

**YASED INSIGHTS**

**KOVİD-19 SÜRECİNDE VE SONRASINDA DİJİTAL DÖNÜŞÜM VE SİBER GÜVENLİK**

**Toplantı Notu**

**24 Haziran 2020**

|  |
| --- |
| **KATILIMCILAR:** |
| **Katılımcı Sayısı:** 62  **Konuk Konuşmacı:** Özlem Kestioğlu – SAP Güney Avrupa ve Kuzey Afrika Bölgesi Müşteri Deneyimi Çözümleri Başkan Yardımcısı, Onur Koç – Microsoft CTO  **Moderatörler:** Ahmet Atay – YASED Bilgi ve İletişim Teknolojileri Çalışma Grubu Başkanı & Microsoft Kamu ve Kurumsal İlişkiler Direktörü, Serkan Valandova - YASED Genel Sekreteri |
| **DEĞERLENDİRİLEN KONULAR:** |
| **Ahmet Atay – YASED Bilgi ve İletişim Teknolojileri Çalışma Grubu Başkanı & Microsoft Kamu ve Kurumsal İlişkiler Direktörü**   * Virüs salgınının gündemimize getirdiği en önemli konular arasında çalışma ve eğitim hayatının dijital ortama taşınması yer aldı. Böylelikle dijitalleşme pek çok sektörde planlanandan daha da hızlı yol almaya başladı. * Bu değişimler bulut bilişimin önemini de gündeme getirdi. Araştırmalar 2020 yılında virüs salgını sürecine denk gelen aylarda bulut altyapı hizmetlerine yapılan harcamaların 2019 yılının aynı dönemine kıyasla %37 oranında arttığını göstermektedir. * Dijital dönüşüm projelerinin gelişmesiyle birlikte siber güvenlik konularının da önemi arttı. Siber güvenlik alanındaki kaygıları ortadan kaldırmak için uluslararası arenada kabul görmüş standart ve uygulamaların ülkemizde de kullanılır hale getirilmesi ile eşdeğer korumanın sağlanması büyük önem taşımaktadır.   **Özlem Kestioğlu – SAP Güney Avrupa ve Kuzey Afrika Bölgesi Müşteri Deneyimi Çözümleri Başkan Yardımcısı**   * Salgın süresince firmaların müşteri ile iletişimlerini sağlayabildikleri tek ortam dijital ortamlar oldu. * Müşteri ile ilgili süreçler pazarlama, satış ve servis olmak üzere üç evrede ele alınmaktadır. * Pazarlama evresinde firmaların ister B2B ister B2C faaliyetler sürdürüyor olsun tanıtım faaliyetlerini dijital ortamda ve tüm sosyal medya araçlarını kullanarak yapmaları gereken bir dönemdeyiz. Firmaların bu ortamlarda müşterilerini tanımaları, ihtiyaçlarını ve beklentilerini anlamaları, dijital ayak izlerini ve oluşturdukları verileri toplamaları ve bunları analiz etmeleri gereken yapılar kurmaları gerekmektedir. * Satış evresinde ise firmaların e-ticaret faaliyetleri bu dönemde öne çıktı. Halihazırda e-ticarete yatırım yapmış firmalar bu süreci daha kolay yönetti. Bu firmalar arasından da uçtan uca entegre yapılar kurabilmiş ve ürünler hakkında detaylı online bilgi sunabilmiş olanların en kârlı süreci geçirdiğine tanık olduk. * Servis evresinde de müşteri ile ilişkileri yöneten çağrı merkezlerinde daha fazla talebi daha hızlı sürede karşılayabilecek şekilde daha gelişmiş servis altyapılarına sahip olmaları gerektiği görüldü.   **Onur Koç – Microsoft CTO**   * Yeni dünyada özellikle virüs salgını sonrası firmalar müşterilerini, firmalarını, elde ettikleri verileri, geliştirdikleri uygulamaların güvenilirliğini nasıl koruyabileceklerine daha fazla odaklanmaya başladı. * Kişisel verilerin korunması ile ilgili de son dönemde önemli adımlar atıldı. Salgın döneminde ise tüm dünyada söz konusu kişisel verilerin kullanımı adına kamu kurumlarının bir takım esneklikler getirebilecekleri ama bunları şeffaf bir şekilde açıklamaları gerektiği gündeme geldi. Bu dönemde kamu tarafından esnek bir şekilde kullanılan bazı kişisel verilerin bu dönem sonrasında tekrar eskisi gibi korunur hale gelip gelmeyeceği önemli bir soru işareti. * Siber güvenliğin de yapay zekanın da hammaddesi veri. Bu verinin kullanımı, analizi ve veriyi anlayabilen, yorumlayabilen insanların yetiştirilmesi konularında güncel çalışmalar yürütülmektedir. Önümüzdeki dönemde bu verileri sektörel anlamda hayata geçirmek büyük önem kazanacaktır.   **Soru-Cevap**   1. **İnovasyonlara erişimin temelinde yatan bulut bilişim teknolojilerine erişimi zorlaştıran regülasyonlar ve bu konunun ülkemizin önümüzdeki dönem rekabetçiliğini nasıl etkileyeceği konularındaki değerlendirmeleriniz nelerdir?**   **Onur Koç** – Türkiye’nin en güçlü olduğu sektörler yurtdışına açık olması gereken sektörler. Start-uplarımızın da yurtdışına açılması gerekmekte. Tüm bu şirketlerin rekabetçiliklerinin önünü açmak için verilerini korumak ve onların yurtdışına açılmalarını sağlamak zorundayız. Ancak ülkemizdeki regülasyonlardaki eksikliklerden ötürü şirketlerimizin çok yavaş ilerleyebildiklerini görüyoruz. Geliştirilen proje çalışmalarında enerjilerin çoğu inovasyon yerine regülasyonlara uyum konularına aktarılmak zorunda kalınmaktadır. Hem regülasyonlar hem de KVKK konularında almamız gereken daha yol var.   1. **Ülkemizin dijital dönüşüm alanında en büyük avantajı nedir? Bu alanda uluslararası yatırımcılara ne gibi görevler düşüyor?**   **Özlem Kestioğlu** – En büyük avantajımız genç nüfus ve teknolojiye olan yatkınlığımız. Regülasyonlar ve teknoloji yatırımları konularında atılması gereken önemli adımlar var. Bir çok büyük kurumda bile teknolojinin kullanımı ve gelişimi halen ek bir maliyet kalemi olarak görülmekte, halbuki bu yatırımlar artık zaruri hale gelmiştir. Gelişmekte olan ülkelere göre daha geride olduğumuzu düşünüyorum. Hızlanmak için kamunun regülasyonlar alanında özel sektörü desteklemesi gerektiğini düşünüyorum.  **Onur Koç** – Avantajımız genç ve dinamik insan kaynağımız. Geleneksel olarak iyi olduğumuz sektörleri basamak olarak kullanmamız gerekiyor. Örneğin akıllı otomobiller ile ilgili yazılımlar, akıllı ev aletleri ve cihazlar, akıllı ürünleri üretecek akıllı fabrikaların dizaynı, sağlık sektöründe ve tekstil sektörlerinde yazılımlar, vb. alanlarda öncü çalışmalar yapılabilir. Bu alanlarda inovasyon yapmaya başlamazsak iyi olduğumuz sektörlerdeki payımızı da kaybetme riskimiz var.  Dezavantajımız ise teknoloji alanında halen donanıma yatırım yapılıyor olması. Halbuki yeni dünyada geliştirilen uygulamalar, üzerlerine katılan katma değer önem kazanmış durumda. Türkiye’nin de bu alanda gelişmesi ve endüstriyel yazılım konularına eğilmesi gerekmekte. |