TEKNOLOJİ EĞİLİMLERİ 6



Yapay zekâdan yeni büyüme alanları aranıyor

Telekom Sektörünün Geleceği Araştırması sonuçlarına göre telekomünikasyon şirketleri önemli büyüme fırsatları görüyor.



TELEKOM 10



Robotik Türkiye Platformu kuruldu

TBV tarafından kurulan Robotik Türkiye Platformu, fiziksel yapay zekâ ve robotik alanında çalışan kurumları bir araya getirmek üzere çalışmalarına başladı.

16 - 22 KASIM 2026 SAYI: 1557 www.bthaber.com.tr

BThaber

1995'ten beri...

HAFTALIK BİLİŞİM TEKNOLOJİLERİ VE EKONOMİSİ GAZETESİ



CPR Sınıfı	Tavsiye edilen kullanım alanları
B2ca-s1a,d1,a1	Hastane koğuş alanları, Kreş ve ilkokullar, Yangın çıkışları, Kamuya açık kaçış yolları, Havalimanları, Kamu binaları, Tren ve metro istasyonları, Yüksek binalar (16K), Veri merkezleri ve Kamu barınakları.
Cca-s1a,d1,a1	Hastanelerin genel alanları, Resmi kurumlar, Hükümet binaları, Eğlence tesisleri, Okullar (ilköğretim üzeri), Üniversiteler, Orta ve küçük ölçekli oteller, İdari ve ticari binalar.
Dca-s1a,d1,a1	Belirli bir oranda insanın ve yanıcı maddelerin bulunduğu depolama tesisleri.
Eca	Yalnızca depolama amaçlı yanmaz yapılar.
Fca	Yalnızca binadışı (outdoor) kurulumlarda.

GÜNDEM 3



Tüketiciler yapay zekâyı daha fazla kullanmak istiyor

Türkiye'de tüketicilerin yüzde 80'inden fazlası, düzenli kullandıkları bir uygulamayı iyi bir yapay zekâ asistanı sunması durumunda daha sık kullanacağını belirtiyor. Telekomünikasyon sektöründe tüketicilerin yüzde 62'si yapay zekâ asistanlarını mevcut uygulamalara ve hizmetlere yararlı bir katkı olarak görüyor; alışveriş, seyahat ve finansal hizmetlerde de benzer düzeyde ilgi söz konusu.

C-CONNECT 15

BThaber C-Connect Buluşmaları: AI çağında IT ve OT







BThaber

ETKİNLİK TAKVİMİ

C Suite Bursa	17 Kasım 2026
C Suite Ege	26 Kasım 2026
Bilişim Zirvesi'26	15 Aralık 2026
Teknoloji Kaptanları 9	15 Aralık 2026
Yapay Zeka Zirvesi - AGI 3	25 Mart 2027
Yapay Zeka Arf Ödülleri 3	25 Mart 2027
C Suite GAP	07 Nisan 2027
BThaber Bowling Turnuvası 10	12 Nisan 2027
Güvenlik Zirvesi - BZsec 3	05 Mayıs 2027
Security Ödülleri 3	05 Mayıs 2027
C Suite Ege 2	03 Haziran 2027
C Suite Bursa 2	10 Haziran 2027
TechFinTech 5	17 Haziran 2027
Bilişim 500 Ödül Töreni 2027	05 Ağustos 2027
C Suite 8	01 Ekim 2027
Bilişim Zirvesi'27	25 Kasım 2027
Teknoloji Kaptanları 10	25 Kasım 2027

SPONSORLUK FIRSATLARI İÇİN

Sponsor@BilisimZirvesi.com.tr

Tüketiciler yapay zekâyı daha fazla kullanmak istiyor



DORinsight'ın gerçekleştirdiği "Türkiye'de Yapay Zekâ Kullanımı, Beklentiler ve Yeni Nesil Asistan Fırsatları" araştırmasına göre, tüketicilerin %80'inden fazlası, düzenli kullandıkları bir uygulamayı iyi bir yapay zekâ asistanı sunması durumunda daha sık kullanacağını belirtiyor. Telekomünikasyon sektöründe tüketicilerin %62'si yapay zekâ asistanlarını mevcut uygulamalara ve hizmetlere yararlı bir katkı olarak görüyor; alışveriş, seyahat ve finansal hizmetlerde de benzer düzeyde ilgi söz konusu. Bulgular, doğrudan tüketicilere hizmet sunan işletmelerin, bağımsız yapay zekâ platformlarının yanı sıra insanların hâlihazırda kullandığı hizmetlere de faydalı yapay zekâ özellikleri eklemesi için fırsat olduğunu gösteriyor. Bu dönüşümün üç temel faktörle şekillendirilmesi bekleniyor: Günlük kullanılan hizmetlere entegrasyon, yerel pazara uyarlanma ve reklamcılıkta açık bir değer alışverişi. Yapay zekâda marka bilinirliği hâlâ birkaç lider marka etrafında yoğunlaşıyor. Tüketicilerin aklına ilk gelen markalar arasında ChatGPT ve Gemini başı çekerken Grok, Claude, Yandex AI ve DeepSeek gibi markalar onları takip ediyor. Ancak bu gruptaki hiçbir marka henüz üçüncü sıradaki yerini kalıcı olarak sağlamlaştırabilmiş değil.

DORinsight tarafından Temmuz 2026'da Türkiye genelinde 1.015 kişinin katılımıyla gerçekleştirilen araştırmada yapay zekânın nasıl ve ne sıklıkla kullanıldığı, tüketicilerin bu teknolojiden beklentileri, alışveriş ve telekomünikasyon alanındaki kullanım biçimleri, yerel yapay zekâ çözümlerine bakış, reklamlara yönelik tutumlar ve yapay zekâ hizmetleri için ödeme yapma isteği incelendi.

Tüketiciler için yeni bir arayüz

Bu fırsatın temelinde, hâlihazırda oldukça yaygın olan yapay zekâ kullanımı var. Araştırmaya katılanların yarısından azı başlangıçta kendisini yapay zekâ kullanıcısı olarak tanımlamadığını belirtse de yaklaşık üçte ikisi en az bir yapay zekâ hizmeti kullandığını söylüyor. Üstelik kullanımın daha da artması bekleniyor. Katılımcıların %84'ü önümüzdeki altı ayda yapay zekâyı daha sık kullanmayı planladığını ifade ediyor. Yapay zekâ asistanlarına talep, tüketicilerin pratik işler için düzenli kullandığı hizmetlerde özellikle belirginleşiyor.

Sayfa 4'den Devam

Türkiye'de E-posta
uzman posta

Toplu Mail Gönderiminin Uzmanı!

Binlerce E-posta Mesajını Dakikalar İçinde Gelen Kutusuna Teslim Edin!



- E-posta ile Pazarlamaya Özel Panel
- İşlemsel Gönderime Uygun Rest API
- Eski Sistemler için Kimlik Doğrulama Yoluyla Gönderim
- Ekran ve API ile Loglara Hemen Erişim

DEMO ve ÜCRETSİZ Kullanım İçin

Türkiye Lokasyon

0 (212) 213 41 42
www.uzmanposta.com

Yapay zeka ile işler yeniden şekillenecek

Yapay zeka teknolojilerinin iş dünyasında kullanım alanı hızla genişlerken, şirketlerin gündemindeki en önemli sorulardan biri AI'ın insan emeğinin yerini alıp almayacağı. Ancak son dönemdeki gelişmeler, tartışmanın yalnızca "hangi işler otomatikleşecek?" sorusuyla sınırlı kalmaması gerektiğine işaret ediyor. Yenibiriş Genel Müdür Yardımcısı Esra Güler, yapay zekanın iş hayatındaki rolünün yalnızca otomasyon perspektifinden ele alınmaması gerektiğini söyledi. Esra Güler'e göre iş dünyasındaki asıl dönüşüm, yapay zekanın insanın yaptığı bir görevi devraldığı noktadan ziyade, insan ve AI'ın birlikte değer üretmeye başladığı aşamada ortaya çıkıyor. Güler bu yorumunu şöyle anlattı:
"Asıl dönüşüm üçüncü noktada, yani insan ve AI'ın aynı probleme farklı perspektiflerden yaklaşarak birlikte daha güçlü bir sonuç ortaya koyduğu modelde başlıyor. Geleceğin meselesi yalnızca 'AI hangi işleri ortadan kaldıracak?' değil. Daha önemli soru, insan ile AI'ın birlikte çalışacağı işleri ve organizasyonları nasıl yeniden tasarlayacağımız. Bu değişim yalnızca teknoloji yatırımlarıyla sınırlı kalmayacak, şirketlerin iş yapış biçimlerinden çalışanların yetkinliklerine, görev tanımlarından organizasyon modellerine kadar geniş bir dönüşümü beraberinde getirecek."



Yenibiriş Genel Müdür Yardımcısı
Esra Güler

İnsan ve dijital buluşması

Yapay zekanın gelişimiyle birlikte insan sermayesinin hangi ölçüde dijital olarak temsil edilebileceği sorusunun da gündeme geldiğine dikkat çeken Güler, LSE Business Review'da yayımlanan "Organisational digital twins are coming" başlıklı çalışmanın bu tartışmayı farklı bir boyuta taşıdığını ifade etti. Bu noktada Esra Güler, insan sermayesinin tanımının da yeniden ele alınması gerektiğine dikkat çekerek, "İnsan sermayesinin bir bölümü artık insanın dışında da 'kodlanabilir' hale geliyorsa, şirketlerde işin, yetkinliğin ve hatta liderliğin tanımı nasıl değişecek?" sorusunun önümüzdeki dönemin önemli gündem maddelerinden biri olacağını söyledi. Bu dönüşümün insan kaynakları fonksiyonunu da doğrudan etkileyeceğini vurgulayan Güler, şirketlerin yalnızca yeni teknolojileri kullanmaya başlamasının yeterli olmayacağını; çalışanların yeni çalışma düzenine hazırlanmasının ve organizasyonların bu yeni modele göre yeniden kurgulanmasının kritik hale geleceğini ifade etti. Güler, yapay zekanın iş dünyasındaki etkisinin önümüzdeki dönemde teknoloji kullanım oranlarından çok, şirketlerin organizasyonlarını nasıl yeniden tasarladığı üzerinden okunacağını ifade etti ve ekledi:

"Ana konu yalnızca AI'ı iş süreçlerine dahil etmek olmayacak. Asıl mesele, süreçleri yeniden tasarlamak ve alışılagelmiş organizasyonel yapılardan, insan ve AI'ın birlikte değer ürettiği yeni organizasyon modellerine geçmek olacak."

Katılımcıların %80'i, ürün veya hizmet araştırırken yapay zekâ kullanabileceğini söylerken, %39'u doğrudan yapay zekâ üzerinden alışveriş yapmaya açık olduğunu belirtiyor. Yapay zekâyı alışverişle ilgili amaçlarla kullanan tüketicilerin %42,5'i, yapay zekânın önerisi üzerine en az bir kez satın alma yapmış durumda. %18,4'ü ise bu şekilde ara sıra veya daha sık alışveriş yaptığını söylüyor.

Tüketicilerin yapay zekâ destekli alışverişten beklediği faydalar oldukça pratik. Katılımcıların %57'si yapay zekânın daha uygun fiyatları bulmasına, %47'si kupon ve indirimleri tespit etmesine, %46'sı sahte yorumları ayıklamasına, %43'ü ise ürünleri daha hızlı karşılaştırmasına yardımcı olmasını bekliyor. Katılımcılar yapay zekâ desteğiyle alışveriş yapmaya en fazla giyim ve ayakkabı, yemek siparişi ve market alışverişinde sıcak bakıyor. Bunları seyahat, elektronik ürünler ile telekom paketleri ve ek hizmetler takip ediyor.

Telekom sektörü de önemli bir potansiyel taşıyor. Katılımcıların %62'si bu kategoride bir yapay zekâ asistanının faydalı olacağını belirtirken, uygulama kullanımına ilişkin soruları yanıtlayanların %38'i önceki ay bir telekom operatörünün veya internet sağlayıcısının uygulamasını kullandığını belirtiyor. Kullanıcıların yaklaşık %70'i böyle bir asistanı doğrudan operatörün uygulamasında ya da mevcut bir yapay zekâ platformuyla entegre çalışan hibrit bir modelde kullanmayı tercih ediyor. %49'u ise yapay zekânın mevcut hizmet paketlerine dâhil edilmesine daha fazla ilgi gösteriyor. Bu durum, telekom operatörlerinin yapay zekâ hizmetleri için güçlü birer dağıtım ortağı olabileceğini gösteriyor.



3. sayfa devamı

Netsys, Ankara yapılanmasıyla stratejik bir hamle yaptı



Mustafa Gençer
Netsys Ankara Bölge Müdürü

Netsys, Ankara Bölge Müdürlüğü faaliyete geçti.

Siber güvenlikten ağ teknolojilerine kadar bilişimin her alanına yönelik çözüm ve hizmetler sunun Netsys, İstanbul merkezli yapısının ardından Ankara Bölge Müdürlüğü'nü faaliyete geçirdi. Şirketin bölgedeki odak noktalarını, kamu ve savunma sanayiine sunacağı çözümleri ve uzun vadeli hedeflerini Netsys Ankara Bölge Müdürü Mustafa Gençer ile konuştuk.

Netsys'in Ankara Bölge Müdürlüğü'nün faaliyete geçmesi, şirketinizin büyüme stratejisinde nasıl bir yer kapsıyor?
Ankara Bölge Müdürlüğümüz, Netsys'in sürdürülebilir büyüme stratejisinde önemli bir adımdır. 2017'den bu yana ağ teknolojileri ve siber güvenlikte edindiğimiz uzmanlığı Başkent'imize taşıyoruz. Kamu, savunma sanayisi ve kritik altyapı ekosisteminde güven, sürdürülebilirlik ve kamu yararını gözeten çözümler üretmeyi amaçlıyoruz.

İstanbul merkezli bir yapıdan sonra, Ankara ve İç Anadolu bölgesindeki yapılanmanızda ilk etapta hangi alanlara odaklanacaksınız?
İlk etapta odağımız; kamu kurumları, savunma sanayi, enerji, finans ve kritik altyapı kuruluşlarının ağ altyapısı, siber güvenlik ve iş sürekliliği ihtiyaçlarına odaklanacağız. Bölgeye taşımayı hedeflediğimiz uzmanlık alanlarımız; ağ ve uygulama güvenliği modernizasyonu, veri merkezi altyapıları, sıfır güven (Zero Trust) mimarileri, SASE, güvenlik operasyonları ve operasyonel teknoloji (OT) güvenliğidir. Bununla birlikte, yalnızca teknoloji sağlayan değil; danışmanlıktan tasarıma, kurulumdan yönetilen hizmetlere kadar uçtan uca sorumluluk üstlenen bir iş ortağı olarak konumlanıyoruz.

Aynı zamanda, önde gelen global teknoloji üreticilerinin yetkili eğitim merkezi olarak sahip olduğumuz deneyimi de Ankara'ya taşıyoruz. Ankara ofisimiz bünyesinde oluşturduğumuz tam donanımlı eğitim sınıflarımızda, kamu kurumları ve özel sektör kuruluşlarına yönelik teknik eğitimler ve sertifikasyon programları düzenlemeyi hedefliyoruz. Bu sayede yalnızca teknoloji çözümlerimizle değil, nitelikli insan kaynağının gelişimine katkı sağlayarak da bölgenin teknoloji ekosistemine değer katmayı amaçlıyoruz.

Ankara ekosisteminde kamu kurumları ve büyük ölçekli özel sektör projeleri çok ağırlıklı. Bu paydaşlara yönelik nasıl bir çözüm ve değer sunuyorsunuz?
Netsys olarak en önemli farkımızın, güçlü mühendislik kadromuz ve farklı teknolojileri bir araya getirebilen bağımsız danışmanlık yaklaşımımız olduğuna inanıyoruz. Fortinet, F5, Arista Networks ve diğer global teknoloji üreticileriyle geliştirdiğimiz stratejik iş birlikleri sayesinde kurumların ihtiyaçlarına uygun, ölçeklenebilir ve sürdürülebilir çözümler sunuyoruz.

Özellikle kritik altyapıların korunması, endüstriyel sistemlerin güvenliği, ağ performansı ve siber dayanıklılık konularında uluslararası standartlarda hizmet sağlıyoruz. Fortinet'in Expert Partner Support Program (EPSP), F5'in Platinum Partner ve Arista Networks'ün Elite Partner statülerine sahip olmamız, global teknoloji üreticileri nezdinde ulaştığımız üst düzey teknik yetkinliğin ve uzmanlığın önemli göstergeleridir. Bu güçlü iş ortaklıkları, müşterilerimize uluslararası standartlarda, yüksek katma değerli ve sürdürülebilir teknoloji çözümleri sunma kapasitemizi de ortaya koymaktadır. Bizim için asıl değer, bir teknolojiyi devreye almakla sınırlı değil; o teknolojinin kurumun operasyonlarına uzun vadeli güvenlik, süreklilik ve verimlilik kazandırmasını sağlamak.

Bölgedeki yerel iş ortakları ve teknoloji ekosistemiyle nasıl bir sinerji kurmayı hedefliyorsunuz?
Üniversiteler, teknoparklar, sistem entegratörleri ve yerel teknoloji şirketleriyle ortak projeler geliştirmek istiyoruz. Özellikle yerli entegratörlerle service partnerlık süreçlerinin devamlılığını önemsiyoruz. Küresel üretici ilişkilerimizi bölgesel uzmanlıkla birleştirerek bilgi paylaşımına, nitelikli insan kaynağına ve teknoloji ekosisteminin gelişimine katkı sağlamayı hedefliyoruz.

Kısa, orta ve uzun vadeli projeksiyona baktığınızda, Ankara şubesi için belirlediğiniz en temel başarı kriterleri nelerdir?
Ankara'daki mühendislik organizasyonumuzu tamamladık. Kısa vadede güçlü müşteri ilişkileri, orta vadede kamu ve kritik altyapılarda referans projeler, uzun vadede ise bir uzmanlık merkezi oluşturmak istiyoruz. Başarıyı ciro kadar müşteri memnuniyeti ve yetiştirdiğimiz uzmanlarla ölçeceğiz.

Sektöre, müşterilerinize ve iş ortaklarınıza Ankara'dan vermek istediğiniz mesaj nedir?
Ankara'ya kalıcı değer ve uzun vadeli iş birlikleri için geldik. Mühendislik birikimimiz ve uluslararası deneyimimizle kritik kurumların dijital altyapılarını daha güvenli ve dayanıklı hâle getirmeyi hedefliyoruz. Güvenin temelini her projede verdiğimiz sözü tutmak oluşturuyor.

Telekomünikasyon ve siber güvenlik alanındaki kariyeriniz, bugün Netsys Ankara Bölge Müdürlüğü görevindeki yaklaşımınızı nasıl şekillendiriyor?
Altyapı operasyonları, siber güvenlik ve teknoloji yönetimindeki deneyimim bana insanın, süreçlerin ve risk yönetiminin önemini öğretti. Netsys Ankara'da bu birikimi, ekiplerin geliştiği ve müşterilerin güvendiği, çözüm odaklı bir çalışma kültürüne dönüştürmeyi amaçlıyorum.

Advertorial

Yapay zekâdan yeni büyüme alanları aranıyor

Uluslararası danışmanlık, denetim, kurumsal finansman, strateji ve vergi hizmetleri şirketi EY çatısı altında faaliyet gösteren EY-Parthenon (EYP) tarafından, Türkiye'nin de aralarında bulunduğu 34 ülkeden 90'ın üzerinde telekomünikasyon şirketinin üst düzey yöneticilerinin katılımıyla gerçekleştirilen Telekom Sektörünün Geleceği Araştırması sonuçlarına göre telekomünikasyon şirketleri önemli büyüme fırsatları görüyor. Buna karşılık yetkinlik açığı, işletme modellerindeki zorluklar ve stratejik netlik eksikliği ise bu fırsatların hayata geçirilmesini zorlaştırabiliyor.

Yapay zekâ, dönüşümün temel önceliği

Araştırmaya göre, telekomünikasyon liderlerinin %97'si yapay zekânın önümüzdeki beş yıl içinde verimlilik ve operasyonel performansta önemli kazanımlar sağlayacağını öngörüyor. Liderler, yapay zekâ uygulamalarını farklı iş fonksiyonlarında önceliklendirirken müşteri hizmetleri ve sorun çözümü %92, ağ optimizasyonu %67, hizmetlerin kişiselleştirilmesi ise %38 oranıyla en yaygın kullanım alanları olarak öne çıkıyor.

Telekomünikasyon liderlerinin %54'ü bütçe kısıtlarını dönüşümün önündeki zorluklardan biri olarak belirtirken %43'ü mevcut yetkinliklerin yetersizliğine dikkat çekiyor. Yöneticiler ayrıca teknoloji stratejisi ile iş stratejisi arasındaki uyum eksikliğini başarılı bir dönüşümün önündeki önemli zorluklardan biri olarak değerlendiriyor. Yöneticilerin %34'ü stratejik yön konusunda netlik bulunmamasını da dönüşümün önündeki bir diğer zorluk olarak görüyor. Bulgular, yapay zekânın sağlayacağı değerin yalnızca teknoloji yatırımlarına değil, aynı zamanda şirketlerin işletme modellerini yeniden tasarlama ve yapay zekâyı temel iş süreçlerine entegre etme becerilerine bağlı olacağını gösteriyor.

Ayrıca telekomünikasyon liderlerinin %69'u, şirketlerin giderek daha fazla yapay zekâ destekli işletme modellerine geçmesiyle birlikte, önümüzdeki beş yıl içinde iş gücünün dörtte üçünün yetkinliklerinin geliştirilmesi veya yeni yetkinliklere sahip çalışanlarla değiştirilmesi gerekeceğini öngörüyor. Ancak, bu dönüşümü destekleyecek yetenekleri sektöre çekmek önemli bir zorluk olmaya devam ediyor.

Telekomünikasyon liderlerinin %50'si, ana faaliyet alanı dışındaki hizmetleri büyümenin itici güçlerinden biri olarak değerlendiriyor. Dönüşüme paralel olarak yöneticilerin %47'si, ana faaliyet alanı dışındaki büyümeyi hızlandırmak için iş modellerinin yeniden yapılandırılmasını önümüzdeki beş yılın stratejik öncelikleri arasında gösteriyor.

Odaklanılan başlıca alanlar arasında ise siber güvenlik, egemen bulut ve yapay zekâ altyapısı yer alıyor. Liderlerin %64'ü müşterileri daha iyi anlamayı gelecekteki başarı açısından kritik yetkinlik olarak değerlendirirken, ağ kalitesini kritik bir yetkinlik olarak görenlerin oranı %49'larda seyrediyor. Liderlerin %80'i ise dijital altyapının telekomünikasyon şirketlerinin sahip olması ve yönetmesi gereken temel bir varlık olmaya devam ettiğini düşünüyor.

Bununla birlikte, telekomünikasyon liderlerinin %66'sı, uydu operatörlerini önümüzdeki beş yıl içinde sektörde dönüşüm sağlayabilecek başlıca aktörlerden biri olarak görüyor. Diğer yandan, hiper ölçekli bulut sağlayıcıları sektörde giderek daha fazla rakip olarak görülürken, aynı zamanda telekomünikasyon şirketlerinin en önemli ekosistem iş ortaklarından bazıları haline gelmeleri bekleniyor. Yapay zekâ altyapısına yönelik artan talep; bağlantı, bulut ve bilgi işlem hizmetleri arasındaki entegrasyonu güçlendirerek bu iş birliklerini daha da kritik hale getiriyor.

Telekomünikasyon şirketleri için 5 stratejik adım

1.İşletme modelinin dönüştürülmesi: Yapay zekâ destekli yeni çalışma biçimlerine uyum sağlarken, yeni yetkinlikler organizasyona kazandırılmalı ve mevcut iş gücünün dönüşümü hızlandırılmalı.

2. Yapay zekânın temel iş süreçlerine entegre edilmesi: AI kullanımı müşteri hizmetlerinin ötesine taşınarak operasyonel verimlilik ve maliyet avantajı sağlanmalı.

3. Farklılaşma alanlarının güçlendirilmesi: Müşteri içgörüsü, yazılım yetkinlikleri, siber güvenlik ve AI altyapısı gibi alanlarda rekabet avantajı oluşturulmalı.

4. İş modellerinin çeşitlendirilmesi: Egemen bulut ve AI altyapısı gibi yeni büyüme alanlarında ekosistem iş birliklerinden yararlanılmalı.

5. Stratejik büyüme fırsatlarının değerlendirilmesi: Konsolidasyon ve satın alma fırsatlarının yanı sıra hiper ölçekli şirketler ve kamu kuruluşlarıyla stratejik iş birlikleri geliştirilmeli.



Daha fazla değer önerisi sunmak hedefleniyor

EY Türkiye Teknoloji, Medya ve Telekomünikasyon Sektör Lideri, Danışmanlık Bölümü Şirket Ortağı Emre Beşli şu değerlendirmelerde bulundu: "Telekomünikasyon sektörü için yapay zekâ yalnızca teknoloji gündeminin bir parçası değil, şirketlerin nasıl çalıştığını ve müşterilerine nasıl hizmet sunduğunu yeniden şekillendiren bir dönüşüm alanı. Ancak bu dönüşümün kalıcı bir değer sağlayabilmesi, teknolojinin kendisi kadar organizasyonların buna ne ölçüde hazır olduğu ile ilgili.

Önümüzdeki dönemde şirketlerin başarısını yapay zekâyı hangi araçlarla kullandıklarından çok, bu teknolojiyi iş süreçlerine ne kadar doğru entegre ettikleri, çalışanlarının yetkinliklerini nasıl geliştirdikleri ve teknoloji ile iş stratejisini ne kadar uyumlu hale getirdikleri belirleyecek. Bu doğrultuda telekomünikasyon şirketlerinin, dönüşüm fırsatlarından en yüksek değeri elde edebilmek için işletme modellerini dönüştürme, ana faaliyet alanlarında uygulama gücünü artırma, farklılaştırıcı yetkinlikler geliştirme, iş modellerini iyileştirme ve inorganik büyüme fırsatlarını değerlendirme başlıklarına odaklanmaları önem taşıyor."

EY-Parthenon Türkiye Şirket Ortağı Kağan Karamanoğlu ise "Telekomünikasyon sektöründe büyümenin sınırları giderek bağlantı hizmetlerinin ötesine taşınıyor. Şirketler, sahip oldukları altyapıyı yeni teknoloji alanları ve farklı hizmetlerle birleştirerek müşterilerine daha geniş bir değer önerisi sunabilecekleri bir döneme giriyor. Siber güvenlikten yapay zekâ altyapısına, egemen buluttan bilgi işlem hizmetlerine uzanan bu yeni alanlar, telekomünikasyon şirketleri için önemli fırsatlar sunarken aynı zamanda iş modellerinin yeniden gözden geçirilmesini de gerektiriyor. Burada kritik konu ise yalnızca hangi alanlarda büyüme fırsatı bulunduğunu belirlemek değil; bu alanlarda nasıl farklılaşılacağını ve hangi ekosistem ortaklıklarıyla ölçekleme yapılacağını netleştirmek. Özellikle bulut ve yapay zekâ altyapısındaki gelişmeler, telekomünikasyon şirketlerinin teknoloji ekosistemindeki rolünü yeniden tanımlayabilecek bir potansiyel taşıyor" dedi.

Moka United, İşNet ile Ödeme Altyapısında Hız ve Güvenliği Bir Arada Sunuyor

Finansal teknolojiler dünyasında saniyelik bir kesinti veya tek bir güvenlik açığı bile büyük itibar kayıplarına yol açabiliyor. Binlerce üye iş yerine ve kullanıcıya 7/24 hızlı ve güvenli ödeme hizmetleri sunan Moka United, iş sürekliliğini ve siber güvenliğini İşNet'in güçlü teknoloji altyapısı ve güvenli çözümleriyle destekliyor.





"Saniyelik Kesintinin ya da Tek Güvenlik Açığının Mazereti Olamaz"

Moka United CIO'su Başak Yüzbaşıoğlu, fintek sektöründe hızın, güvenin ve sürekliliğin temel koşul olduğunu belirterek İşNet tercihlerini şu sözlerle açıklıyor:

"Fintek sektöründe saniyelik bir kesintinin ya da tek güvenlik açığının bile mazereti olamaz. Moka United olarak müşterilerimize hızlı, güvenli ve kesintisiz bir ödeme deneyimi sunmayı önceliklendiriyoruz. Bu nedenle altyapımızı ve güvenliğimizi şansa bırakmadan hem bünyemizdeki beyin takımımızla hem de sektörün önde gelen tedarikçileri ile çalışıyoruz. Tam da bu yüzden İşNet'i tercih ettik. Sektörümüz gereği Merkez Bankası gibi düzenleyici ve denetleyici kurumların ve PCI-DSS gibi uluslararası güvenlik standartlarının gerekliliklerine uyum sağlamak zorundayız. Hızla büyürken hem iş sürekliliğimizi destekleyecek yüksek erişilebilir bir altyapıya hem de siber tehditleri proaktif olarak yönetecek güçlü bir teknoloji ortağına sahip olduğumuz için şanslı hissediyoruz."

Ornis Vista Zafiyet Yönetimi ile Proaktif Siber Koruma

İşNet'in geliştirdiği **Ornis Vista Zafiyet Yönetimi** hizmeti, Moka United'ın siber güvenlik operasyonlarında görünürlüğü artırarak olası tehditlerin erken tespit edilmesine ve risklerin azaltılmasına katkı sağlıyor. Yüzbaşıoğlu, sistemin sunduğu katma değeri şöyle paylaşıyor:

"Siber güvenlikte proaktif olmak ve olası risklere hızla müdahale edebilmek kritik. İşNet'in Ornis Vista Zafiyet Yönetimi hizmeti sayesinde tüm dijital altyapımızdaki güvenlik açıklarını ve risk skorlarını merkezi bir arayüzden anlık olarak takip edebiliyoruz. Önceliklendirilmiş tehdit analizi sayesinde güvenlik ekibimiz potansiyel riskleri erken aşamada tespit ederek hızla aksiyon alabiliyor. Bu da operasyonel direncimizi ve güvenlik yetkinliklerimizi önemli ölçüde güçlendiriyor."

İşNet Satış Direktörü Pınar Tüfenkci, Ornis Vista platformunun işlevselliğine ilişkin şu vurguyu yapıyor:

"Günümüz siber tehdit ortamında reaktif yaklaşımlar yetersiz kalıyor. Ornis Vista Zafiyet Yönetimi ile kurumların tüm dijital varlıklarındaki risk parametrelerini tek platformdan skorlayıp önceliklendirerek, güvenlik ekiplerinin odaklanması gereken alanları netleştiriyoruz. Moka United'ın güvenlik altyapısını bu proaktif yaklaşımla güçlendirmek bizim için değerli bir başarı örneğidir."

TIER 4 Standartlarında Tam Güvenlik ve Kesintisiz Veri Akışı

İşNet'in global standartlardaki veri merkezi mimarisi, Moka United'a finansal süreçlerinde maksimum yedeklilik, güvenlik ve yüksek performans sağlıyor. Yüzbaşıoğlu sürecin detaylarını şu sözlerle aktarıyor:

"Verilerimizi ve kritik altyapımızı İşNet'in uluslararası TIER 4 ve ulusal TS EN 50600-3 sertifikalı veri merkezine taşımak, iş sürekliliğimizi ve altyapımızın dayanıklılığını güçlendirdi. Yüksek performanslı ve uluslararası standartlardaki bu fiziksel ve dijital koruma sayesinde, artan işlem hacmimizi güvenle yönetirken kullanıcılarımıza kesintisiz bir ödeme deneyimi sunmaya odaklanıyoruz."

İşNet: Güvenilir Teknoloji İş Ortağı

Finans sektörünün regülasyonlarına uyum gerekliliklerini gözeten ve kurumlara özel ölçeklenebilir çözümler sunan İşNet, Moka United'ın büyüme yolculuğundaki önemli teknoloji destekçilerinden biri olmaya devam ediyor.

İş birliğini özetleyen Yüzbaşıoğlu, İşNet ile çalışmanın sağladığı operasyonel konforu şöyle vurguluyor:
"İşNet, bizim için gözümüz arkada kalmadan yol aldığımız önemli bir teknoloji ortağı. İşNet; Ornis Vista ve TIER 4 sertifikalı veri merkezindeki barınma hizmeti gibi çözümleriyle altyapımızı güvenle yönetmemizi sağlarken, müşterilerimize hızlı ve yenilikçi ödeme çözümleri sunma yolculuğumuzda da bizi güçlü bir şekilde destekliyor. "

Advertorial

Kurumsal Bilgiyi Yapay Zekâya Taşırken Güvenden Ödün Vermemek



Emre Demiray
FileOrbis Kurucusu

FileOrbis'i kurarken yanıtını aradığımız soru şuydu: Kurumların, sahip oldukları bilgiye daha kolay ulaşmasını sağlarken bu bilgi üzerindeki kontrolünü nasıl koruyabiliriz? Bugün yapay zekâyla birlikte aynı soruyu soruyoruz. Çünkü teknoloji değişse de kurumların temel beklentisi değişmiyor: Bilgisini kullanabilmek, paylaşabilmek ve değere dönüştürmek; bunu yaparken güvenliğinden ödün vermemek. Kurumsal bilginin önemli bir bölümü hâlâ mevcut dosya sunucularında, ortak klasörlerde ve farklı dosya sistemlerinde yaşıyor. Yapay zekânın bu birikimi çalışanlar için daha erişilebilir hale getirmesi büyük bir fırsat. Ancak bu fırsatı değerlendirirken yanıtlamamız gereken çok önemli bir soru var: Hangi bilgiyi, hangi koşullarda yapay zekâya sunacağız?

Bağlantı Kurmak, Güvenli Veri Beslemek İçin Yeterli Değil

Yapay zekâ konuşulurken çoğu zaman modellerin yeteneklerine odaklanıyoruz. Oysa kurumsal kullanımda model kadar, onu besleyen verinin nasıl yönetildiği de belirleyici. Aynı şekilde, erişmemesi gereken içeriklere ulaşabilen bir uygulama da kurum için yeni riskler oluşturabilir. Bir dosya sunucusunu yapay zekâ uygulamasına bağladığımızı düşünelim. Bu sunucuda çalışanların günlük işlerinde kullandığı belgelerin yanında kişisel veriler, ticari sırlar veya paylaşımı kısıtlanmış bilgiler bulunabilir. Teknik bağlantıyı kurmuş olmamız, bu içeriklerin tamamının aktarılabileceği anlamına gelmez. Üstelik bir çalışanın dosyayı görmeye yetkili olması da o dosyanın her yapay zekâ ortamında kullanılabileceğini göstermez. Bu nedenle erişim yetkisiyle içerik politikasını birlikte ele almak gerekiyor. Kullanıcının hangi bilgiye ulaşabileceğini bilmeliyiz. Aynı zamanda o bilginin yapay zekâya gönderilmeye uygun olup olmadığını da değerlendirmeliyiz. Bizim güvenli veri beslemeden anladığımız, bu iki kontrolün veri akışı boyunca birlikte işlemesi.

Kurumların Çözmesi Gereken Asıl Sorun

Kurumların ihtiyacı yalnızca dosyalarını yapay zekâya açmak değil. Hassas bilgileri korumaları, kendi regülasyon ve uyum gereksinimlerini gözetmeleri, veri akışını izleyebilmeleri gerekiyor. Hangi içeriğin, hangi kuralla ve hangi uygulamaya sunulduğunun takip edilebilmesi de bu sürecin parçası. Bir başka konu ise güncellik. Kurumsal bilgi durağan değil; dosyalar değişiyor, yeni belgeler ekleniyor, mevcut içerikler güncelleniyor. Yapay zekânın beslendiği kaynağın da bu değişimi takip edebilmesi gerekiyor. Bütün bunları yaparken kurumların yıllar içinde kurdukları dosya altyapısını değiştirmesini beklemek de gerçekçi bir başlangıç değil. Biz, güvenli yapay zekâ kullanımının mevcut yatırımların üzerine inşa edilebilmesi gerektiğine inanıyoruz.

Mevcut Altyapıdan Kontrollü Bilgi Akışına

FileOrbis ile mevcut dosya sunucularına ve dosya sistemlerine bağlanarak kurumsal içeriğin yapay zekâ süreçlerinde güvenli biçimde kullanılmasını sağlıyoruz. Kurumlar, bilgi birikimlerini kullanıma açmak için tüm dosyalarını yeni bir depolama ortamına taşımak veya mevcut dosya sunucularını değiştirmek zorunda kalmıyor. Bizim rolümüz, bağlantının ötesinde bu bilgi akışını yönetilebilir hale getirmek. Dosyanın içeriğini, kullanıcı erişim yetkilerini ve kurumsal güvenlik politikalarını birlikte değerlendiriyoruz.

Böylece hangi bilginin kullanılabileceği, yalnızca teknik erişim imkânına göre belirlenmiyor; kurumun içerik ve paylaşım kuralları da sürece dahil ediliyor. İçerik tabanlı güvenlik politikaları ve hassas veri kontrolleri, yapay zekâya sunulabilecek bilgilerin yönetilmesine yardımcı oluyor. Dinamik yetkilendirme ve onay mekanizmaları, gerekli durumlarda ek kontrol sağlıyor. Denetim kayıtları da işlemlerin izlenebilirliğini destekliyor. Bu yapı, kurumların veri gönderimini kendi güvenlik politikaları ve regülasyon gereksinimleri doğrultusunda düzenleyebilmesine temel oluşturuyor.

Dört Ajanla Güncel Bilgiye Güvenli Erişim

Birlikte çalışan dört yapay zekâ ajanından oluşan mimarimiz, mevcut dosyaların yanı sıra yeni eklenen ve güncellenen içerikleri de değerlendiriyor. Böylece dosya ortamında yaşayan bilgi, yapay zekâ süreçleri için güncel bir kaynak olarak kullanılabiliyor. Çalışanlar kurumsal bilgiye doğal dilde sorular sorarak ulaşabiliyor. Ancak bu kolaylığın arkasında erişim yetkileri ve içerik politikaları bulunuyor. Her kullanıcı, yalnızca erişmeye yetkili olduğu ve kurum politikalarının kullanımına izin verdiği bilgilerden yararlanabiliyor. Benim için buradaki değer, kurumsal hafızayı günlük işlerin bir parçasına dönüştürebilmek. Yıllardır dosyalarda duran bilgiyi daha erişilebilir hale getirirken, hangi koşullarda kullanılacağını da kontrol edebilmek.

Müşterilerimizin Güveniyle Büyüyen Bir Yolculuk

Bu yaklaşımın temelinde, güvenli dosya yönetiminde yıllar içinde edindiğimiz deneyim var. Dosya sunucularında ve farklı depolama sistemlerinde dağınık halde bulunan yapısal olmayan verilerin tek bir merkezden, güvenle, regülasyonlara ve kurum politikalarına uygun biçimde yönetilmesini sağlamak her zaman önceliğimiz oldu. Yapay zekâ çağında da aynı ilkeyle ilerliyoruz: Güvenliği her adımın merkezine koyarak kurumların mevcut verilerinden en düşük maliyetle daha fazla değer üretmesini sağlamak her zaman önceliğimiz.

Bugün 30'dan fazla ülkede 500'ü aşkın kurumsal müşteriye ve 1 milyondan fazla son kullanıcıya ulaşmak bizim için çok önemli. Ancak bu yolculuğun en değerli tarafı, müşterilerimizin günlük işlerinde karşılık bulan çözümler geliştirebilmek.

Gartner Peer Insights™ 2026 Voice of the Customer for Document Management değerlendirmesinde ikinci kez Strong Performer olarak konumlanmamızı ve bölgesel değerlendirmede Customers' Choice unvanını elde etmemizi de bu açıdan değerlendiriyorum. Platformdaki 113 kullanıcı değerlendirmesi üzerinden aldığımız 5 üzerinden 4,9 puan, kullanıcılarımızın deneyimlerinden gelen güveni yansıtıyor. Geleceğe bakarken hedefimiz her zaman açık: Kurumların mevcut dosya altyapılarıyla yapay zekâ arasında güvenli, kontrollü ve sürdürülebilir bir bilgi akışı kurmak.

Çünkü kurumsal verinin geleceğinin, onu korurken güvenle değere dönüştürebilmekte yattığına inanıyorum.

Advertorial

İhtiyacınız Olan Tek Şey:

FileOrbis.

FileOrbis, dört yapay zekâ ajanını mevcut dosya sunucunuzla entegre ederek yeni eklenen ve güncellenen dosyaları sürekli olarak yapay zekâ kullanımına dahil eder. İçerik ve erişim yetkilerini denetleyip kurumsal güvenlik politikalarını uygulayarak kullanıcıların güncel bilgilere hızlı, pratik ve güvenli biçimde ulaşmasını sağlar.



Veri taşımanıza gerek yok.

Mevcut erişim yetkilerini değiştirmenize gerek yok.

Ek yapay zekâ yatırımına gerek yok.

Detaylı bilgi için:
www.fileorbis.com

TELEKOM

Vodafone Türkiye'nin servis geliri 84,8 milyar TL'ye ulaştı

Vodafone Türkiye, 2026-27 mali yılına ait ilk yarıyıl (Nisan-Eylül 2026) sonuçlarını açıkladı. Şirketin servis gelirleri, bu dönemde 84,8 milyar TL olarak gerçekleşti. Diğer yandan, Faiz, Amortisman ve Vergi Öncesi Kâr (FAVÖK) 29,5 milyar TL* oldu. UMS 29 (Yüksek Enflasyonlu Ekonomilerde Finansal Raporlama ile İlgili Uluslararası Muhasebe Standardı 29) etkisinden arındırılmış servis gelirleri ise 81,4 milyar TL, FAVÖK ise 35,4 milyar TL olarak kaydedildi. Vodafone Türkiye'nin mobil abone sayısı 25,4 milyona ulaşırken, M2M dahil toplam mobil abone sayısı 32,7 milyon oldu. Şirketin faturalı abone sayısı 21,9 milyona yükselirken, toplam bazının %86,3'ünü faturalı aboneler oluşturdu.

Genişbant teknolojilerinde de müşterilerine en iyi hizmeti sunmaya devam eden Vodafone Türkiye'nin sabit genişbant abone sayısı 1,3 milyon olarak gerçekleşti. Müşterilerine sunduğu dijital deneyimi sürekli geliştiren Vodafone'un Vodafone Yanımda ve Online Self Servis gibi dijital kanallarını kullanan aylık aktif müşteri sayısı 18.2 milyona ulaştı. Vodafone'un dijital kanallarını kullanan müşterilerinin aylık toplam etkileşimi ise 289 milyonu aştı. 2026-27 mali yılının ilk yarısında Vodafone Türkiye müşterilerinin toplam mobil data kullanımı 3.442 petabyte olarak gerçekleşti. Vodafone Türkiye, bu dönemde dijital servislerde de önemli gelişme kaydetti. Vodafone'un yeni nesil mobil finans çözümü Vodafone Pay'in ürünlerini kullanan toplam kullanıcı sayısı 10.7 milyona ulaştı.

TOBi 6.2 milyon müşteriyle etkileşime geçti

Vodafone'un 1.000'e yakın farklı işlem yapabilen yapay zekâ tabanlı kişisel dijital asistanı TOBi, ilk yarıyılda aylık ortalama 6.2 milyon müşteriyle etkileşime geçti ve 16 milyon kez konuşma başlattı. Temel müşteri süreç ve talepleri kapsamında TOBi'ye gelen başvuruların %92'si ilk temas anında çözüme kavuşturuldu. TOBi üzerinden sunulan tarife değişikliği, ek paket satın alma, faturasız hatlar için TL yükleme gibi self servis çözümlerin toplam işlem sayısı 1.2 milyona ulaştı. TOBi, artan kullanımı ve kolay çözüm önerileri ile müşterilerin temel konularını hızlıca çözebilirken, müşteri temsilcilerinin de uzmanlık gerektiren diğer taleplere odaklanmasını sağladı. Vodafone ve DAMAC Digital işbirliğiyle hayata geçirilen İzmir Veri Merkezi'nin 100 milyon dolarlık yatırımla tamamlanan ilk fazı hizmete açıldı. Vodafone'un Türkiye'deki altıncı veri merkezi olan tesis, 7 bin 500 metrekarelik alanı, 650'den fazla kabineti, uluslararası standartlardaki kesintisiz çalışan altyapısı ve yapay zekâ iş yüklerine uyumlu ölçeklenebilir mimarisiyle Türkiye'nin artan veri işleme ve bulut bilişim ihtiyacına yanıt verecek. Başlangıçta 4 MW kapasiteyle hizmet verecek merkezin kapasitesinin kısa süre içinde 20 MW'a çıkarılması planlanıyor. Vodafone Türkiye CEO'su Engin Aksoy, 2026-27 mali yılı ilk yarıyıl sonuçlarını şöyle değerlendirdi: "Ülkemizin potansiyeline ve geleceğine duyduğumuz güvenle bugüne kadar reel değeri 600 milyar TL'yi aşan yatırım yaptık. Mobil iletişim teknolojilerindeki uzmanlığımızla müşterilerimizin dijital deneyimini sürekli geliştiriyoruz. Müşterilerimiz için daha fazla değer yaratma anlayışıyla çalışmaya devam ettiğimiz mali yılımızın ilk yarısında servis gelirlerimiz 84,8 milyar TL olarak gerçekleşti. Aynı dönemde dijital kanallarımızı kullanan aylık aktif müşteri sayımız ise 18.2 milyona ulaştı. Dijital teknolojilerin gücüyle kullanıcılarımızın hayatını kolaylaştırmaya devam edeceğiz."



Vodafone Türkiye CEO'su
Engin Aksoy

Robotik Türkiye Platformu kuruldu

Türkiye Bilişim Vakfı (TBV) tarafından kurulan Robotik Türkiye Platformu, fiziksel yapay zekâ ve robotik alanında çalışan kurumları bir araya getirmek üzere çalışmalarına başladı. Sanayi kuruluşları, robot üreticileri, entegratörler, girişimler, akademi, yatırımcılar ve kamu arasında bağlantı kurmayı amaçlayan platform, alandaki ihtiyaçların ve mevcut çözümlerin buluşmasını hedefliyor.

Fiziksel yapay zekâ; temelde kamera ve sensörler aracılığıyla çevresini algılayan ve fiziksel dünyada görev yerine getiren sistemleri kapsıyor. Bu teknolojiler fabrikalardan depolara, hastanelerden tarım alanlarına kadar farklı sektörlerde kullanılıyor. Türkiye'de de bu alanda çalışan kurumlar bulunmasına karşın, çözüm geliştirenlerle bu çözümlere ihtiyaç duyan kurumların bir araya gelmesi her zaman kolay olmuyor. Robotik Türkiye Platformu, kurumlar arasındaki iş birliğini geliştirmeyi ve geliştirilen çözümlerin uygulamaya geçirilmesini desteklemeyi amaçlıyor.

Lansmanda platformun kuruluş vizyonunu paylaşan TBV Yönetim Kurulu Başkanı Faruk Eczacıbaşı, "Dönüşümün kuralları yazılırken Türkiye de bu küresel masada yerini alsın istiyoruz. Robotik Türkiye Platformu'nu bu amaçla kurduk" dedi. Dünya çapında öncü çalışmalarıyla bilinen bilim insanı Prof. Dr. Metin Sitti, platformun devreye alınmasıyla ilgili şunları söyledi: "Fiziksel yapay zekâ ve robotik, yalnızca endüstriyel bir otomasyon aracı değil; ülkelerin ekonomik ve teknolojik bağımsızlığının en temel yapı taşıdır. Akıllı sistemler çevresini algılayıp fiziksel dünyada katma değer üretebilecek kabiliyete ulaştı. Türkiye; öncü akademik araştırmaları, güçlü sanayi altyapısı, genç yetenekleri ve dinamik girişim ekosistemiyle bu alanda çok ciddi bir avantaja sahip.

Robotik Türkiye Platformu; dağınık haldeki bu muazzam enerjiyi aynı hedefe yönlendirerek laboratuvardaki araştırmaları günlük hayatımıza, fabrikalara, hastanelere ve küresel pazarlara taşıyacak kritik bir köprü işlevi görecektir." Togg'un sponsorluğunda, 30'a yakın uzmanın katkısıyla hazırlanan Türkiye Robotik Ekosistemi Raporu da lansmanda kamuoyuyla paylaşıldı. Rapora göre, küresel robot talebi son 10 yılda iki katından fazla arttı. Türkiye'de ise 2025 yılında 3 bin 194 endüstriyel robot kurulumu gerçekleşti.

Rapor, Türkiye'nin robotik alanında uygulama ve entegrasyon konularında edindiği birikimi ortaya koyuyor. Bu birikimin bileşen ve robot üretiminin geliştirilmesi ile Türkiye'nin küresel robotik pazarındaki payının artırılması açısından önemli bir temel oluşturduğu belirtiliyor.

Mad Cat Labs

Mad Cat Labs, NVIDIA Inception Programı'na Katıldı

AGI Global grubunun yapay zeka şirketi, NVIDIA'nın eğitim, yazılım ve donanım kaynaklarını kurumsal projelerinde ve ürünlerinde kullanacak.



My MarketingMix
Pazarlama ekipleri için yapay zeka platformu

Voicly
Etkinlikler için anlık yapay zeka tercümesi

doctor finetuner
Kurum belgelerinden model eğitim verisi

weharness
Yapay zeka ajanı geliştirme platformu

İstanbul merkezli yapay zeka şirketi Mad Cat Labs, NVIDIA'nın girişimlere yönelik NVIDIA Inception programına kabul edildi. Şirket, programın sağladığı kaynakları kurumsal yapay zeka projelerinde ve kendi ürünlerinde kullanacağını açıkladı.

Program, üyelerine NVIDIA Deep Learning Institute eğitimleri, yazılım geliştirme kitleri, seçili NVIDIA donanım ve yazılımlarında tercihli fiyat ve yatırımcı ağına erişim sağlıyor.

Mad Cat Labs AI & Data Systems Managing Director'ı Ertunç Ererdi, kurumların yapay zekayı kendi verileriyle ve kendi kontrollerinde çalışan ürünlerde kullanmak istediğini söyledi.

Mad Cat Labs, 2026'da AGI Global grubunun yapay zeka Ar-Ge şirketi olarak kuruldu. 2013'ten bu yana faaliyet gösteren grup, Link Dijital ile Türkiye'de, Tier 2 Global ile Orta Doğu ve Kuzey Afrika'da hizmet veriyor.

Hizmetler ve altyapı. Şirket; yapay zeka stratejisi, veri hazırlama, büyük dil modeli ince ayarı, RAG sistemleri ve yönetilen hizmetler alanlarında kurumlara proje geliştiriyor. Şirketin açıklamasına göre açık kaynak dil modelleri, NVIDIA H200 GPU'lardan oluşan kendi altyapısında ve kendi geliştirdiği çıkarım yönetim paneliyle çalıştırılıyor.

Hassas veriyle çalışan müşteriler için sistemler kurum içinde ya da müşterinin kendi bulut hesabında kuruluyor.

Ürünler. Şirketin ürünleri arasında pazarlama ekiplerine yönelik My Marketing Mix (MMX) bulunuyor. MMX; strateji, kreatif üretim, kampanya yönetimi ve raporlamayı tek platformda topluyor.

Etkinlikler için geliştirilen Voicly, konuşmaları 20'den fazla dile anlık olarak çeviriyor. Katılımcılar QR kodu okutarak çeviriyi telefonlarından altyazı ya da ses olarak takip edebiliyor.

> **Kurumlar artık yapay zekayı denemek değil, kendi verisiyle ve kendi kontrolünde çalışan ürünlerle iş sonucu almak istiyor. İstanbul'da geliştirdiğimiz ürünleri, farklı pazarlardaki müşterilerimizin altyapısında ölçülebilir faydaya dönüşecek şekilde sunmayı hedefliyoruz.**
>
> **Ertunç Ererdi**
> Managing Director, AI & Data Systems, Mad Cat Labs

Doctorfinetuner, kurum belgelerinden model eğitimi için veri seti hazırlıyor. WeHarness ise yazılım ekiplerinin yapay zeka ajanı sistemlerini kurmasına yardımcı oluyor; projeyi inceleyip mimari öneriyor ve sonucu test ediyor.

Şirket, program kaynaklarını model eğitimi ve çıkarım çalışmalarında ve ürünlerinin yurt dışı pazarlara açılmasında kullanmayı planlıyor.

Mad Cat Labs | NVIDIA Inception Program

Demo ve pilot için
madcatlabs.com/contact

Advertorial

© 2026 NVIDIA, the NVIDIA logo, and DGX Spark are trademarks and/or registered trademarks of NVIDIA Corporation in the U.S. and other countries.

TÜRK TİCARET BANKASI

Finans Sektöründe Kesintisiz Hizmet ve Siber Güvenlik: Türk Ticaret Bankası & İşNet İş Birliği

Türk Ticaret Bankası'nın Bilgi Teknolojileri altyapısının ilk kurulum süreci, bankanın BT ekipleri ile İşNet liderliğindeki konsorsiyumun iş birliğiyle planlanan takvim doğrultusunda tamamlandı. Bu süreçte, İşNet proje koordinasyonunu üstlenirken Morten ağ altyapısı ve Mayasoft sistem altyapısı alanlarında katkı sağladı. Bu iş birliğinin yakın dönemdeki önemli adımlarından biri de bankanın Felaket Kurtarma Merkezi'nin (DRC) taşınması oldu.

Kuruluştan İtibaren Uçtan Uca Bütünleşik Altyapı ve Zamanında Teslim Başarısı

Bir bankanın kuruluş dönemi; altyapı mimarisinin sıfırdan planlandığı, yüksek güvenlik standartlarının sağlandığı ve zamanla yarışılan en kritik evredir. Türk Ticaret Bankası'nın, Türkiye genelindeki yaygınlaşma stratejisi doğrultusunda yürütülen ilk kurulum çalışmaları, bankanın BT ekipleri, İşNet ve konsorsiyum paydaşlarının iş birliğiyle gerçekleştirildi. Farklı uzmanlık alanlarına sahip ekiplerin koordinasyonuyla ilk kurulum projeleri, belirlenen takvim doğrultusunda zamanında tamamlandı.

Kuruluş sürecinden itibaren Türk Ticaret Bankası'nın teknoloji altyapısına yönelik kritik hizmetler, bankanın ihtiyaçları doğrultusunda İşNet ve konsorsiyum paydaşlarının iş birliğiyle bütünleşik bir hizmet yapısı içinde sunuldu:

- **Veri Merkezi Hizmetleri:** Bankacılık uygulamalarının ve kritik verilerin yüksek erişilebilirlikle, uluslararası standartlarda barındırılması.
- **Sunucu ve Veri Depolama (Storage) Altyapısı:** Yüksek performanslı sunucu mimarisi ve ölçeklenebilir veri depolama çözümleriyle veri işleme kapasitesinin ve iş sürekliliğinin güvence altına alınması.
- **Ağ (Network) Yönetimi:** Genel Müdürlük ile tüm şube ağı arasındaki yüksek hızlı, yedekli ve uçtan uca yönetilen iletişim altyapısının tesisi.
- **Ağ Güvenliği:** Şubeler ve merkez arasındaki tüm veri trafiğinin üst düzey güvenlik protokolleriyle korunması.
- **Kapsamlı ve Detaylı İzleme:** Tüm ağ, sunucu, storage ve sistem bileşenlerinin 7/24 esasına göre anlık ve detaylı performans takibi.
- **Siber Güvenlik Operasyon Merkezi (SOC):** Tehditlerin proaktif tespiti, analizi ve siber güvenlik operasyonlarının kesintisiz yönetimi.

Barış Yıldırım – Türk Ticaret Bankası BT Altyapı Direktörü

Bankacılık sektöründe altyapı ve güvenlik ortağı seçerken hangi kriterleri ön planda tuttunuz?

"Türk Ticaret Bankası olarak teknoloji altyapımızı geliştirirken güvenlik, operasyonel süreklilik, ölçeklenebilirlik ve kontrollü değişiklik yönetimini önceliklendiriyoruz. Bu doğrultuda teknoloji iş ortaklarımızla yakın koordinasyon içinde çalışıyor, projelerin belirlenen takvim ve gereksinimler çerçevesinde ilerlemesine önem veriyoruz.

İlk kurulum sürecinde de bizim için temel kriterler; güvenli ve sürdürülebilir bir altyapı kurulması, hizmet sürekliliği, ihtiyaçlarımıza hızlı yanıt verilebilmesi ve projenin planlanan takvimde tamamlanmasıydı.

İşNet'in ilk kurulum sürecinde üstlendiği proje koordinasyonu bu hedeflere ulaşmamızda önemli rol oynadı. Bankamızın BT ekipleri ile Morten ve Mayasoft'un kendi uzmanlık alanlarındaki katkılarıyla kurulum sürecini zamanında tamamladık.

Bugün de teknoloji altyapısının işletilmesinde, altyapının günlük operasyonlarda sağlıklı çalışması, performans ve kapasitesinin düzenli izlenmesi ve risklerin değerlendirilmesi ve operasyonel süreçlerin kontrollü yürütülmesi önceliklerimiz arasında yer alıyor.

Teknoloji altyapımızı bankamızın operasyonel ihtiyaçları ve iş sürekliliği hedefleri doğrultusunda geliştirmeyi sürdürüyoruz Mevcut Felaket Kurtarma Merkezimizin taşınması, bu yaklaşım kapsamında farklı ekiplerin koordinasyonuyla yürütülen önemli çalışmalardan biri oldu. Teknoloji altyapımızı bankamızın operasyonel ihtiyaçları ve iş sürekliliği hedeflerimiz doğrultusunda geliştirmeyi sürdürüyoruz"

Bankanızın hizmet sürekliliğini güçlendiren başlıca altyapı projeleri hangileri oldu?

"Öne çıkan projelerimizden biri, ana dijital bankacılık kanallarımızı iki veri merkezinden aktif-aktif mimariyle sunmaya başlamamız oldu. Küresel sunucu yük dengeleme (GSLB) altyapımız, müşteri trafiğini ana veri merkezimiz ile Felaket Kurtarma Merkezimiz arasında yönlendiriyor.

Böylece her iki merkezimiz de günlük operasyonlarda aktif olarak hizmet sunuyor. Ana dijital kanallarımızda devreye aldığımız bu mimariyi yaygınlaştırmaya yönelik çalışmalarımız sürüyor. Veri tabanı katmanında ise sistemin ihtiyaçlarına uygun ayrı bir iş sürekliliği modeli uyguluyoruz.

Şubelerimizde yazılım tanımlı geniş alan ağı (SD-WAN) altyapısını devreye aldık. Bu sayede şubelerin ana ve yedek bağlantılarını merkezi olarak yönetebiliyor, kritik bankacılık işlemlerine ağ üzerinde öncelik tanıyabiliyoruz. Örneğin bir şubenin ana bağlantısında sorun yaşandığında trafik doğrudan yedek bağlantıya yönlendirilebiliyor. Kullanılabilir kapasitenin azaldığı durumlarda, müşteriye hizmet veren uygulamaların önceliğini koruyabiliyoruz.





Barış Yıldırım
Türk Ticaret Bankası
Bilgi Teknolojileri Altyapı Direktörü

Emrah Yılmaz
İşNet
Teknoloji Direktörü

Bir diğer önemli adımımız, yazılım tanımlı veri merkezi ağını (SDN) devreye almak oldu. Bu altyapı sayesinde, uygulamaların hangi sistemlerle iletişim kurabileceğini merkezi politikalar üzerinden belirleyebiliyoruz. Örneğin yeni bir dijital hizmet devreye alındığında, ihtiyaç duyulan ağ bağlantılarını önceden tanımlanmış standartlar çerçevesinde oluşturabiliyoruz. Böylece bankamızın teknolojik altyapısı büyürken ağ yönetimini daha esnek, tutarlı ve kontrollü biçimde sürdürebiliyoruz.

Altyapının sağlığını ve performansını İşNet NOC ekibinin 7/24 izlediği bir yapıda kurduk. Ekiplerimiz, örneğin bir iletişim hattında yoğunluğun düzenli olarak arttığını gördüğünde bunun nedenini inceleyebiliyor, müşteri işlemleri etkilenmeden trafik önceliklerini düzenleyebiliyor veya kapasite artışını planlayabiliyor. Böylece izleme verilerini hem günlük müdahalelerde hem de yatırım kararlarımızda kullanıyoruz."

İşNet Teknoloji Direktörü Emrah Yılmaz:

Finans sektörünün yüksek güvenlik ve regülasyon gereksinimlerini karşılamak nasıl bir yaklaşım gerektiriyor?
"Finans sektörü; güvenlik, hizmet sürekliliği ve ilgili düzenlemelere uyum açısından yüksek standartlar gerektiriyor.

Türk Ticaret Bankası'nın yeniden faaliyetlerine başlamasından itibaren veri merkezi, sunucu/storage yönetimi, ağ yönetimi, ağ güvenliği, izleme ve SOC gibi kritik BT altyapı süreçlerini bankanın BT ekipleriyle birlikte ortak bir disiplinle yönetiyoruz.

İlk kurulumdaki zamanında teslim başarımızın ardından, bankanın BT ekiplerinin yönetim ve gözetiminde, konsorsiyum paydaşlarımızla birlikte altyapının geliştirilmesine ve operasyonel sürekliliğe katkı sunmaya devam ediyoruz."

Bankacılık Hizmetlerinde Kesinti Yaşanmadan Tamamlanan DRC Taşıması
Bu teknoloji ortaklığının yakın zamandaki en kritik aşamalarından biri Felaket Kurtarma Merkezi (DRC) taşıma operasyonu oldu.

Bankacılık işlemlerinin anlık olarak devam ettiği bir ortamda, fiziksel ve sanal sunucuların, veri depolama birimlerinin ve ağ bağlantılarının taşındığı DRC operasyonu, İşNet'in koordinasyonunda, bankanın BT ekipleri ve konsorsiyum paydaşlarının ortak çalışmasıyla bankacılık hizmetlerinde kesinti yaşanmadan başarıyla tamamlandı.

Türk Ticaret Bankası; bugün veri merkezi ve sunucu/storage operasyonlarını, uçtan uca yönetilen network altyapısını, gelişmiş ağ güvenliği çözümlerini, 7/24 esasına dayalı SOC hizmetini ve izleme altyapısını İşNet uzmanlığı ile kullanmaya devam ediyor.

İşNet ve konsorsiyum paydaşlarının farklı uzmanlık alanlarındaki katkılarıyla yürütülen bu çalışmalar, Türk Ticaret Bankası'nın teknoloji altyapısının kurulması, işletilmesi ve geliştirilmesi süreçlerini destekliyor.

Bankanın BT ekipleriyle koordinasyon içinde sürdürülen iş birliği; sistemlerin performansının izlenmesi, operasyonel ihtiyaçların karşılanması ve hizmet sürekliliğinin desteklenmesi açısından önemli bir rol üstleniyor.

İşNet'in Finansal Teknolojilerdeki Stratejik Uzmanlığı
İşNet, finans sektörünün regülasyon ihtiyaçlarına ve yüksek performans beklentilerine tam uyumlu kurumsal çözümler sunmaktadır.

İşNet; finansal kuruluşların teknoloji altyapılarının oluşturulması ve işletilmesi süreçlerinde; güvenlik, hizmet sürekliliği ve operasyonel verimlilik odaklı çözümleriyle uçtan uca teknoloji hizmetleri sağlamaktadır.

İşNet'in finansal kurumlara sunduğu hizmet yapısının arkasında şu temel yetkinlikler yer almaktadır:

- **Tier Standartlarında Veri Merkezi:** Bankacılık sektörünün yüksek erişilebilirlik gereksinimleri doğrultusunda; yedekli enerji, iklimlendirme ve uluslararası standartlarda fiziksel güvenlik katmanlarıyla donatılmış veri merkezi hizmetleri sunulmaktadır.

- **Gelişmiş SOC Yetkinliği:** Finans sektörüne yönelik hedefli siber saldırılar karşısında, İşNet'in Siber Güvenlik Operasyon Merkezi (SOC) 7/24 esasıyla anlık tehdit analizi, anomali tespiti ve proaktif savunma mekanizmaları işletmektedir.

- **Ağ Yönetimi:** Genel müdürlük ile şubeler arasında yüksek hızlı, güvenli, yedekli bir iletişim ağı (network) mimarisi tesis edilmektedir.

- **BDDK ve KVKK Mevzuatına Tam Uyum:** Finansal kuruluşların tabi olduğu yasal düzenlemeler ve denetim kriterleri göz önünde bulundurularak, tüm veri işleme, saklama ve iletim süreçleri ilgili regülasyonlara tam uyumlu bir disiplinle yönetilmektedir.



Advertorial

Bir Şirket, Perşembe Günleri Karar Vermeyi Yasakladı

Bu içerik yapay zeka tarafından oluşturulmuştur.

İnsan zekası ile yapay zekanın ürettiği içerikler arasındaki farkları ve gelişmeleri görebilmeniz açısından **BThaber AI Muhabiri** tarafından hazırlanan içerikleri (üzerinde hiçbir düzenleme yapılmadan) bu sayfada bulabilirsiniz.

Şirketin yeni çalışma düzeni pazartesi sabahı duyuruldu. Perşembe günleri teklif onaylanmayacak, işe alım kararı verilmeyecek, proje bütçesi değiştirilmeyecekti. Toplantı sonuçları en erken cuma yürürlüğe girecekti. Gerekçe, çalışanların haftanın dördüncü gününde daha kötü karar verdiğini gösteren bir araştırmaydı.

İnsan kaynakları sunumunda araştırmanın adı, tarihi ve kaynak bağlantıları vardı. Bir danışmanlık raporu da aynı sonucu destekliyordu. Karara itiraz eden bir yöneticiye, “Bir görüşe göre hareket etmiyoruz, kanıtı var” cevabı verildi.

İlk perşembe sorun çıkmadı. İkinci hafta bir müşterinin teklifi bekletildi. Üçüncü hafta herkes önemli kararları çarşambaya yığmaya başladı. Takvimde yeni bir yoğunluk oluştu. Kararların iyileşip iyileşmediği bilinmiyordu ama herkes yeni takvime alışıyordu.

Bir çalışan asıl araştırmayı okumak istedi. Sunumdaki bağlantı bir yönetim dergisinin yazısına gidiyordu. Dergi, bir danışmanlık raporunu kaynak gösteriyordu. Raporun dipnotunda ise bir üniversite çalışmasının özeti vardı. Tam metne ulaşılamıyordu.

Üniversitenin sitesinde araştırma görünmüyordu. Yazarlara ulaşılamadı. Deneyin koşulları bilinmiyordu. Buna rağmen bulgu farklı dillerde yazılmış bloglarda, eğitim sunumlarında ve bir iş dünyası kitabında yer alıyordu. Her yeni metin, öncekileri kanıt sayıyordu.

Sonunda ilk iz bulundu. Bir içerik üreticisi, yapay zekâdan karar yorgunluğu hakkında örnek bir rapor istemişti. Sistem, gerçek bir olguyla kulağa makul gelen bir hafta düzenini birleştirmiş; buna uygun bir araştırma adı üretmişti. Metin kontrol edilmeden yayımlanmıştı.

İlk yazıda olmayan kaynak ayrıntıları, sonraki özetlerde tamamlanmıştı.

Şirketin doğrulama sistemi de bilgiyi güvenilir bulmuştu. Aynı sonuç çok sayıda farklı sitede geçiyordu. Sayfalar farklıydı. Bilginin kökü ise tekti.

Bir yanlış, önce alıntıya, sonra kaynağa dönüşmüştü. Şirket konuyu incelemek için yeni bir rapor hazırlattığında karşısına çıkan ilk sonuçlardan biri kendi çalışma düzenini anlatan haberdi. Artık şirketin kararı da perşembe günlerinin sakıncalı olduğuna ilişkin bir örnek olarak gösteriliyordu.

Yönetim eski düzene dönmeyi tartışırken bu kez başka bir itiraz geldi: Çalışanlar yeni takvime alışmıştı. Müşterilere süreç anlatılmış, iş akışları değiştirilmişti. Araştırmanın yapılmamış olması, yarattığı düzeni ortadan kaldırmıyordu.

Perşembe kararlarını yasaklayan bu şirket ve araştırmanın dolaşım hikâyesi kurgusal. Ancak üretken yapay zekânın gerçekte bulunmayan araştırmalar ve inandırıcı kaynak künyeleri üretebildiği bilimsel incelemelerle gösterilmiş durumda. Buradaki gelecek ihtimali, böyle bir hatanın yalnızca okunması değil, tekrar tekrar alıntılanarak kurumsal kararın dayanağına dönüşmesi.

Bilgiye güvenmek için çoğu zaman kaç yerde karşımıza çıktığına bakıyoruz. Oysa on ayrı ekran, on ayrı tanık demek olmayabilir. Aynı cümlenin farklı üsluplarla yeniden yazılması, ona yeni bir deney, yeni bir gözlem veya yeni bir doğrulama eklemez.

Bir gün çalışma takviminiz, okulunuzun programı veya satın aldığınız hizmet böyle bir bilgiye göre düzenlendiğinde, hatayı düzeltmek için internetten bir cümleyi silmek yetmeyecektir.

O cümlenin dünyada değiştirdiği şeyleri de geri almak gerekecektir.

Belki bundan sonra bir bilginin güvenilirliğini anlamak için “Kaç kişi bunu söylüyor?” sorusu yeterli olmayacak.

“İlk söyleyen, bunu nereden biliyordu?” diye de sormamız gerekecek.



BThaber AI Muhabiri

Connect



Schneider Electric

BThaber C-Connect Buluşmaları: AI çağında IT ve OT

Yapay zeka teknolojilerinin sanayi ve bilişim dünyasını yeniden tanımladığı bu dönemde, bilgi teknolojileri (IT) ile operasyonel teknolojilerin (OT) entegrasyonu modern kurumlar için kritik bir dönüm noktasını temsil ediyor. Schneider Electric Türkiye sponsorluğunda düzenlenen BThaber C-Connect Buluşması'nda bir araya gelen teknoloji liderleri; artan regülasyonlar ve izlenebilirlik talepleri karşısında hantallaşan geleneksel sistemlerin operasyonel çevikliğe etkilerini, dijital dönüşümün başarısında teknoloji, dönüşüm yönetimi ve kurum kültürünün oynadığı belirleyici rolleri derinlemesine masaya yatırdı.

Altyapıların yapay zeka destekli veri odaklı karar mekanizmalarına hazır bulunuşluğunun ve IT - OT birleşiminin vizyoner boyutlarıyla tartışıldığı etkinlik, dijital çağda sürdürülebilir rekabet avantajı elde etmek isteyen tüm organizasyonlar için stratejik bir yol haritası sunuyor.

ETKİNLİĞE KATILAN YÖNETİCİLER

- Ali Pala - Bayer Türkiye Orta Doğu ve Kuzey Afrika IT Lideri
- Emir Erkara - Polonez - Trakya Et ve Süt Ürünleri IT Müdürü
- Erdem Taşkıran - Tahsildaroğlu Bilgi İşlem Yöneticisi
- Hülya Erginler - Yörpaş Grup IT Direktörü
- Murat Atasoy - Ida Process Kurucu Ortağı
- Mücahit Bedir - Uludağ İçecek Dijital Çözümler Müdürü
- Nilüfer Yaşar - Schneider Electric CPG Segment Lideri
- Tarkan Ateşoğlu - Lila Group IT Grup Müdürü
- Timur Karaman – Tiryaki Agro IT Direktörü,
- Tolga Tırpan - Bilim İlaç IT Direktörü







Çalışan Sistemleri Geliştirmek Gerekiyor



Erdem Taşkıran
Tahsildaroğlu Bilgi İşlem Yöneticisi

“Tahsildaroğlu oldukça geleneksel bir aile şirketi. Böyle yapılarda yeni bir teknolojiyi veya çalışma biçimini kabul ettirmek her zaman kolay olmuyor. IT olarak doğrudan yönetim kuruluna bağlı olmamızın bu nedenle önemli olduğunu düşünüyorum. Aksi durumda organizasyonun farklı noktalarından gelen beklentiler ve kararlar IT’nin hareket alanını ciddi biçimde zorlaştırabiliyor. Yönetim kurulunun desteğini aldığınızda ise dönüşümü gerçekleştirmek daha mümkün hale geliyor. Legacy sistemlere karşı değilim; çalışan sistemleri mümkün olduğunca geliştirmekten yanayım. Kariyerim boyunca çok eski teknolojilerin doğru müdahalelerle çalışmaya devam ettiğini gördüm.

Bizim neslimizde ‘Çalışıyorsa dokunma’ yaklaşımı oldukça güçlüdür. Bir sistemi tamir edip yeniden kullanmaya alışığız. Ancak bugün bunun yanına değişimi de koymak gerekiyor. Özellikle güvenlik tarafında eski sistemleri yalnızca çalışıyor oldukları için korumak ciddi risk yaratabiliyor. Kurumların bazen bir güvenlik problemi yaşamadan gerekli yatırımların önemini anlamakta zorlandığını da tecrübelerimizden biliyoruz.

Pandeminin başladığı Mart 2020’de Tahsildaroğlu’nda göreve başladım. O dönemde uzaktan veya hibrit çalışma kültürü dahi bulunmuyordu. Şirketin önceki kuşağında bilgisayarla çalışan bir kişinin gerçekten çalışıp çalışmadığının sorgulandığı bir kültürden geliyoruz. Bugün ikinci kuşak yönetimle birlikte bu yaklaşım değişiyor ancak geleneksel yapı hâlâ doğal olarak kurum kültürünün bir parçası. Bu nedenle dijital dönüşümde en önemli konulardan biri kesinlikle kurum kültürü.

Üretim ve OT tarafında ise geliştirmemiz gereken önemli bir alanımız var. Süt ürünleri üretiyoruz ve özellikle paketleme süreçlerinde otomasyonu artırmak en önemli hedeflerimizden biri. Bugün hâlâ geleneksel üretim yöntemlerinin kullanıldığı noktalarımız bulunuyor. Bunun yanında üretim mühendislerimizle birlikte üretim veri panelleri gibi uygulamalar geliştiriyoruz. Yani geleneksel üretim yapısını adım adım dijitalleştirmeye çalışıyoruz.

ERP tarafında Logo kullanıyoruz. SAP ve HANA gibi alternatifleri de değerlendiriyoruz ancak burada yatırım maliyetleri doğal olarak belirleyici oluyor. Benzer bir tartışmayı uzun süredir on-prem ve cloud konusunda da yaşıyoruz. Cloud’a geçişi uzun süre anlatmaya çalıştık ancak on-prem yaklaşımı tercih edildi. Burada yalnızca ilk yatırım maliyetine değil, sistemin sürekliliği için daha sonra yapılacak yatırımlara da bakılması gerektiğini düşünüyorum. On-prem tercih ettiğinizde felaket kurtarma merkezinden altyapı yatırımlarına ve sertifikasyon ihtiyaçlarına kadar arka tarafta önemli bir maliyet ve operasyon oluşuyor.

Veri ve analitik tarafında da yatırımlarımız devam ediyor. Dış kaynaklardan destek alıyor, ERP ve SQL optimizasyonları gerçekleştiriyor ve analitik çözümler kullanıyoruz. Burada da teknoloji seçiminde yalnızca ürünün kabiliyetine değil, yatırımın şirket açısından sürdürülebilir olup olmadığına bakmak gerekiyor.

Sonuçta Tahsildaroğlu çok geleneksel bir şirket, ancak biz elimizden geldiğince dijital çağa ayak uydurmaya çalışıyoruz. Ben de yıllardır teknolojiyle çalışan biri olarak değişimin gerekli olduğuna inanıyorum. Eski sistemlerin hepsini yalnızca eski oldukları için ortadan kaldırmak doğru değil; çalışan ve değer üreten yapıyı koruyabilirsiniz. Fakat bunun sizi yeni teknolojilere kapatmaması gerekiyor. Özellikle üretim otomasyonu, veri analitiği, güvenlik ve altyapı tarafında dönüşüm kaçınılmaz. Bizim yapmaya çalıştığımız da geleneksel yapının güçlü taraflarını kaybetmeden, organizasyonu adım adım bu değişime hazırlamak.”

Connect

Veriyi Temizlemeyi Beklemeyin, Projeye Başlayın



Timur Karaman
Tiryaki Agro IT Direktörü

“Tiryaki Agro, 60 yılı aşkın geçmişiyle dünyanın önde gelen tarım ürünleri tedarik zinciri şirketlerinden biridir. Tiryaki Agro olarak, kaynağından pazara uzanan entegre yapımız ile dünyanın her yerinde beslenme çözümleri sunmak ve doğa ile uyumlu bir gıda geleceği kurmak hedefiyle çalışıyoruz.
Bu ölçek bize önemli bir şeyi gösteriyor: Dijitalleşme artık yalnızca IT’nin konusu değil; farklı coğrafyalardaki operasyonlarımızı aynı görünürlük ve karar alma kabiliyetiyle yönetebilmenin temel araçlarından biri. Global yapıda ve çeşitlilikte bir yapıyı yönetmek, farklı ülkelerin ihtiyaçlarına hızla yanıt vermeyi gerektiriyor. Bu nedenle dijital ve yapay zekâ yatırımlarımızı, coğrafyalar arasındaki görünürlüğü ve ortak karar alma kapasitemizi güçlendirecek şekilde kurguluyoruz.

Dijital Dönüşümde Belirleyici Unsur: Kurum Kültürü
Teknolojiyi satın almak görece kolay. Asıl zor olan, kurumun o teknolojiyi kullanma biçimini değiştirmek. Bu nedenle dijital dönüşümde belirleyici unsurun teknoloji değil, kurum kültürü olduğuna inanıyorum. Üretim tesislerimizde dijitalleşme yolculuğumuz devam ediyor; her tesisimiz bu yolculuğun farklı bir aşamasında. Yakın dönemde bünyemize kattığımız bir tesiste çalışanların dijitalleşme, makinelerden otomatik veri alma ve oluşturdukları gösterge panolarıyla operasyon yönetimi konularındaki deneyimi, grup genelindeki dönüşümümüze de ivme kazandırıyor. Daha önce gündeme gelmeyen uygulamalar artık çalışanlar tarafından talep ediliyor. Bu farklılıkları daha çok birer öğrenme alanı olarak görüyoruz.
Irak’ın Basra kentindeki Umm Qasr Limanı’nda bulunan tesisimizi devreye almadan önce operasyon süreçlerini ekiplerimizle birlikte ayrıntılı biçimde tanımladık. Tesis devreye alındıktan yaklaşık üç ay sonra yönetimimizden şu talep geldi: “Her an orada olamayacağıma göre, fabrikayı her an görebilmeliyim.” Bu ihtiyaçtan yola çıkarak Üretim Yürütme Sistemi (MES) projesini başlattık. Böylece tesiste olup bitenleri tablet veya bilgisayar üzerinden anlık olarak izleyebileceğimiz bir yapı kurduk. Bu örnek, dijital dönüşümde kurum kültürünün ve yönetimin görünürlük beklentisinin proje önceliklerini ve uygulama hızını doğrudan etkilediğini gösteriyor.

Yapay Zekâ Yolculuğu: Farklı Bir Yol
Veri odaklı karar alma ve yapay zekâ alanındaki yolculuğumuzun hızlandığı bir dönemdeyiz. Yapay zekâ söz konusu olduğunda kurumların önüne genellikle aynı yol haritası konuyor: Önce veri okuryazarlığını geliştirin, verinizi düzenleyin ve kalitesini artırın; ardından yapay zekâ projelerine başlayın. Biz ise bunun her zaman tek yol olmadığına inanıyoruz. Bizim yaklaşımımız, gerçek bir iş ihtiyacından yola çıkarak projeye başlamak ve verinin neden iyileştirilmesi gerektiğini o ihtiyaç üzerinden görünür kılmak. Çünkü kurum içinde “Yapay zekâya hazırlanmak için önce verilerimizi düzenleyelim” çağrısı, tek başına çalışanları harekete geçirecek kadar güçlü bir motivasyon yaratmayabiliyor. Buna karşılık kullanıcılar, ulaşmak istedikleri sonucu gördüklerinde ve bu sonuca ulaşmak için verilerini geliştirmeleri gerektiğini fark ettiklerinde, verilerini iyileştirmeye kendileri başlıyor.

Örnek: Logistics Brain
Kanada’daki bir çalışma arkadaşımızın yaşadığı deneyim bunu somut biçimde gösteriyor. İş yükünü yönetmek için yapay zekâdan yararlanmaya başladı; zamanla “Logistics Brain” adını verdiği bir uygulama geliştirdi. Süreç içinde verileri bir araya getirip düzenlemenin emek istediğini gördü. Ancak bu emeğin karşılığını da aldı: Veriler çok daha tutarlı ve kullanışlı hâle geldi.
Burada kritik olan şu: Yapay zekâ projesi, verideki iyileştirme alanlarını görünür kıldı ve kullanıcıya verisini geliştirmek için somut bir neden sundu.

Yaklaşımımız: Hızlı Kazanımlar ve Yaygın Kullanım
Bu nedenle beklemek yerine faydayı hızla görünür kılan hızlı kazanım (quick win) projeleriyle kullanıcıları sürece dâhil ediyoruz. Yapay zekâ araçlarını kurum genelinde yaygınlaştırırken amacımız birkaç başarılı pilot yapmak değil; teknolojiyi günlük çalışma biçimimizin doğal bir parçası hâline getirmek. Bunun yolu da yapay zekâyı yalnızca IT ekiplerinin yürüttüğü projelerle sınırlamamak, çalışanların kendi işlerinde deneyimleyebileceği ve faydasını görebileceği kullanım alanları yaratmaktan geçiyor.

Bir çalışan teknoloji sayesinde zaman kazandığını, daha iyi karar verdiğini ya da daha önce yapamadığı bir işi yapabildiğini gördüğünde, dönüşüm soyut bir kurumsal hedef olmaktan çıkıyor. Ardından merak geliyor; yeni kullanım alanları ortaya çıkıyor ve talep kullanıcıdan gelmeye başlıyor. Bana göre gerçek dijital dönüşüm tam da bu noktada gerçekleşiyor.
Bizim yaklaşımımız net: Uzun bir veri hazırlığı dönemini tamamlamayı beklemek yerine projeye hemen başlamak. Projenin yarattığı ihtiyaç ve motivasyon, veri iyileştirme çalışmalarını da hızlandırıyor. Böylece kurum dönüşümün faydasını en baştan görüyor; süreç IT’nin yürüttüğü bir proje olmaktan çıkıp herkesin sahiplendiği bir gelişim alanına dönüşüyor.”

IT ile OT'nin Aynı Dili Konuşması Gerekiyor



Ali Pala
Bayer Türkiye Orta Doğu ve Kuzey Afrika IT Lideri

"Ben hem OT hem de IT tarafında çalıştığım için iki dünyanın arasındaki iletişimin geçmişte ne kadar zor olduğunu yakından deneyimledim. Bugün ise gerek organizasyon yapımızdaki değişiklikler gerekse mühendislik ekiplerinin dijital olgunluğunun artmasıyla çok daha iyi bir noktadayız. Sorumlu olduğum bölgede üç fabrika ve bir Ar-Ge istasyonu bulunuyor. Bayer'in tarım, ilaç ve tüketici sağlığı olmak üzere birbirinden oldukça farklı üç ana iş birimi var. Bunlara farklı tüzel yapılar, SAP sistemleri ve ülkeler eklendiğinde oldukça kompleks bir yapı ortaya çıkıyor.

Regülasyon tarafında da Türkiye, Orta Doğu ve Kuzey Afrika birbirinden çok farklı dinamiklere sahip. Global çözümlerin kullanıldığı bir organizasyonda yerel ihtiyaçları karşılayabilmek için önemli bir zamanı ilgili ekipleri ikna etmeye harcıyoruz. Değişen regülasyonlar hızlı adaptasyonu etkiliyor. Bunun yanında özellikle OT ve IT arasındaki iş birliğinin gelişmesiyle ciddi bir modernizasyon süreci başlattık. OT tarafındaki önemli sorunlardan biri, yazılımlar çok gelişmiş olsa bile sahadaki bazı cihazların bağlantı protokollerinin oldukça eski kalması. Dolayısıyla eski ve yeni teknolojilerin entegrasyonu ciddi bir problem yaratabiliyor.

Modernizasyonu yalnızca eski sistemleri yenilemek olarak görmüyoruz. Yapay zekâ destekli monitoring ve önleyici bakımın yanında sistemlerin kullanım oranlarını da ölçüyoruz. Portföyümüzdeki bir uygulamayı gerçekten hala ekosistem içerisinde tutmamız gerekip gerekmediğini veya alternatif bir çözüm bulunup bulunamayacağını değerlendirebileceğimiz çıktılar üreten izleme sistemlerinden yararlanıyoruz. Bayer yaklaşık 100 ülkede faaliyet gösteriyor ve arka plandaki yapılar da dahil edildiğinde yaklaşık 5 bin ERP sistemi söz konusu. Bu kompleks yapı bizi doğrudan veri konusuna getiriyor. Başlattığımız greenfield projesiyle daha doğru ve güvenilir bir veri yapısına ulaşmayı hedefliyoruz. İki ülkedeki pilotlar canlıya geçti. Bu dönüşümü diğer ülkelere de yaygınlaştırdığımızda, daha doğru verinin üzerine yapay zekâyı hem üretimde hem de ticari tarafta çok daha rahat konumlandırabileceğiz.

Dijital dönüşümün önündeki en önemli engelin ise kültürel olduğunu düşünüyorum. Özellikle benim sorumlu olduğum coğrafyada birbirine yakın görünen ancak davranış biçimleri ve iş yapış şekilleri açısından oldukça farklı ülkeler bulunuyor. Bunun kurum içerisindeki yansımasını da günlük hayatta görebiliyoruz. Örneğin uzun zamandır kullandığımız bir uygulamayı modernize etmek istediğimizde ekipten 'Biz eskisi gibi olmasını istiyoruz' yaklaşımı gelebiliyor. Oysa bazen yeni uygulamayı eskiye benzetmeye çalışmak yerine bizim çalışma biçimimizi değiştirmemiz gerekiyor. Bu direnç üretim alanında, özellikle mavi yaka çalışanlarda daha belirgin olabiliyor. Bu nedenle kurum kültürü dediğimiz şeyin önemli bir bölümünü aslında insanların değişim karşısındaki davranış biçimleri oluşturuyor.
Yapay zekâ ve veri odaklı karar mekanizmalarında ise 'Ne kadar hazırız?' sorusundan çok 'Ne kadar hızlı adapte olabiliriz?' sorusunun daha doğru olduğunu düşünüyorum. Özellikle üretim ve OT tarafında bunun önemi çok yüksek. Türkiye'de özellikle geri ödeme sistemleri ve kur dinamikleri de düşünüldüğünde üretimde optimizasyon çok daha kritik hale geliyor.

Tarım tarafında Türkiye'de iki üretim tesisimiz bulunuyor ve buradaki üretim optimizasyonu, maliyetlerin kontrolü ve plansız duruşların engellenmesi bizim için son derece önemli. Bu nedenle yalnızca sistemleri izleyen klasik monitoring yaklaşımının ötesine geçmek istiyoruz. Üzerinde çalıştığımız yapının yapay zekâ desteğiyle önleyici bakım yapabilmesini, olası sorunları daha gerçekleşmeden görünür hale getirmesini ve bunun da ötesinde operasyonlara yönelik iyileştirme önerileri sunabilmesini hedefliyoruz. Bizim açımızdan yapay zekânın üretimde yaratacağı asıl değer de bu noktada ortaya çıkacak."

Connect

Teknolojinin Hazır Olması Yetmez



Emir Erkara
Polonez - Trakya Et ve Süt Ürünleri IT Müdürü

“Polonez, 1986 yılından bu yana Türkiye işlenmiş et ve şarküteri sektörünün öncü markalarından biri olarak faaliyet gösteriyor. Değişen tüketici beklentileri ve satış kanalları bizim operasyonlarımızı da etkiliyor. Polonez doğrudan B2C çalışan bir şirket değil ancak Getir, Yemeksepeti gibi yeni kanalların ortaya çıkması, discount marketlerin pazardaki ağırlığının artması gibi gelişmeler müşteriye ulaşma biçimlerini değiştiriyor. Bunun IT tarafındaki karşılığı ise yeni entegrasyon ihtiyaçları. EDI entegrasyonları yapmanız, farklı sistemlerle konuşmanız gerekiyor. Bütün bunların yanında güvenlik boyutu da giderek büyüyor. Ne kadar önlem alırsanız alın, sistemlerin içerisinde her zaman potansiyel bir zayıf nokta bulunabiliyor.

Regülasyonlarda veya denetim ortamında yaşanan değişimler de IT’ye yeni beklentiler getiriyor. Şirketler olası denetimlere daha hazırlıklı olmak, süreçlerini daha iyi takip etmek ve ihtiyaç duydukları bilgiye hızla ulaşmak istiyor. Böyle dönemlerde ‘Hangi yazılımı kullanabiliriz, IT bize nasıl yardımcı olabilir?’ soruları geliyor. Zaten organizasyonda bir noktada sorun yaşandığında konu çoğu zaman IT’ye ulaşıyor ve her yeni ihtiyaç beraberinde yeni bir proje getiriyor.

Dijital dönüşümün önündeki en önemli konuya gelirsek benim cevabım da kesinlikle kurum kültürü. Farklı sektörlerde ve üretim şirketlerinde çalıştım; her kurumda bazen açıkça görülmeyen direnç noktaları bulunuyor ve dönüşüm için bunları aşmanız gerekiyor.

Bir taraftan dirençle uğraşırken diğer taraftan beklentileri yönetiyorsunuz. Bir projeden bahsettiğinizde kullanıcı, ‘Artık tek tuşa basacağım ve yapay zekâ benim adıma her şeyi yapacak’ diye düşünebiliyor. Bazı yöneticiler ise geçmiş deneyimlerinden hareketle ‘Ben bunu önceki şirketimde kullandım, fayda sağlamadı’ diyebiliyor. Güvenlik kaygıları da buna ekleniyor. Sonuçta veri ve teknolojiyle çalışıyor olsak da günün sonunda insanlarla çalışıyoruz; kurum kültürünü oluşturan da insanlar.

IT ve OT altyapılarının veri odaklı karar verme ve yapay zekâ için hazır olup olmadığı konusunda ise kesinlikle hazır olduğumuzu düşünmüyorum. Buradaki en önemli konulardan biri yapılacak yatırımın geri dönüşünü doğru anlatabilmek. Projenin sağlayacağı somut çıktıyı baştan iyi kurgulamak, ölçülebilir hedefler belirlemek ve gerçekleşmesi mümkün olmayan vaatlerde bulunmamak gerekiyor. Partnerlerle görüştüğünüzde teknolojinin sağlayacağı çok sayıda fayda anlatılıyor ancak gerçek ve somut örneklere, ölçülebilir verilere ulaşmak istediğinizde iş zorlaşıyor. Bir uygulamanın ne kadar verimlilik sağladığını, raporlama süresini ne kadar kısalttığını veya operasyonu somut olarak nasıl değiştirdiğini gösteren örnekleri bulmak her zaman kolay değil.

Özellikle üretimde yapay zekâ tarafında bizim ihtiyaçlarımızla örtüşen örneklere ulaşmakta zorlanıyoruz. Çünkü her sektörün, hatta her fabrikanın beklentisi farklı. Teknolojinin bunu yapabiliyor olması tek başına yeterli değil; o teknolojinin gerektirdiği maliyeti karşılamaya hazır olup olmadığınız da önemli.

Bir de mevcut makine parklarının gerçekliği var. Makineleriniz ihtiyacınız olan veriyi ne ölçüde sağlayabiliyor? O veriyi alabilmek için ne kadar ek yatırım yapmanız gerekiyor? Daha da önemlisi, yaptığınız yatırım karşılığında elde edeceğiniz fayda harcadığınız kaynağa değecek mi? Bizim tarafta asıl zorluklardan biri bu. Dolayısıyla yapay zekâ veya dijitalleşme projesine yalnızca teknolojinin neler yapabildiği üzerinden değil, mevcut altyapının yeterliliği, yatırım maliyeti ve elde edilecek ölçülebilir iş değeri üzerinden bakmak gerekiyor.”

Dijital Dönüşümün Temelinde Sistemleri Birbiriyle Konuşturmak Var



Nilüfer Yaşar
Schneider Electric CPG Segment Lideri

“Schneider Electric 190 yıllık bir şirket. Enerji yönetimi ve endüstriyel otomasyon alanlarında; veri merkezleri, binalar, endüstriler ve altyapılardaki sürdürülebilirlik ve verimlilik odaklı çözümler geliştiriyoruz. Ben de 2019 yılından bu yana Schneider Electric bünyesinde farklı görevlerde yer alıyor, bugün ise Türkiye’de Tüketici Ürünleri (CPG) segmentine liderlik ediyorum.
Bu süreçte gördüğüm en önemli noktalardan biri, farklı sektörlerin aslında çok benzer sorunlarla karşılaşması. Enerji maliyetleri, beklenmedik duruşlar, insan kaynağı, IT ve OT sistemlerinin iletişimi ya da eski ve yeni teknolojilerin entegrasyonu gibi konular sektör bağımsız olarak karşımıza çıkıyor. Dolayısıyla çözümler de ancak ekosistemdeki farklı oyuncuların birlikte hareket etmesiyle ortaya çıkıyor.

Bugün teknolojiden çok işletme yönetimini ve işletmelerin karşılaştığı zorlukları konuştuk. Doğrudan tüketici ürünleri sektöründe artan regülasyonlar, değişen tüketici talepleri ve ciddi maliyet baskısı şirketleri operasyonel çevikliğe yöneltiyor. Bunun temelinde ise uçtan uca izlenebilirlik bulunuyor. Uzun yıllardır faaliyet gösteren tesislerde farklı dönemlerde devreye alınmış çok sayıda teknoloji var. Sahadaki kontrol sistemlerinden üretim yürütme sistemlerine, ERP’den laboratuvar ve kalite sistemlerine kadar farklı yapılar birlikte çalışıyor. Bu nedenle dijital dönüşümde artık ‘Bu sistemi nasıl dijitalleştiririm?’ sorusundan çok ‘Mevcut sistemlerimi ortak bir platformda nasıl buluşturur ve birbirleriyle nasıl konuşturururum?’ sorusunu tartışıyoruz. Firmaların kapalı sistemlerden daha açık platformlara yöneldiğini görüyoruz. Burada amaç mevcut yatırımları ortadan kaldırmak değil; mevcut sistemlerle yeni teknolojilerin esnek biçimde entegre olmasını sağlamak. Uçtan uca izlenebilirliğin temelinde de bu var. Hammaddenin tesise girişinden ürünün tüketiciye ulaşmasına kadar bütün yolculuğu takip edebildiğinizde, bir kalite probleminin kaynağını dakikalar içinde geriye dönük bulabilir veya operasyondaki farklı bir enerji tüketiminin nedenine hızla ulaşabilirsiniz. Böylece şirketin ve operasyonların görünürlüğü çok daha anlamlı hale geliyor.

Teknoloji kadar kurum kültürü ve yol haritası
Dijital dönüşümde teknoloji kadar kurum kültürü de kritik. Schneider Electric olarak teknolojik dönüşüm partnerliği yaklaşımımız kapsamında operasyonel verimlilik, varlık performansı ve siber güvenliğin yanı sıra dönüşüm yönetimini de süreçlere dahil ediyoruz. Çünkü projelerin önündeki önemli engellerden biri kullanıcıların veya şirket içindeki paydaşların değişime gösterdiği direnç. İlgili paydaşları sürece dahil etmek, dönüşümün onların hayatını nasıl kolaylaştıracağını göstermek ve adaptasyonu doğru yönetmek gerekiyor.

Bir diğer önemli konu ise dönüşüm yolculuğunun planlanması. Birbirinden bağımsız projeler yürütmek yerine beş veya on yıllık perspektifte nereye ulaşılmak istendiğinin belirlenmesi gerekiyor. Öncelikleri ilgili iş birimleriyle birlikte belirleyerek en hızlı çıktının nereden alınabileceğine bakıyor ve projelerin ortak bir dönüşüm yol haritasına hizmet etmesini hedefliyoruz.

Gündemde yapay zeka var : Verimiz hazır mı?
Bugün hemen her toplantının gündeminde yapay zekâ var. Ancak operasyonlarda yapay zekâ projesine başlamadan önce daha temel bir soruya cevap vermeliyiz: Verimiz buna hazır mı? Veriyi gerçek zamanlı ve doğru biçimde kaynağından alabiliyor muyuz, farklı sistemlerle ilişkilendirip anlamlandırabiliyor muyuz? Kritik sistemlerden gelen verinin ortak bir altyapıda buluşması gerekiyor.
Bu temel oluşturulduktan sonra aynı veri altyapısı üzerinden kalite süreçlerini, üretim ve çalışan verimliliğini ya da enerji optimizasyonunu yönetmek mümkün. Dolayısıyla mesele yalnızca veriyi depolamak değil; onu doğru raporlayacak, doğru KPI’lara hizmet edecek ve gelecekteki yapay zekâ uygulamalarını besleyecek sağlam bir veri altyapısı kurmak.”

albusign

DİJİTAL EKRAN YÖNETİM PLATFORMU

Ekranlar Konuşsun.

MARKANIZI HER EKRANDA GÜÇLENDİRİN

DIGITAL SIGNAGE • ELEKTRONİK RAF ETİKETLERİ
DİJİTAL MENÜ • SELF SERVİS KİOSK



BULUT TABANLI YÖNETİM | MERKEZİ YÖNETİM | ANLIK YAYIN | KURUMSAL GÜVENLİK | KURUMSAL DESTEK

albusign.com info@albusign.com

arceris

TRUVA ATI BU KEZ DAVETİYEYLE GELDİ



Mert Öztürk
Kurucu Ortak ve CEO, Arceris Labs

Yapay zekâ şirketlerin kapısını kırarak içeri girmedi. Biz davet ettik. Masamızda yer açtık. Sonra da en değerli bilgilerimizi önüne koyduk. Şimdi asıl soruyu sormanın zamanı: İçeri aldığımız bu gücün neyi görmesine, neyi bilmesine ve ne yapmasına izin veriyoruz?

Kapıyı açtık. Anahtarı da mı verdik?

Truva'nın hikâyesi binlerce yıldır aynı şeyi anlatır: En yüksek sur bile, içeri ne aldığınızı bilmiyorsanız sizi korumaz. Bugün şirketlerde buna benzeyen bir sahne yaşanıyor. Fark şu: Kapımızın önünde bir düşman ordusu yok. Bir sunumu yetiştirmeye çalışan ekip var. Yüz sayfalık sözleşmeyi dakikalar içinde anlamak isteyen yönetici var. Kodun içindeki hatayı bulmaya uğraşan yazılımcı var. Hepsi yapay zekâya başvuruyor. Haklılar da. Çünkü bu araçlar gerçekten işe yarıyor. Ama işimizi kolaylaştıran her araca, şirketin bütün bilgilerini emanet etmek zorunda değiliz.

Bir çalışan, üzerinde haftalarca çalışılmış fiyatlandırma dosyasını bir yapay zekâ uygulamasına yüklüyor. Bir başkası müşteri şikâyetlerini özetletirken kişisel bilgileri de paylaşıyor. Geliştirici, sorunu hızla çözmek için kaynak kodun bir bölümünü asistana gönderiyor. Kimse kötü bir şey yapmaya çalışmıyor. Hatta herkes işini daha iyi yapmaya çalışıyor.

Yine de aynı soruyu sormalıyız: ***O bilgilerin dışarı çıkmasına kim izin verdi?***

Hırsız yoksa risk de yok mu?

Alıştığımız güvenlik hikâyesinde bir saldırgan vardır. Sisteme sızar, şifre çalar, açık arar. Biz de kapıları sağlamlaştırır, şüpheli hareketleri izleriz. Yapay zekâ bu hikâyeyi değiştirdi. Artık veri, yetkili bir çalışanın tek hareketiyle kurumun denetimi dışındaki bir hizmete gönderilebilir. Ne zorlanmış bir kapı vardır ne de çalınmış bir parola. Bazen yalnızca "Gönder" düğmesi vardır.

Bu yüzden çalışanların hangi uygulamayı açtığını bilmek yetmez. Ne gönderdiğini, hangi verinin paylaşılabileceğini, hangi isteğin durdurulması gerektiğini de bilmek zorundayız. Çünkü bir uygulamaya izin vermek, içinden geçen her bilgiye izin vermek demek değildir. Yasak koymak kolay. Yönetmek zor. Üstelik yasak, ihtiyacı ortadan kaldırmıyor. Çalışan yapay zekâdan vazgeçmeyebilir; yalnızca daha az görünen bir yoldan kullanmaya başlayabilir.

Gerçek güvenlik, her kapıya kilit vurmak değil; kapıdan neyin geçtiğini kurala bağlamaktır.

Atın içinden artık ajanlar da çıkıyor.

Daha dün yapay zekâya soru sorup cevap alıyorduk. Bugün ona iş yaptırıyoruz. Kod yazan, dosya açan, değişiklik yapan, komut çalıştıran, başka araçlara bağlanan yapay zekâ ajanlarından söz ediyoruz. İş dünyası için büyük bir fırsat bu. Ama bir ajana görev vermekle ona sınırsız yetki vermek aynı şey değil.

Düşünün: Yazılım asistanına "Hatayı bul ve düzelt" dediniz. Hangi klasörleri okuyabilir? Hangi dosyaları değiştirebilir? Gizli anahtarların olduğu alana girebilir mi? Onaylanmamış bir MCP sunucusuna bağlanabilir mi? Bunu kim belirliyor? Bir ajanın ne söylediğinden daha önemlisi, bazen ne yaptığıdır. Yetkisiz bir işlem bittikten sonra alarm vermekle o işlem başlamadan durdurmak arasında dağlar kadar fark var. İnsan çalışanlarımıza görev tanımı yapıyoruz.

Erişim yetkisi veriyoruz. Herkesin her dosyaya ulaşmasına izin vermiyoruz. Aynı disiplini yapay zekâ ajanlarına uygulamadığımızda, en temel güvenlik ilkemizi kapının dışında bırakmış oluyoruz.

Güvenlik duvarınız var. Peki yapay zekâ sınırınız nerede?

Şirketlerde güvenlik yatırımı yok değil. Güvenlik duvarı var. DLP var. Kimlik yönetimi var. Olay izleme sistemleri var.

Peki çalışanın tarayıcıdaki sohbetini, geliştiricinin terminalindeki ajanı ve uygulamanın yaptığı model çağrısını aynı kurallarla yönetebiliyor muyuz? Sorun burada: Yapay zekâ pek çok yoldan kullanılıyor. Kurum ise çoğu zaman bu yolların tamamını aynı anda göremiyor.

Arceris'i geliştirirken çıkış noktamız buydu. Kullanıcılarla yapay zekâ modelleri arasına yerleşen bir güvenlik ve politika katmanı oluşturduk. Desteklenen tarayıcı, terminal, kodlama aracı ve uygulama trafiğinde merkezi kurallar uygulanabiliyor. Hassas veriler tespit edilip ihtiyaca göre maskelenebiliyor veya engellenebiliyor. Model ve araç erişimleri yönetiliyor, alınan kararlar kayıt altına alınıyor.

Kodlama ajanlarının dosya ve araç erişimlerinde de desteklenen işlemler, gerçekleşmeden önce denetlenebiliyor. Arceris, kurumun kendi altyapısında çalışabiliyor ve mevcut DLP sistemleriyle entegre olabiliyor. Amaç mevcut güvenlik yatırımlarını çöpe atmak değil; yapay zekâ kullanımının oluşturduğu boşluğu kapatmak.

Arceris bir yapay zekâ modeli değil. Modellerin yerine geçmiyor. Kurum adına, onlarla kurulan ilişkinin kurallarını uyguluyor.

En pahalı açık, hesabını veremediğiniz açık olabilir.

Bir veri paylaşımı sorgulandığında "Bizde güvenlik duvarı var" demek yetmez. Hangi kullanıcı hangi modele erişti? Hangi kural uygulandı? Riskli istek durduruldu mu? Hangi ajan hangi aracı kullandı?

Bu sorulara yanıt veremeyen kurum, riski yalnızca yaşamakla kalmaz; açıklamakta da zorlanır. Üstelik konu sadece güvenlik değil. Farklı ekiplerin kullandığı modellerin maliyetini, kullanım sınırlarını ve yetkilerini de yönetmek gerekiyor.

Yapay zekâyı kurum çapında yaygınlaştırmak istiyorsanız, onu önce görebilmeli, sonra yönetebilmelisiniz.

Hız tek başına başarı değildir. Direksiyonu kimin tuttuğu da önemlidir.

Suru yükseltmek yetmez. Kapıyı yönetin.

Truva'nın sorunu surlarının alçak olması değildi. İçeri alınan şeyin sorgulanmamasıydı. Elbette yapay zekâyı bir düşman gibi görmüyoruz. Tam tersine, hayatımızda daha çok yer alacağını biliyoruz. Ama güven, sınırsız erişim demek değil. Çalışanın işini kolaylaştıran araç, şirketin bütün sırlarına ortak olmak zorunda değil. Bir ajan güçlü olabilir; yine de ne yapabileceğinin sınırı olmalı.

Bugün vermemiz gereken karar, "Yapay zekâyı açalım mı, kapatalım mı?" kararı değil.

Asıl soru şu: İçeri aldığımız gücün sınırlarını biz mi çizeceğiz, yoksa o sınırların nerede olduğunu bir olay yaşandıktan sonra mı öğreneceğiz?

Kapıyı kapatmayın. Kontrolü elinizde tutun.

Arceris hakkında daha fazla bilgi: **arcerislabs.com**

Advertorial

TRUVA ATI BU KEZ
DAVETİYEYLE GELDİ

Kapıyı zorlamadı, şifre kırmadı, sistemi hacklemedi.
Sadece **"KULLAN"** butonuna bastık.

Yapay zekayı yasaklamayın. Yetkisini Yönetin.

Arceris, kurumunuzdaki yapay zeka kullanımını görünür, güvenli ve kontrol edilebilir hale getirir.



arceris | KURUMSAL AI GÜVENLİK PLATFORMU

arcerislabs.com

Teknoloji pazarı, değer odaklı satın alma dönemine giriyor

Türkiye'de tüketicilerin Teknoloji ve Dayanıklı Tüketim Ürünlerini satın alma biçimleri değişiyor. Tüketicilerin yaklaşımı "Bunu karşılayabilir miyim?" sorusundan "Bu satın alımın altı ay sonra da doğru bir tercih olduğunu düşünecek miyim?" sorusuna doğru evriliyor. Teknoloji ve Dayanıklı Tüketim üreticileri açısından bu durum, büyümenin giderek ürünlerin uzun vadeli değerine ilişkin tüketici güveni oluşturmakla şekilleneceğine işaret ediyor. NielsenIQ'nun en yeni "Teknoloji ve Dayanıklı Tüketim Ürünleri Pazarı" raporu (Tüketici Teknolojileri Trendleri 2027: Her satın alımın sorgulandığı bir dönemde nasıl kazanılır?) tüketicilerin teknoloji ürünlerini satın alma ve yenileme kararlarında "ne zaman" ve "neden" sorularına daha fazla odaklandığını ortaya koyuyor. NielsenIQ Türkiye Genel Müdürü Doğu Avrupa, Orta Doğu, Afrika & Hindistan E-Ticaret Bölge Başkan Yardımcısı Didem Şekerel Erdoğan, araştırmaya ilişkin değerlendirmesinde şunları paylaştı: "Teknoloji ve dayanıklı tüketim ürünleri pazarında tüketicilerin satın alma kararlarını şekillendiren kriterler değişiyor. Tüketicilerin beklentilerini ve tercihlerini anlamak, markaların değişen pazar dinamiklerine uyum sağlaması ve sürdürülebilir büyüme fırsatlarını değerlendirmesi açısından büyük önem taşıyor. Tüketici Teknolojileri Trendleri 2027 raporumuz, bu değişimi anlamak ve sektörün önündeki fırsatları değerlendirmek için önemli içgörüler sunuyor." Türkiye'nin de aralarında bulunduğu 17 ülkeden 17 bin yetişkin tüketicinin katıldığı araştırma ve NielsenIQ'nun küresel satış verileri doğrultusunda hazırlanan Tüketici Teknolojileri Trendleri 2027 raporu, tüketici teknolojileri markalarının inovasyon yaklaşımına ışık tutuyor. Raporda, markaların yalnızca özellik ve teknik kapasite açısından değil; dayanıklılık, verimlilik ve kullanım faydası açısından da yenilik geliştirmeleri gerektiğine dikkat çekiliyor.

Raporda öne çıkan bulgular şöyle:

• Küresel Teknoloji ve Dayanıklı Tüketim Ürünleri satışlarının 2026'da 1,4 trilyon dolara ulaşması ve yıllık bazda %5,1 büyümesi bekleniyor.

• Teknoloji ve Dayanıklı Tüketim Ürünleri tüketicilerinin %63'ü yüksek fiyat hassasiyeti gösteriyor.

• Tüketicilerin %60'ı "fiyatına göre iyi değer" sunan markalara öncelik veriyor.

• Tüketicilerin %56'sı bir ürünün çok pahalı olması veya indirim beklentisi nedeniyle teknoloji satın alımını erteliyor.

• Tüketiciler değeri tanımlarken uygun fiyatın önüne dayanıklılık, kalite, kolaylık ve güveni de koyuyor. Didem Şekerel Erdoğan, "Türkiye'de tüketiciler Teknoloji ve Dayanıklı Tüketim Ürünleri satın alımlarını mevcut ekonomik koşulların etkisi altında gerçekleştiriyor. Bu durum, markalar üzerinde her satın alımın neden değerli olduğunu tüketiciye gösterme konusunda daha fazla baskı oluşturuyor. Teknoloji ve Dayanıklı Tüketim Ürünü markaları açısından bu tablo yeni bir büyüme denklemi yaratıyor. Tüketiciler ürünlerini yenileme kararlarını daha dikkatli değerlendirirken, satın alma aşamasında daha fazla unsuru göz önünde bulunduruyor. Dayanıklılık ve kullanım faydasına yönelik beklentiler yükseliyor ve tüketicilerin satın alımı erteleme, daha düşük fiyatlı bir ürüne yönelme veya rakip bir markayı tercih etme riski artıyor." diye konuştu. Rapora göre Teknoloji ve Dayanıklı Tüketim Ürünü markalarının değişen pazarda değerlendirebileceği büyüme fırsatları ise şöyle sıralanıyor:

1. Dönüşümün Ötesinde: Güven Odaklı Fiyatlandırma…

Yıllar içinde değişen ekonomik koşullar, Türkiye'de tüketicilerin ellerindeki nakdi farklı yatırım araçlarına yönlendirmesine neden oldu. Dünyanın farklı bölgelerindeki tüketiciler gibi Türkiye'deki tüketiciler de en düşük fiyatı aramak yerine, yaptıkları harcamadan memnun kalacakları ve aldıkları ürünün karşılığını vereceğine inandıkları bir fiyatı tercih ediyor. Kampanya dönemlerinde ise tüketiciler, biraz daha fazla harcayarak daha yüksek bir değer elde edeceklerini düşündüklerinde başlangıçta planladıklarından daha üst segment bir ürüne yönelebiliyor. Bu tablo, 2027'de promosyon stratejisinin önemli bir büyüme aracı olarak değerlendirilmesi gerektiğine işaret ediyor. Hızla büyüyen ve aynı zamanda gelişmiş bir e-ticaret pazarına sahip Türkiye'de promosyon dönemleri, değer arayışındaki tüketicileri satın almaya yönlendirmek için önemli fırsatlar sunuyor. Bu doğrultuda söz konusu dönemler, Türkiye'de Teknoloji ve Dayanıklı Tüketim Ürünü markaları için tüketici güvenini desteklemek ve daha yüksek değer sunan ürünlere yönelimi teşvik etmek açısından avantaj yaratıyor.

2. Tüketiciye Somut Değer Sunan İnovasyon…

Küresel ölçekte her beş tüketiciden biri, mevcut ürünlerini değiştirmeye ikna edecek yeterli bir seçenek sunulmadığını düşündüğü için teknoloji satın alımını erteliyor. Bu durum, ürün özellikleri, tasarımı veya teklifleri tüketicilerin beklentilerini karşılamadığı için markaların potansiyel müşterilerini kaybedebileceğine işaret ediyor. Türkiye'de tüketicilerin tercihini kazanmak isteyen markaların kalite ve değer konusunda güçlü bir itibar oluşturması; ürün fiyatı, performansı, dayanıklılığı ve kullanıcı memnuniyetini birlikte değerlendirmesi gerekiyor. NielsenIQ'nun raporu, markaların farklılaşan faydalar sunabileceği bazı önemli alanları şöyle ortaya koyuyor:

• Birçok Teknoloji ve Dayanıklı Tüketim Ürünü kategorisinde, enerji verimliliği yüksek ürünlere yönelik tüketici talebi artıyor. Tüketiciler elektrik tasarrufu sağlamanın yanı sıra cihazlarında daha uzun pil ömrü sunan çözümlere de yöneliyor.

• Birlikte çalışabilirlik, yani farklı markalara ait ürünlerin birbiriyle sorunsuz şekilde çalışması, önemli bir beklenti haline geliyor. Türkiye'deki tüketiciler birlikte çalışabilirlik konusunda küresel ortalamanın belirgin şekilde üzerinde bir eğilim gösteriyor. Bu durum, ürünlerin birlikte çalışabilirliği ve açık ekosistemlerin Türkiye pazarında önemli rekabet unsurları haline geldiğine işaret ediyor.

• Yapay zekâ, birçok Teknoloji ve Dayanıklı Tüketim Ürünü kategorisinde ürünlerin sunduğu faydaların önemli bir parçası haline geliyor. Ancak yapay zekâ özelliklerinin eklenmesi, tek başına daha yüksek bir fiyatı haklı çıkarmıyor. Satın alma kararlarını daha dikkatli veren tüketiciler için markaların, yapay zekânın sunduğu özellikleri zaman kazandıran, işleri kolaylaştıran, performansı artıran veya ürünün kullanım ömrünü uzatan somut faydalara dönüştürmesi gerekiyor.

3. Düşük Riskli Sahiplik Modelleriyle Uzun Vadeli Değer Yaratmak.

Tüketiciler satın alma sırasında ödedikleri fiyatın ötesine geçerek satın aldıkları ürünlerin toplam değerini, riskini ve beraberinde getirdiği sorumlulukları değerlendiriyor. Ürünlerin ne kadar süre dayanacağını, kullanım maliyetlerinin ne olacağını, onarılıp onarılamayacağını veya yeniden satılıp satılamayacağını ve kullanım ömrünün sonunda ne olacağını bilmek istiyor. Türkiye'deki tüketiciler açısından sürdürülebilirliğin yalnızca etik bir konu olarak değil, ürün değeri üzerinden de ele alınması gerekiyor. Uzun kullanım ömrü, daha düşük kullanım maliyeti ve daha kolay onarım gibi unsurlar bu yaklaşımın temelini oluşturuyor.

Sayfa 15'den devam

Türkiye yapay zekada nerede, ekonomiyi nasıl bir gelecek bekliyor?

İnisiyatifi (TRAI) tarafından 2018'den bu yana düzenlenen Türkiye Yapay Zeka Zirvesi, 11 Kasım'da Wyndham Grand İstanbul Levent'te gerçekleştirildi. Zirve'de yapay zeka ajanlarının iş dünyasına etkileri ve farklı sektörlerdeki uygulamaları ele alındı. Program, Vizyon, Etki ve İnovasyon olmak üzere üç sahnede gerçekleşti. Vizyon Sahnesi'nde küresel gelişmeler ve stratejik yaklaşımlar tartışıldı. Etki Sahnesi'nde sektörel uygulamalara, İnovasyon Sahnesinde ise girişimlere ve yeni çözümlere odaklanıldı. Zirve, TRAI Kurucusu Halil Aksu'nun "Ajanlar Aramızda. Siz Neredesiniz?" başlıklı konuşmasıyla başladı. Yapay zeka ajanlarının teknolojinin gelişiminde yeni bir aşamayı temsil ettiğini belirten Halil Aksu, şunları söyledi: "Yapay zekada yeni bir döneme girdik. Artık sorularımızı yanıtlayan sistemlerin yanında, planlayan, araç kullanan ve işleri üstlenen ajanlarla çalışıyoruz. 'Ajanlar Aramızda' derken kurumlarda yaşanan bu değişimi anlatıyoruz. Ajanlar rapor hazırlıyor, üretim planlamasına katılıyor, müşteri taleplerini karşılıyor. Şimdi bu uygulamaları kurum geneline yaygınlaştırmamız ve yarattıkları değeri ölçmemiz gerekiyor. Bu dönüşümde başarı için kurumların açık bir stratejiye, güvenilir veriye ve çalışanların katılımına ihtiyacı var. Yönetimin desteği ve kurum kültürünün değişime uyumu da belirleyici. Türkiye'nin yapay zeka potansiyelini ekonomik değere dönüştürmesi, bu alanlarda atacağımız adımlara bağlı. Önümüzdeki dönemde değer yaratmaktaki farkı, yapay zekayı iş süreçlerine yerleştiren ve somut fayda üreten kurumlar yaratacak." TRAI Kurucusu Halil Aksu, iki araştırmanın sonuçlarını ilk kez Zirve'de paylaştı. Türkiye Yapay Zeka Ekonomik Etki Raporu kapsamında, yapay zekanın Türkiye ekonomisine olası etkileri ve bu potansiyelin ekonomik büyümeye dönüşmesi için atılması gereken adımlar ele alındı. 350'den fazla kurumun katıldığı TRAI Yapay Zeka Araştırması 2026 ise kurumların yapay zeka stratejilerini, kullanım alanlarını ve uygulama düzeylerini ortaya koydu. Vizyon Sahnesi'nde Zorlu Holding Teknoloji, Savunma ve Dijital İş Geliştirme Grup Başkanı Burak Aydın, kurumların yapay zeka dönüşümüne kültürel hazırlığını değerlendirdi. MIT Sloan School of Management Kıdemli Öğretim Görevlisi Prof. Dr. George Westerman, yapay zekayla ekonomik değer yaratmanın yollarını ele aldı. Rebellions



Kurucu Ortağı ve CEO'su Dr. Sunghyun Park ise yapay zeka altyapılarının gelişimine odaklandı. Sahnede ayrıca kurumsal yapay zeka altyapıları, güvenli bulut teknolojileri ve yapay zeka ajanlarının pazarlamaya etkileri tartışıldı. Etki Sahnesi'nde bankacılıkta yapay zeka ajanları, üretimde verimlilik, müşteri deneyimi ve kurumsal dönüşüm konuları ele alındı. Brisa Bridgestone Sabancı CDO'su Dr. Mustafa Tacettin ve Oyak–Akdeniz Chemson Global BT Lideri Hülya Yakışır, üretimde yapay zeka olgunluğunu değerlendirdi. Finans sektörü temsilcileri de bankacılıktaki uygulamalara ilişkin deneyimlerini paylaştı İnovasyon Sahnesi'nde girişimcilik, sağlık, savunma sanayi ve yapay zeka güvenliği konuşuldu. İTÜ ARI Teknokent CEO'su Prof. Dr. Atilla Dikbaş, Ar-Ge ve girişimcilik ekosisteminin dönüşümünü değerlendirdi. Diğer oturumlarda yapay zekanın tıp ve hematolojide kullanımı, savunma sanayisindeki uygulamaları, hukuk süreçlerinde otomasyon ve güvenli kullanım yaklaşımları tartışıldı. Sahne programlarının yanı sıra fuaye alanında yapay zeka çözümleri sergilendi. Teknoloji şirketleri, girişimler, yatırımcılar ve farklı sektörlerden profesyoneller, bilgi paylaşmak ve yeni iş birliği olanaklarını değerlendirmek üzere bir araya geldi. Zirve, 12 Kasım günü online olarak devam etti.

Ürünün kullanım ömrünün sonuna ilişkin değerlendirmeler, takas teklifleri gibi uygulamalar da giderek önem kazanıyor. Rapor, Türkiye'de Teknoloji ve Dayanıklı Tüketim Ürünü markaları için öne çıkan fırsatları şöyle aktarıyor:

• Tüketiciler, Teknoloji ve Dayanıklı Tüketim (T&D) kategorilerinin tamamında yeni ürün satın almak yerine alternatif seçenekleri giderek daha fazla değerlendirmeye başladı. Ürünlerin kapsamlı şekilde test edilmesi, durumlarının şeffaf biçimde açıklanması ve güçlü satış sonrası destek hizmetleri, yenilenmiş ürünlere yönelik güven algısını artıran önemli unsurlar arasında yer alıyor.
Türkiye'de yenilenmiş ürün pazarına yönelik hayata geçirilen yeni düzenlemeler de daha güvenli ve daha şeffaf bir ikinci el teknoloji ekosisteminin oluşmasına katkı sağlayarak tüketici güvenini destekliyor.

• Sürdürülebilirlik, belirli pazar ve kategorilerde üst segment ürünlere yönelimi destekleyebilecek önemli bir farklılaşma alanı olmayı sürdürüyor. Türkiye'de enerji verimliliği ise sağladığı tasarruf ve hane bütçesine katkısı üzerinden öne çıkıyor. Bu yaklaşım, enerji ve konut giderlerinin hane bütçeleri üzerindeki etkisinin devam ettiği bir ortamda önem kazanıyor.

4. Değeri Tüketiciye Daha İyi Anlatan Yeni ve Yükselen Markalardan İlham Almak.
Dünyanın farklı bölgelerindeki tüketiciler, uygun fiyatla kaliteli ürünler sunan yeni ve yükselen markalara yönelmeye daha açık hale geliyor. Başarılı markalar, yeni rakipleriyle rekabet edebilmek için sundukları değeri tüketicilere satın alma aşamasında daha açık ve anlaşılır şekilde anlatıyor. Markaların da tüketicilerin tercihlerini şekillendirdiği bu aşamada daha görünür olması ve fiyat ile güven konusunda net mesajlar vermesi gerekiyor.

5. Yapay Zekâ Destekli Aramalarda ve Dijital Alışverişte Görünür Olmak.
Dünya genelinde tüketicilerin yaklaşık üçte ikisi (%65), tüketici teknolojisi ürünleri ve ev aletleriyle ilgili araştırmalarına genellikle çevrim içi ortamda başlıyor. Yapay zekâ destekli aramaları kullanan tüketicilerin sayısının artmasıyla birlikte bu durum, markaların tüketicilerin karşısına çıkma ve değerlendirme sürecine dahil olma biçimlerini yeniden ele almasını gerektiriyor. Perakendede artık markaların, tüketicilerin bulunduğu ve satın alma kararlarını şekillendirdiği her kanalda kolayca bulunabilmesi, tüketici sinyallerini hızlı biçimde değerlendirmesi, tüketicinin ihtiyaçlarına karşılık vermesi ve güven oluşturması önem taşıyor. Ürün bilgilerini, stok durumunu ve satın alma geçmişini yapay zekâ ve dijital sistemlerin kolayca anlayabileceği şekilde düzenleyen markalar, yalnızca geleneksel arama sonuçlarında görünürlüğünü artırmaya odaklanan markalara kıyasla daha avantajlı bir konuma geliyor. Teknolojik yenilik tek başına artık bir cihazı yenilemek için yeterli bir neden sunmuyor, diyen Didem Şekerel Erdoğan, sözlerini şöyle tamamladı; "Türkiye'de markaların, sundukları değeri daha net ortaya koyması gerekiyor. Tüketiciler artık yalnızca ürün özelliklerine değil; mevcut teknoloji ekosistemleriyle uyumuna, yapay zekânın sağladığı somut faydalara ve satış sonrası desteğe de dikkat ediyor. Yapay zekâ, enerji verimliliği, yenilenmiş ürünler ve takas programları önemli fırsatlar sunarken, asıl hedef her satın alımı yalnızca yeni bir ürün tercihinden çıkarıp daha akıllı ve uzun vadeli bir çözüme dönüştürmek olmalı."

14. sayfa devamı

Veeam Türkiye Ülke Müdürü Can Gülçür oldu



Veri ve yapay zekâ güvenilirliği şirketi Veeam® Software'in Türkiye Ülke Müdürü olarak Can Gülçür atandı. Gülçür, yeni görevinde Veeam'in Türkiye'deki faaliyetlerine ve saha satış organizasyonuna liderlik edecek; iş ortaklarıyla iş birliği içinde kurumların siber dayanıklılıklarını güçlendirmelerine, verilerini koruyup yönetmelerine ve yapay zekâ kullanımını güvenle hızlandırmak için ihtiyaç duydukları güvenilir veri altyapısını oluşturmalarına destek olacak. Veeam'e katılmadan önce Cohesity'de Kıdemli Kurumsal Müşteri Yöneticisi olarak görev yapan Can Gülçür, ondan önce de GlassHouse Türkiye'de Müşteri Başarısı Kıdemli Direktörlüğü ve Kıdemli Satış Direktörlüğü de dahil çeşitli üst düzey yöneticilik pozisyonlarında bulundu. Veri koruma, bulut, siber güvenlik ve yapay zekâ alanlarını kapsayan uluslararası teknoloji ve satış liderliği alanında 20 yılı aşkın deneyime sahip olan Gülçür, altyapı, güvenlik ve teknoloji yatırımlarını dayanıklılık, veri yönetişimi, ölçeklenebilirlik ve maliyet verimliliği gibi somut iş sonuçlarına dönüştürme konusunda deneyim sahibi.

Borusan'ın elektrikli şarj ağı şirketinde atama



Borusan EnBW Enerji bünyesinde kurulan ve yüzde 100 hisse devriyle doğrudan Borusan Holding bünyesinde konumlanan elektrikli araç şarj ağı şirketi 5 Şarj'da üst yönetimde atama gerçekleşti. Borusan Holding İş Geliştirme ve Strateji Grup Lideri olarak görev yapan Deniz Emre Dağ, 5 Şarj'a Genel Müdür olarak atandı. Atama, 1 Aralık 2026 itibarıyla geçerli olacak. Dağ, markanın yeni büyüme ve yatırım dönemine liderlik edecek. 2002 yılında İstanbul Teknik Üniversitesi Endüstri Mühendisliği Bölümü'nden mezun olan ve aynı yıl Borusan Holding bünyesinde Alpha Genç Yetenek olarak kariyerine başlayan Dağ, 2018'den bu yana Strateji ve İş Geliştirme Grup Lideri olarak görev yapıyordu.

Aslan Lojistik'te atama



Aslan Şirketler Grubu bünyesinde faaliyet gösteren Aslan Lojistik, üst düzey bir atamayla yönetim kadrosunu güçlendirdi. Lojistik sektöründe 15 yılı aşkın deneyime sahip olan Esra Özay, Aslan Lojistik'in Operasyonlardan Sorumlu Üst Düzey Yöneticisi (CCO) olarak göreve atandı. Endüstri Mühendisliği ile Yönetim ve Organizasyon eğitimi alan Esra Özay; kariyeri boyunca DB Schenker Arkas, Ekol Lojistik, GEFCO Logistics, ATOM Logistics ve Erkport / UGR Ro-Ro gibi sektörün önde gelen kurumlarında üst düzey sorumluluklar üstlendi. Uluslararası taşımacılık, otomotiv lojistiği, Ro-Ro operasyonları, proje taşımacılığı ve stratejik iş ortaklıkları konularında uzmanlığa sahip olan Özay, yeni görevinde Aslan Lojistik'in operasyonel verimlilik, süreç takibi, ekipler arası koordinasyon ve uluslararası pazarlardaki sürdürülebilir büyüme stratejilerine liderlik edecek.

PEAKUP üst yönetiminde iki atama





Dijital dönüşüm ve yapay zekâ odaklı teknoloji çözümleri sunan PEAKUP, büyüme hedefleri doğrultusunda üst yönetim kadrosunu güçlendiriyor. Bu kapsamda Can İlkhan, PEAKUP Yazılım Çözümleri Satış ve Teknoloji Lideri, Metin Abaza ise PEAKUP İş Çözümleri Satış ve Teknoloji Lideri olarak atandı. İş stratejisi, liderlik ve ürün geliştirme alanlarında 25 yılı aşkın deneyime sahip Can İlkhan, yeni görevinde PEAKUP'ın SIGNandGO, Velocity, PASSGATE gibi ürünlerine katkı sağlayacak. Teknoloji sektöründe 20 yılı aşkın deneyime sahip Metin Abaza ise farklı müşteri segmentlerinde edindiği birikim, stratejik müşteri yönetimi ve satış liderliği deneyimiyle şirketin yapay zekâ, iş uygulamaları, otomasyon, bulut, güvenlik gibi yazılım çözümleri yapılanmasının gelişmesinde rol üstlenecek. Kariyerinin 16 yılı aşkın bölümünde Bircom bünyesinde görev alan Can İlkhan, son olarak Satıştan Sorumlu Direktörlük ve Yönetim Kurulu Danışmanlığı görevlerini yürüttü. 2019-2024 arasında CEO olarak görev yapan İlkhan, kariyerinin önceki dönemlerinde genel müdür yardımcılığı ile çeşitli ürün ve teknoloji direktörlüğü pozisyonlarında bulundu. Teknoloji sektöründe 20 yılı aşkın deneyime sahip Metin Abaza ise kurumsal satış, stratejik müşteri yönetimi ve iş geliştirme alanlarında çeşitli liderlik görevleri üstlendi. Ağustos 2025'te Data Market'e Satış Direktörü olarak katılan Abaza, öncesinde ise yaklaşık 18 yıl NETAŞ bünyesinde görev yaptı. NETAŞ'taki kariyerine 2008'de Kilit Müşteriler Satış Müdürü olarak başlayan Abaza, Aralık 2018-Ağustos 2025 döneminde Satış Direktörü olarak görev aldı. Abaza kariyerinin önceki yıllarında ise Superonline'da Kanal Satış Sorumlusu olarak çalıştı.

SağlamPay'in Genel Müdürü Mürsel Topuz oldu



Kuveyt Türk'ün bünyesinde, katılım finans sektörünün ilk elektronik para kuruluşu olarak TCMB'den resmi faaliyet izni sonrasında faaliyete başlayan SağlamPay'in Genel Müdürlük görevine Mürsel Topuz getirildi. Finans, teknoloji ve ödeme sistemleri alanlarındaki deneyimiyle Topuz, bilgi teknolojileri (IT), müşteri analitiği (CRM), dijital ve bireysel pazarlama ile ödeme sistemleri gibi farklı alanlardaki 20 yıllık tecrübesiyle SağlamPay'in büyüme yolculuğuna liderlik edecek. Finans sektöründeki kariyerine 2006'da başlayan Topuz, 2007'den bu yana Kuveyt Türk bünyesinde çeşitli görevlerde bulundu. Kuveyt Türk'te Bilgi Teknolojileri, Müşteri Analitiği ve CRM Yönetimi, Bireysel Pazarlama Müdürlüğü görevlerinin ardından en son Bireysel ve Özel Bankacılık Pazarlama Grup Müdürlüğü görevini üstlenen, yeni nesil ödeme kuruluşunun ihtiyaç duyulabileceği pek çok alanda deneyim sahibi olan Mürsel Topuz, Haziran 2026'da lisans alarak faaliyetlerine başlayan SağlamPay'in kurucu Genel Müdürü olarak çalışmalarına devam edecek.

Yemeksepeti Market'in Genel Müdürü Ungan oldu



Yemeksepeti, hızlı market iş kolu Yemeksepeti Market'in genel müdürlüğüne Yaman A. Ungan'ı atadı. Farklı sektörlerde büyüme, dönüşüm ve operasyon yönetimi alanlarında liderlik deneyimi bulunan Ungan, yeni görevinde Yemeksepeti Market'in sürdürülebilir büyüme planlarının hayata geçirilmesi, ürün çeşitliliğinin geliştirilmesi ve hizmet kalitesinin güçlendirilmesi çalışmalarına liderlik edecek. Orta Doğu Teknik Üniversitesi İktisat Bölümü'nden lisans, Boğaziçi Üniversitesi'nden uluslararası ilişkiler alanında yüksek lisans ve INSEAD'dan MBA derecesi bulunan Ungan, kariyerine kurumsal finansman alanında başladı. ÜNLÜ & Co'da büyük ölçekli şirket satışlarında, birleşme ve satın alma işlemlerinde ve halka arzlarda görev alan, INSEAD'da MBA eğitimini tamamladıktan sonra McKinsey & Company'de farklı sektörlerde strateji, dönüşüm ve büyüme projelerine liderlik eden Ungan, 2021 yılında e-ticaret markalarına yatırım yapan bir platformun Türkiye ve Polonya operasyonlarını Genel Müdür olarak kurup büyüttü, küresel birleşme ve satın alma faaliyetlerini yönetti ve yatırımcılara satışını sağladı. 2023'te SHEIN'e Türkiye Genel Müdür Yardımcısı olarak katılan Ungan, Yemeksepeti'ne katılmadan önce yeniden yatırım bankacılığına dönerek çeşitli sektörlerde birleşme ve satın alma, halka arz ve sermaye piyasaları işlemlerinde danışmanlık verdi.

HP'nin yeni CEO'su Emma Walmsley oldu



HP Inc, Yönetim Kurulu'nun oy birliğiyle Emma Walmsley'i 4 Ocak 2027 tarihinden itibaren geçerli olmak üzere İcra Kurulu Başkanı (CEO) olarak atadığını duyurdu. En son GSK'nin CEO'su olarak görev yapan Walmsley, yedi yıldır Microsoft Yönetim Kurulu Üyeliğini de sürdürmekteydi. Walmsley, Şubat 2026'dan bu yana Geçici CEO olarak görev yapan Bruce Broussard'ın yerini alacak. Broussard ise 4 Ocak 2027 tarihi itibarıyla Chip Bergh'in yerine Yönetim Kurulu Başkanı olarak atanacak. Walmsley, Nisan 2017'den Aralık 2025'e kadar görev yaptığı GSK'nin eski İcra Kurulu Başkanıydı. CEO olarak geçirdiği yaklaşık dokuz yıl boyunca, küresel biyoeczacılık şirketinin kapsamlı dönüşümüne liderlik etti ve operasyonel performansında önemli bir artış sağladı. Tüketici sağlığı biriminin başarıyla ayrılmasının ardından şirketin stratejik odağını uzmanlık ilaçları ve aşılara kaydırmış, Ar-Ge kanalını canlandırmış ve bilançoyu güçlendirirken; GSK'nin lider kadrosunu ve halefiyet planlamasını pekiştirdi. Walmsley 2010 yılında GSK'ye katılarak Grup CEO'su olarak atanmadan önce 2015'te GSK Tüketici Sağlığı CEO'su oldu. Daha önce ise 17 yıl boyunca L'Oréal bünyesinde büyük küresel tüketici işletmeleri kurdu ve yönetti. Bergh ise 2017'den bu yana HP Yönetim Kurulu Başkanı ve 2015'ten bu yana yönetim kurulu üyesi olarak görev yapıyordu ve Broussard 4 Ocak 2027'de görevi devralana kadar Yönetim Kurulu Başkanı olarak kalmaya devam edecek.

Etkinlikleriniz ile ilgili bilgileri **bthabersirketleri.com/EtkinlikDuyuru** adresine girebilirsiniz.

Stratejik Savunma
GÜÇLÜ KORUMA
iovis
www.iovis.com.tr
BThaber

ETKİNLİK TAKV!M!

ETKİNLİKLER

17 Kasım 2026
C Suite
Bursa
AYRINTILI BİLGİ:
www.bilisimzirvesi.com.tr

26 Kasım 2026
C Suite
İzmir
AYRINTILI BİLGİ:
www.bilisimzirvesi.com.tr

15 Aralık 2026
Bilişim Zirvesi'26
İstanbul
AYRINTILI BİLGİ:
www.bilisimzirvesi.com.tr

15 Aralık 2026
Teknoloji Kaptanları 9
İstanbul
AYRINTILI BİLGİ:
www.bilisimzirvesi.com.tr

25 Mart 2027
Yapay Zeka Zirvesi - AGI 3
İstanbul
AYRINTILI BİLGİ:
www.bilisimzirvesi.com.tr

25 Mart 2027
Yapay Zeka Arf Ödülleri 3
İstanbul
AYRINTILI BİLGİ:
www.bilisimzirvesi.com.tr

07 Nisan 2027
C Suite GAP
Gaziantep
AYRINTILI BİLGİ:
www.bilisimzirvesi.com.tr

12 Nisan 2027
BThaber Bowling Turnuvası 10
İstanbul
AYRINTILI BİLGİ:
www.bilisimzirvesi.com.tr

05 Mayıs 2027
Güvenlik Zirvesi - BZsec 3
İstanbul
AYRINTILI BİLGİ:
www.bilisimzirvesi.com.tr

05 Mayıs 2027
Security Ödülleri 3
İstanbul
AYRINTILI BİLGİ:
www.bilisimzirvesi.com.tr

03 Haziran 2027
C Suite Ege 2
İzmir
AYRINTILI BİLGİ:
www.bilisimzirvesi.com.tr

10 Haziran 2027
C Suite Bursa 2
Bursa
AYRINTILI BİLGİ:
www.bilisimzirvesi.com.t

17 Haziran 2027
TechFinTech 5
İstanbul
AYRINTILI BİLGİ:
www.bilisimzirvesi.com.tr

05 Ağustos 2027
Bilişim 500 Ödül Töreni 2027
İstanbul
AYRINTILI BİLGİ:
www.bilisimzirvesi.com.tr

01 Ekim 2027
C Suite 8
İstanbul
AYRINTILI BİLGİ:
www.bilisimzirvesi.com.tr

MEKTUP

Fidan bağışlarına hep katkı!

Merhaba

Alışveriş açısından dolu dolu günlerdeyiz, malum aylardan kasım. İndirimler bu zamanda özellikle ilaç gibi geliyor, ama büyünün bozulduğu anlar da var. Kasım indirimleri sürerken Şikayetvar, geçen yılın tüketici şikayetlerinden hareketle alışverişlerde karşılaşılabilecek risklere dikkat çekmiş. Şikayetvar'ın 2025 yılı verileri, kasım ayında özellikle pazaryeri siteleri, e-ticaret ve kargo sektörlerine yönelik şikayetlerde artış yaşandığını ortaya koydu. Buna göre, 2025 Ekim ayında pazaryeri sitelerine yönelik 7 bin 863 şikayet kaydedilirken, bu sayı kasım ayında yüzde 32 artışla 10 bin 383'e yükselmiş. E-ticaret, kargo ve nakliyat sektörüne yönelik şikayetler de aynı dönemde yükselmiş. Kasım indirimlerinde şikayetlerde öne çıkan konular indirimli siparişlerin iptal edilmesi, kargo ve teslimat sorunları, yanlış, eksik veya farklı ürün gönderilmesi, iade ve ücret geri ödeme sorunları, yanıltıcı fiyat ve kampanya uygulamaları, müşteri hizmetleri ve çözüm süreçlerinin artırdığı ızdırap olarak sıralanıyor. Bu yolda dikkat edilmesi gerekenler de var. İndirim oranına değil, gerçek fiyata bakın. Alışveriş yapacağınız sitenin adresini, satıcının iletişim bilgilerini ve tüketici şikayetlerini kontrol edin. Sahte bağlantılara dikkat edin. Kampanya koşullarını inceleyin. İndirim kuponlarının uygulanıp uygulanmadığını ve kargo dahil nihai tutarı ödeme öncesinde kontrol edin. Sipariş bilgilerini saklayın. Teslimat sürecini takip edin. İade haklarınızı öğrenin. Elçiye zeval olmaz, her yıl yılın sonuna gelirken yaşadığımız alışveriş coşkusunun zedelenmesi kaderimiz olasın. Biz hatırlatmış olalım ki alışveriş ızdırabı tekerrür etmesin.

İnsan kaynakları platformu Kolay İK, deprem, sel gibi afetlerde şirketlerin çalışanlarına ulaşmasını sağlayacak bir 'Acil Durum' uygulaması geliştirmiş. SMS üzerinden çalışanların güvende olup olmadığını ve yardım ihtiyaçlarını bildirebildiği uygulama sayesinde internet bağlantısı olmadan iletişim kurulabiliyor. 12 Kasım Afet Eğitimi Hazırlık Günü'nde duyurulan uygulamanın ilk kullanıcılarından biri ise Decathlon Türkiye olmuş.

Bir hatırlatma yapayım. Küresel iklim değişikliğiyle birlikte frekansı ve şiddeti artan aşırı hava olayları, tarımsal üretimi ve gıda arz güvenliğini doğrudan tehdit ediyor. Aniden bastıran şiddetli dolu, yıkıcı fırtına, lokal hortumlar ve mevsim dışı don olayları; üreticinin bir yıllık emeğini ve yatırımını birkaç saat içinde sıfırlayabiliyor. Uzmanlar, iklim krizinin getirdiği bu risklere karşı Doğru Tanzim Edilmiş Tarım Sigortası'nın (TARSİM) üretimin devamlılığı için zorunlu bir finansal zırh olduğunu vurguluyor. Koalay Sigorta Satış Genel Müdür Yardımcısı Mustafa Açıkkanlı, "Tarım sigortasında poliçenin varlığı kadar, doğru bilgilerle ve üreticinin ihtiyaçlarına uygun şekilde düzenlenmiş olması da önem taşıyor. Öncelikle Çiftçi Kayıt Sistemi (ÇKS) verilerinin güncel olması, tapu ve parsel bilgilerinin ürün türüyle birebir örtüşmesi gerek. Teminat kapsamının, ürünün yetiştirildiği bölgenin riskleri dikkate alınarak belirlenmesi şart. Dolu, fırtına ve hortum gibi temel risklerin yanı sıra ihtiyaç duyulan durumlarda ek don teminatı ve verim sigortalarının da poliçeye dahil edilmesi gerek" demiş. Ürün türüne ve hasarın niteliğine bağlı olarak en geç bir hafta içerisinde, fırtına hortum ve sel hasarlarında 24 saat içinde TARSİM Çağrı Merkezi (ALO 172), sigorta acenteleri veya mobil uygulama üzerinden ihbarda bulunulması önem taşıyor. Mevsim şartlarına tam uyum için aklımızda olsun.

Antalya'da düzenlenen COP31 ile çevresel sorumluluğun öne çıktığı bu dönemde VARTA Pilleri Türkiye de, devam eden "Atık Piller Fidana Dönüşüyor" kampanyasıyla evlerde, okullarda ve iş yerlerinde kullanım ömrünü tamamlayan pillerin evsel atıklardan ayrı toplanmasını ve geri dönüşüm süreçlerine ulaştırılmasını teşvik ediyor. Güncel kampanya verilerine göre 30 ilden 200 kişinin katılımıyla 85.475 adet atık pil geri dönüştürülürken, kampanya kapsamındaki fidan sayısı 7.337'ye ulaşmış. Marka, atık pillerin ayrı toplanarak geri dönüşüme gönderilmesini teşvik ederken bu konuda kalıcı farkındalık oluşturmayı hedefliyor. VARTA'nın Mol-e iş birliğiyle yürüttüğü kampanya, atık pil toplama sürecine katılımı kolaylaştırırken fidan bağışlarıyla ağaçlandırma çalışmalarını destekliyor. Kampanyaya katılmak isteyen bireyler ve kurumlar, kampanya sitesindeki yönlendirmeyle Mol-e platformuna kayıt olabiliyor. "Atık Ekle" bölümünden pillerin fotoğrafını ve adet bilgisini paylaşan katılımcılar, oluşturulan kargo koduyla atık pillerini PTT şubelerinden ücretsiz olarak gönderebiliyor. Bu piller de TAP (Taşınabilir Pil Üreticileri ve İthalatçıları) Derneği aracılığıyla geri dönüşüm sürecine yönlendiriliyor. Ayrıntılı bilgiye www.vartaatikpil.com.tr üzerinden ulaşılabiliyor.

Bir başarı hikayesinde sıra… Vodafone Grubu'nun çalışan gelişimini teşvik etmek amacıyla hayata geçirdiği iç koçluk programına Türkiye'den katılan 31 çalışan ICF akredite eğitimini tamamlayarak sertifikasını almış. Bu gelişmeyle, Vodafone Grubu'nun globalde 130 kişiden oluşan koçluk ekosistemi içinde Türkçe koçluk desteği verilmesi de mümkün olacak. Bu program sayesinde, Vodafone çalışanlarının gelişimi için büyük önemi olan metotlardan biri olan koçluğun Vodafone Türkiye'de yılda 120'den fazla kişiye ulaşması hedefleniyormuş. Vodafone Grubu'nun koçluk ekosistemine dahil olan bu kişiler, kendilerine gelen talepler doğrultusunda farklı ülke ve kültürlerden kişilere koçluk yapabilecek. Ayrıca, Vodafone Grubu'nun global koçluk ekosistemi içinde Türkçe koçluk desteği verilmesi mümkün olacak. Bu başlıkta yeni başarı haberlerini paylaşırım umarım.

Bu haftaki kitabım Zülfü Livaneli'nin yeni romanı "Kervankıran". Can Yayınları'ndan çıkan kitap, rüyasında gördüğü Zühre'nin hayaliyle yollara düşen, Anadolu'yu geçip İstanbul üzerinden Berlin'e ulaşan âşık Ali ile idealize edilmiş kadın figürlerinden çok farklı, hayati tehlikeler atlatarak Berlin'e giden Zühre'nin hikâyesine odaklanıyor. Livaneli'nin bu eseri de bizleri bekliyor.

Haftaya buradayım,

BThaber

YIL 31
SAYI 1557
16 - 22 KASIM 2026

www.bthaber.com
www.linkedin.com/groups/BThaber
instagram.com/bthaberofficial

Abone ve Dağıtım
btabone@bthaber.com.tr

Bültenlerinizi
bulten@bthaber.com.tr
adresine gönderebilirsiniz

Yönetim Yeri:
Bilişim Zirvesi Etkinlik Organizasyon Limited Şirketi
Lotus World, Ortaköy, Ambarlıdere Sk. No:6 Kat 5, 34347 Beşiktaş/İstanbul
Telefon: (0212) 912 51 74
ISSN 1300-6495

Bilişim Zirvesi Etkinlik Organizasyon Limited Şirketi adına Sahibi ve Sorumlu Yazı İşleri Müdürü
Neslihan Aksun
neslihanaksun@BThaber.com.tr

BThaber Gazetesi
Genel Yayın Koordinatörü
Ayhan Sevgi
ayhansevgi@BThaber.com.tr

Editör
Handan Aybars
handanaybars@BThaber.com.tr

Reklam Rezervasyon Sorumlusu
Biriz Yıldırım
birizyildirim@BThaber.com.tr

Görsel Yönetmen
Gizem Yalva
gizemyalva@BThaber.com.tr

Türkiye'nin en köklü bilişim teknolojileri yayını olan BThaber, 1995 yılından bu yana bilişim ve teknoloji dünyasındaki en son haberleri, yenilikleri ve bilgileri okuyucularına kesintisiz bir şekilde sunmaya devam ediyor. Her hafta yüzde 35'i BT, yüzde 65'i ise finans, otomotiv ve sağlık gibi farklı sektörlerde yer alan şirketlerin ve kamu kurumlarının yöneticilerinden oluşan 3500 kişiye ulaşmakta ve online platformlar üzerinden her hafta on binlerce kişiye erişim sağlamaktadır.

Cilt, Baskı, Poşetleme: V8 Basım Hizmetleri San. ve Tic. Ltd. Şti. - Tavukçuyolu Cad. Palas Sk. No: 3 Y. Dudullu - Ümraniye/İstanbul - Tel 0216-364 89 89. BThaber kontrollü abonelik sistemiyle dağıtılmaktadır. - Fiyatı 1 Kuruş (KDV dahil) - BThaber, 5187 sayılı Basın Kanunu'nun 2/f maddesi hükmü gereği 'yerel süreli yayın'dır.

WEEKLY
INFORMATION
TECHNOLOGY AND
ECONOMY
NEWSPAPER

BThaber Weekly

BThaber C-Connect Meetings: IT and OT in the Age of AI

As artificial intelligence technologies redefine industry and IT, the integration of information technology (IT) and operational technology (OT) represents a critical turning point for modern organizations. Technology leaders gathered at the BThaber C-Connect Meeting, sponsored by Schneider Electric Türkiye, for an in-depth discussion of how traditional systems, increasingly cumbersome amid growing regulation and traceability requirements, affect operational agility, and the decisive roles of technology, change management and corporate culture in the success of digital transformation.

The event explored, from a forward-looking perspective, how ready infrastructure is for AI-supported, data-driven decision-making and the convergence of IT and OT, offering a strategic roadmap for all organizations seeking sustainable competitive advantage in the digital age.

EXECUTIVES WHO ATTENDED THE EVENT

- Ali Pala - IT Leader for Türkiye, the Middle East and North Africa, Bayer
- Emir Erkara - IT Manager, Polonez - Trakya Et ve Süt Ürünleri
- Erdem Taşkıran - IT Manager, Tahsildaroğlu
- Hülya Erginler - IT Director, Yörpaş Grup
- Murat Atasoy - Co-Founder, Ida Process
- Mücahit Bedir - Digital Solutions Manager, Uludağ İçecek
- Nilüfer Yaşar - CPG Segment Leader, Schneider Electric
- Tarkan Ateşoğlu - IT Group Manager, Lila Group
- Timur Karaman – IT Director, Tiryaki Agro,
- Tolga Tırpan - IT Director, Bilim İlaç

Consumers Want to Use AI More

According to DORinsight's “AI Usage, Expectations and Next-Generation Assistant Opportunities in Türkiye” survey, more than 80 percent of consumers say they would use an app they already use regularly more often if it offered a good AI assistant. In telecommunications, 62 percent of consumers see AI assistants as a useful addition to existing apps and services, with similar levels of interest in shopping, travel and financial services.
The findings point to an opportunity for businesses serving consumers directly to add useful AI features to services people already use, alongside standalone AI platforms. Three key factors are expected to shape this transformation: integration into everyday services, adaptation to the local market and a clear value exchange in advertising. Brand awareness in AI remains concentrated around a few leading brands. ChatGPT and Gemini lead the brands that first come to consumers' minds, followed by Grok, Claude, Yandex AI and DeepSeek. However, none of the brands in this latter group has yet secured a lasting position in third place.
Conducted by DORinsight in July 2026 with 1,015 participants across Türkiye, the survey examined how and how often AI is used, consumers' expectations of the technology, its uses in shopping and telecommunications, attitudes toward local AI solutions and advertising, and willingness to pay for AI services.

This opportunity rests on AI usage that is already widespread. Although fewer than half of respondents say they did not initially identify themselves as AI users, roughly two-thirds say they use at least one AI service. Usage is also expected to increase further: 84 percent of respondents say they plan to use AI more often over the next six months. Demand for AI assistants is particularly evident in the services consumers regularly use for practical tasks.

While 80 percent of respondents say they could use AI to research products or services, 39 percent say they are open to shopping directly through AI. Among consumers who use AI for shopping-related purposes, 42.5 percent have made at least one purchase based on an AI recommendation. And 18.4 percent say they shop this way occasionally or more often.
The benefits consumers expect from AI-supported shopping are highly practical. Of respondents, 57 percent expect AI to help them find better prices, 47 percent to identify coupons and discounts, 46 percent to filter out fake reviews, and 43 percent to compare products more quickly. Respondents are most open to shopping with AI assistance for clothing and footwear, food delivery and groceries. These are followed by travel, electronics, and telecommunications plans and add-on services.

Telecommunications also offers significant potential. While 62 percent of respondents say an AI assistant would be useful in this category, 38 percent of those who answered questions about app usage say they used a telecommunications operator's or internet provider's app in the previous month.
Approximately 70 percent of users prefer to use such an assistant directly within the operator's app or through a hybrid model integrated with an existing AI platform. Meanwhile, 49 percent show greater interest in having AI included in their existing service packages. This suggests that telecommunications operators could be strong distribution partners for AI services.
Respondents are most interested in relatively simple use cases, such as understanding bills, spotting unusual charges and comparing tariffs or packages. The findings indicate that AI could simplify these decisions and provide support through the next steps while leaving final approval to the user.

BTHaber Weekly

WEEKLY
INFORMATION
TECHNOLOGY AND
ECONOMY
NEWSPAPER

Telecom Companies Look to AI for New Growth

Telecommunications companies see significant growth opportunities, according to the Future of the Telecommunications Sector Survey conducted by EY-Parthenon (EYP), which operates under EY, an international provider of consulting, audit, corporate finance, strategy and tax services. The survey involved senior executives from more than 90 telecommunications companies across 34 countries, including Türkiye. However, skills gaps, operating model challenges and a lack of strategic clarity can make it harder to realize these opportunities.

According to the survey, 97 percent of telecommunications leaders expect AI to deliver significant gains in efficiency and operational performance over the next five years. As leaders prioritize AI applications across business functions, customer service and issue resolution, at 92 percent, network optimization, at 67 percent, and service personalization, at 38 percent, stand out as the most common use cases.

While 54 percent of telecommunications leaders cite budget constraints as a challenge to transformation, 43 percent point to insufficient existing capabilities. Executives also regard a lack of alignment between technology and business strategies as a significant challenge to successful transformation. A lack of clarity on strategic direction is also seen as a further obstacle by 34 percent of executives. The findings show that the value AI delivers will depend not only on technology investment, but also on companies' ability to redesign their operating models and integrate AI into core business processes. In addition, 69 percent of telecommunications leaders expect three-quarters of the workforce to need upskilling or replacement by employees with new skills over the next five years as companies increasingly adopt AI-supported operating models. However, attracting the talent needed to support this transformation remains a major challenge.

Services beyond the core business are seen as a driver of growth by 50 percent of telecommunications leaders. Alongside transformation, 47 percent of executives identify restructuring business models to accelerate growth beyond the core business as a strategic priority for the next five years. Key areas of focus include cybersecurity, sovereign cloud and AI infrastructure. While 64 percent of leaders regard a better understanding of customers as a critical capability for future success, the proportion who see network quality as a critical capability stands at around 49 percent. Meanwhile, 80 percent believe digital infrastructure remains a core asset that telecommunications companies need to own and manage.

Meanwhile, 66 percent of telecommunications leaders see satellite operators as one of the main players that could transform the industry over the next five years. Although hyperscale cloud providers are increasingly viewed as competitors in the sector, they are also expected to become some of telecommunications companies' most important ecosystem partners. Growing demand for AI infrastructure is strengthening integration among connectivity, cloud and computing services, making these partnerships even more critical.

5 Strategic Steps for Telecommunications Companies

1. Transform the operating model: Bring new capabilities into the organization and accelerate the transformation of the existing workforce while adapting to new AI-supported ways of working.

2. Integrate AI into core business processes: Extend AI use beyond customer service to deliver operational efficiency and cost advantages.

3. Strengthen areas of differentiation: Build competitive advantage in areas such as customer insight, software capabilities, cybersecurity and AI infrastructure.

4. Diversify business models: Use ecosystem partnerships in new growth areas such as sovereign cloud and AI infrastructure.

5. Pursue strategic growth opportunities: Develop strategic partnerships with hyperscale companies and public institutions alongside consolidation and acquisition opportunities.

Robotik Türkiye Platform Launched

Established by the Turkish Informatics Foundation (TBV), the Robotik Türkiye Platform has begun work to bring together organizations operating in physical artificial intelligence and robotics. Seeking to connect industrial companies, robot manufacturers, integrators, startups, academia, investors and the public sector, the platform aims to match needs in the field with existing solutions.

Physical AI primarily encompasses systems that perceive their surroundings through cameras and sensors and perform tasks in the physical world. These technologies are used in sectors ranging from factories and warehouses to hospitals and agriculture. Although organizations in Türkiye are also working in this field, bringing solution developers together with the organizations that need their solutions is not always easy. The Robotik Türkiye Platform aims to strengthen cooperation among organizations and support the implementation of the solutions developed.

Sharing the vision behind the platform's establishment at the launch, TBV Chairman of the Board Faruk Eczacıbaşı said, “We want Türkiye to take its place at this global table as the rules of transformation are being written. We established the Robotik Türkiye Platform for this purpose.” Prof. Dr. Metin Sitti, a scientist known worldwide for his pioneering work, commented on the platform's launch:

"Physical AI and robotics are more than tools for industrial automation; they are the most fundamental building block of countries' economic and technological independence. Intelligent systems have reached the point where they can perceive their surroundings and create added value in the physical world. Türkiye has a very significant advantage in this field through its pioneering academic research, strong industrial infrastructure, young talent and dynamic startup ecosystem. The Robotik Türkiye Platform will serve as a critical bridge, channeling this immense but dispersed energy toward a shared goal and bringing laboratory research into our daily lives, factories, hospitals and global markets."

The Türkiye Robotics Ecosystem Report, prepared with sponsorship from Togg and contributions from nearly 30 experts, was also presented to the public at the launch.

According to the report, global demand for robots has more than doubled over the past 10 years. In Türkiye, 3,194 industrial robots were installed in 2025. The report highlights the expertise Türkiye has gained in robotics applications and integration. This expertise is described as an important foundation for developing component and robot production and increasing Türkiye's share of the global robotics market.

TRIBUNTEK

THE SENATE OF TECHNOLOGY

Teknoloji ürünleriniz doğru karar vericilere ulaşsın.

Where Technology Gets Discovered.

BT karar vericileri ürünlerinizi inceliyor, değerlendiriyor, puanlıyor ve deneyimlerini paylaşıyor.

AI	SaaS	Cybersecurity	Cloud
ERP	TRIBUNTEK DISCOVER · COMPARE · EVALUATE		CRM
HR Tech	Data	Low-Code	ve 40+ kategori

Yerel ve Global Karar Vericilere

Ürünlerinizi Türkiye'de ve dünyada BT'den sorumlu üst düzey yöneticilere taşıyın; sizi keşfetsin, inceleyip değerlendirsin.

Kolektif Güven Kazanın

Anonim değerlendirmeler yapay zekâ ile analiz edilir; kolektif skorlar ürünlerinizin itibarını ve sektördeki farkınızı güçlendirir.

Türkiye'den dünyaya büyüyen global teknoloji platformunda ilk günden yerinizi alın.

Hemen Ürünlerinizi Ekleyin!

QR kodu okut, şirket profilinizi oluşturun.

TRIBUNTEK 31 Aralık 2026'ya kadar BT sektöründeki bilişim firmalarına ücretsizdir.

www.tribuntek.com

Bilişim Zirvesi'26

assembly

THE DOPAMINE OF THE ARTIFICIAL WORLD

15 Aralık 2026 | Wyndham Grand, Levent



KEYNOTE

Dr. Öğr. Üyesi

Serkan Karaismailoğlu

Hacettepe Üniversitesi Tıp Fakültesi, Nörobilimci

Lisans eğitimini 2005 yılında Hacettepe Üniversitesi Biyoloji bölümünde tamamladı. Hacettepe Üniversitesi Tıp Fakültesi Fizyoloji Anabilim dalından yüksek lisans derecesini 2009 yılında, doktora derecesini ise 2014 yılında almış olup halen aynı kurumda öğretim üyesi olarak çalışmaktadır.

Sinirbilim alanında çalışmalarına devam etmekte olup akademik alanda çeşitli ulusal ve uluslararası dergilerde makaleleri bulunmaktadır. Şu ana kadar yayınlanmış 10 kitabı vardır.

YAYINLANMIŞ KİTAPLARI

- Kadın Beyni Erkek Beyni (2015)
- Beyinde Ararken Bağırsakta Buldum (2017)
- MATER serisi (3 kitap) (2019-2021)
- Dünyanın En Yalnız Beyni (2023)
- Kalk Bi Dopamin Demle (2024)
- Biomortem (2025)
- Aşktan Önce (2026)
- Aşktan Sonra (2026)

KONUŞMA BAŞLIĞI

"Yapay Dünya'nın Dopamini:

Yapay Zeka Çağında Organik Dopamin"

Teknoloji her gün yeni ödüller sunuyor.
Daha hızlı. Daha kişisel.
Daha bağımlılık oluşturan.

Ancak milyonlarca yılda evrimleşen insan beyni hâlâ kendi doğal ödül sistemini kullanıyor.

Yapay zekâ çağında;

- Dikkatimizi kim yönetiyor?
- Kararlarımız gerçekten bize mi ait?
- Sürekli uyarılan beynimiz nasıl değişiyor?
- Organik dopamini korumak neden bireyler ve liderler için kritik hâle geliyor?

Dr. Serkan Karaismailoğlu, nörobilim perspektifiyle teknolojinin insan üzerindeki etkisini bilimsel veriler ve günlük yaşamdan çarpıcı örneklerle ele alacak.

Bilet Almak İçin: bilet@BThaber.com.tr