

## Teknoloji

22 Kasım —5 Aralık 2015

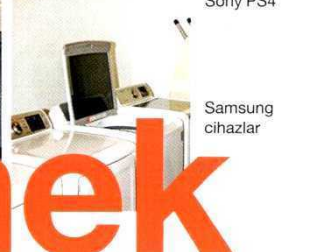
## Uygulamayı

Kullanışlı  
iLock'larNest  
termostat

LED ampuller



Sony PS4

Samsung  
cihazlarBinaya  
Yerleştirmek

► Freelance kültürü, göçebe yaşam tarzına çözüm olarak teknoloji dostu “ortak yaşam”ı doğurdu

► “Bir otel değil, ancak hizmet açısından baktığınız zaman bir otelden daha fazlayız”

Brooklyn'in Crown Heights semtindeki 1931 yılında inşa edilmiş çok katlı bina önemli bir yenilenmeden geçti. Sakinleri binadaki 140 metre-karelik dört dairenin kapılarını artık iPhone'ları ve Apple Watch'ları ile açabiliyorlar. Dairelerin mutfaklarındaki tezgahların üzerinde bulunan retro görünümlü ampuller enerji tasarruflu LED'ler. Akıllı yatakları Casper adlı bir start up imal etmiş. Lüks çarşaf Parachut'ten, sosyal ağ ise özel olarak tasarlanmış. Bu yarı komünal yerleşkedeki 19 odadan birinde kalmayı hak edebilmek için önce geçmiştiniz

araştırılıyor. Kabul edilerseniz aylık bir kontrat imzalamanız gerekiyor. Ancak tüm bu işlemler arada bir emlak komisyoncusu olmadan tümüyle internet üzerinden yapılıyor.

Bu, Common adlı startup tarafından işletilen ve değişken işlere, gelire sahip gezgin şehirlileri çekmek için çeşitli teknolojik kolaylıkların ve “kaldığın kadar öde” sisteminin uygulandığı ilk bina. Odaların büyüklükleri 10 ile 15 metrekare arasında değişiyor. Aylık kiralari ise bin 800 ile bin 950 dolar arasında bulunuyor. Bu rakama elektrik ve su faturası, tuz,

biber ve kağıt havlu gibi ihtiyaçlarla paspas da dahil. Çoğu hayli küçük olan odalarda Common'ın kurucusu Brad Hargreaves'in Hudson Valley Americana (Hudson Vadisi Amerikası) olarak tanımladığı estetiğe sahip kaba ağaç mobilyalar ve minimalist ampuller var.

Kiracılar her ay Common'ın aplikasyonlarını kullanarak binadaki boş dairelere taşınabilir ve kontrat yapabilir. Common'ın büyümesi durumunda da şirketin San Francisco, Los Angeles ya da New York'un 50 milyar dolarlık kiralama pazarındaki

Dijitalleşme  
'Korkutucu' Değişimler  
Getiriyor 33Eskisi Kadar İtici  
Değiller 35Yerli Telefonda Yeni  
Dönem 35Yenilikçi Olsun Ama  
Yıkıcı da Olsun 37

farklı apartmanlarında yaşayabilirler. Common'ın kiracı kabul direktörü Bridgette Farrer Muir, "Bu büyük bir kolaylık" diyor. Crown Heights'taki binanın ilk sakinleri Ekim sonunda dairelerine taşınmaya başladı. Şirket aynı bölgedeki ikinci binayı yıl sonunda hizmete açacağını ifade ediyor.

Common, Kaliforniya'nın geçmişiindeki hippie kolektiflerinden çıkan "ortak yaşam" adlı trendin bir parçası. İnternetin mümkün kıldığı bir yaşam tarzını satıyor: Dijital gezginler için komün. Kaliforniya'nın dört eve sahip Coliving Club adlı zincirinin kurucularından Kirill Sopot, "Bir yerde kalabilir, istediğiniz zaman da başka bir yere taşınabilirsiniz. Bu her yerde daire sahibi olmak gibi bir şey" diyor.

Ofis kiralama şirketi WeWork de, WeLive adlı bölümüyle New York ve Kaliforniya dışında ortak yaşam işine giriyor. 36 metre karelik mikro apartman dairelerinin bulunduğu 12 katlı WeLive binası, yılsonunda Arlington, Va'nın Crystal City bölgesinde açılıyor. BuzzFeed'deki verilere göre WeWork, 2018 yılında ortak yaşam bölümünün gelirlerinin şirketin toplam gelirlerinin yüzde 22'sini oluşturacağını tahmin ediyor. (Şirket bu haber için görüş vermek istemedi.) İlk ortak yaşam alanı geliştiriciler arasında birkaç düzine odalı bir bina işleten Nest Copenhagen, Meksiko City, Lizbon ve Bali'de bina arayan Caravanserai ve İspanya'nın kuzeyindeki küçük bir kasabada evler satın alan Sende bulunuyor.

Common gibi geliştiriciler için, ikamet amaçlı gayrimenkul sürecinin her aşamasını (emlakçı, emlak yöneticisi, ev arkadaşı aracı) değiştirmek satışın büyük bir parçası. Yazılımcı bir ailenin kiralayacağı bir daire için uygun dönem arayan 29 yaşındaki Hargreaves "Bu konudaki tüm hizmeti veriyoruz" diyor ve ekliyor: "Çok açıktır ki bir otel değiliz, ancak hizmet açısından baktığınız zaman bir otelden daha fazlaysınız."

Hargreaves, ilk startup'ı olan yazılım eğitim şirketi General Assembly'de eğitim gören öğrencilerin bu sürede geçici konut bulmada zorluk çektiklerini farkettikten sonra Nisan ayında Common'ı kurdu. "East Village'de bodrumlardaki odalarda yaşamak zorunda kalyorlardı" diyor. Temmuz ayında

Quantierra adlı gayrimenkul şirketiyle işbirliği yapıp, Crown Heights'taki binayı alıp yenilemeye başladı. Anlaşmaya göre Quantierra, kira geliri'nin yüzde 25'ini alacak. Common o ay şirket değerini 20 milyon dolara çıkartan 7,4 milyon dolar yatırım aldı.

Ortak yaşam startup'ları pansiyoncuları için teknoloji sektörünün ötesine bakıyor. San Francisco'daki The Embassy Network, sanatçılar ve müzisyenler için arkadaşça bir ortam sunduğunu ifade ediyor. Farrer Muir, Zillow'a göre yetişkinlerin yüzde 42'sinin odalarını bir başkasıyla paylaştıkları New York'ta Common'ın ilk 19 odası için 300'den fazla başvuru aldıklarını söylüyor. Odaların ilk sakinleri ise sivil toplum kuruluşlarının yöneticileri, reklamcılar, yazılım geliştiriciler ve startup kurucularının yanı sıra grafik tasarımcılar.

Bu, ortak yaşamın ucuz olduğu anlamına gelmiyor. Common'ın sakinleri üç oda arkadaşıyla birlikte yaşamının üçte biri fiyatına yalnız yaşayabilirler. Gayrimenkul piyasası araştırma şirketi MNS'e göre Crown Heights'ta bir stüdyonun ortalama aylık kirası bin 723 dolar. Ekim ayında San Francisco'da faaliyete başlayan online oda arkadaşı bulma şirketi Roomi'nin kurucusu Ajay Yadav, "Williamsburg'da çok güzel daireler var. İnsanların internete birşeyler koyup en uygun oda arkadaşını bulmalarına neden olanak verilmesin?" diyor. Hargreaves, adayların bir topluluğa ait olma duygusuyla primli fiyata razı olduklarını söylüyor. Sopot'un Coliving Club adlı şirketi ise kişi başı 960 dolar gibi Common'a göre daha az kira alıyor ama genelde iki kişi bir odayı paylaşıyor. Sopot, kendi sakinlerinin mahremiyet peşinde olmadıklarını söylüyor ve ekliyor: "Onlar hedeflerine ulaşmanın peşindedir."

Mahremiyet bazıları için, doğaldır ki, en önemli hedef olabilir. Fast Company muhabiri Sarah Kessler, Brooklyn'de Campus adlı bir startup tarafından işletilen "birlikte yaşam" apartmanında bu yıl altı ay kaldı ve tuvaleti kullanacağı her seferde bunu haber vermekten kısa zaman içinde bıktı. New York Üniversitesi'nin internetin sosyal ilişkiler üzerindeki etkisini inceleyen psikologu Niobe Way, kişilerarası ilişkiler

kurmanın kişisel alanı (personal space) daraltmak kadar kolay olmadığını söylüyor. "İnsanlar ilişki kurmak istiyor ama bunun için zaman harcamaya istekli değiller" diyor ve devam ediyor: "İstediklerinizi düşünseniz bile bir otelde kalmanın yabancılaştırıcı duygusunu istemezsiniz."

Sabit masraflar büyük sorun olabilir. Campus kâr edemediği gerekçesiyle Ağustos ayında kapandı. Hargreaves, az sayıda ve 10-15 yıl gibi uzun vadeli kiralama ile büyüyecekleri için kendilerinin böyle bir akbete uğramayacaklarını ifade ediyor. "Biz bu işe uzun vadeli bakıyoruz" diyor ve ekliyor: "Bu işleri halletmesi için dışarıdan bir emlak yöneticisiyle anlaşmıyoruz."

Common, Brooklyn'de ikinci binasını ararken New York emlak piyasasının gerçeklerini gözardı etmesinin mümkün olmadığını anladı: Daha fazlasını ödemek isteyen birileri mutlaka var. Hargreaves, Crown Heights'daki apartmanın hemen önünde tahta duvarlarla çevrilmiş inşaat alanlarına bakıyor. "Buralara apartmanlar yapıyorlar" diyor. Bu kaliteli konutlar Common'ın en büyük rakipleri olacak. Belli ki startup'ların bile kendilerini kentsel seçkinleştirmeden koruması mümkün değil. —*Kyle Chayka, Bloomberg Businessweek*

**Sözün Özü:** Common, rahatlık ve ortak yaşam vadeden dijitalleştirilmiş dairelerle Y Kuşağının ilgisini çekmek için 7,4 milyon dolar topladı.

### Dönüşüm

## Dijitalleşme 'Korkutucu' Değişimler Getiriyor

► Kullanıcı alışkanlıkları ve iş modellerini kökten değiştiriyor

► "Dijitalleşme fırsat eşitliğini beraberinde getiriyor"

Dijitalleşme nedir? Dijitalleşme süreci nasıl geliyor? İş modellerine ve müşterilere etkisi ne yönde gerçekleşiyor? Tüm bu sorular, SAP'nin düzenlediği SAP Forum İstanbul'da cevaplandı. ►

## Teknoloji

◀ Aralarında iş dünyasından orta ve üst düzey yöneticiler, kamu kurumlarından temsilciler, teknoloji profesyonelleri, akademisyenler, üniversite öğrencileri ve girişimcilerin bulunduğu 5 bine yakın katılımcı, dijitalleşme üzerine kafa yordu. Etkinlik konuşmacılarında **SAP Türkiye Genel Müdürü Zeynep Keskin ve SAP CDO'su (Baş Dijitalleşme Sorumlusu) Jonathan Becher**'la Bloomberg Businessweek Türkiye olarak dijitalleşme üzerine konuşma fırsatı bulduk.

### Dijital transformasyonu nasıl okuyorsunuz?

**Jonathan Becher:** Transformasyon, bir diğer anlamıyla dönüşüm, değişikliği de beraberinde getiriyor. Değişiklik tehlike demektir. Tarihsel bir okuma yaptığımızda, yenilikler insanlar için her zaman korkutucu olmuştur. İnsanların bu değişime çok fazla vurgu yapmaması, biraz da kültürel sebeplerden kaynaklanıyor. Müzik endüstrisindeki değişimden size örnek verebilirim. Müzikte yapı değişmedi; albümler CD olarak halen satılıyor fakat müziğe erişim dijitalleşmeyle beraber çok daha kolaylaştı. Hatırlarsanız, Apple'ın single ve albümleri dijital platforma yükleyip satmaya başlamasından sonra birçok sanatçı durumdan rahatsızdı. Pink Floyd'un *Darkside of the Moon* albümünden tek bir şarkı olarak değil, 14 şarkının birden tek bir albüm şeklinde satılması konuşuluyordu. Aradan geçen 15 yıldan sonra, artık albümler çok online ortamda satılan single'ları görüyoruz. Bu yeni tecrübe, evimizdeki CD'lerden tek tek şarkıları seçip dinleyeceğimize, istediğimiz yerde istediğimiz zaman tek bir şarkıyı dinlememize olanak sağlıyor. Keza benzer bir örneği medya için de verebiliriz. Eskiden basılı yayınlar dijitalleşme hamlesi olarak yazılarını PDF'e çekip, web sitelerine olduğu gibi koyuyorlardı. Bu elbette dijital transformasyona başarılı bir örnek teşkil etmiyor. Fakat ne zaman ki sizin gibi büyük yayınlar sadece dijital ortama has içerik hazırlamaya başladı, dijital transformasyona geçişe başlamış oldu. Böylece, hem müşteri deneyimi hem de iş modellerinde değişikliği görmeye başladık.

**Zeynep Keskin:** Türkiye'ye kurumsal ve endüstriyel bazı baktığımızda gündemi çok hızlı yakalayan bir ülke olduğunu görüyoruz. Takip etmesine, yakalamasına ve kurumlarında bir şekilde bunu düşünmesine rağmen, hayata geçirmek kısmı tabii ki biraz gecikiyor. Ama Türkiye konuları çok yakından takip ediyor.



Hayata geçirme sorunu, Jonathan'ın da bahsettiği kültürel değişimimizle alakalı. Değişikliği bazen daha şüpheyle, daha fazla soru işaretiyle karşılaşıyoruz. Biraz daha hızlanmamız zaman alabiliyor. Ama ben Türkiye'de çok büyük bir dönüşüm olduğunu net bir şekilde gözlediğimizi kendi kurumumuz adına söyleyebilirim. Türkiye'deki kurumlar artık global arenada mücadelesini veriyor, sadece Türkiye içerisinde değil. Türkiye bir KOBİ ülkesi. KOBİ'lerin "Evet, ben küçük bir işletmeyim ve küçük kalamam, küçük oynayacağım" diyerek hayatını sürdürmesi artık çok zor. Küçük bir işletme olsa bile bir büyük kadar, aynı hızla, aynı gündemi takip ederek yaşıyor. SAP'nin KOBİ'lerde çok önemli bir pazar payı var; gelirlerimizin önemli bir kısmı KOBİ'lerden geliyor. Biz aynı paralel gelişimi Türkiye'de de görüyoruz.

**KOBİ'ler denince teknoloji konusunda hep çekingen olan bir yapı bulut bilişim sisteminden, analitik veriden konuşuyoruz. Dolayısıyla, Türkiye'deki KOBİ'lerin bu yeni "sahip olmama", "kiralama", "kullanma" modeline bakışında bir değişim görüyor musunuz?**

**Zeynep Keskin:** Kesinlikle. Bugünün teknolojisi artık herkesi aynı hıza, aynı seviyeye çekti. Nasıl biz 40 yaş üstü X kuşağı olarak, sosyal medya sayesinde Y ve Z kuşakları ile aynı seviyeye gelebiliyorsak, bugünün teknolojik fırsatları da hem KOBİ'ye hem de büyük bir kuruma aynı hız ve dinamiklikte düşünme fırsatı veriyor. Bugün küçük bir KOBİ şirketi, üç kişilik bir işletmesi için bir bulut şirketinden aynı hizmet kalitesini ve aynı hizmet içeriğini alıyor; koscoca büyük bir kurum kadar. Yani dijitalleşme fırsat eşitliğini, yaşam eşitliğini beraberinde getiriyor. Bu, KOBİ'lerin gelişimi için de çok büyük bir imkan. Sadece kurum değil, aynı zamanda çalışan için de çok büyük bir fırsat.

**Siz birçok farklı iş uygulaması sunuyorsunuz. Türkiye'de hangi alanlarda daha çok ilgi görüyorsunuz?**

**Zeynep Keskin:** Birincisi, bulut bilişim sistemi. Üç haneli büyüyor. "Bulut bu hizmeti alabiliyorsam, ben bunun için neden kaynak ya da yer ayırırım, neden veri merkezi alayım?" düşüncesi hakim olmaya başladı. Satın alma artık kullanıma evrildi. Bulut, bizim en hızlı büyüyen iş alanlarımızdan bir tanesi. HANA platformumuz, kurumun sadeleşmesine olanak sağlıyor; hem sadeliği hem de kurum içi çevikliği çok dinamik bir yapı. HANA'yı bir veritabanından öte bir platform olarak görmemiz gerek. Aynı zamanda analitikte de çok hızlı geliştirebiliyoruz. Biz hep müşterilerimizden şunu duyduk: "Zeynep Hanım, yönetim kurumumuz var. Ne olur bizi rahat bırakın." Ve o 15 gün, yönetim kuruluna hazırlık süreciyle geçirdi. O çalışanlar için büyük bir iş yükü; yönetim kurulunun da elinde olan veri 15 gün önce hazırlanan veriden ibaret.

**Yapılan araştırmalara göre, orta ve üst düzey yöneticiler şöyle bir geribildirim veriyor: "Bizim yönetim kurumumuz yaptığımız işi, endüstriyi çok iyi anlamıyor."**

**Zeynep Keskin:** Evet çünkü aynı hızda değil. Aynı 10'unda yönetim kurulu son bir haftanın verileriyle topluyor. O bir hafta içerisinde gündem değişebiliyor. Birisi çıkıp yeni bir e-ticaret platformunu duyurabiliyor. Sizin raftaki ürününüz ertesi gün anlamsızlaşabiliyor, geri kalıyor. Ben bir saat önce ne olduğunu ve elimizdeki verilerle bir saat sonra ne olabileceğini öngörmek istiyorum.

**Peki ya dünyada?**

**Jonathan Becher:** Dünyanın değiştiğini, bazı endüstrilerin diğerlerine kıyasla daha da hızlı değiştiğini görüyoruz. Soru şu: Ne kadar büyük bir değişimden bahsediyoruz? 1890'daki endüstriyel devrim kadar büyük bir dijitalleşme mi yaşıyoruz? Drone'ların büyük hayranıyım. Drone'lar lojistiği ve kargoculuğu değiştirdi. DHL

## Teknoloji

gibi firmalar artık drone kullanıyorlar. Bir paket ya da posta drone'la çok daha hesaplı, hızlı ve doğru bir şekilde teslim ediliyorsa bu, dijital transformasyonun aslında bir sektörü nasıl da değiştirebileceğinin bir göstergesi. —Alp Börü

**Sözün Özü:** Dijitalleşmenin iş modellerine ve müşterilere etkisi, gelecekte kendini daha fazla alanda gösterebilir.

## Akıllı Telefon



## Yerli Telefonda Yeni Dönem

- ▶ Vestel'in yeni telefon serisi yabancı muadillerine alternatif olabilecek mi?
- ▶ "Yerliliğin de bir sınırı var. Yüzde 100'e ulaşmak zor"

Türkiye ekonomisinin boğuştuğu en büyük sorunlarından cari açık, iş dünyası ve ekonomi çevrelerinin sıklıkla değiştiği bir konu. İthalat ve ihracat dengesizliği, ülke ekonomisinin tüketimle büyüyor olması, Türkiye'yi makroekonomik temellerden sarsıyor. Lüks tüketim kalemi altında yer alan cep telefonu ve elektronik eşyalar da Türkiye'nin üretimini talebi karşılamadığı, son kullanıcıların ağırlıklı olarak ithal ürünleri tercih ettiği görülüyor. Nitekim Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu'nun (BTK) verilerine göre, Türkiye'nin ithal ettiği cep telefonu sayısı son beş yılda 77 milyona erişmiş durumda. Bir diğer ifadeyle Türkiye, bugüne kadar nüfusu kadar cep telefonu ithal etmiş. Bu bağlamda, yerli cep telefonu üreticilerine büyük



Venus V3 5040

bir iş düşüyor. Geçtiğimiz hafta lansmanını yaptığı Venus V3 model telefonuyla Vestel, bu üreticilerin önde gelenlerinden. Venus V3 markası altında alt ve

orta gelir grubu hedefli üç farklı akıllı telefon modeli piyasaya süren şirket, Türkiye'de 3 milyon adet satış ve 1 milyon adet de ihracat hedefliyor. 5570, 5070 ve 5040 telefonları iki farklı ekran boyutuna sahip üç farklı modelden oluşuyor. V3 serisi Android Lollipop işletim sistemi ve Qualcomm işlemci kullanıyor. Diğer iki modele kıyasla yüksek fiyatlı 5570 modeli ise, 2 gigabayt RAM, 8 çekirdekli 64 bit Qualcomm işlemciye sahip. 32 gigabayt gibi alışlageldiğinden aksine geniş bir dahili depolama alanı sunan model, 5,5 inç ekranıyla dikkat çekiyor. Giriş seviyesi modeli olan 5040 modeli ise 4 çekirdek 32 bit Qualcomm işlemci, 1 gigabayt RAM ve 16 gigabayt dahili depolama alanı kullanıyor.

Peki ya fiyatlar? Venus V3 serisinin iddialı telefonu 5570 modeli bin 299 lira, 5070 modeli bin 149 lira ve 5040 modeli 849 lira fiyat skalasıyla görücüye çıkmış durumda. Basın toplantısında soruları yanıtlayan Vestel Şirketler Grubu İcra Kurulu Başkanı Turan Erdoğan, 5570'in yüksek bulunan fiyatına karşılık, "Her şeyin bir bedeli var" cevabını veriyor.

#gururlayarli hashtagiyle piyasaya sürdükleri Venus V3 serisinin yerlilik oranı, serinin ilk telefonlarında (Venus V, V1) olduğu gibi yüzde 52 seviyesinde. "Dünyada iki tane çip üreticisi var, biz en kaliteli olan Qualcomm'u kullanıyoruz, üçüncü ya da dördüncü alternatifiniz yok. Kamerada da keza Sony kamera ve lens kullanıyoruz" diye konuşan Erdoğan, ekliyor: "Yerliliğin de bir sınırı var. Ne kadar istesenez de yüzde 100'e ulaşamıyorsunuz."

"Türkiye'de adım adım başladığımız TV üretim yolculuğumuzda bugün satış bazında Avrupa'da üçüncü, Türkiye'de lider, ihracatta ise şampiyon konumdayız. Venus'le de aynı hikayeyi yazmak için yola çıktık. Venus'ü, Türkiye'nin ve yakın coğrafyamızın teknoloji üssü, Avrupa'nın tek lokasyonda üretim

yapan en büyük endüstri komplekslerinden biri olan Vestel City'de tasarladık ve ürettik" diye konuşuyor Erdoğan.

Vestel geçtiğimiz yılbaşında, Ekonomi Bakanlığı'ndan talep ettiği anti-damping vergisiyle gündeme gelmiş, birçok son kullanıcının tepkisini çekmişti. Telefon ithalatının Türkiye ekonomisinde yarattığı gedik, kamu tarafında ithal cep telefonlarına ekstra vergilendirmeyle doldurulmaya çalışılmıştı. Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın, "Bakkal dükkânından çiklet alır gibi bir tane daha alıyor" sözleriyle eleştirdiği cep telefonu ithalatına çekilmek istenen set, tepkiler üzerine askıya alınmışa benziyor. Turan Erdoğan, "İthal ürünlere herhangi bir verginin söz konusu olmadığını hükümet yetkilileri açıkladı" diye konuşuyor. Fakat şirket olarak yerli üreticilere teşviki de gündemden düşürmeyeceklerinin de altını çiziyor: "Teşvik konusunda görüşmelerimiz devam ediyor, bizim istediğimiz sadece telefon üreticileri için destek değil. Ülkeye yeni teknoloji getiren tüm yerli üreticilerin desteklenmesinin doğru olduğuna inanıyoruz." —Alp Börü

**Sözün Özü:** Venus V3 serisi Vestel'in yerli telefon üretiminde mihenk taşı görevi görüyor; üstelik hedeflenen 3 milyon adet yurt içi satışı Türkiye'nin ithal cep telefonu sorununa çözüm olabilir.

## Mali Dönüşüm

## Eskisi Kadar İtici Değiller

- ▶ Akıllı yazarkasalar düşündüğünüzden daha "akıllı" olacak
- ▶ "Önemli olan sahada çalışan bir yazarkasa parkına sahip olmak"

80'li yılların ortalarında vergi iadesi uygulamasıyla birlikte yeni bir teknoloji ile tanıştı Türkiye: Yazarkasa. Turgut Özal'ın başbakanlığı döneminde İtalya'daki kanun örnek alınarak başlanan uygulamayla ▶

## Teknoloji

◀ ekonominin daha fazla kayıt içine alınması planlanıyordu. Görece başarılı da oldu. Bu uygulama yeni bir pazarı da beraberinde getirdi. Şirketler yazarkasa işine girmek için kolları sıvadı. Koç Grubu Casio markasıyla pazara girerken, Sabancı Grubu Sharp markasıyla oyuna dahil oldu. Kamhi ailesi ise İtalyan Olivetti markasını Türkiye'ye getirdi. Yazarkasa piyasası o günden bu yana ekonomik gelişmeye paralel olarak büyüdü. Bugün gelinen noktadaysa Casio yerini Beko'ya bıraktı, Sabancı Sharp markasıyla yolarını ayırdı. Olivetti ise bugün genç bir şirket olan Panaroma ile yoluna devam ediyor.

Üstelik bugün bambaşka bir pazar var oyuncular için. Maliye Bakanlığı'nın kayıt dışıyla mücadele için geliştirdiği projeler arasında yer alan akıllı yazarkasaların kullanımı 1 Ocak 2016 tarihi itibarıyla zorunlu olacak. Dönüşümle birlikte yaklaşık 2 milyon adet cihazın değişmesi bekleniyor. Ortalama bir yazarkasanın bin ila bin 200 lira civarı olduğu düşünüldüğünde ortaya 2,5 milyar liralık bir pazardan bahsediyoruz. İşte oluşan bu pastadan büyükçe bir pay almak için 2013 yılında kurulan Panaroma Bilişim Teknolojileri Olivetti markalı üç ürün ile fırsatı değerlendirmeye çalışacak.

Olivetti ile bir marka anlaşması yapan Panaroma, hem distribüsyon hem kullanım haklarına sahip. Şirketin üretim bacağına Çinli bir firma bir anlaşma yapmış durumda. İşin Ar-Ge ve yazılım kısmı ise İtalya ve Türkiye'de bulunuyor. **Panaroma Bilişim Teknolojileri Genel Müdürü Burak Ceylaner**, "Olivetti bizim sektörün 'jenerik markası'dır. Olivetti ile bir anlaşmamız var. Çıkardığımız tüm ürünler Olivetti markalı. Böyle bir gücü yanımıza almak bize çok önemli bir destek sağlıyor. Pazarda bilinirliğimiz çok yüksek" diyor.

Panaroma Bilişim yaklaşan "son tarih"e üç ürün ile hazırlanıyor. Şu an piyasada bulunan markanın en baz modeli. Daha gelişmiş olan diğer iki model ise Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu'nda (TÜBİTAK) onay bekliyor.

Sektördeki önemli bir dönüşüm POS makinelerinin yazarkasa ile entegrasyonuydu ve 300 bin adet makinenin dönüşümünü kapsayan işin bu bacağı başarılı bir şekilde tamamlandı.



Ancak 2,5 milyon masaüstü yazarkasa değişiminin biraz daha kademeli bir şekilde yapılacağı düşünülebilir. Panaroma'nın piyasadaki ilk ürünü de bu dönüşümü kolaylaştırmaya yönelik olarak en baz özellikler ve düşük fiyat özelliği ile piyasaya sunuluyor. Burak Ceylaner, "Maliyet burada çok önemli. Yazarkasa çok sevilerken alınan bir cihaz değil. 500 TL daha verip 'plus'ını almak istediğiniz bir şey değil. Dolayısıyla şu anda satışta olan ürün esnafın temelde bütün ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik rekabetçi fiyatlı bir ürün" diyor. Bu en temel üründe POS özelliği bulunmuyor. Ancak mevcut bütün POS'larla uyumlu çalışabiliyor.

Şu an için TÜBİTAK'ta onay bekleyen diğer iki ürün ise daha gelişmiş özelliklere sahip. İlki yapılacak yeni

düzenlemelere uygun olarak hazırlanmış durumda. Örneğin e-fatura tuşu bu özelliklerden biri. İkinci cihaz yine sabit ama POS özelliği bulunuyor. Üçüncü cihaz ise PS tabanlı ve pek çok uygulamayı yürütebilecek altyapıyı sunuyor.

Bu denli gelişmiş bir cihaza dönüşen yeni nesil yazarkasalar kayıt dışını azaltmanın yanı sıra esnafa ilave gelir kapıları da açabilir. Bu anlamda benzer şekilde ilerleyen İtalya'da cihazlar yazarkasa dışında çeşitli uygulamaları destekleyebilir. Burak Ceylaner, "Yani esnaf bu kasalar üzerinden şans oyunları oynatabilir, fatura tahsilatı yapabilir ya da telefon kontörü satabilir" diyor. Bu noktadan sonrası biraz hayal gücüyle biraz da Gelir İdaresi Başkanlığının vereceği izinlerle sınırlı. Ancak şurası kesin ki yeni nesil yazarkasalarla ilerleyen dönemde esnafın pek de hazzetmediği cihazın bir gelir kapısına dönüşmesi söz konusu olacak.

Elbette kamunun bu adımları atarken motivasyonu esnafa ek bir gelir yaratmak değildi. Bir merkeze bağlı olan yeni yazarkasalara Gelir İdaresi anlık olarak ulaşabilecek veri alabilecek yada yazarkasaya yönerge geçebilecek.

Bu arada eski yazarkasalar tüm bu dönüşümlerde olduğu gibi çöp olacak. Yani eski cihazların dönüştürülmesi gibi bir durum söz konusu değil. Bugün için son tarihte bir değişiklik yok. Yani Ocak 2016. Projede pek çok kısımda yaşanan gecikme dolayısıyla bu tarih bir miktar ileri atılabilecek olsa da uygulamanın yine 2016 yılında hayata geçmesi bekleniyor. Burak Ceylaner, "Oluşacak bu pazarın büyük oyuncularından olmak istiyoruz. Amacımız pazardan yüzde 35 pay almak. Bu ilk etapta olmayacak. Ama ne kadar esnetilirse esnetilsin, pazarın önemli oyuncularını iki yıl içinde belli olacak. Önümüzdeki bu iki yıl firmamızın şekillenmesi açısından çok önemli. Önemli olan sahada çalışan bir yazarkasa parkına sahip olmak" diyor.

—Sinan Koparan

**Sözün Özü:** Panaroma Bilişim, Olivetti markasıyla Türkiye'deki akıllı yazarkasa pazarından yüzde 35 pay almayı hedefliyor.

**B** Editörler: Jeff Muskus ve Ruhi Sanyer  
Bloomberg.com