydi.

Halka arzdan bu yana en başarılı büyüme performansına liderlik eden Ümit Önal,

2018'de son 10 yılın rekor abone büyümesine ve en yüksek gelir artışına imza attı.

31 Temmuz 2019 tarihi itibariyle, Türkiye'nin lider telekomünikasyon ve teknoloji şirketi Türk Telekom'da CEO'luk koltuğuna oturan Ümit Önal; ülkemizin dijital ve teknolojik dönüşümüne öncülük etme vizyonu ile çalışmalarına başladı.

Medya sektöründe 20 yılın üzerinde deneyimi ile Ümit Önal, Türkiye'nin medya transformasyonunun gerçekleştirilmesi sürecinin bir parçası olma şansını yakaladı ve kariyeri boyunca sektör derneklerinde aktif görev aldı. TİAK A.Ş. (Televizyon İzleme ve Araştırmaları Komitesi) Yönetim Kurulu Başkanlığı yapan Önal, TVYD (Televizyon Yayıncıları Derneği) ile RVD (Reklam Verenler Derneği) Yönetim Kurulu üyesidir. 1973 yılında doğan Ümit Önal, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi'den mezun oldu. Önal, evli ve 3 kız çocuk babasıdır.





Av. Arb. Murat KEÇECİLER

Keçeciler & Partners
Kurucu Ortak

VERBİS'e Kayıta Son Günler Geliyor

6698 Sayılı Kanunun yürürlüğe girmesi ile kişisel verilerin korunmasına ilişkin kavramlar gündelik yaşantımızda daha fazla yer almaya başladı. Kanunun öngördüğü uyum süreleri hızlı bir şekilde ilerlemeye devam ediyor.

Kanun yürürlüğe girdiğinde ilk olarak, kişisel verilerin elde edilmesine ilişkin rızaların tamamlanmasına ilişkin bir takvim öngörmüştü. Bu takvime göre, Kanun yürürlüğe girdiği tarihten iki yıllık bir süre içinde, kanunun yayınlanmasından önce elde edilen kişisel verilere ilişkin, ilgili kişilerden açık rızaların tamamlanmasını zorunlu kılmıştı.

Veri Sorumlularının çoğunun, Veri ilgililerinden açık rızaların elde edilmesi konusunda yükümlülüklerini halen yerine getirmedikleri anlaşılmaktadır. Buna ek olarak, hali hazırda birçok veri sorumlusunun da rıza alırken, açık uçlu olarak nitelenen; "kişisel verilerimin işlenmesini kabul ediyorum" şeklinde rızalar aldıkları gözlemlenmektedir.

Veri sorumluları, kanunen tamamlamaları gereken rıza yükümlülüklerini yerine getirmemiş olmalarının yanı sıra, 30 Eylül 2019 tarihi itibarıyla daha da önemli bir yükümlülük ile karşı karşıya kalacaklarının da farkında değiller. Veri sorumlularının, kurum kararları ile istisna tutulanlar hariç büyük bir kısmı 30 Eylül 2019 tarihine

kadar VERBİS ("Veri Sorumluları Bilgi Sistemi") kayıt olmak zorundadırlar.

Veri Sorumluları Sicili Hakkında Yönetmelik 30 Aralık 2017 tarihli ve 30286 sayılı Resmî Gazetede yayımlanmış ve 1 Ocak 2018 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Yönetmelik 50 kişiden çok çalışan olan veya yıllık mali bilanço toplamı 25 Milyondan fazla olan veri sorumlularının VERBİS sistemine kayıt olmaları için 30 Eylül 2019 tarihine, 50 kişiden az çalışan ve yıllık mali bilanço toplamı 25 Milyondan az olan ancak faaliyet konusu gereğince özel nitelikli kişisel veri işleyen veri sorumlularının 30 Mart 2020 tarihine kadar sisteme kayıt olmalarını zorunlu kılmıştır.

Kurulun, VERBİS sistemine bu süre içinde kayıt olmayan veri sorumluları hakkında 20.000 TL – 1.000.000 TL arasında idari para cezası uygulama yetkisi mevcuttur.

VERBİS'e kayıt için veri sorumlularının;

- İrtibat kişisi olarak atanacak kişinin belirlemiş olmaları,
- İşlemekte oldukları kişisel verilerle ilgili VERBİS sisteminde yer alan veri kategorilerine ilişkin tespiti yapmış olmaları,
- Verileri işleme amaçlarını tespit etmiş olmaları,
- eri saklama sürelerini belirlemiş olmaları,

- Verilerin saklanmasıyla ilişkin alınan teknik ve idari tedbirleri belirlemiş olmaları,
- Kişisel verilerin aktarılabileceği alıcı veya alıcı gruplarını belirlemiş olmaları,
- Yabancı ülkelere aktarımı öngörülen kişisel verilerin neler oldukları ve veri konusu kişi gruplarına ait kategorik olarak ayırtmış olmaları gerekmektedir.

Kimler İstisnadır

VERBİS sistemine kayıt için veri ağacının çıkarılmış ve veri güvenliği politikasının kanunun aradığı şekilde hazırlanmış olması ve idari ve teknik tedbirlerin hazırlanmasını yönetmelik aramaktadır. Kural olarak veri işleyen tüm gerçek ve tüzel kişiler VERBİS sistemine kayıt olmak zorundadır. Sisteme kayıt olma konusunda Noterler, Avukatlar, Arabulucular, Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler ve Yeminli Mali Müşavirler, Gümrük Müşavirleri, Siyasi Partiler, kendi çalışanlarına, üyelerine, mensuplarına ve bağlılıklarına yönelik kişisel veri işleyen dernek, sendika ve vakıflar, Otomatik olmayan yollar ile veri işleyenler ile Yıllık çalışan sayısı 50'den az ve yıllık mali bilanço toplamı 25 milyon TL'den az olan gerçek veya tüzel kişi veri sorumlularından ana faaliyet konusu özel nitelikli kişisel veri işleme olmayanlar VERBİS sistemine kayıt zorunluluğuna sahip değillerdir. Bu durum bu kişilerin Kanundan istisna oldukları anlamına gelmemektedir.

Yurt dışında yerleşik veri sorumlularının da 01 Ekim 2018

tarihinden itibaren VERBİS'e kayıt olmaları gerekmektedir. Yurt dışında yerleşik veri sorumluları için çalışan sayısı, mali bilanço büyüklüğü veya faaliyet alanı gereğince veri işlenip işlenmediğine ilişkin kriterlere de bakılmayacaktır. Bu nedenle, Türkiye'de şube veya irtibat bürosu şeklinde faaliyet gösteren veya bunlar olmaksızın Türkiye'de kişisel veri elde eden ve işleyen yurt dışında yerleşik tüzel kişiliklerinde VERBİS sisteme kayıt olması gerekmektedir.

VERBİS sistemine kayıt için aranan 50 kişi kriterinin ne şekilde belirleneceğine ilişkin olarak kurum tarafından yayınlanan bilgilendirmelerde, tamamlanmış bir yıl içinde en az 7 aylık dönemlerde veri sorumlusu tarafından verilen muhtasar ve prim hizmet beyannamelerinde 50 sayısının geçilmesi aranmaktadır. Kurum tarafından yapılan bilgilendirmelerde mali bilanço tanımlamasından da tamamlanmış bir yıl içinde veri sorumlusu tarafından verilen gelir veya kurumlar vergisi beyanname ekindeki mali tablolarda yer alan mali bilanço bilgisinin aktif ya da pasif tutar toplamı dikkate alınarak belirlenecektir.

Kimler İrtibat Kişisi Olabilir

VERBİS sistemine kayıt ile her veri sorumlusu bir irtibat kişisi belirlemek zorundadır. Söz konusu irtibat kişinin 18 yaşını doldurmuş, Türkiye'de ikamet eden Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı bir gerçek kişi olması gerekmektedir. Bu kriterleri taşıyan herkes VERBİS'e kayıt yaptıran Veri Sorumlusu tarafından irtibat kişisi olarak atanabilir. İrtibat kişisi olarak atanacak gerçek kişilerin Veri

Sorumlusunun çalışanı veya yöneticisi olması zorunluluğu yoktur ancak veri işleme süreçlerinden bilgi sahibi olan bir kişinin atanması işlemlerin sağlıklı yürütülmesi açısından sağlıklı olacaktır.

VERBİS'e kayıt için tanımlanan ilk süre olan 30 Eylül 2019 tarihi yaklaşırken kamuoyunda bu tarihin erteleneceğine ilişkin bir beklenti ve talep oluşmuş durumda. Ne var ki kurum kaynakları bu tarihin ertelenmesine ilişkin bir çalışmanın ve düşüncelerinin olmadığını çok ısrarlı ve kesin bir dille ifade ediyorlar. O nedenle, bu kayıt işini ertelemeyin. Kayıt olmayan Veri Sorumluları açısında da Kurum kendisi resen inceleme ve denetleme yapacağını da duyurmuş durumda. 20.000 TL ile 1.000.000 TL arasında değişen tutarlarda idari cezalara muhatap olmamak için kayıt işlemini yaptırmayan değerli okuyucularımıza yaptırımlarını şiddetle tavsiye ederiz.

Dipnot:

Kayıt olmayan Veri Sorumluları açısında da Kurum kendisi resen inceleme ve denetleme yapacağını da duyurmuş durumda. 20.000 TL ile 1.000.000 TL arasında değişen tutarlarda idari cezalara muhatap olmak için kayıt işlemini yaptırmayan değerli okuyucularımıza yaptırımlarını şiddetle tavsiye ederiz.

Geçen Yıl Ar-Ge'ye 13 Milyar 24 Milyon TL Harcadık

GEÇEN YIL AR-GE'YE 13 MİLYAR 24 MİLYON TL HARCADIK

Geçen yıl Ar-Ge faaliyetleri için 13 milyar 24 milyon TL harcanırken, bu rakamın 2017 yılına göre yüzde 21,6 artış gösterdiği saptandı.

Medya takibinin öncü kurumu Ajans Press, AR-Ge faaliyetlerine yönelik yapılan araştırma sonuçlarını inceledi. Ajans Press'in Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verilerinden ve medya yansımalarından derlediği bilgilere göre, Türkiye'nin geçen yıl Ar-Ge faaliyetleri için 13 milyar 24 milyon TL harcadığı görüldü. Böylelikle, bu rakamın 2017 yılına göre yüzde 21,6 artış gösterdiği saptandı. Bütçe başlangıç ödenekleri esas alınarak yapılan tahminlere göre de 2019 yılında Ar-Ge için tahsis edilecek ücretin 15 milyar 597 milyon olacağı öngörüldü. Merkezi yönetim bütçesinden Ar-Ge için ayrılacak paranın da en

çok üniversitelere gideceği saptandı. 2019 yılı içinde genel üniversite fonlarına ayrılan oran da yüzde 40,4 olarak belirlenirken, yüzde 34,4 ile savunmaya, yüzde 6,8 ile endüstriyel üretim ve teknolojiye, yüzde 4,3 ile genel bilgi gelişimine ve yüzde 4 ile de eğitime gideceği görüldü.

Ajans Press ve PRNet'in gerçekleştirdiği medya incelemesinde yazılı basına yansıyan haber adetleri de belli oldu. 2018 yılı içerisinde gerçekleştirilen medya incelemesinde, Ar-Ge başlığı altında 60 bin 668 haber yansımalarının olduğu görüldü. 2019 yılındaki haber adetleri incelendiğinde ise bu rakamın 29 bin 61 olduğu görüldü. Teknolojide yaşanan gelişme ve ödenek artışlarının da medyaya yansıyan haber başlıklarında geniş yansıma bulunduğu tespit edildi.

Bilişim, Ekonomi ve İş Dünyasından
Güncel Haberlere 7/24 Ulaşın

www.dijitalbiz.com

MANŞET

BULUT BİLİŞİM 3 YILDA 130 BİN KİŞİYE YENİ İŞ FIRSATLARI YARATAÇAK
13 Şubat 2019

RÖPORTAJ

HAKAN YILMAZ: "DİJİTALLEŞMENİN TAM ZAMANI"
Ocak 27, 2019

ADEM KAYA: "BİLİŞİMİN GELECEĞİ VE TÜRKİYE'NİN PAZARDAKİ KONUMU"
Ocak 26, 2019

SÜLEYMAN DEMİR: "TÜRİZMDE DENEYİMLERİMİZ TEKNOLOJİYE DOĞRU YÖNELİYOR"
Ocak 25, 2019

MUSTAFA ÇELİKPENÇE: "TÜRKİYE'DE BİLİŞİM VE GELECEK 5.0"
Ocak 23, 2019

E-Dergi | Ocak 2019 Sayısı

ETİKETLER

AKILLI LOJİSTİK AR-GE
BİLİMLİ TEKNOLOJİ
BİLİŞİM GRUBU
BİLİŞİMCİLER
BİLİŞİMCİLER GELECEK 5.0 ZİRVESİ
BLOCKCHAIN
BLOK ZİNCİRİ BULUT
DEĞİŞİM
DİJİTAL DÖNÜŞÜM
DİJİTAL PAZARLAMA
DİJİTAL VATANDAŞLIK
ENDÜSTRİ 4.0
GELECEK 5.0
İNNOVASYON İOT

Uygun Adım Geleceğe: Ar-Ge ve İnovasyon



inovasyonun önemine dikkat çekiyor. TSKB Ekonomik Araştırmalar Ekonomisti Cem Avcıoğlu tarafından kaleme alınan “Uygun Adım Geleceğe: Ar-Ge ve İnovasyon” başlıklı raporda, yeni bilgi üretme sürecinin motoru olan araştırma ve geliştirme (Ar-Ge) faaliyetlerinin ekonomik büyüme performansını korumak ve geliştirmek isteyen ülkeler için büyük önem taşıdığına yer veriliyor. Ar-Ge harcamalarının Gayrisafi Yurtiçi Hasılaya oranı olarak ifade edilen Ar-Ge yoğunluğu göstergesinde bugün itibarıyla ilk 10 sırada bulunan ülkeleri de değerlendiren rapor, bu ülkelerin 1998-2017 yılları arasında yatırım yoğunluklarını ortalama %30 oranında arttırarak %3,2'ye taşıdıklarına dikkat çekiyor.

Türkiye’de yüksek ekonomik büyüme performansının kalıcı ve kapsayıcı hale gelmesinde bilgi yayılımının artırılmasının ve yüksek teknoloji ürünlerin toplam üretim içindeki payının yükseltilmesinin temel belirleyiciler olacağını ortaya koyan rapor, küresel finansal krizi takip eden dönemde Türkiye ile gelişmiş ülke ekonomileri arasındaki gelir yakınsamasının yavaşladığına işaret ediyor.

Raporda yer alan bilgilere göre, inovasyon odaklı ürün üretme becerisinin geliştirilmesinin, ihracat gelirlerinin yükseltilmesine katkı sunması bekleniyor. Türkiye kilogram başına 1,32 dolar ihracat geliri elde ederken, Çekya ve Polonya gibi gelişmekte olan Doğu Avrupa ülkelerinde ise bu rakamın 2 doları aştığı görülüyor.

Raporu hazırlayan TSKB Ekonomik Araştırmalar Ekonomisti Cem Avcıoğlu, Türkiye’nin 2017 yılı itibarıyla %0,96 olan Ar-Ge yoğunluğunun, henüz %1,78 olan yüksek gelirli ülkeler ortalamasının altında kalmakla birlikte son 20 yılda istikrarlı tırmanışını sürdürdüğüne dikkat çekiyor. Yetenek yoğun, inovatif bir imalat sektörünün temel taşının Ar-Ge yatırımları olduğuna değinen Avcıoğlu, “Bu konuda süregelen çabaların başarılı olması halinde hem büyümenin sürdürülebilirliği hem de istihdam koşullarının iyileşmesi açısından önemli gelişim kaydedilecek” diyor.

Geçen yıl Ar-Ge faaliyetleri için 13 milyar 24 milyon TL harcanırken, bu rakamın 2017 yılına göre yüzde 21,6 artış gösterdiği saptandı.

Medya takibinin öncü kurumu Ajans Press, AR-Ge faaliyetlerine yönelik yapılan araştırma sonuçlarını inceledi. Ajans Press’in Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verilerinden ve medya yansımalarından derlediği bilgilere göre, Türkiye’nin geçen yıl Ar-Ge faaliyetleri için 13 milyar 24 milyon TL harcadığı görüldü. Böylelikle, bu rakamın 2017 yılına göre yüzde 21,6 artış gösterdiği saptandı. Bütçe başlangıç ödenekleri esas alınarak yapılan tahminlere göre de 2019 yılında Ar-Ge için

olacağı öngörüldü. Merkezi yönetim bütçesinden Ar-Ge için ayrılacak paranın da en TSKB Ekonomik Araştırmalar tarafından hazırlanan, ‘TSKB Bakış’ isimli rapor serisi “Uygun Adım Geleceğe: Ar-Ge ve İnovasyon” adlı çalışmayla devam ediyor. Rapor, son 30 yıldaki gelişmelerin bilgi ve teknolojiyi ekonomik değer yaratımının önemli parçası haline getirdiğini, bilgi temelli bir ekonomi oluşturabilen ülkelerin ise uluslararası rekabette üstünlüğü yakaladığını vurguluyor.

Makroekonomi, kalkınma iktisadı ve sektörel dinamiklere yönelik araştırmalar gerçekleştiren TSKB Ekonomik Araştırmalar, son raporunda Türkiye’nin orta gelir tuzağından çıkış çabalarında Ar-Ge ve



DÜNYA OTOMOTİV KONFERANSI #WAC2019

17 EKİM 2019

Wyndham Grand, Levent

Otomotiv Sektörü 6. Kez İstanbul'da Buluşuyor



dunyaotomotivkonferansi.com

Dünya Otomotiv Konferansı, 17 Ekim'de İstanbul Wyndham Levent'de gerçekleşecek. Otomotiv sektörünün önde gelenlerine hitap etmesiyle bilinen zirvede kamu ve özel sektör yetkililerinin katılımının yanı sıra, vaka analizleri, sektörde öncü firmaların sunumları, workshoplar ve zengin networking aktiviteleri ile gerçekleşecek.

Dijital Biz Dergisi olarak sponsoru olduğumuz Uluslararası ismiyle World Automotive Conference, bölgede lider 40'ın üzerinde ülkeden çok sayıda üst düzey konuğu bir araya getirerek; değişen sektörde doğru üretim, ihracat ve pazarlama stratejilerini belirleyen paylaşımlar içermekte ve iş birlikleri için uygun ortam sağlamakta.

2019 sponsorları arasında ise şimdiden Omsan Lojistik, Invest in Ukraine, Staubli, GCS Test, Opthema Teknoloji, ARaymond ve Maxim Integrated, Robo Otomasyon gibi ulusal ve uluslararası firmalar bulunmaktadır.

Geleceğin lider firmaları bu zirvede şekilleniyor

Zirvede bu yıl; global ticaret anlaşmaları, Brexit, sektörde yaşanan daralma başta olmak üzere sektörün geleceği, sektördeki trendler, elektrikli araçlar, otonom araçlar, endüstri 4.0, robotlaşma, dijitalleşme, tedarik zinciri, yapay zekâ, yenilenen sektörde doğru konumlanma ve ihracat stratejileri gibi konular ön plana çıkmaktadır.

Kimlerle buluşabilirsiniz?

ABB, Altinay, Anadolu Isuzu, Bertrandt, Beycelik Gestamp, Borcelik, BMC, BNP Pariba, Chassis Brakes, Chiron, Continental ContiTech, Ege Fren, Jantsa, Karsan, Kale Aero, MAN, Mercedes-Benz Türk, Opthema, Petrol Ofisi, Rollmech, Ravago, Sertrans, TE Connectivity, TUBITAK, Vibracoustic, Wagner Kablo zirvede yer alacak firmalar arasında.

Otomotiv sektörü ve etrafındaki sektörler bir araya geliyor

Dünya Otomotiv Konferansı'na önde gelen otomotiv üreticilerinin yanında otomotiv sektörüyle bağlantılı, teknoloji şirketleri, yan sanayiler, demir-çelik, sigorta, finans, mühendislik sektörlerinden katılımlar gerçekleşiyor. Üst düzey ve çeşitli katılımlarla birlikte, sektörler arası iş birliği yapma ve katma değer sağlama fırsatı bulunuyor. Zirvenin sponsorları, konuşmacıları ve programı için: www.dunyaotomotivkonferansi.com



40 Ülke
+ 800 Katılımcı
%61
Üst Düzey Yönetici

DÜNYA
OTOMOTİV
KONFERANSI
17 Ekim, İstanbul



**Otomotiv Liderleri
İstanbul'da Buluşuyor!**

DÜNYA
OTOMOTİV
KONFERANSI
17 Ekim, İstanbul



www.dunyaotomotivkonferansi.com
#wac2019

DÜNYA
OTOMOTİV
KONFERANSI
17 Ekim, İstanbul

Dijitalleşme Otomotiv Sektörünü Nasıl Değiştiriyor?



Dr. Demet KARAALİ

Mercedes-Benz Türk A.Ş.
Mercedes-Benz Türk Otomobil ve Hafif Ticari
Araçlar IT Grup Yöneticisi

21. yüzyılda dijitalleşme kavramı dijital teknolojilerin iş hayatına ve günlük hayata uyumlu hale getirilmesiyle, iş modelleri ve yaşam tarzlarını yeniden şekillendiriyor. Teknoloji çağının getirdiği değişiklikler müşterilerin deneyim süreci ve satın alma davranışlarını etkilemenin yanı sıra, firmaların rekabet avantajı elde etmeye çalıştıkları bu süreçteki iletişim yöntemlerini, iş süreçlerini ve iş tanımlarını da etkiliyor. Mercedes-Benz Türk olarak otomotiv sektöründeki mevcut konumumuzu yeniden tanımlamakta, iş modellerimizin ve süreçlerimizin çevik anlayış ve DevOps felsefesi ile şekillendirmekteyiz. Ayrıca iş tanımlarımızı uygulamakta olduğumuz yeni teknolojilere göre gerçekleştiriyoruz. Otomobilin mucidi olan markamızı farklı alanlarda da öncü konuma taşıyacak Büyük Veri'nin daha anlamlı bilgiye dönüştürülmesinden, ürünlerimizin birbiri ile etkin iletişim kurabileceği Nesnelerin İnterneti'ne, müşterilerimizin daha hızlı cevaplar alabilmesine olanak tanıyan Yapay Zekâ teknolojilerinden, iş süreçlerimizde bizlere destek olan Robot Teknoloji'sine kadar birçok alanda yatırımlarımıza devam ediyoruz.

Sizi kısaca tanıyabilir miyiz?

İstanbul Teknik Üniversitesi Matematik Mühendisliği lisansını takiben yine İTÜ'den Endüstri Mühendisliği bölümünden 2009 yılında almış olduğum doktora derecem bulunmaktadır.

20 yıla yakın otomotiv ve IT alanında iş tecrübesine sahibim.
Mercedes-Benz Türk A.Ş. / Mercedes-Benz Otomobil ve Hafif Ticari Araçlar IT Grup Yöneticisiyim.

Dijital Dönüşüm konusunda görüşleriniz nelerdir? Sizce Türkiye dijital dönüşümde hangi aşamada? Şirketiniz hangi aşamada, planlarınız nelerdir?

Mercedes-Benz Türk olarak dijital dönüşüm stratejilerimiz, aslında şirketimizin üst düzey

yöneticilerinden tüm çalışanlarımıza herkesin benimsemiş olduğu şu felsefe üzerine kuruludur: "Dijitalleşme markamız için otomobilin icadından sonraki en büyük zenginliktir". Dijital dönüşüm, otomotiv sektöründe köklü değişikliklere yol açmıştır ve bu dönüşüm devam etmektedir. Bu nedenle, yarının mobilitesini aktif olarak şekillendirmemiz, trendleri ve geleceğe odak olan teknolojilerimizi müşterilerimizin bireysel ihtiyaçlarına uygun olarak eşleştirmemiz gerektiğini biliyoruz. Böylece müşterilerimizin, ürünlerimizin, çalışanlarımızın, paydaş ve tedarikçilerimizin dâhil olduğu tüm değer zincirini sistematik bir biçimde dijitalleştirmekteyiz. Dijitalleşmeye odaklanırken, insan her zaman önceliğimizdir. Dijitalleşmeyi müşterilerimizin bakış açısından izlemeliyiz ki onlara günlük hayatlarını kolaylaştırabilecek dijital hizmetler sunabilelim. Bunun en güzel örneklerinden biri; müşterilerimizin araçları ile daha rahat ilişki kurmasını ve aracını mobil ortamda yönetmesini sağlayan dijital hizmetimiz MercedesMe Connect.

Dijitalleşmenin sunduğu fırsatları çalışanlarımızın iş yaşamını kolaylaştırmak için de kullanıyoruz. Örneğin, çalışanlarımız sanal toplantı odaları ile kolayca toplantılarını yapabiliyor ve aradıkları birçok bilgiyi kurum içi sosyal ağımız yardımıyla bulabiliyorlar. Dijitalleşmenin sunduğu fırsatları optimize etmek için mevcut yapıımızı ve süreçlerimizi değiştiriyoruz. Hedefimiz, dijital sektörün hız ve risk alma kültürünü, şirketimizin mükemmellik ve yenilikçi yeteneği ile başarılı bir şekilde birleştirmek.

Mercedes-Benz Türk olarak, dijital dönüşümü şirketimizin geleceği olarak görmekteyiz. Özellikle en önemli hedefi otomotiv sektörünün dijital lideri olmayı amaçlayan şirketimizin, hem uzun dönemli bir değişimi temsil ettiğini hem de otomotiv sektöründe rekabette önde kalmamızı sağladığını söyleyebiliriz. IT olarak bu dönüşümü sadece sahip olduğumuz derin teknoloji ve yazılım bilgisini kullanarak değil, aynı zamanda müşterilerimizi anlayıp otomotiv sektörünü tekrardan şekillendirmeye çalışarak

sürdürüyoruz. Bunu sağlamak için de en temelde IT stratejimizi “Veri, yeni bir yakıt kaynağıdır” sloganı ile veri üzerine kurduk.

Dijitalleşmeyle birlikte bugün çok büyük miktarda veriye erişebiliyor, verilerin analizi ile müşterilerimizi daha iyi anlayabiliyor, müşterilerimizle daha anlamlı ilişki kurabiliyoruz. Temel stratejimiz çerçevesinde daha hızlı aksiyonlar aldığımız ve teslimatlar yaptığımız çevik yaklaşımı ile süreçlerimizi ve projelerimizi başarıyla yürütüyoruz. Ayrıca, finansal hizmetler, satış, satış sonrası hizmetler ve dijital ortamlara bağlantılı (connected) araçlarımız gibi tüm temas noktalarında tek bir müşteri deneyimini sunan, veri odaklı stratejiler geliştiren, tüm süreçlerde dijital mühendislik ve üretime odaklanarak hız ve verimliliği arttıran, çalışanlarını yerel ve global iş birliğine teşvik eden, onları karar almaları noktasında destekleyen bir yapıya geçtik. Stratejilerimizi uygularken yeni teknolojileri ve farklı yöntemleri de kapsayarak şirketimize iki kat hız katacak Özgür ve Açık Kaynak Yazılım, Cloud&DevOps, API (Uygulama Programlarına Arayüzü) Mimarisi, Kimlik ve Erişim Yönetimi gibi ortak önceliklere odaklanıyoruz. Organizasyon yapımızı da dikey organizasyondan, öncelikle proje organizasyonuna ve şimdilerle Swarm ekiplere dönüştürmekteyiz. Özetle belirttiğimiz hedef ve stratejide dijital dönüşümün rüzgârını arkamıza alarak otomobilin mucidi olan markamızın rolünü otomotiv üreticiliğinden “ağlı mobilite hizmet sağlayıcısına” doğru taşımaktayız.

Sizce Dünyayı değiştirecek teknolojiler nelerdir?

Öncelikle “Büyük Veri” konusundan bahsetmek istiyorum, çünkü Dijital Dönüşüm konusundan bahsederken tüm strateji ve ilkelerimizin temelinde “Veri yeni bir yakıt kaynağıdır” felsefesinin yer aldığını ifade etmiştik. Her gün yaptığımız yazışmalar, kullandığımız haritalar, sosyal medya paylaşımları, akademik yayınlar, GPS sinyalleri, otomobilimizin ürettiği sürüş verileri gibi birçok örneğini sıralayabiliriz. Veri bir

yakıt türüdür, çünkü veri olmadan hareket etmek mümkün değil. Bu sebeple sadece mevcut imkânlarla elde edilmiş veriler ile kısıtlı kalmamayı, yeni veriler elde etmemizi sağlayacak kaynaklara da yatırımlarımızla ulaşmaya çalışıyoruz. Bu bağlamda hem küresel ölçekte hem de kendi pazarımızda birçok farklı kanaldan toplamakta olduğumuz verileri uygun veri analiz uygulamaları ile anlamlı ve kullanılabilir veriler haline getirerek iş birimlerimize sunmaktayız. Bu sayede müşterilerimizi ve paydaşlarımızı daha iyi anlayarak kişiselleştirilmiş ürün ve hizmetlerimizle hem onların daha mutlu bir şekilde bu süreci tecrübe etmelerini sağlayıp, hem de şirketimizin performansına katkıda bulunuyoruz. Sadece son kullanıcı özelinde değil, dağıtım kanalımızın önemli taşıyıcısı ve müşterilerimizde markamızın yüzü olan bayilerimize de günlük, hatta anlık olarak veriyi kullanarak pazarlama stratejilerini belirlemelerine olanak sağlayacak uygulamalar sunuyoruz. Veriyi diğer teknolojilerin önünde tutmamızın en önemli sebeplerinden birisi de hemen hemen hepsi için bir girdi görevi görmesidir.

Sonrasında dünyayı değiştirmekte olan teknolojiler için Otonom Sürüş, Yapay Zekâ ve günlük hayatımızda iş arkadaşı olarak bizlere yardımcı olarak Robotik Süreç Otomasyonu’nu sıralayabiliriz. Mercedes-Benz Türk, ana şirketimiz Daimler ve iştirakleri olarak “ağlı mobilite hizmeti sağlayıcısı” konumuna geçmek amacıyla bu alanda öncü yatırımlar ve iş birlikleri gerçekleştiriyoruz.

Uzun zamandır yatırım yaptığımız projemiz; CASE (connected, autonomous, shared&services, electric) geleceğin araçları alanına verdiğimiz önemi fazlasıyla gösteriyor. Bu bağlamda şirketimiz araçlarımızın konforlu, güvenli ve eğlenceli bir biçimde bağlanabilen, otonom sürüş özelliğine sahip, paylaşım imkânı veren ve farklı hizmetleri sunan elektrikli araçlar olmasını hedeflemektedir.



Dünyada ve Türkiye’de bilişim sektörünün ve otomotiv sektörünün geleceği hakkında öngörüleriniz nelerdir?

Günümüzde endüstri 4.0 ile tüm dünyayı etkisi altına alan büyük veri, otonom sürüş, nesnelerin interneti, yapay zekâ, robotik teknoloji, siber güvenlik, artırılmış gerçeklik ve bulut bilişim gibi teknolojik gelişmeler hayatımızda yer ediniyor. Dünyada bilişim sektörünün büyümesini aslında perakende, telekomünikasyon, bilişim ve bankacılık sektöründe yer alan firmaların en değerli markalar listesinin en üst noktasına çıkmaları ile görebiliriz. Bu firmaların kimisi bundan 15 yıl önce henüz kurulmamıştı ya da kimse tarafından bilinmiyordu, ancak dijital dönüşümün insanın sosyal hayatını değiştirmesiyle birlikte bugün en değerli markalar içerisinde yer alıyor. Hem Türkiye’de hem de dünyada insanların

sosyal yaşamları değiştiğinden, bilişim sektörü çerçevesinde sanal dünyada insanların yaşamlarını kolaylaştıracak ürün ve hizmetlerin artacağını düşünüyorum. İnsanlar özellikle otomotiv sektöründe paylaşım kültürünün daha yaygın olduğu, mobil olarak seyahat planlama dâhil birçok hizmete erişebildiği, otonom sürüş özelliğine sahip ve daha yüksek teknoloji, birbirine bağlı otomobillerin var olduğu bir eko sisteme dâhil olmaktadır.

133 yıldır otomotiv sektöründe öncü ve lider bir firma olarak teknoloji ve bilişim hizmetlerini öncelikle kendi ürün ve hizmetlerimizi müşteri odaklı bir biçimde farklılaştırmak için kullanıyoruz. Ancak artık bu yetkinliğe sahip olmakla birlikte sadece kendi alanımızda sınırlı kalmayıp ve yine otomotiv sektörüne de temas eden farklı alanlarda iş birliği ve çalışmalar yapıyoruz.



Nesnelerin İnterneti konusunda görüş- leriniz nelerdir? Şirketiniz Nesnelerin İnterneti konusunda ne gibi çalışmalar yürütmektedir?

Nesnelerin interneti teknolojisi özellikle yüksek teknoloji ürünler üretmemiz ve son kullanıcıya temas ettiğimiz Mercedes me connect, car2go, Mytaxi gibi birçok uygulamanın portföyümüzde yer almasından ötürü şirketimiz adına stratejik uygulama alanlarından birisi. Özellikle son endüstri çağının başlaması ile birlikte milyonlarla ifade edebileceğimiz internete bağlı cihazların sayısı günümüzde milyarlar seviyesinde. Bu nedenle tüketiciler için nesnelerin interneti uygulamaları özellikle giyilebilir ürünlerde, araçlarda, akıllı cihazlarda, akıllı evlerde ve birçok alanda hızla artıyor. Endüstriyel olarak bakacak olursak, üretim, akıllı şehirler, bayiler, filo yönetimi, akıllı binalar ve kamu hizmetleri gibi birçok alanda uygulanıyor. Bu temelde birçok farklı startup ile hem küresel ölçekte hem de Türkiye pazarında çalışmalarımız

devam ediyor. Küresel ölçekte devam eden uygulamalar arasında 2017 yılından beri geliştirmekte olduğumuz "Akıllı Vale" uygulamasını gösterebiliriz. Bu sayede aracınız sürücüsüz bir şekilde uygulama içerisinden bir komut ile kendi kendine park yeri bulabiliyor ve park işlemini tamamlıyor. Sonrasında tekrardan teslim almak istediğinizde aracı bulduğunuz yere çağırabiliyorsunuz. Türkiye'de şu anda devlet ve özel sektör destekli gelişim programları bulunuyor. Üretimde ağırlıklı olmak üzere lojistikten sağlığa, telekomünikasyondan inşaat sektörüne birçok alanda farklı örneklerini görmekteyiz. Şirketler nesnelerin interneti uygulamaları için yatırım miktarı payını Bilgi Teknoloji içerisinde arttırıyor. Ana şirketimiz Daimler ve Mercedes-Benz Türk olarak bu bağlamda müşterilerimize en uygun ürün ve hizmetleri sunmak adına, bayilerimizde daha etkin ve hızlı bir şekilde ihtiyaç duyulan bilgiye ve hizmete erişimini sağlamak için önümüzdeki süreçte de yatırımlarımıza devam edeceğiz.

Mercedes



Mercedes Jellinek

"Zarafet" anlamına gelen İspanyolca bir isim olan Mercédès, Avusturyalı iş adamı Emil Jellinek'in kızının adıydı. Son yıllarda ileri görüşlü olan ve yaklaşan otomobil çağını öngören Jellinek'in otomobile olduğu gibi spora da özel bir ilgisi vardı. İlk Daimler aracını 1897 yılında satın alan iş adamı, zaman içinde yakından tanıdığı aristokrat ve finansierlerin Daimler araçlarının pazarlamasını yapmakla görevlendirildi, bu otomobillerle yarışlara da katılmaya başladı. Mercedes adıyla katılan Jellinek, 1900 yılında otomobilin baş mühendisi Wilhelm Maybach'dan hızlı, hafif ve güçlü bir otomobil tasarlamasını istedi. Jellinek, DMG otomobillerin satışına ilişkin bir anlaşma yaptı ve Daimler markası olarak 10 yaşındaki kızının adının, "Mercedes" olarak kullanılması kararlaştırıldı. 1901 yılında bu yeni otomobil ile yarış alanında imza attığı başarımların tanınması ve itibar görmesine büyük katkı sağlandı. Mercedes markası Eylül 1902'de resmi kayıtlara geçti.



API (Uygulama Programlama Arayüzü) konusunda görüşleriniz nelerdir? Şirketiniz API konusunda ne gibi çalışmalar yürütmektedir?

Uygulama Programlama Ara yüzü (API) özellikle farklı uygulamalardan ihtiyaç duyduğunuz verilerin ve özelliklerin esnek bir biçimde entegre edilmesine olanak sağladığından kullanım alanları hem dünyada hem de şirketimiz içerisinde artıyor. Daimler bünyesinde mevcutta yer alan uygulamalar da dâhil olmak üzere yeni geliştirilmekte olan birçok uygulama artık API uyumlu olarak geliştiriliyor. Mercedes-Benz Türk olarak küresel ölçekte iç ve dış paydaşların kullanımı, startupları desteklemek ve inovatif uygulamaları görmek amacıyla birçok uygulama servisini kamuya açık bir biçimde sunabileceğimiz API platformu oluşturduk. Geliştirdiğiniz bir uygulamaya araç konfigüratör servisini,

bayi ve satış sonrası hizmet ortaklarımızın bilgilerinin yer aldığı servisi, araç resimlerinin yer aldığı servisi ve daha birçoğunu API'lar yardımıyla kolayca entegre edilebiliyor. Daimler bünyesinde yürütmekte olduğumuz hemen her uygulama aslında bir diğer uygulamaya bağımlı diyebiliriz, bu nedenle yeni bir uygulama geliştirdiğimizde ya da yeni bir bilginin değişimine ihtiyaç duyduğunuzda mevcut ara yüzde değişiklik talep etmek hem çok fazla zamanımızı almakta hem de maliyet olarak da sürecimizi etkiliyor. Kısacası API'lar sizin bir alanda kısıtlanmanıza çözüm olarak ne zaman ve nasıl değişiklik yapma ihtiyacınıza esnek olarak cevap verebiliyor.

IT olarak uygulama ve süreçlerimizde API teknolojisinden faydalanmanın yanı sıra, 2019 yılında verdiğimiz stratejik bir kararla API alanında önemli bir atılım yapmaktayız.



Global anlamda hizmet sunacak ve Daimler bünyesinde var olan uygulamaların API servislerini geliştirecek bir ekip kuruyoruz. Aldığımız bu stratejik karar bizi teknolojiyi kullanan müşteri rolünden, bu teknolojiyi farklı ürün ve hizmetler için dünyanın farklı noktalarındaki kullanıcı ve geliştiricilere sunan bir role taşıyor. Üstlendiğimiz bu rol ile gelecekte dijital dönüşümün içerisinde nasıl yer alacağımızı da vurgulamış oluyoruz. Bugün şirketimiz Daimler bünyesinde stratejik olarak benzer sorumlulukları alıp, alanında uzman çalışanları ve üstün başarıları ile bir AR-GE üssü haline getirdiyse, IT olarak Bilgi Teknolojileri üssüne çevirebilme olanağına sahip olacağımıza inanıyoruz.

2019 Küresel İnsan Kaynakları Trendleri

Deloitte tarafından bu yıl dokuzuncusu hazırlanan '2019 Küresel İnsan Kaynakları Trendleri' raporu yayımlandı.

İnsan Kaynakları ve iş dünyasından 10.000 yöneticinin görüşleriyle hazırlanan 'Sosyal girişime liderlik etmek: İnsana odaklanarak yeniden icat etmek' başlıklı 2019 Küresel İnsan Kaynakları Trendleri raporunda Deloitte, çalışanlar için kimlik ve anlam oluşturulmasına yardımcı olunması kapsamında; iş gücü ile etkileşim kurma, motive etme ve deneyimleri kişiselleştirme de dahil, organizasyonların, kendilerini nasıl yeniden icat edebileceklerine yönelik yöntemleri araştırıyor.

Araştırmaya katılanlar, sosyal girişimin rolünün her zamankinden daha önemli olduğunu belirtirken sosyal girişime liderlik etme ile organizasyonun finansal performansı arasında pozitif bir bağlantı olduğunu ifade ediyor. Endüstride önceki konumdaki sosyal işletmelerin yüzde 73'ü, 2019'da, 2018'e nazaran daha etkili bir iş büyümesi beklerken, bunların yüzde 55'i için, sosyal girişim bir öncelik taşıyor. Ancak, yüzde 19'u organizasyonlarının, bir sosyal işletme olarak olgunluk döneminde, 'endüstri liderleri' olduklarını belirtiyor. Yüzde 44'lük bir oran ise, bugün, sosyal girişim

konularının, organizasyonları için, üç yıl öncesinden daha önemli olduğunu ifade ederken yüzde 56'lık bir kesim de, gelecekteki üç yıl içerisinde, daha da önemli olmasını bekliyor. Deloitte Türkiye İnsan Kaynakları Hizmetleri Lideri Cem Sezgin raporda öne çıkan başlıkları şu şekilde yorumluyor: "Çalışanları odağa almayı işletmeler göz ardı etmemeli... Teknolojik gelişmeler, şirketlere rekabet avantajı sağlarken, iyi yönetilmediği takdirde, çalışanların iş yerlerinde kimliklerini, aidiyetlerini kaybetmelerine yol açabiliyor. Rapor, şirket içinde sürekli öğrenme, kişisel gelişime yönelik fırsatlar oluşturma, insan kaynağı yaklaşımlarını yeniden keşfetme ihtiyacını ortaya koyuyor. Türkiye'ye ilişkin verileri değerlendirdiğimizde ise; İnsan Kaynağı Bulut sistemleri, İnsan Deneyimi ve Öğrenme ilk 3 sıradaki trend olarak karşımıza çıkıyor. Küresel olarak ortaya çıkan sonuçlardan farklı olarak ise Türkiye'deki kurum ve kişiler raporda ortaya çıkan 10 trende global rakipleri kadar hazır değiller. Kurumların bu trendlere hazır olmaması, değerlendirmemesi ise uzun vadede nitelikli iş gücü bulma anlamında problemler yaşamalarına sebep olacaktır.

İş gücünün geleceği

Araştırmaya göre; organizasyonların, sosyal girişimi etkili bir şekilde yönetmenin yollarını ararken, işi yeniden yapılandırma güçlere ve iş gücüne yönelik göstergelere -hem yapı, hem de kabiliyetler bakımından- adapte olmaları, bu arada da, çalışanlar için, anlam verici bir deneyimi yerleştirmeleri gerekiyor.

Katılımcıların yüzde 86'sı, insanların öğrenme yönteminin değiştirilmesinin önemli olduğunu belirtiyor.

yeni yetkinlikler bu trendin neden önemli olduğunu ortaya koyuyor. Öğrenme küresel olarak 2019'un 1 numaralı trendi olarak ortaya çıkarırken Türkiye'de ise yüzde 83'lük oranla üçüncü sırada yer alıyor. Önde gelen organizasyonlar, öğrenmeyi, sadece iş akışına değil, hayatın akışına da entegre edecek yeni araçlara ve insanların sürekli beceri geliştirme ihtiyaçlarına yönelik yatırım yapıyor. Diğer yandan, öğrenmeye vurgu yapılmasına rağmen, araştırmaya katılanların sadece yüzde 10'u, bu konuyu ele almaya 'çok hazır' yüzde 36'sı ise "hazır" olduğunu belirtiyor. Türkiye'de ise bu trend için 'çok hazır' ve 'hazır' olanların oranı sadece yüzde 28.

Araştırmaya göre profesyonellerin yüzde 64'ü, otomasyonun insan kaynakları alanında önemli ya da çok önemli olduğunu ifade ediyor. Otomasyon teknolojilerinin şirketlerce benimsenmesi mevcut işlerin daha dijital, veri odaklı multidisipliner işlere dönüşmesine sebep oluyor ve sürekli öğrenme ihtiyacını artırıyor. Ancak bu teknoloji lerden gerçek anlamda faydalana-bilmek için de organizasyonların işleri, insan boyutunu ortaya çıkaracak şekilde yeniden tasarlamasını gerektiği riyor. Bu yeniden tasarım sonucunda da geleneksel işlerle entegre rollerle birleştiren 'süper işler', ortaya çıkıyor. Araştırmaya göre global olarak süper işlerin yüzde 66'lık oranla trendler arasında 8.sırada yer alırken Türkiye'de yüzde 74 ile 7. sıradaki trend olarak karşımıza çıkıyor.

Organizasyonun geleceği

Araştırmaya katılanların yüzde 49'u çalışanlarının/meslektaşlarının, işlerinin tasarımından memnun ya da çok memnun olduğuna ve yüzde 42'si, çalışanlarının, günlük çalışma uygulamalarından memnun ya da çok memnun olduğuna inanıyor. Organizasyonlar, çalışanlarının işlerini desteklemek üzere teknoloji temin etmenin yollarını ararken, yanıt verenlerin sadece yüzde 38'i, işle ilgili mevcut araçlar ve teknolojilerden memnun ya da çok memnun olduklarını ifade ediyor. Sonuç olarak, yanıt verenlerin sadece yüzde 38'inin, işlerinde, iyi kararlar verme konusunda, yeterli özerkliğe sahip olduklarını düşünmeleri, işlerin neden yeniden icat edilmeri konusunda önemli bir kanıt ortaya koyuyor.

Ankete yanıt verenlerin yüzde 81'i '21. yüzyılın liderlerinin' kendine özgü zorluklar ve ihtiyaçlarla karşı karşıya kaldığına inandığını ifade ediyor. Bu da, organizasyonlar için, organizasyon içerisinde liderler bulma ve geliştirmenin önemine dikkat çekiyor. Yeni liderlerin içeriden geliştirilmesi; etki bırakarak yönetmek, şeffaflığı yaymak ve daha iş birlikçi ve bağlantılı bir dünyada zenginleşmek de dahil, kritik becerileri daha iyi hale getirmekte çalışanlara yardımcı olabilir.

Bu değişimin altında, geleneksel hiyerarşik organizasyonel modelin yeniden icat edilmesinin sürmekte olması yatıyor. Ankete yanıt verenlerin üçte biri organizasyonlarının, şu anda hiyerarşik bir çerçevede, çoğunlukla ekipler halinde işle-mekte olduğunu ifade ederken, yüzde 46'sı da, kısmen ekip çalışmasına dayalı hareket ettiklerini belirtiyor. Ancak, üst yöneticilerin, araçların, kültürlerin ve teşviklerin çoğu, halen, ekibe dayalı modeli uygulamaya koymak ve desteklemek konusunda mücadele veriyor. Yeni teknolojinin ortaya çıkması ile birlikte, organizasyonlar, artık veri ve fikirleri, bu değişimi tamamlamak için kullanabiliyor.

İK'nın geleceği

İşletmenin her yerinde gerçekleşen bir yetenek hareketliliği, son derece önemli hale geliyor. Ankete yanıt verenlerin dörtte üçü kariyerler ve iç hareketliliğe yönelik yeni araçların ve modellerin önemli ya da çok önemli olduğunu belirtiyor. Hareketliliğin de ötesinde, organizasyonlar, bulutun temin ettiği teknolojiyi, bir varış yeri olarak değil, bir fırlatma rampası olarak görmeleri gerektiğini keşfediyor. Ancak, İK teknolojisine milyarlar yatırılmasına rağmen, yanıt verenlerin yüzde 65'i, bu teknolojinin, genel hedeflere ulaşmalarında yetersiz olduğunu ya da sadece orta düzeyde yeterlilik taşıdığını ifade ediyor.

Yeni yetenek yaklaşımları ile birlikte, birçok organizasyonun, çalışanlarına ücret ödeme ve ödüllendirme şeklinin demode hale geldiği ortaya konuyor. Bugün, ankete yanıt verenlerin sadece yüzde 11'i, ödül sistemlerinin, organizasyon hedefleriyle, büyük ölçüde paralel olduğunu belirtirken, neredeyse üçte biri, çalışanlarının, hangi ödüllere değer verdiğini bildiklerini düşünmüyor.

İnsan Kaynakları Süreçlerinde Yapay Zekâ Kullanılacak



Great Place to Work'ün 13 ülkeyi kapsayan "Avrupa İnsan Kaynakları" araştırmasına göre, 2022 yılında İK alanında yapay zekâ kullanımının yaygınlaşması öngörülüyor. Bu dönüşümle; performans değerlendirmeleri, yetenek yönetimi gibi süreçlerde önemli değişimler yaşanacak.

reat Place to Work Enstitüsü, Türkiye'nin En İyi İşverenleri Araştırmasında listeye giren şirketlerle "Inspiring the Excellence Series" etkinliği düzenliyor. Katılımcılara ilham vermeyi amaçlayan son etkinlik, Viessmann Türkiye bünyesinde gerçekleştirildi. Üst düzey yönetimin ve İK yöneticilerinin katıldığı etkinlikte Viessmann'ın ilham veren insan yönetimi uygulamaları ve fark yaratan şirket kültürü hakkında bilgi verildi.

Kurumun Manisa'daki fabrikasında gerçekleştirilen etkinlikte Viessman Türkiye'yi başarıya taşıyan uygulamalar, kurum kültürü dönüşümü ve Türkiye'nin En İyi İşverenleri araştırması hakkında ayrıntılar aktarıldı.

Şirketler yönetici-çalışan arasındaki güven duygusuna yatırım yapıyor

Güven üzerine inşa edilen yapıların her zaman ayakta kalacağına dikkat çeken Great Place to Work Türkiye Genel Müdürü Eyüp Toprak, "Great Place to Work olarak bakış açımızı, milyonlarca çalışana anket uygulayarak ve dünya çapında binlerce işvereni araştırarak oluşturduk. Şirketlere mükemmel bir iş yeri kültürü oluşturmaları, bunu sürdürmeleri ve ölçebilmeleri için yardımcı oluyoruz. Deneyimlerimiz yüksek performanslı şirketlerin; çalışanların saygı ve takdir görmesini, birbirleriyle uyum içinde çalışan güçlü bir takım ruhunun oluşturulmasını, şeffaf şekilde bilgi paylaşılmasını ve yapılan işten gurur duyulmasını teşvik eden yüksek güven kültürü üzerine kurulduğuna işaret ediyor. Faaliyet gösterilen sektörler, pazar dinamikleri, uzmanlık alanları, ürün veya hizmetler farklı olsa da şirketler için prensip daima güçlü bir güven temeli inşa etmek." dedi.

İşe alım ve performans değerlendirmeleri değişecek

Great Place to Work'ün 13 ülkeyi kapsayan "Avrupa İnsan Kaynakları" anket sonuçlarına değinen Toprak, "İşe alım sürecinde büyük bir değişim bizi bekliyor. Üst düzey yöneticiler ve İK

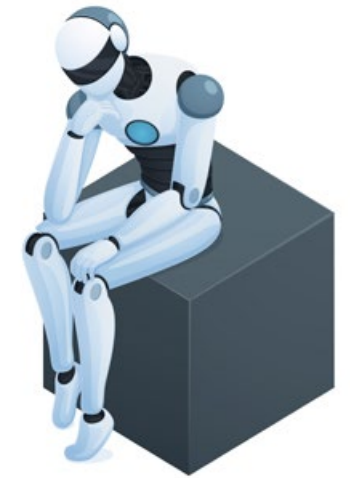
direktörleri 2022 yılında yapay zekâ çözümlerinin işe alım sürecinde yaygınlaşacağını öngörüyorlar. Bu dönüşümle; işe alım, performans değerlendirmeleri, eğitim, yetenek yönetimi, koçluk gibi pek çok sürecin daha verimli bir şekilde yönetilmesi bekleniyor." açıklamasında bulundu.

Teknoloji kaçınılmaz ama çalışan bağlılığının önemi değişmiyor

Araştırmaya göre şirketlerin önceliklerinin de değiştiğine dikkat çeken Toprak, "Şirketlerin 2022 yılı için önceliklerinde ise değişen şartlara uyum sağlamak ve şirketlerin çevikliğini artırmak birinci sırada yer alıyor. Yapılan araştırma doğrultusunda organizasyonel öğrenme, yatırımların geri dönüşümü, çalışan bağlılığı, yeni teknolojilerin kullanımı, liderlik gelişimi ve veri analizi şirketlerin 2022 yılındaki öncelikleri arasında yer alıyor." bilgisini verdi.

En önemli değişim dijital hayat ve paylaşım ekonomisi

Etkinlikte iş dünyasının başarı algısının da değişmekte olduğu gerçeğinin altı çizildi. Gelecekte iş yeri kültüründe en önemli değişimlerin, dijital yaşam, paylaşım ekonomisi, hizmetlerin transformasyonu konularında olacağı bilgisi paylaşıldı. Ayrıca yapay zekâ, sanal gerçeklik 3D teknolojileri, bulut bilişim, giyilebilir teknolojiler gibi unsurların yeni gelişen ekonomiler açısından kritik öneme sahip olduğu belirtildi.



Z Kuşağı Esnek Çalışmada Israrlı



2019 yılında yapılan “Türkiye’nin En İyi İşverenleri Benchmark” araştırmasına göre çalışanların yüzde 87’si yöneticisine güveniyor. Asya ülkelerinde bu oran yüzde 88, Latin Amerika’da ise yüzde 90.

KalDer Ankara Şubesi tarafından düzenlenen İnsan Kaynakları Kongresi “Arayış” teması ile Ankara’da gerçekleşti. Etkinliğe katılan Great Place to Work Enstitüsü Müşteri Çözümleri Takım Lideri Burcu Pekgüzel, çalışanlar için güven ve yenilikçiliğin en önemli değerler olduğunu söyledi. Şirketlerin değişen önceliklerine dikkat çeken Pekgüzel, insan kaynakları departmanlarının gündeminde değişen şartlara uyum sağlamak ve çevikliği artırmak olduğunu aktardı.

Asya ve Latin Amerika’nın gerisinde kaldık

2018 yılında yapılan “Türkiye’nin En İyi İşverenleri Benchmark” araştırmasında En İyi İşverenler listesine giren şirketlerde yönetici-çalışan güven oranının yüzde %82 olduğunu, 2019’da bu oranın %87’ye yükseldiğini belirten Pekgüzel, “Ülkemizdeki yönetici-çalışan güven oranı yükselmesine rağmen Asya ve Latin Amerika’nın gerisinde kaldık. Asya ülkelerinde liste şirketlerindeki çalışanların yöneticilerine duydukları güven oranı %88. Latin Amerika’da ise çalışanların %90’ı yöneticilerine güveniyor.” açıklamasında bulundu.

İlaç sektörü önde

Türkiye’de yaptıkları çalışmada, ‘Genel olarak buranın çok iyi bir iş yeri olduğunu söyleyebiliriz’ diyen çalışanların sektörel dağılımını da

analiz ettiklerini ifade eden Pekgüzel, “İlaç sektörü bu konuda %80 ile ilk sırada yer alırken, profesyonel hizmetler %77 ile ikinci sırada yer alıyor. Üçüncü sırayı %76 ile bilgi teknolojileri ve üretim-imalat sektörleri alırken, perakende sektörü %73’lük oranına sahip.” dedi.

Güven kültürü, bağlılık ve çalışan-yönetici iletişimi başarıyı belirliyor

2019 yılında yapılan “Türkiye’nin En İyi İşverenleri Benchmark” araştırma ile ilgili sonuçları değerlendiren Great Place to Work Türkiye Müşteri Çözümleri Takım Lideri Burcu Pekgüzel, güven kültürü ve değişime ayak uydurmanın şirketler açısından kritik öneme sahip olduğunu belirtti. Pekgüzel, şunları söyledi: “Araştırmamızda özellikle kriz ortamının yaşandığı süreçlerde güven kültürünün şirketlerin başarısında ne kadar önemli olduğunu gördük. Ortaya çıkan rakamlar,

Asya ve Latin Amerika’yla kıyaslandığında bu yolda alınması gereken bir yol olduğu gerçeğini ortaya koyuyor. Güven kültürünün inşası, çalışanların iş yerlerine olan bağlılıkları, çalışanlarla yöneticiler arasındaki iletişimin sağlıklı kurulması kurumların başarısı açısından kritik öneme sahip.”

Z kuşağının iş hayatına bakışı X ve Y’den farklı

Araştırmaya göre, iş dünyasının yeni oyuncusu Z kuşağı, X ve Y kuşaklarına göre çalışma hayatına daha farklı bakıyor. Z kuşağının kurumlardan en belirgin beklentileri, esnek çalışma olanakları, bina ve ofislerin fiziksel şartları, topluma değer katma biçimleri ve sosyal olanaklar ile yan haklar. X ve Y kuşağı ise iş hayatında işverenlerden samimi ve dostça bir çalışma ortamı, son çare olarak işten çıkartılma ve işini doğru yapabilmesi için gerekli kaynak ve donanımın sağlanmasını talep ediyor.



Zafer KÜÇÜKŞABANOĞLU
Genç TABA AmCham
Başkan

Yeni Nesil Siyasetçi: Alexandria Ocasio Cortez

Yazılarımı çoğunlukla olduğu gibi yeni nesil gençler ve bu kitleyi ilgilendiren konularla ilgili yazmaya gayret gösteriyorum. Bu yazımda da size yeni nesil siyasetçinin ilk örneği olan bir isimden bahsedeceğim.

Alexandria Ocasio Cortez...

Kimdir bu Alexandria Ocasia Cortez diye merak ediyorsanız, gelin size anlatayım.

Öncelikle 29 yaşında olduğunu söyleyeyim. Kendisi Y kuşağı kategorisine giren genç bir siyasetçi. ABD ismini duyunca Alexandria Ocasio Cortez'in zengin birisi olduğunu düşünüyorsanız, yanılıyorsunuz. Annesi Porto Riko'lu, babası ABD doğumlu. 2011 yılında babasını kaybettikten sonra annesi temizlikçi ve otobüs şoförü olarak çalıştı. Bu sırada Ocasio Cortez ise garsonluk ve barmenlik yaparak geçimini sağlıyordu. Boston Üniversitesi'nde ekonomi ve uluslararası ilişkiler alanında da dereceler olarak mezun olmuştu.

Gelelim Ocasio Cortez'in siyasi hayatına...

İlk önce üniversitede okuduğu yıllarda Senatör Ted Kennedy'nin ofisinde çalıştı. Daha sonra da Bernie Sanders'in kampanyasında çalışarak, az da olsa siyasi tecrübe kazanmıştı. Siyasi tecrübesi sadece bundan ibaretti. Demokratların saflarında New York'ta siyasete girmeye karar veren Ocasio Cortez'in ilk rakibi Demokratların emektar

siyasetçisi, 10 dönemdir koltuğunu koruyan Joe Crowley idi. Seçim kampanyasında hayatında yaşadığı mücadelesini sürecini sık sık vurgulayan Ocasio Cortez, Temsilciler Meclisi ön seçimlerinde Crowley'i yenilgiye uğratarak tarihe geçti. Daha sonra da adım adım ilerleyerek ABD tarihinin en genç kadın Kongre Üyesi olarak Temsilciler Meclisi'ne girmeyi başardı. Hem de New York gibi sembolleşmiş bir yerden...

Peki Ocasio Cortez bunu nasıl başardı sorusuna gençlerin desteğini alarak cevabını verirken hiç de yanlış olmayacaktır. Özellikle de Z kuşağını (2000 yılından sonra doğanlar) arkasına alan Ocasio Cortez, bu kitleyi sosyal medyayı iyi kullanarak etkiledi diyebiliriz. Gençlerin en çok kullandığı Instagram hesabı başta olmak üzere tüm sosyal medya hesaplarını aktif kullanan Ocasio Cortez, paylaşımlarında kısa, doğal ve samimi videolarla seçmenlere mesajlarını vererek, büyük bir takdir topladı. Bazen gençlerle dans ederken paylaşım da bulunuyor, bazen de çizgi roman karakteri olup, yeni nesil genç seçmenlerini etkilemeye çalışıyordu. Yazımı yazarken Ocasio Cortez'in sosyal medyalarına baktım. Instagram'da 3,2 milyon, Twitter'da 3,9 milyon, Facebook ve Youtube hesaplarında da yüzbinlerce takipçisi olduğunu gördüm. Daha şimdiden ABD'de Trump'tan sonra sosyal medyada en çok etkileşimi sağlayan kişi olduğunu okudum. Her geçen gün de sosyal medyadaki popülerliği artacak gibi gözüküyor Ocasio Cortez'in.

Daha önceki yazılarımda da belirttiğim gibi Z kuşağı "Beni Kimse Anlamıyor" düşüncesine sahipti. Bu düşünceyi "Beni Anlayanlar da Varmış" anlayışına dönüştüren kişi tartışmasız Ocasio Cortez oldu. Yeni nesil gençlerin oy kullanmasıyla birlikte dünyadaki siyaset hızla transformasyona yani değişim ve dönüşüme girmişti. Bu değişim ve dönüşüm yeni siyaset anlayışını, bu anlayışta yeni siyaset dilini ortaya çıkarmıştı. Ocasio Cortez, ortaya çıkan yeni siyaset anlayışını iyi analiz ederek, seçimleri kazandı diyebiliriz.

Gençlerle birlikte her yaş grubuyla da iletişim kuran Ocasio Cortez, vaatleriyle de dikkat çekti. Vatleri arasında ABD Göçmenlik ve Gümrük Muhafaza Kuruluşu'nu (ICE) kaldırmak, herkese ücretsiz sağlık hizmeti sunmak, asgari ücreti arttırmak, devlet okullarında eğitimi ücretsiz hale getirmek, federal iş güvencesi sağlamak, adli adalet sisteminde reform yapmak ve "Yeşil Yeni Sözleşme" ile 2035 yılına kadar yüzde yüz yenilenebilir enerjiye geçiş ve iklim değişikliği uyumunu sağlayacak politikalara öncelik verilmesi vardı. Bu vaatleriyle toplumun büyük bir kesiminin desteğini de aldığını rahatlıkla söyleyebiliriz.

Ocasio Cortez, ABD siyasetinde çok önemli bir yere geldi. Time Dergisi Alexandria Ocasio Cortez'i yılın en etkili 100 ismi arasında gösterdi. Trump ile Twitter üzerinden atışmaları sayesinde Trump'tan sonra sosyal medyada en çok etkileşimi sağlayan kişi olduğunu okudum. Her geçen gün Ocasio Cortez, ABD siyasetinde çok önemli bir yere geldi. Time Dergisi Alexandria Ocasio Cortez'i yılın en etkili 100 ismi arasında gösterdi. Trump ile Twitter

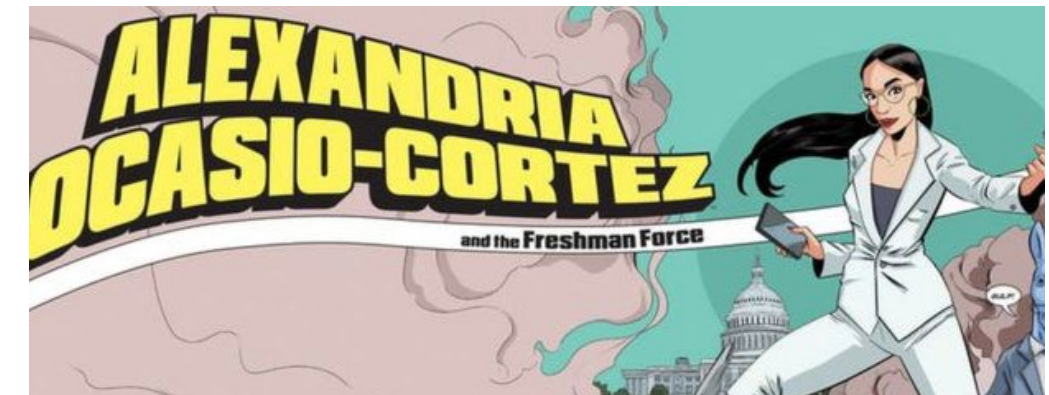
üzerinden atışmaları sayesinde Dünya'da da tanınmaya başlayan önemli bir siyasetçi konumuna da ulaştığını söyleyebiliriz. Şimdiden geleceğin ABD Başkanı olarak Ocasio Cortez'in ismi sıkça konuşulur oldu. ABD anayasasına göre ABD Başkanlık adaylığı için 35 yaş şartı var. Ocasio Cortez 2020'deki seçimlerde ABD Başkan adayı olamıyor. Lakin 2024 yılında ABD Başkan adayı olabilme şartını yakalıyor. Ocasio Cortez 2024'te ABD'nin yeni Başkanı olabilir. Ne dersiniz? Ülkemizin geleceği için ABD ilişkileri önemliyse şimdiden Ocasia Cortez ile iletişim kurmamız gerekmez mi? Bence gerekir. İlgililere duyurulur...

Alexandria Ocasio Cortez etkisini ülkemizde henüz görmüş değiliz. Ülkemizin nüfusunun ne kadar genç olduğunu söylememize bile gerek yok. Ülkemizdeki yeni nesil gençlere tamamen hitap eden hiçbir parti ve lider olmadığını rahatlıkla söyleyebiliriz. Ülkemizdeki gençlerin "Beni kimse anlamıyor" düşüncesini yıkan partiler ve liderler henüz çıkmadı. Umarım ilerleyen günlerde çıkar. Çıkmalıdır da. Yaptığımız analizlerde de bu durumu net bir şekilde görebiliyoruz. Aday olma yaşı 18'e indi ama en son seçimlerde 18-29 yaş arası sadece 8 Milletvekilimiz TBMM'ye girebildi. 600 Milletvekilinden sadece 8 kişi... Yorumu sizlere bırakıyorum!



Bu veri bile bizlere ülkemizde halen gençlerin siyasette ciddiye alınmadığını, "Gençler bizim geleceğimizdir" düşüncesiyle sıramızı beklememiz gerektiğini göstermektedir.

31 Mart yerel seçimlerinde sadece 1,2 milyon genç ilk kez oy kullandı. Yıllar geçtikçe seçimlerde oy kullanacak gençlerin sayısı çok önemli derecede artacak. O yüzden partilerimiz ve liderlerimiz yeni nesil gençleri önemsemek ve siyasette daha çok yer vermek zorundalar. Bu durumun tersi olursa da yeni nesil gençler, kendi partilerini ve liderlerini çıkartırlar. Benden söylemesi... Ülkemizde yeni nesil gençlerin siyasette aktif olacağı günler temennisiyle...



Dipnot:

Ülkemizde yeni nesil gençlerin siyasette aktif olacağı günler temennisiyle...

Orta Yaş Üzeri Facebook, Genç Kuşak Instagram Kullanıyor



Üsküdar Üniversitesi İletişim Fakültesi ve Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi tarafından sosyal medya çağında kuşakları anlamak amacıyla gerçekleştirilen ve 516 kişinin katıldığı çalışma, kuşaklar arasındaki farklılıkları ortaya çıkardı. Sosyal medya çağına uyum sağlayan orta yaş ve üzerindeki, sosyal medyada en çok haber içeriklerini beğeniyor. Çalışmaya göre 1946-1964 arasında doğan Baby Boomer kuşağı Facebook kullanırken; X kuşağı (1965-1979 yılları arasında doğan) ve Y kuşağı (1980-1999 arasında doğan kuşak) en çok Instagram kullanmayı tercih ediyor.

Üsküdar Üniversitesi İletişim Fakültesi Yeni Medya ve Gazetecilik Bölümü Dr. Öğretim Üyesi Aylin Tutgun Ünal ve Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Bölümü Öğretim Üyesi Doç. Dr. Levent Deniz tarafından 516 kişinin katılımı ile yürütülen bir çalışma, kuşaklar arasında sosyal medya kullanımındaki farklılıkları ortaya koydu. Üsküdar Üniversitesi İletişim Fakültesi Yeni Medya ve Gazetecilik Bölümü Dr. Öğretim Üyesi Aylin Tutgun Ünal, sosyal medya çağında kuşakları anlamaya yönelik geliştirdikleri bir dizi ölçekten bir tanesi olan “Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği” (SMKÖ) ile yürüttükleri araştırmada 516 kişiden oluşan Baby Boomer, X, Y ve Z kuşaklarının sosyal medya kullanımlarında kendilerini orta seviyede

yetkin bulduklarının ortaya çıktığını söyledi.

Kendini en yetkin bulan, Y kuşağı

Kuşakların sosyal medya kullanım seviyelerinin farklılaşmasına bakıldığında, kendini en yetkin bulan kuşağın Y kuşağı olduğunu belirten Ünal, şunları söyledi: “1980-1999 yılları arasında doğan ve ölçeğin toplamında da fark yaratan Y kuşağının, Z kuşağına göre sosyal medyada daha çok süreklilik sağladığı ve kendilerini yetkin buldukları belirlendi. Cinsiyete yönelik yapılan incelemelerde 2000 yılı ve sonrasında doğan Z kuşağında farklılık bulundu. Buna göre, Z kuşağı erkekleri aynı kuşaktaki kadınlara göre sosyal medya kullanımında kendilerini daha yetkin görüyor. Günlük sosyal medya kullanım sürelerine bakıldığında, günde üç saatten fazla sosyal medya kullanan Z kuşağı bireyleri daha az kullananlara göre sosyal medya kullanımlarında daha fazla süreklilik sağlamakta ve kendilerini yetkin bulmaktadır.

Z kuşağı, sosyal medya bağımlılığı riski altında

Dördüncü saatten sonra sosyal medya kullanım seviyeleri değişiklik göstermiyor. Diğer yandan, internet bağımlılığı belirleyicilerinden birisi olarak geçirilen sürenin 4 saati geçmesi, kişinin bağımlılık açısından risk altında olduğunu göstermektedir. Araştırmada Z kuşağının %21’lik bölümü günde 4 saat ve üzeri sosyal medya kullandığını belirtiyor. Bu durum Z kuşağının sosyal medya bağımlılığı açısından risk altında olduğunu gösteriyor. Fakat söz konusu %21’lik grup risk altında olmasına rağmen sosyal medya kullanımında süreklilik gösteriyor ve sosyal medya yetkinlikleri giderek artıyor. Aynı araştırmada Z kuşağının birinci sırada en çok Instagram ve YouTube uygulamalarını kullandığı ve %84’ünün video ve müzik içeriklerini beğenip paylaştığı sonucuna ulaşıldı.”

Baby Boomer kuşağı, sosyal medya çağına uyum sağladı

Dr. Öğretim Üyesi Aylin Tutgun Ünal, 1946-1964 yılları arasında doğan Baby Boomer

kuşağının orta seviyede sosyal medya kullanım seviyesinde olduklarını, bu durumun onların sosyal medya çağına orta seviyede ayak uydurduğunu gösterdiğini kaydetti. Ünal, “Günde en çok 1-3 saat arası sosyal medya kullandıklarını belirten Baby Boomer kuşağında %6 oranında 4-6 saat kullananlara rastlandı. Bu durum aslında sosyal medya ağlarının kuşaklar arası ortak buluşma noktası haline geldiğini gösteriyor” dedi.

Baby Boomer kuşağı Facebook, Y ve Z kuşağı Instagram kullanıyor

Dr. Öğretim Üyesi Aylin Tutgun Ünal, sosyal medya tercihlerinin de sorgulandığı araştırmada Baby Boomer kuşağının neredeyse yarısı (%41) birinci sırada Facebook’u tercih ettiğini belirtirken; Z kuşağında Facebook kullanımı %3 bulunduğunu söyledi. Hem Y hem de Z kuşağının ise birinci sırada Instagram’ı kullandığı belirtti. Ünal, “Z kuşağının YouTube kullanım oranının da yüksek olması gençlerin Facebook’tan sıkılıp fotoğraf ve video paylaşımlarının yoğun olduğu uygulamalara kaçtığını gösteriyor. Böylece sosyal medya ağlarının Baby Boomer ile Z kuşakları için ortak buluşma noktası olması bir handikap. Fakat Baby Boomer kuşağının neredeyse yarısının sosyal medyada özellikle de Facebook’ta video ve müzik içeriklerini beğendiğini belirtmesi Z kuşağı ile ortak ilgi alanı yaratmaktadır. Bu durum söz konusu iki kuşağın zamanla ortak sosyal medya uygulamalarında daha çok bulunabileceğini göstermektedir” dedi.

Baby Boomer, güncel haber ve politik içerikleri beğeniyor

Baby Boomer kuşağının sosyal medyada en çok beğendiği içeriklerin başında güncel haberlerin yer aldığını belirten Ünal, “Sosyal medyada güncel haberleri beğenme oranı Baby Boomer kuşağında %50’nin üzerinde olup aynı şekilde X kuşağında ve Y kuşağında da %50’yi geçmektedir. Z kuşağında ise bu oran %22’dir. Güncel haber takip oranı Z kuşağında düşük olmasına rağmen spor içeriklerini beğenme oranı %50’ye yakın

bulunmuştur. Spor içeriklerini beğendiğini belirten Baby Boomer kuşağının oranı %20'dir. Bu sonuçlar yine Z kuşağı ile ortak ilgi alanı yakalayan bir Baby Boomer kitlesi olduğunu gösteriyor" dedi. Dr. Öğretim Üyesi Aylin Tutgun Ünal, "Son olarak ilgi çeken diğer bir sonuç ise, Baby Boomer kuşağı sosyal medyadaki politik içerikleri %40 oranında beğenirken, Z kuşağında bu oranın %3,7 bulunması oldu. Z kuşağının sosyal medyada politikaya dair içeriklerle ilgilenmedikleri ortaya çıktı" dedi.

Sosyal medyada geçirilen süre de farklı

"Orta yaş olarak 1965-1979 yılları arasında doğan X kuşağı ve daha büyük yaştaki Baby Boomer kuşağını ele alırsak, teknolojiyle doğmayan ama sonradan ayak uyduran bir kesimden bahsediyoruz" diyen Dr. Öğretim Üyesi Aylin Tutgun Ünal, "Araştırmada sosyal medya kullanımlarının orta seviyede bulunması da bu kuşakların ayak uydurduğunu gösteriyor. Sosyal medya kullanımlarında Y ve Z kuşaklarında olduğu gibi kendini yetkin hissetme durumu belirgin değil. X ve Baby Boomer kuşağına yönelik elde edilen araştırma sonuçlarına göre, günlük sosyal medya kullanım süreleri birbirine yakındır. Her iki kuşak da sosyal medyayı günde 1-3 saat kullanıyor. Yine iki kuşak için günde 4-6 saat kullandığını belirtenler %6 ile %10 arasında. Aynı oranlarda günde 7 saatten fazla sosyal medyada vakit geçiren Y ve Z kuşağına rastlanırken X ve Baby Boomer kuşağında 6 saatten fazla vakit geçirene rastlanmadı" dedi.

Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Bölümü Öğretim Üyesi Doç. Dr. Levent Deniz ise "Öncelikle kuşaklara yönelik olarak başladığımız bu çalışmada ulaşabileceğimiz tüm kuşaklara ait değer ve davranışları bir potada eritebileceğimiz, bir araya toplayabileceğimiz bir ölçek oluşturmak amacıyla yola çıktık. Ancak hem sosyal medya kullanımına yönelik davranışların, hem iş hayatı, aile hayatı, arkadaşlık ilişkileri ile ilişkili değerlerin yaptığımız geliştirme çalışmaları sonucunda tek bir ölçek olarak ortaya çıkması mümkün olmadı. Ancak çalışmalarımızı

sürdürdükçe elimizdeki madde havuzundan farklı yapılardaki maddeleri sınıflayarak yaptığımız ölçek geliştirme çalışmaları sonucunda, üç bağımsız ölçeği ortaya çıkarmayı başardık. Bu ölçekleri Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği, Çalışma Hayatı Ölçeği ve Farklılıkları Kabul Ölçeği olarak adlandırdık. Her bir ölçeğin alt ölçeklerinin olması da ortaya çıkan bu yapıları daha farklı bileşenlerle ele almamızı sağladı" dedi.

Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği

İlk dört madde süreklilik, diğer dört madde ise yetkinlik boyutunu ölçüyor, her bir maddeye 1 ile 5 arasında değer veriniz. Ölçeğin toplamından 8 ile 40 arasında puan alınabiliyor. Yüksek puan sosyal medya kullanım seviyenizin yüksek olduğunu gösteriyor.

(1: Bana hiç uygun değil, 2: Bana az uygun, 3: Bana orta seviyede uygun, 4: Bana çok uygun, 5: Bana tamamen uygun)

1. Akıllı telefonumdan uzak kaldığımda kendimi eksik, huzursuz hissederim.

2. Uyumadan önce ve uyandıktan hemen sonra mutlaka sosyal medya hesaplarımı kontrol ederim.

3. Mobil cihazlarımla (tablet, telefon vs.) devamlı çevrimiçi/aktif bulunurum.

4. Bir şey okuyup çalışırken sosyal medya bağlantımı da kesmem.

5. Sosyal medya ve internet kullanarak her işimi yapabilirim.

6. Günlük tüm etkinliklerimi (konuşma, oyun, banka alışveriş vb.) sosyal medya üzerinden yönetebilirim.

7. Yaşamımın her alanında sosyal medyayı aktif kullanırım.

8. Aynı anda hem tablet, akıllı telefon vb. kullanıp hem de diğer işlerimi yapabilirim.

Bilişim, Ekonomi ve İş Dünyasından Güncel Haberler 7/24 Sosyal Medya Hesaplarımızda



Dijitalbiz

www.dijitalbiz.com

Yaşlılar Sosyal Medya ile Yaşama Sarılıyor



Türkiye’de yaşlı nüfusun sosyal medya kullanımına dair Boğaziçi Üniversitesi bünyesinde yapılan bir araştırma, yaşlı bireylerin yaşamlarında sosyal medyanın yerini ve sosyal medyadan beklentilerini ortaya koydu.

Boğaziçi Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi (İİBF) İşletme Bölümü’nde yüksek lisans tezi olarak hazırlanan araştırma, yaşlı nüfusun sosyal medya kullanım motivasyonlarını ve sosyal medyanın yaşlıların günlük yaşamını nasıl etkilediğini konu alıyor. Boğaziçi Üniversitesi İşletme Bölümü’nden 2016’da mezun olan ve aynı bölümde Yüksek Lisans derecesini

2019’da alan Eda Sena Şenceylan’ın (BÜ’16) yürüttüğü araştırma, İİBF Dekanı Prof. Dr. Ayşegül Toker’in danışmanlığında sonuçlarını verdi.

Türkiye İstatistik Kurumu’nun ‘İstatistiklerle Yaşlılar’ çalışmasına göre Türkiye’de yaşlı nüfusun internet kullanımı 3,4 kat arttı. Hane halkı bilişim teknolojileri kullanım araştırması sonuçlarına göre, internet kullanan 65-74 yaş grubundaki yaşlı bireylerin oranı 2018 yılı itibariyle yüzde 17’ye yükseldi. İnternet kullanan yaşlı bireyler arasında erkeklerin kadınlardan daha fazla internet kullandığı görüldü. TÜİK’in nüfus projeksiyonlarına göre, yaşlı nüfus oranının 2023 yılında yüzde 10,2, 2030 yılında yüzde 12,9, 2040 yılında yüzde 16,3, 2060 yılında

yüzde 22,6 ve 2080 yılında yüzde 25,6 olacağı tahmin ediliyor. Birleşmiş Milletler raporları ise 60 yaş üstü global nüfusun 2017’de 962 milyon olduğunu, bu rakamın 2050’de 2,1 milyarı bulacağını öngörüyor.

Prof. Dr. Ayşegül Toker ve Eda Sena Şenceylan bu verilerden hareketle Türkiye’de yaşlı nüfusun sosyal medya ile etkileşimini ve sosyal medya kullanım motivasyonlarını mercek altına aldı. Şimdiye dek literatürdeki pek çok araştırmanın gençlerin sosyal medya kullanımı üzerine yoğunlaştığına dikkat çeken araştırmacılar, sosyal medya bağlamında yaşlı grupları ile yapılan araştırmaların genç gruplara kıyasla daha kıyıda köşede kaldığına dikkat çektiler.

Gençlerin “dijital dünyanın yerlileri” olarak kabul edilmiş olmasına rağmen artık günümüzde bu tablonun değişmeye başladığını belirten araştırmacılar, yaşlıların giderek sosyal teknolojilere daha etkili biçimde entegre olduklarını ve daha fazla ve çeşitli sosyal medya fonksiyonunu kullanarak kendilerini geliştirebildiklerini vurguladılar.

Bu bakış açısıyla, yaşlıların artık sosyal teknolojilerin faydaları konusunda önemli bir farkındalık kazanmaya başladığını belirten Prof. Dr. Toker ve Şenceylan, bu nedenle yaşlıların dijital yaşamının ve dijital hayatın onlar ve toplum üzerinde etkisinin analiz edilmesinin bir gereklilik olarak gündeme geldiğini kaydetti.

Bu konuyu ele almaya öncelikle kendi yakın çevrelerinden örneklerden başladıklarını belirten Prof. Dr. Ayşegül Toker, daha önce yaş almış kişilerle benzeri bir çalışmanın Türkiye’de yapılmamış olduğuna dikkat çekti. En hızlı büyüyen online kullanıcı gruplarından biri olan yaş almış kişilerin sosyal medya ile ilişkilerinin ve sosyal medyanın hayatlarındaki etkisinin analiz edilmesinin günümüzde bir ihtiyaç olarak öne çıktığını belirten Toker, yaşlı bireyler için sosyal medyanın anlamının “ hayatı yakalamak, hayatın dışında kalmamak” gibi motivasyonlar olduğunu kaydetti.

Sosyal medya kullanımı “atıl olma” hissini engelliyor

Araştırmada İstanbul ağırlıklı olmak üzere Ankara, İzmir gibi kentlerden, emekli, ağırlıklı üniversite mezunu, sosyal medya kullanan 65 yaş üstü 201 kişiyle yüz yüze ve anket yoluyla görüşüldü. Yaşlıların sosyal medya kullanım nedenleri arasında bilgi edinme, sosyal etkileşim, eğlence, çevre etkisi ve gözetleme motivasyonlarının öne çıktığı saptandı. Sonuç olarak ise, bu motivasyonlardan güç alarak kişinin hayatında daha merkezi hale gelen sosyal medya kullanımının, yaş almış kişilerde “hayatı yakalama”, “içe kapanmayı engelleme”, “hayatın akışını yakalama”, “hayatla barışık hissetme” ve “sosyal yaşamdaki çemberin içinde kalma” algısını güçlendirdiği gözlemlendi.

Araştırmaya katılanların yüzde 62,6’si kadınlardan, yüzde 37,3’ü erkeklerden oluştu. Katılımcıların yüzde 67’si 60-65 yaş, yüzde 19’u 65-70 yaş, yüzde 18’i 70-75 yaş ve yüzde 11’i de 75 yaş ve üstü bireylerden oluştu. Araştırmacılar, sosyal medyanın yaşlı bireylerin hayatında tuttuğu yerin önemi ile sosyal medya kullanan yaşlı bireylerin kendilerini daha az atıl hissetmeleri arasında pozitif bir ilişki olduğuna dikkat çekerek “Yaşlı birey sosyal medyaya hayatının önemli bir parçası olarak yer veriyorsa, atıl olma hissinden de o denli uzaklaşıyor” sonucuna ulaştıklarını belirttiler.

Prof. Dr. Toker araştırmaya dair şu bilgileri verdi: “Yaşlı nüfusta teknoloji anksiyetesi veya bilgisayar kullanma korkusu literatürde üzerine oldukça çalışılmış bir konu. Ayrıca bazı araştırmalar da gösteriyor ki, 65 yaş ve üstü bireyler sosyal, bilişsel, duygusal ve profesyonel özelliklerde ortaya çıkan aksaklıklar ile birlikte kendilerini “geride kalmış” veya “atıl” hissedebiliyorlar. Bu kapasiteleri kaybettikleri için ekonomiye de katkıda bulunamıyorlar ve gerçekten atıl kalıyorlar. Ancak bu kişiler teknolojiyi kullanmaya başladıktan sonra “Bunu ben yapabilirim” duygusu ile mutlu oluyorlar. Bu anlamda sosyal medya kullanarak dünyaya dahil olma hissini yeniden yakalıyorlar. Hatırlarsak, yaşlılar genellikle dünyayı evlerindeki pencereden bakarak seyreder ve öyle sosyalleşirlerdi, bugün artık pencereden değil bilgisayarlarımızın veya akıllı telefonlarımızın ekranlarından dünyayı izliyor ve sosyalleşiyoruz. Bu nedenle biz de bu araştırmada sosyal medyanın yaşlılar için hayatı yakalamaya olan etkisini görmek istedik”.



Sami ALTINKAYA

NTV Ekonomi Notları

Program Yapımcı ve Sunucusu

Akıl Terini Çalıştıranlar Kazanıyor!

Dünya giderek dijitalleşiyor. İş dünyasına baktığımızda; sağlıktan finansa, enerjiden gıdaya tüm sektörlerin iş yapış şekilleri değişiyor. Kurulu sanayi yapıları yeniden tanımlanıyor. Üstelik daha önce var olmayan yepyeni endüstriler doğuyor.

Dünya Ekonomik Forumunun bir çalışması, hayatımıza yeni giren teknolojilerden en çok hangilerinin iş modellerini dönüştürdüğü hakkında ipuçları veriyor. Çalışmaya göre nesnelerin interneti, ileri üretim teknolojileri, üç boyutlu baskı, yeni enerji kaynakları iş yapış biçimlerini çoktan dönüştürmeye başladı. Önümüzdeki yıllarda ise ileri robotik ve otonom ulaşım, yapay zekâ, biyoteknoloji ve genomiksin etkisini yaşayacağız.

Bu süreçte sanayinin ihtiyaç duyduğu bu değişime cevap verebilmesi için dijitalleşme belirleyici bir rol oynayacak. Bugün dördüncü sanayi devriminin başlangıç aşamasındayız. Sanayi 4.0 diye adlandırdığımız bu devrim, hammaddeden satış sonrası hizmetlere kadar uzanan bir süreci daha değerli kılmak için farklı bir bakış açısını gerektiriyor. Rekabete de yeni bir anlayış katıyor.

Dijitalleşme aynı zamanda şirketlerin sağlıklı ve hızlı karar almasını, hatasız ve şeffaf bir yönetime ulaşmayı, Dünya şirketleri ile rekabette avantaj sağlamayı, mükemmeli aramak ve beklemek yerine daha sonuç odaklı hareket etmeyi sağlayacak. Sürdürülebilir bir başarı için önemli bir çıkış yolu olacak. Karlılığın azaldığı günümüz ekonomilerine ilaç gibi gelecek. Dijitalleşen şirketler aynı zamanda çalışanları tarafından da beğenilen mutlu bir şirket olacak.

Dijitalleşme sadece tek bir alanda değil her şeyin odak noktası haline geldi. Şirketler iş modellerini artık dijitalleşme üzerine kuruyor.

Personel yapılarını bunun üzerine oluşturuyor. Hayatta ve ayakta

kalabilmenin tek koşulu haline gelen dijitalleşme, teknolojiyi doğru alanlarda kullanarak gerçekleştirilebilir.

Maalesef İstanbul Sanayi Odası'nın 500 büyük sanayi kuruluşu listesinde yüksek teknolojiyi kullanan ve üreten şirket sayısı sadece 12 tane. Eğer üretimdeki katma değer artmasından bahsedeceksek, bu sayının çok daha fazla olması lazım. İşte dijitalleşme bunu için önemli bir adım olacak. Bir buçuk iki dolar olan ürünlerin katma değer fiyatını, on dolarların üstüne çıkaramazsak büyük hedeflere ulaşmak ancak hayal olur. Bunun için katma değerli üretim diyoruz. İmalat sektörümüzdeki düşük teknoloji yapılarını, orta ve yüksek teknolojiye vakit geçirmeden dönüştürmemiz gerekiyor. Yüksek teknolojiyi sanayide kullanabilmek için de bilgiyi üretmemiz gerekiyor. Günümüz ekonomisi artık bilgi ekonomisine dönüşüyor. Bu durumda yüksek teknolojiyi getirelim demekle ya da getirmekle iş bitmeyecek. Bilgiyi üretecek ve kullanacak bireylerin de gerekli donanma sahip olması şart.

Yaratıcı, yenilikçi, disiplinler arası düşünebilen, analitik düşünme yeteneğine sahip, soran, sorgulayan bireylere ihtiyacımız var. Genç nüfusa analitik ve eleştiren bir düşünme yeteneğini kazandırıp problem çözme becerisini geliştirsek bilim ve teknolojiye ilerlememiz mümkün olur. O zaman dijitalleşmeye geçilebilir ve katma değerli üretim yapıları kurulabilir.

Bireylerin ve makinaların birlikte gerçekleştireceği bu büyüme modeli Türkiye'yi büyük ihracat hedefine

ulaştırabilir. Aksi halde yerimizde saymak bir yana var olan yapıları da kaybederiz.

Herkesin merak ettiği en önemli soru endüstri 4.0 beraberinde işsizliği getirir mi?

Eğer insanların yani emeğin yerine robotları koyarsanız, işini robotlara terk eden insanlara yeni bir iş yaratmak zorundasınız. Bunun için dijital döneme uygun insanlar yetiştirmeniz gerekir. Bu da ancak eğitim 4.0 ile mümkün olabilir. Aksi takdirde üretiminiz dijitalleştiğinde insanınız işsiz kalacaktır.

Dijital dönemde insanların yerine robotlar geçtiğinde yeni iş alanları oluşacak ve buralarda çalışacak insanlara ihtiyaç olacak. İşte size bunlardan bazıları; bireysel eğitim rehberleri, kişiselleştirilmiş organ üreticileri, bireysel mikrobiyom yöneticisi, hiper-zeki transportasyon mühendisi, robotik hologram avatar tasarımcısı, medikal mentör, kişisel IOT güvenlik tamircisi, veri mimarı, özel ihtiyaçlar düzenleyicisi, genetik kod tasarımcısı, dijitalleştirilmiş sanatçı fikri mülkiyet hakları sorumlusu, dijital yetenek yöneticisi, otomatikleştirilmiş robot sistem tamircisi, artırılmış gerçeklik ve sanal dünya tasarımcısı, dijital dünya eğitmeni, dron teknisyeni, dikey tarım uzmanı, hiper-kşiselleştirilmiş ortam uzmanı, chronocurrency brokırı, iklim analisti ve hava moderatörü, robot-psikolog, yapay zekâ mahremiyet uzmanı, üst düzey karar verici, yapay zekâ yetki brokırı, zeki dijital temsilci, insan-makine hibrit ortam tasarımcısı, insan makine ilişkileri düzenleyicisi, kişisel bot mekanik uzmanı, kripto dektefi sorgulayıcı, veri tutma uzmanı, blockchain proje yöneticisi, blockchain kalite mühendisi, blockchain hukuk danışmanı, sağlık bilgi teknisyen,

birlikte işlerlik mühendisi, endüstriyel veri bilimciler, ön kestirimci bakım uzmanı, iş yeri robot çalışan kabul

uzmanı, robot koordinatörü, bilgelik üreticisi, süreç mühendisi, IT/lot çözüm mimarlığı. İşte bütün bu işlerde çalışacak insanları ancak ve ancak EĞİTİM 4.0 ile yetiştirebiliriz. Aksi halde insanlar işsiz kalacak. Bunu başaramayan ülkeler bugünkü üretimlerine ENDÜSTRİ 3.0 ile devam edecek. Kazandıklarının yüzde 90'ını dijitalleşmeyi başaran ülkeler ve şirketlerle paylaşacak. Gelişmekte olma sürecini tamamlayamayacak.

Bütün bunlar iyi bir matematik bilgisi ve analitik düşünebilme ve sonunda doğru ölçümleme ile mümkün olabilir.

Bütün bunları başarmanın tek yolu eğitim sistemimizi buna uygun olarak dijital dünyaya entegre etmekten geçiyor. Matematikte ve fende 72 ülke arasında 54. sırada olmamız, kendi okuduğunu anlamada 48. Sırada olmamız olayın önemini daha artırıyor. 500 büyük sanayi kuruluşu içinde ileri teknoloji kullanan şirket sayısının 12 olması işte bunu sonucudur. Hindistan ve Pakistan Endüstri 4.0 sürecini tamamlamadılar belki ama dijital dünyaya uygun insan yetiştiriyor. 13 yaşındaki Hintli bir çocuk geliştirdiği yazılımla geçtiğimiz yıl 1.25 milyon dolara Google şirketine transfer oluyor. Ya da ABD çağrı merkezi operasyonlarını Hindistan'a kuruyor.

Akıllı beyinlerimizi ve girişimcilerimizi yurt dışına kaçırılmamak için Türkiye'de girişimcilik iklimini hızla oluşturup, teknolojiye yapılan yatırımları artırmalıyız. Eğitim sistemimizi de buna uygun olarak vakit geçirmeden değiştirmeliyiz. Dijital dönemde güçlü olanlar değil fit olanlar, büyük olanlar değil çevik ve hızlı olanlar kazanıyor.

Sosyal medya en önemli satış ve pazarlama aracı

Uluslararası şirketler ürün ve hizmetlerini satabilmek için sosyal medyayı kullanıyor. Yapay zekâ ve ölçümleme

ile toplumların beğenilerini, tercihlerini, taleplerini belirleyip buna uygun ürünleri o toplumlara pazarlıyor. Dijital dönemden önce televizyonlarla bunu yapıyorlardı. Ünlü bir pizza markası Türkiye'ye pizza satmaya geldiğinde ilk olarak başarısız olmuştu. Sonrasında operasyonun başarılı olması için televizyonlarda Ninja Kaplumbağaları diye bir çizgi film hazırlattılar ve bu kaplumbağalar insanlara pizza taşıyordu. İşte bu çizgi filmi seyreden çocuklar anne ve babalarından pizza istemeye başladı ve pide lahmacun tahtını pizza ile paylaşmak zorunda kaldı.

Bugün arkadaşınızla sohbet ederken tatil planı yaptığınızı anlattıktan sonra size tatil alternatifleriyle ilgili haberler cebinize ve malinize düşüyorsa bunun nedenini başka yerde aramaya gerek yok. Hem sosyal medya paylaşımlarımız takip ediliyor. Hem de telefonda yaptığımız konuşmalar ve daha da vahimi telefon kapalıyken de yaptığımız konuşmalar dinleniyor. Bu dinleme bize ürün ve hizmet olarak geri dönüyor. Değilse hiç kendinize sordunuz mu neden sosyal medya ücretsiz ve bir lira bile ücret almıyorlar?

Dijital dönemde özel hayatın gizliliği diye bir şey olmayacak. Tam tersine özel hayatın olması suç olacak. Şeffaf ve açık bir topluma hazır olun. Tamamen insan odaklı, insanın mutluluğu ve iyi yaşaması için kurulan bir düzen. İnsanın yaptığı işlerin robotlar tarafından yapıldığı, insanın sevdiklerine ve kendisine daha çok vakit ayırdığı ve akıl terini çalıştırarak az ama verimli çalıştığı bir dönemin adıdır dijital dönem.

Ekonomisini dijitalleşiren ülkeler böylece demokrasilerini de dijitalleştirmiş olacak. Şeffaf ve insan odaklı, herkesin her şeyden haberdar olduğu bir toplumda gizli kapaklı hiçbir şey olmayacak.

Dipnot:

Ekonomisini dijitalleşiren ülkeler böylece demokrasilerini de dijitalleştirmiş olacak. Şeffaf ve insan odaklı, herkesin her şeyden haberdar olduğu bir toplumda gizli kapaklı hiçbir şey olamayacak.

Türkiye Drone Şampiyonası 2. Etapı Çanakkale'de Sona Erdi



Tüm dünyada meraklıları için özel bir etkinlik olan ve ilgiyle takip edilen drone yarışları Türkiye Şampiyonası'nın ikinci etabı sona erdi. Türkiye'nin ilk Havacılık, Uzay ve Teknoloji Festivali TEKNOFEST kapsamında düzenlenen Türkiye Drone Şampiyonası'nın ikinci etabı Çanakkale-Ayvacık-Behram Yolu üzerinde ATİ Havacılık Köyü'nde 29-30 Haziran 2019 tarihleri arasında gerçekleşti.

Çanakkale'nin Assos bölgesinde yapılan Türkiye Drone Şampiyonası ikinci etabında hız ve manevra kabiliyeti yüksek, tamamen kullanıcının kumanda yeteneğine dayalı olarak tasarlanan araçlar ve 32 lisanslı pilot yarıştı. Çanakkale drone yarışları 9-39 yaş aralığındaki drone kullanıcılarının nefes kesen mücadelesine sahne oldu.

Türkiye Drone Şampiyonası ikinci etabında birinci Atakan Mercimek, ikinci Özgür Can Özçelik ve üçüncü Eril Kun oldu.

Türkiye Hava Sporları Federasyonu onayı, Drone Yarışçıları Spor Kulübü Derneği ve Pilot Event iş birliği ile Çanakkale Valiliği, Çanakkale Gençlik ve Spor İl Müdürlüğü, Ayvacık Kaymakamlığı, Atı Havacılık ve Barbarossa Hotel destekleri ve Türkiye Teknoloji Takımı Vakfı, BAYKAR, Türk Hava Yolları ve Robit Sponsorluğunda Çanakkale – Ayvacık ATİ Havacılık Köyü'nde düzenlenen drone yarışları Çanakkalelilere heyecan dolu bir hafta sonu yaşattı.



Şampiyonlar Teknofest 2019'da Düzenlenecek Dünya Drone Kupasında Yarışacak

İkinci etabı Çanakkale Asos'da yapılan Türkiye Drone Şampiyonası'nın diğer etapları yine Türkiye'nin tarihi ve doğal güzellikleriyle ünlü şehirlerinde yapılacak. Final yarışları ise İstanbul'da gerçekleştirilecek. Zorlu etaplarda kabiliyetlerini sergileyerek elemeleri geçerek finale kalacak olan Türkiye Şampiyonu pilotlar, 17-22 Eylül tarihleri arasında İstanbul Atatürk Havalimanı'nda düzenlenecek TEKNOFEST 2019'un ev sahipliğindeki 'Dünya Drone Kupasında' ülkemizi temsil edecek. Dünya Drone Kupası'na dünyanın dört bir yanından gelen şampiyonlar katılacak.

Türkiye Drone Şampiyonası Kapadokya Etapı Sona Erdi



Türkiye'nin ilk havacılık, uzay ve teknoloji festivali TEKNOFEST kapsamında düzenlenen Türkiye Drone Şampiyonası'nın üçüncü etabı Kapadokya'da sona erdi. Ürgüp Cumhuriyet Meydanı'nda düzenlenen yarışların finalinde birinciliği Alp Erol Evrendilek, ikinciliği Erdem Üstüner, üçüncülüğü Özgürcan Özçelik elde etti. Kapadokya'da düzenlenen 3. ve son etabın ardından Türkiye Drone Şampiyonası'nın final yarışı İstanbul'da gerçekleştirilecek. Tüm dünyada meraklıları için özel bir etkinlik olan ve ilgiyle takip edilen drone yarışlarının finalinde dereceye giren yarışmacılar, 17-22 Eylül tarihleri arasında İstanbul Atatürk Havalimanında düzenlenecek TEKNOFEST 2019'un ev sahipliğindeki "Dünya Drone Kupasında" ülkemizi temsil edecek.

Dünya mirası Kapadokya'da özel olarak hazırlanan parkurda Türkiye'nin çeşitli illerinden gelen 32 lisanslı pilot, tasarım ve montajlarını

kendilerinin yaptığı araçlarla 2 gün boyunca kıyasıya mücadele ettiler. Yarışların sonunda dereceye giren pilotlar uluslararası organizasyonlarda Türkiye'yi temsil edecekler.

Türkiye Şampiyonası Finali İstanbul'da

Şampiyonanın açılışına katılan Sanayi ve Teknoloji Bakan Yardımcısı-TEKNOFEST İcra Kurulu Başkanı Mehmet Fatih Kacır yaptığı açıklamada, bu gibi etkinlikleri çok önemsediklerini, Türkiye'nin havacılık alanında büyük atılımlar içinde olduğunu dile getirirdi. Şampiyonanın final heyecanının İstanbul'da yaşanacağını da ifade eden Kacır, sözlerini şöyle sürdürdü: "Bu yıl 32 ülkeden 64 farklı takımın katılacağı Dünya Drone Şampiyonası yine TEKNOFEST'in ev sahipliğinde yapılacaktır. Çok önemli bir organizasyon olan TEKNOFEST'in ilkinin geçen yıl İstanbul'un yeni havalimanında düzenlemiştik ve 4 günde 560 bin kişi ziyaret etmişti. Bu özelliğiyle TEKNOFEST, dünyanın en büyük ikinci havacılık

etkinliği olmayı başarmıştı. İkincisi düzenlenecek olan TEKNOFEST, 17-22 Eylül tarihlerinde Atatürk Havalimanı'nda gerçekleştirilecek. Bu yıl 6 günde 19 farklı teknoloji yarışmasında 10 binlerce gencimiz yarışacak. Roket yarışmalarından model uydur yarışmalarına, insansız hava aracı yarışmalarından, robotik yarışmalara kadar çok sayıda kategori var. Pek çok yarışmamız bilimsel temelli olmasına karşın drone gibi eğlenceli, biraz daha görsel ağırlıklı yarışmalarımız da var. Bizim düşüncemiz hayal eden, araştıran, geliştiren gençliğin, Türkiye'yi milli teknoloji hamlesi hedeflerine ulaştırmasıdır."

Türkiye Drone Şampiyonası üçüncü etabı Türkiye Hava Sporları Federasyonu onayı, Drone Yarışçıları Spor Kulübü Derneği ve Pilot Event iş birliği ile Nevşehir Valiliği, Ürgüp Kaymakamlığı, Ürgüp Belediyesi, Ahiler Kalkınma Ajansı ve Kapadokya Üniversitesi destekleri ve etap sponsorluğunda, Türkiye Teknoloji Takımı Vakfı, BAYKAR, Türk Hava Yolları ve Robit sponsorluğunda düzenlendi.



Türkiye Teknoloji Takımı Vakfı'ndan Öğrencilere Yerli ve Milli Destek



“Milli Teknoloji Hamlesi” sloganıyla yola çıkan ve Türkiye'nin teknoloji üreten bir topluma dönüşmesini hedefleyen Türkiye Teknoloji Takımı Vakfı, İstanbul'da bulunan ve Teknofest 2018'e en çok öğrenci katılımı sağlayan 150 okula destek amaçlı 3D yazıcı hediye etti. Tamamı yerli ve milli üretim olan 3D yazıcılar düzenlenen özel bir törenle okul yöneticilerine teslim edildi. Bilim Üsküdar'da gerçekleştirilen teslim törenine Sanayi ve Teknoloji Bakan Yardımcısı - Teknofest İcra Kurulu Başkanı Mehmet Fatih KACIR, İl Milli Eğitim Müdürü Levent YAZICI, Türkiye Teknoloji Takımı Vakfı Yönetim Kurulu Başkanı Haluk BAYRAKTAR, Türkiye Teknoloji Takımı Vakfı Genel Müdürü Ömer KÖKÇAM, okul yöneticileri ve davetliler katıldı. İlki geçtiğimiz yıl yapılan ve 550 binden fazla ziyaretçiye ev sahipliği yapan Teknofest, Türkiye Teknoloji Takımı Vakfı, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı yürütücülüğünde Türkiye'nin önde gelen teknoloji şirketleri, kamu kuruluşları ve üniversitelerin destekleriyle bu yıl 17-22 Eylül 2019 tarihleri arasında Atatürk Havalimanı'nda gerçekleştirilecek. Geçtiğimiz yıl yarım

milyondan fazla ziyaretçisi ile dikkat çeken Teknofest'in bu yıl hedeflenen ziyaretçi sayısı ise 1 milyonun üzerinde.

Türkiye'nin En Büyük Teknoloji Şirketlerini Gençlerimiz Kuracak

Törende bir konuşma yapan ve Teknofest'in misyonunun, milli teknoloji hamlesi fikrinin büyük bir coşkuyla toplum ile paylaşılması, yediden yetmişe herkesin bu fikre gönül vermesi ve aktif olarak bu sürece dahil edilmesi olduğunu söyleyen Sanayi ve Teknoloji Bakan Yardımcısı – Teknofest İcra Kurulu Başkanı Mehmet Fatih Kacır sözlerini şöyle sürdürdü: “Biz bu anlamda teknoloji yarışmalarını çok önemsiyoruz. Dünyada teknolojik alandaki pek çok gelişme teknoloji yarışmalarıyla başladı. Bugün sürücüsüz otomobilleri konuşuyoruz. Yollardaki otonom araçları konuşuyoruz. Bu teknolojiler 15 yıl önce ABD'de yine üniversite öğrencilerinin dahil olduğu bir yarışma ile ortaya çıktı. İkinci yılında o yarışmayı kazanan takım bugün bu alanda öncü start-uplardan birini kurdu. Yarışmaya

katılan pek çok yarışmacı yeni şirketler kurdular ya da var olan büyük mühendislik şirketlerin Ar-Ge takımlarında yer aldılar. 15 yıl sonra artık bu teknoloji dünyada ticari hale geldi. Dolayısı ile biz Teknofest yarışmalarını bu anlamda Türkiye'nin geleceğin teknoloji ürünlerinin üretebilmesi adına büyük bir kaldıraç, büyük bir platform olarak görüyoruz. Pek çok gencimiz bu yarışmalar sayesinde inanılmaz bir deneyim elde ediyor. Ve onlar inşallah bundan birkaç yıl sonra Türkiye'nin en büyük teknoloji şirketlerini kuracaklar, Türkiye'nin büyük teknik teknolojik şirketlerinin Ar-Ge takımlarında yer alacaklar Ar-Ge çalışmalarına öncülük edecekler. Hep birlikte milli teknoloji hamlesini, yani bu ülkenin yüksek teknoloji ürünlerini milli ve özgün olarak üretmesi sürecini hayata geçireceğiz.

Her birinize ve bütün öğretmenlerimize bu sürece katkı verdikleri için çok teşekkür ediyorum. Eğitim, sadece okulun, sınıfın içerisinde yapılan bir iş değil. Eğitim hayatın tamamına yayılan bir iş ve sizler bunların en iyi örneğini işte bu çocuklarımızı, öğrencilerimizi Teknofest'e getirerek ve o heyecanı

onlara yaşatarak göstermiş oldunuz. Biz inanıyoruz ki, oraya gelen on binlerce gencimiz artık içlerinde ki o heyecanla birlikte çok farklı işler yapmanın ümidini ve iddiasını taşıyabilir hale geldiler. Biz bu heyecanla, bu ümitte bu gayretlerimizi sürdürmeye devam edeceğiz.

Genç Girişimciden Yerli ve Milli 3D Yazıcı: “ALYA”

Genç bir girişimci olan Ahmet, 3D yazıcıları Yıldık Teknik Üniversitesi Teknopark'ta geliştirdi. İnşallah bunları dünyaya ihraç edebilir hale geleceğiz. Ahmet'in kızının adını verdiği Alya marka Türk ürünü milli ve özgün 3D yazıcıları okullarımıza hediye edeceğiz. Gençlerimiz, öğrencilerimiz de milli ve özgün ürünler geliştirebilsinler, tasarlasınlar, üretsinler diye. Çok güzel işler olacak ülkemizde, büyük işleri hayata geçireceğiz ve hedeflerimizi bu zor coğrafyada ay-yıldızlı bayrağın altında hür ve tam bağımsız olarak ulaştacağız.”

Türkiye Teknoloji Takımı Vakfı Yönetim Kurulu Başkanı Haluk Bayraktar ise: “Türkiye





Teknoloji Takımı Vakfı olarak 2017 yılında teknoloji üreten Türkiye hedefiyle yola çıktık. O günden bu yana hayalimiz olan milli teknoloji hamlesini gençlerimizle, üniversite öğrencileri-mizle, girişimcilerimizle gerçekleştirmek için var gücümüzle çalışmaya devam ediyoruz. Türkiye'deki teknoloji ekosisteminin gelişmesine destek olmaktan gurur duyuyoruz. Yazıcıların kullanımı eğitimin alınması için bizler de destek olacağız. 3 boyutlu yazıcılar okullarımıza teslim edildikten sonra iletişim noktaları oluşturacağız. Sizlerden ricamız bu makineler 24 saat çalışsın, sonuçta her biri Türkiye'nin kendi yerli üreticisi tarafından yapılmış. Garanti altında olan ürünler. Öğrencilerimiz bu makinelerde 24 saat tasarlasınlar, çalışsınlar ve kendi özgün tasarımlarımızı ürünlere, prototiplere dönüştürelim. Hepinize çalışmalarınızda başarılar diliyorum.” açıklamasında bulundu.

İl Milli Eğitim Müdürü Levent Yazıcı yaptığı konuşmada: “Çocuklarımızı hem bugünün hem geleceğin becerileriyle donanmış olarak yetiştirirken sizlerin değerli katkıları çok büyük önem taşıyor. Türkiye Teknoloji Takımına, Teknofest'e emek verenlere, gönül verenlere sonsuz

teşekkürlerimi sunuyorum. Çocuklarımızla birlikte yerli ve milli bir çalışmanın, kendi teknolojimizin, kendi bilimimizin kurulmasını üst seviyeye çıkartmanın çabası içinde olacağız. Çocuklarımız adına bunu hakkıyla yerine getirmek için hep birlikte çalışacağız.” dedi.

Geleceğin Teknolojileri İçin Gençlere Destek

Türkiye Teknoloji Takımı Vakfı, toplumun tamamında teknoloji ve bilim konusunda farkındalık oluşturmayı, Türkiye'nin bilim ve mühendislik alanlarında yetişmiş insan kaynağını artırmayı hedefleyen TEKNOFEST kapsamında gençlerin, geleceğin teknolojileri üzerinde çalışmalarını desteklemek için 19 farklı kategoride teknoloji yarışmaları düzenliyor. Vakıf aynı zamanda Türkiye genelinde bulunan DENEYAP Teknoloji Atölyeleriyle de özel yetenekli gençlere, kodlamadan siber güvenliğe, nanoteknolojiden yapay zekaya 36 aylık özel bir eğitim programı sunuyor. Türkiye'nin yetenekli çocuklarına erken yaştan itibaren bilim ve teknoloji dersleri sunan DENEYAP Teknoloji Atölyelerinde, yaşları 10 ile 16 arasında değişen öğrenciler eğitim görüyor.

Gelecek 5.0 (Future 5.0) ile Yerlileşme ve Millileşme Sürecinde İhracatımızı Artıracak Küresel Markalar

Firma Sahipleri, Bilgi Teknolojileri Çalışanları, Akademisyenler, Medya Mensupları, Kanaat Önderleri
(2,5 Ayda 500 Üyeye Ulaştık)

Bilişimciler
bilisimdernegi.org



| bilisimdernegio

Kamu, Yerel Yönetim ve Üniversite İş Birliği ile Küçükköy Yaratıcı Teknolojiler Atölyesi Açıldı



Yaratıcı Teknolojiler Atölyesi'nde eğitim önceliği çocuklarının ve kadınların Dünyanın problemlerinden haberdar, sorunlara çözüm bulma isteği ve yetisi olan, sürdürülebilir kalkınmayı gerçekleştirebilecek bireyler yetiştirmeyi hedefleyen Sabancı Üniversitesi Yaratıcı Teknolojiler Atölyesi, Küçükköy'de açıldı.

Küçükköy Yaratıcı Teknolojiler Atölyesi'nde verilecek bilim ve teknoloji eğitimlerden, öncelikli olarak 8-15 yaş grubundaki çocuklar ve kadınların faydalanması amaçlanıyor.

Ayvalık Kaymakamlığı, Ayvalık Belediyesi ve Ayvalık Milli Eğitim Müdürlüğü iş birliği ile

Sabancı Üniversitesi'nin hayata geçirdiği Sabancı Üniversitesi Küçükköy Yaratıcı Teknolojiler Atölyesi, 27 Temmuz 2019 Cumartesi günü düzenlenen tören ile açıldı.

Törene Ayvalık Kaymakamı Gökhan Görgülüarslan, Ayvalık Belediye Başkanı Mesut Ergin, Balıkesir İl Milli Eğitim Müdürü Yakup Yıldız ve Ayvalık İlçe Milli Eğitim Müdürü Güner Bahadır, Sabancı Üniversitesi Kurucu Mütevelli Heyeti Başkanı Güler Sabancı ve Sabancı Üniversitesi Rektörü Yusuf Leblebici katıldı.

Sabancı Üniversitesi Kurucu Mütevelli Heyeti Başkanı Güler Sabancı yapmış olduğu konuşmasında "Millî Eğitim Bakanlığı ve yerel yönetimin tam desteği ile Sabancı Üniversitesi ve Küçükköy arasında kurulan bu organik bağ Türkiye'de bir ilktir. Kamu-yerel yönetim-üniversite iş birliği ile topluma fayda sağlayacak bu projenin, ülke sınırlarının ötesinde

"örnek bir model" oluşturacağına inanıyoruz." dedi.

Yöre halkına sürdürülebilir eğitim

Güler Sabancı konuşmasında bilimsel, akılcı ve katılımcı bir süreçle, teknolojinin sağladığı olanakları kullanarak yeni ve sürdürülebilir bir eğitim sistemi oluşturdukları belirtti. Sanata, bilime ve teknolojiye verdiği değer ile Türkiye'nin örnek köylerinden biri olan Küçükköy'de çocukların eğitim ve eşitlik hakkını gözeterek, gençlerin ve kadınların eğitiminde sürdürülebilirliğini sağlamayı hedeflediklerini vurgulayan Sabancı, "Öğretmenlerimize eğitimler vererek, bölge okullarının da tüm yıl Sabancı Üniversitesi Yaratıcı Teknolojiler Atölyesi'nden faydalanmasını bekliyoruz." dedi.

Sabancı konuşmasını sonlandırırken yerel halktan Küçükköy'ü yöredeki eğitim aktivitelerinin merkezi haline getirecek olan Yaratıcı Teknolojiler Atölyesi'ni takip etmelerini ve buradaki programlardan faydalanmalarını istedi. Küçük hayalleri büyük mutluluklara dönüştürmek isteyen tüm kurum ve kuruluşları da bu özel projeyi desteklemeye davet etti.

Ayvalık İlçe Milli Eğitim Müdürü Güner Bahadır açılış töreninde "Millî Eğitim Bakanlığımızın 2023 Eğitim Vizyon Belgesinde de vurgulanan atölyeleşme sürecine yönelik; ürün-odaklı, teknolojik çözüm bulma isteği ve yetisi olan, bireyler yetiştirilmesini amaçlayan Sabancı Üniversitesi önderliğinde, tüm paydaşlar ile hayata geçirilen Küçükköy Yaratıcı Teknolojiler Atölyesi öğrencilerimizi sağlam temellerle geleceğe taşımada fırsatlar yaratacak. İlçemizdeki tüm öğrencilerimiz ve öğretmenlerimiz adına hayırlı olmasın diliyorum." dedi.

Balıkesir İl Milli Eğitim Müdürü Yakup Yıldız da konuşmasında "Sayın Valimizin himayelerinde yaklaşık iki yıldır sürdürdüğümüz Balıkesir Eğitimde Niteliği Geliştirme ve İzleme (BENGİ) projesinde en büyük hayalimiz bu şehirde milli ve manevi değerlerine bağlı, kendisi ve çevresiyle barışık, Atatürk

ilke ve İnkılaplarını benimsemiş, teknolojiyi en üst seviyede kullanabilen nesiller yetiştirebilmek. Bugün açılışını gerçekleştirdiğimiz atölyenin özellikle bu anlamda çok önemli ve değerli olduğuna inanıyorum. Ülkemizde fırsat eşitliği sağlama anlamında Küçükköy'ümüzde açılmış olması da ayrıca çok değerli. Bu sayede öğrencilerimize hayal kurmayı öğretmek, küçük hayalleri büyük mutluluklara dönüştürecek bir yer olmasını temenni ediyorum." dedi.

Ayvalık Belediye Başkanı Mesut Ergin konuşmasında Yaratıcı Teknolojiler Atölyesine dönüştürülen okulun, kendisinin de ilkokulu olduğu belirterek "Bu memlekete bugün hizmet ediyorsam, sebebi burada atılmış temellerdir, bu yüzden burası benim için çok değerli." dedi. Sabancı Üniversitesi'nin projesinde beraber hareket etmekten mutlu ve onurlu olduklarını belirten Ergin açılışta Küçükköy halkına seslenerek: "Şimdi asıl iş halkımızın, çocuklarımızın, gençlerimizin ve kadınlarımızın bu değerli projeye sahip çıkması. Talep ediniz, talip olunuz, sahip çıkınız ki bu proje sürdürülebilir olsun. Sürdürülebilir oldukça daha birçok proje kenti-mize gelecektir." dedi.

Açılış konuşmalarının ardından Kamu ve Üniversite Arasında Eğitimde İş Birliği protokolü, Ayvalık Kaymakamı Gökhan Görgülüarslan, Balıkesir İl Milli Eğitim Müdürü Yakup Yıldız ve Ayvalık İlçe Milli Eğitim Müdürü Güner Bahadır ve Sabancı Üniversitesi Rektörü Yusuf Leblebici, Sabancı Üniversitesi Genel Sekreteri Haluk Bal tarafından imzalandı.

Küçükköy Yaratıcı Teknolojiler Atölyesi'nde yaz dönemi başından itibaren kodlama ve oyun tasarımı, İngilizce eğitimleri alan öğrencilere sertifikaları verildi. Sabancı Üniversitesi Kurucu Mütevelli Heyeti Başkanı Güler Sabancı ve Balıkesir İl Milli Eğitim Müdürü Yakup Yıldız'dan sertifikalarını alan tüm öğrencilere Casper ile birlikte projenin teknoloji destekçisi olan Teknosa tarafından hediyeleri takdim edildi.

Tersine Beyin Göçünde İlk Adres



Türkiye'ye yurtdışından gelen bilim insanları için bir çekim merkezi olan Boğaziçi Üniversitesi'nin güçlü akademik kadrosuna, TÜBİTAK 2232 Uluslararası Lider Araştırmacılar Programı kapsamında 15 akademisyen daha katılıyor.

TÜBİTAK 2232 Uluslararası Lider Araştırmacı Programı ile Türkiye'ye en çok akademisyen çeken kurum 15 araştırmacıyla Boğaziçi Üniversitesi oldu.

Yapay zekâ, robotik, yenilenebilir enerji, biyomedikal, fizik, jeodezi, makina mühendisliği, matematik, kimya mühendisliği ve bilişsel bilim gibi alanlarda öncü araştırmalara imza atan araştırmacıları bünyesine katan Boğaziçi Üniversitesi Türkiye'ye gelmeyi hedefleyen akademisyenler için çekim merkezi olmayı sürdürüyor.

Son iki yıl içinde yurtdışı seçkin kurumlardan Türkiye'ye gelerek Boğaziçi Üniversitesi'nde akademisyen ve araştırmacı olarak göreve başlayan bilim insanlarının sayısı son katılımlarla 52'ye ulaştı.

TÜBİTAK 2232 programının dışında 2018 yılında yurtdışından Harvard, University of Chicago, Purdue, Oxford gibi önemli kurumlarda doktoralarını tamamlamış ve öncü araştırma projelerine başlamış 18 genç akademisyen Boğaziçi Üniversitesi kadrolarına katılırken, 2019 yılında 19 yeni akademisyenin daha kadro işlemleri tamamlanmak üzere.

TÜBİTAK 2232 programı ile MIT, Stanford University, Princeton University, Utrecht University, Georgia Institute of Technology, Uppsala, University of Virginia, University of Illinois at Urbana Champaign, Universitat Politècnica de Catalunya, Berlin School of Mind and Brain, Lund University gibi uluslararası saygınlığı bulunan üniversitelerin yanı sıra, Max Planck Institute ve CERN gibi merkezlerden de birçok araştırmacı bundan böyle çalışmalarına Boğaziçi Üniversitesi'nde devam etme kararı alarak, İstanbul'a yerleşiyor.

Boğaziçi Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Mehmed Özkan "TÜBİTAK Lider Araştırmacılar programına başvurarak yurtdışından gelerek aramıza katılacak çok değerli araştırmacılar bulunuyor. Hem sayısal olarak en fazla tercih edilen üniversite olmamız hem de öğretim üyesi sayımıza göre oransal olarak en yüksek sayıda araştırmacıyı buraya çekiyor olmamız Boğaziçi Üniversitesi'nin oluşturduğu araştırma ve çalışma ortamı ile ilgili. Ayrıca bölümlerimiz için açtığımız her bir kadroya 60-70 civarı başvuru alıyoruz. Doktoralarını tamamlayarak ülkeye dönen genç akademisyenler Türkiye'nin bilim alanında güçlenmesi yönünde çalışmalarını Boğaziçi Üniversitesi çatısı altında sürdürüyor" dedi.

Yeni katılımlarla birlikte sayısı 450'ye ulaşan akademisyen ile Boğaziçi Üniversitesi araştırmada öncülüğünü sürdürmeyi hedefliyor.



Havacılık ve Uzay Uygulamalarından Önemli Rol Oynayacak Projeler

Sabancı Üniversitesi Mühendislik ve Doğa Bilimleri Fakültesi Öğretim Üyesi Kürşat Şendur, ABD Hava Kuvvetleri Bilimsel Araştırma Ofisi (AFOSR) tarafından desteklenen havacılık ve uzay uygulamalarında önemli teknolojilerin geliştirilmesinde büyük rol oynayacak projelerini NASA Langley Araştırma Merkezi'nde tanıttı.

Havacılık ve uzay çalışmalarda, cihaz ve malzemelerin ısı artışının kontrol altında tutulması büyük zorluklar içerir. Bu ortamlarda cihaz ve malzemelerin ısı artışının kontrolü açısından "ışınimsal ısı transferi" önemli bir rol oynar. NASA Langley Araştırma Merkezi'ne davet edilen Kürşat Şendur, havacılık ve uzay uygulamalarında önemli teknolojilerin geliştirilmesinde büyük rol oynayacak ve ışınlımsal ısı transferinin yüzeylerde kontrolünü sağlayacak malzemeler üzerine çalışmalarını bilim insanlarına tanıttı.

Havacılık ve uzay çalışmalarında dünyanın önde gelen araştırma kuruluşu olan AFOSR, bu alanlarda dünyanın önde gelen 200 akademik kuruluşunu destekliyor. Sabancı Üniversitesi'nde AFOSR desteği ile 2016 yılından bu yana yürütülen sürdürülen iki proje, havacılık ve uzay uygulamalarının yanı sıra enerji, bilişim teknolojileri, kızılötesi uygulamalar gibi pek çok alanda kullanılma potansiyeline sahip.

Sabancı Üniversitesi uzay faaliyetlerini içeren çalışmaları konusunda NASA ile ortak platform oluşturarak görüşmelerini sürdürmeyi hedefliyor. Kürşat Şendur bu konuda "Yaptığımız görüşmelerde, Sabancı Üniversitesi ile AFOSR arasında devam eden ortak çalışma ve projelere benzer şekilde, Sabancı Üniversitesi ve NASA arasındaki ortak çalışma olanaklarını da konuştuk." dedi.

Hastanelerin Sonu mu Geliyor?



KPMG'nin 'Sağlık Hizmetleri 2030' raporuna göre teknolojik gelişmeler ve demografideki değişikliklerin etkisiyle sağlık sektörü kabuk değiştiriyor. 2030'da ABD'de hastane sayısının kritik ölçüde azalacağı, evde bakım ve tele tıp hizmetlerinin artacağı tahmin ediliyor

Dünyadaki sağlık trendlerini inceleyen KPMG, 'Sağlık Hizmetleri 2030' raporunda değişen teknoloji ve demografi nedeniyle sağlık hizmetleri sektöründe ortaya çıkan değişimi inceledi. ABD'de gerçekleştirilen araştırmaya göre Milenyum Kuşağı, X Jenerasyonu ve 'baby boomer' kuşağı yaşlandıkça, sağlık hizmetleri sektöründen talepleri de değişiyor. Daha ucuz ve uygun hizmetin yanı sıra kronik hastalık tedavilerinin daha iyi yönetilmesine yönelik artan beklentiler var.

Gençler sisteme girmiyor

Araştırmaya göre Milenyum Kuşağı'na mensup gençler, sağlık sistemine dâhil olma konusunda direnç gösteriyorlar. Yüzde 54'ü maliyeti nedeniyle düzenli sağlık hizmeti ve sigortası almayı erteliyor. 18-29 yaş arası ABD'li gençlerin yüzde 29'unun aile hekimi bulunmuyor. Gençler, düzenli bir sağlık hizmeti yerine tek sefere mahsus hizmet almayı tercih ediyor.

Daha uzun ama hasta bir yaşam

Günümüzde gençlerin daha sağlıklı beslenmeyi tercih etmeleri, daha az sigara tüketmeleri ve teknolojik araçlara daha fazla ulaşma imkânına sahip olmaları nedeniyle daha uzun yaşayacakları öngörülse de diyabet, kalp, hipertansiyon, kanser, yüksek kolesterol, anksiyete gibi rahatsızlıklara daha fazla yakalanmaları da bekleniyor.

- Araştırmaya göre ABD'de 3 veya daha fazla kronik hastalığa sahip kişi sayısının 2030'da 83,4 milyona ulaşacak. Bu rakam 2015'te 30.8 milyondur.
- Tip 2 diyabetin gelecek 10 yılda şu an etkilendiğinden yüzde 55 daha fazla Amerikalıyı etkileyeceği öngörülüyor. Diyabet hastalarının yıllık tıbbi harcamaları ve yarattıkları kayıp verimliliğin toplamı 245 milyar doları buluyor. Bu rakamın 2030'da yüzde 53'lük artışlar 622 milyar dolara çıkacağı düşünülüyor.
- Kalp rahatsızlıklarında gelecek 20 yılda yüzde 10'luk bir artış bekleniyor. 2030'da kalp rahatsızlıklarının toplam maliyetinin 818,1 milyar dolara ulaşacağı öngörülüyor.
- Alzheimer vakalarında 2030'da yüzde 100'lük bir artış yaşanacağı tahmin ediliyor. Alzheimer hastalarının Amerikan sağlık sistemine maliyetinin, Alzheimer hastası olmayanlara göre 3 kat daha fazla olduğu belirtiliyor. Alzheimer hastalarının gelecek 40 yılda toplam sağlık harcamalarının 20 trilyon dolara çıkması bekleniyor.

Tele tıp yükselişte

- Araştırmaya göre Milenyum Kuşağı gençlerinin sadece yüzde 30'u, son 1 yılda randevusuz klinikleri kullandığını belirtiyor. Bu oran baby boomer jenerasyonunda ise sadece yüzde 14.
- Tele tıp yöntemini (telekomünikasyon teknolojilerinden faydalanan uzaktan teşhis ve tedavi uygulanması) kullanmayı tercih eden Milenyum'ların oranı yüzde 40 seviyesinde. Baby boomer'ların ise yüzde 19'u bu yöntemi benimsiyor.

Evde bakım istiyorlar

- Yaşlı Amerikalılar arasında hastane ve klinikler yerine kendi evlerinde bakım görme trendi yükselişte. Bu tip hizmette hastaların tele tıp yöntemlerini kabul etmesi gerekiyor.
- ABD'de 2013-2017 yılları arasında kırsal bölgelerde kapanan hastane sayısında yüzde 100'lük artış yaşandı. Amerikan Hastaneler Birliği de her yıl ülkede 30 civarında hastanenin kapandığını, mevcut 6 bin hastanenin yüzde 8'inin kapanmasının beklendiğini, yüzde 10'luk bölümünün ise ayakta kalma şansının zayıf olduğunu öngörüyor.

- Araştırmaya göre hastanelerin düşüşü, perakende kliniklerinin (perakende mağazalarında hizmet veren, ufak hastalıkları tedavi eden ve önleyici sağlık hizmetleri sunan sağlık merkezleri) ve görsel bakım yöntemlerinin (tele tıp vs.) gelişmesine yol açacak.

Sağlık mahremiyetten önemli

- Katılımcıların yüzde 75'i, kişiselleştirilmiş tedavi ile daha iyi ürün ve hizmetler karşılığında kişisel verilerinin bir bölümünü paylaşmakta bir sorun görmediklerini belirtiyor. Son araştırmalar, hastaların sağlık geçmişlerini aynı nedenlerle paylaşmayı kabul ettiklerini gösteriyor.

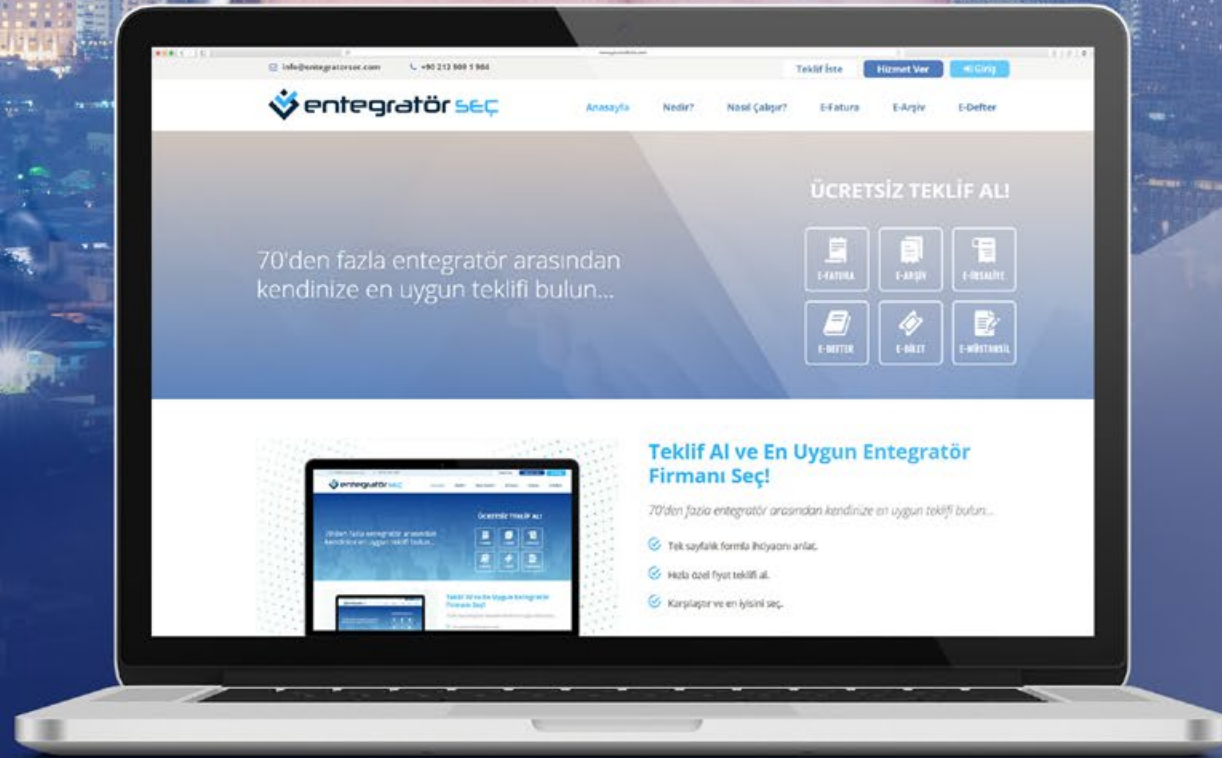
Yapay zekaya geçecekler

- Araştırmaya göre 2025 yılına kadar ABD'deki hastanelerin yüzde 90'ında teşhis ve tedavi amacıyla başta yapay zekâ olmak üzere pek çok ileri teknoloji kullanılmaya başlanacak.
- Sadece bu yılın başından beri Amerikan Gıda ve İlaç Dairesi'nce onaylanan cihaz, uygulama ve algoritma sayısı 30'u aştı.

Tüketici merkezli sistem

KPMG Türkiye'den İlaç ve Sağlık Sektör Lideri Hakan Orhan, değişen tüketici davranışlarının sağlık hizmetleri sektörünü de baştan aşağı değiştirmeye başladığını vurguladı. Hakan Orhan, "Önümüzde 12 yılda sağlık hizmetleri büyük değişim olacak. Hastaneler dışında, sağlık hizmetlerinin daha ucuz ve uygun alındığı merkezlere yönelik büyüyen bir talep var" dedi. Hakan Orhan, bu noktada sektörü yıkmaya başlayan birçok teknoloji firması bulunduğunu vurgulayarak, sağlık hizmeti sağlayıcılarının bu firmalarla iş birliğine gitmelerinin de kaçınılmaz olduğunun altını çizdi. Orhan, "Bana kalırsa tüketici merkezli bir sağlık hizmetleri sektörü imkânsız değil, tam tersine kaçınılmaz" yorumunu yaptı.

ÜCRETSİZ TEKLİF AL!

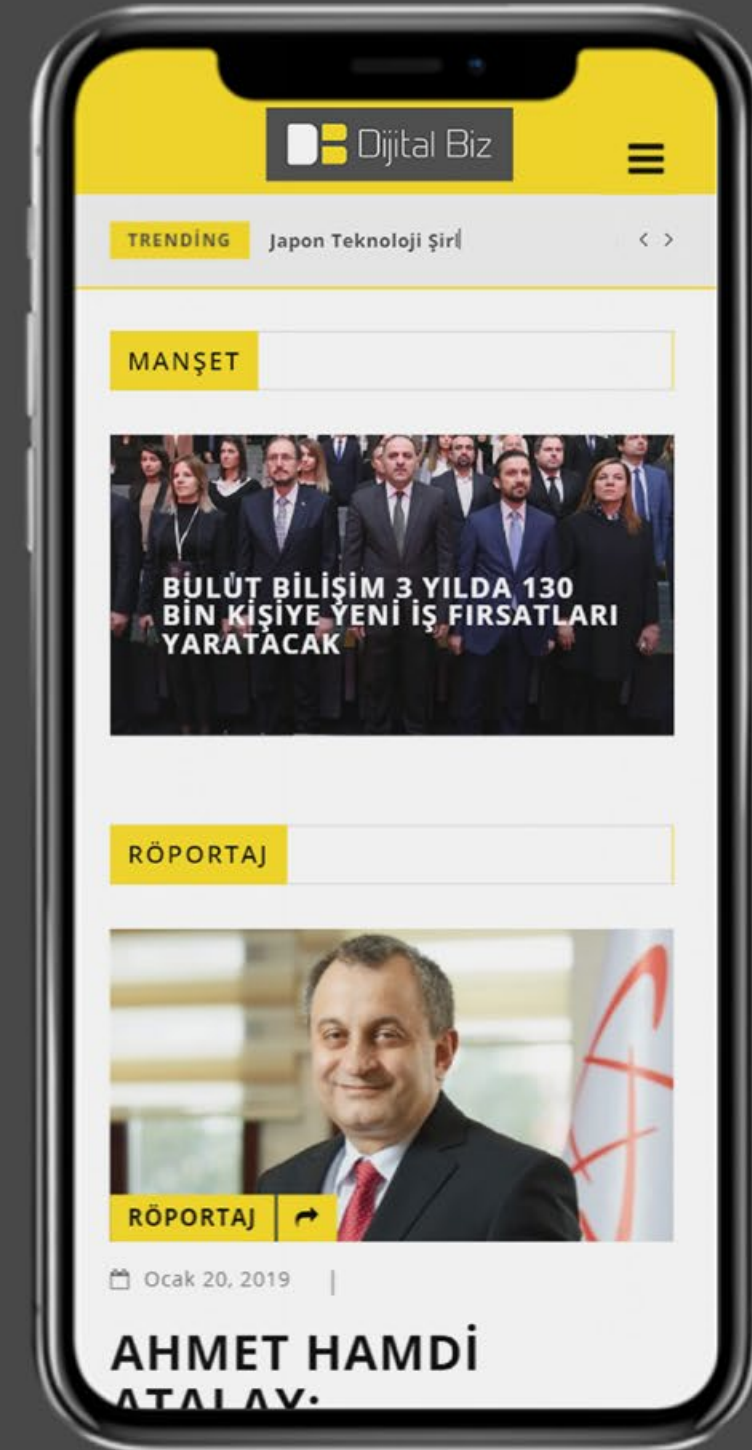


Teklif Al ve En Uygun Entegratör Firmasını Seç!

E-fatura, E-arşiv, E-dönüşüm, E-denetim, E-irsaliye, E-bilet ve E-müstahsil entegratörlerinden ücretsiz teklif alın, karşılaştırın ve size en uygun teklifi seçin.

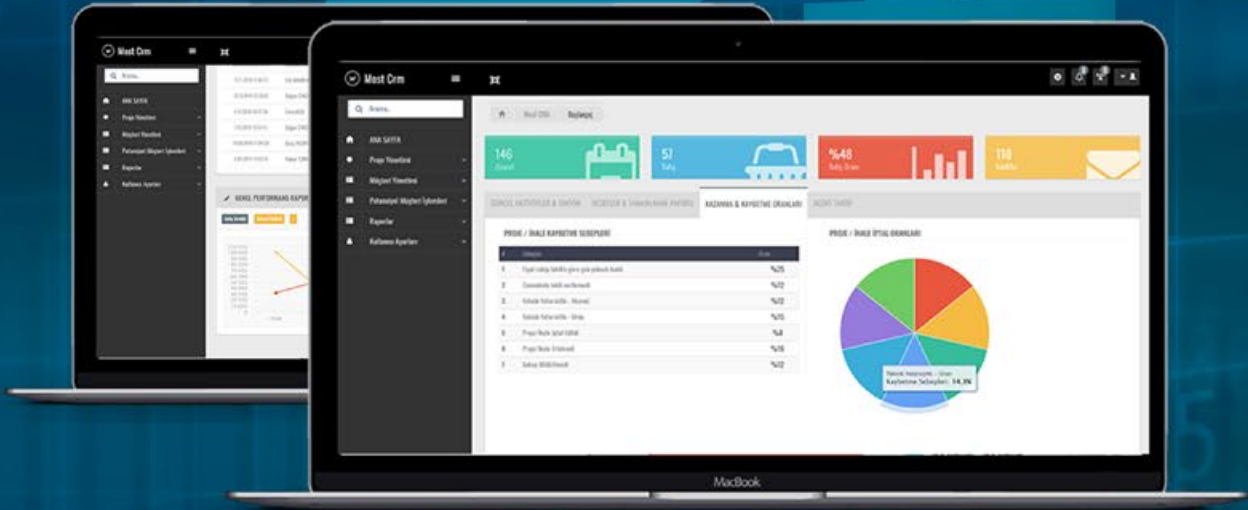
Bilişim, Ekonomi ve İş Dünyasından
Güncel Haberler 7/24 Cebinizde

www.dijitalbiz.com



KURUMSAL YAZILIM ÇÖZÜMLERİ

Web Yazılım, Mobil Yazılım (IOS, Android, Windows), B2B / B2C ve Crm tasarımı çalışmalarıyla faaliyet göstermekte ve koşulsuz müşteri memnuniyetini hedeflemekteyiz.



CRM - Müşteri İlişkileri Yönetimi

360 Derece Müşteri Yönetimi, Satış Ekiplerinin Yönetimi
Müşteri Kayıtlarını Düzenleme, Teklif Takibi ve Yönetimi



Online Mütabakat

BA / BS mütabakatları artık kabusunuz olmayacak!

BA/BS Mutabakatlarınızı ve Cari Mutabakatlarınızı online olarak yapabilirsiniz.