

DİJİTAL ANADOLU PROJESİ'NDE BLOK ZİNCİRİ, METAVERSE, NFT
KONUŞULDU**DIJİTAL LİDERLERDEN KOBİ'LERE**
YENİ DIJİTAL EVRENİN İPUÇLARI

TÜRKONFED ve Türkiye İş Bankası'nın KOBİ'lerin dijital dönüşüm süreçlerine katkıda bulunmak üzere hayata geçirdiği Dijital Anadolu Projesi'nin bu yılki ikinci etkinliği “Blok Zinciri, Metaverse, NFT” ana temasıyla gerçekleşti. Yeni dijital evren hakkında KOBİ'lere bilgi veren katılımcılar, bu yeni evrende yer almanın öncelikli koşulunun dijitalleşme olduğuna dikkat çekti. Bu etkinlikte birlikte Dijital Anadolu Projesi'nin beş yılda ulaştığı kişi sayısı da 25 bini buldu.

22 Nisan 2022 / İstanbul – Türkiye'deki işletmelerin yüzde 99,8'ini oluşturan KOBİ'lerin işlerini geleceğe taşıyabilmelerine destek olma hedefiyle **Türk Girişim ve İş Dünyası Konfederasyonu (TÜRKONFED)** ve **Türkiye İş Bankası** iş birliği ile hayata geçirilen **Dijital Anadolu Projesi'nin** bu yılki ikinci canlı yayın etkinliği, “**Blok Zinciri, Metaverse, NFT**” temasıyla düzenlendi. Moderatörlüğünü **Teknoloji Yazarı Serdar Kuzuloğlu**'nun üstlendiği etkinliğe **Softtech Genel Müdürü M. Murat Ertem, Publicis Group CCO ve Yönetim Kurulu Üyesi Ayşe Aydın ve Cerebrum Tech Kurucusu Dr. R. Erdem Erkul** katıldı.

M. Murat Ertem: “Dijitalleşmeden Metaverse trenine binmek gerçekçi değil”

Blok zincir kavramını, ‘internetin ulaştığı olgunluk seviyesi’ olarak tanımlayan **Softtech Genel Müdürü M. Murat Ertem**, blok zincir ile birlikte verilerin şeffaflaştığını, bu durumun da sınırları ortadan kaldırdığını söyledi. Blok Zinciri, Metaverse, NFT'yi de kapsayan Web 3.0 dünyasının KOBİ'ler tarafından yakından takip edilmesi gerektiğini ifade eden **Ertem**, “KOBİ'ler oyunun dışında kalmamak için bu alandaki gelişmeleri yakından takip etmeli. Çünkü ticaret koşulları hızla değişirken, bu yeni evrenler çağımızın ‘anında cevap ver, anında izle’ beklentisini karşılıyor. Örneğin lojistik ve navlun süreçlerinin takibinde blok zincir büyük avantaj sağlıyor. Gıda sektörüne bakarsak, tüketiciler aldıkları domatesin, nerede, hangi hava koşullarında yetiştiğini bile görebiliyor, üreticiler bu parametrelerden yararlanarak verimliliği artırıyor. Ancak şöyle bir gerçek var ki KOBİ'ler bu geleceğe hazırlanırken bugünü atlamamalılar. Dijitalleşmeyi kaçıran veya bu alanda yeterli olgunluk seviyesine gelmeyen bir işletmenin Metaverse trenine binmesi gerçekçi olmaz” dedi.

Ayşe Aydın: “Uyum sağlama yeteneğimiz ve potansiyelimiz bizim için önemli bir fırsat”

Web 3.0 dünyasının günümüz itibarıyla tartışmaya açık bir alan olduğuna dikkat çeken **Publicis Group CCO ve Yönetim Kurulu Üyesi Ayşe Aydın**, “Henüz kimse hiçbir şeyden emin olamasa da göz ardı edemeyeceğimiz ciddi bir potansiyel olduğu ortada. Söz gelimi NFT beş yılda 174 milyon dolarlık bir pazara ulaştı ve bu pazar giderek büyüyor. Üstelik ABD’de yapılan bir araştırmaya göre bu alandaki farkındalık henüz yüzde 40 seviyesinde olmasına rağmen böyle bir pazara ulaşıldı. İnsanlar bu dünyayı ya çok eleştiriyor ya da çok seviyor” diye konuştu. Metaverse’ün günümüz itibarıyla KOBİ’ler için yüksek maliyetli olduğunu, bu nedenle lüks olarak değerlendirilebileceğini belirten **Aydın**, bununla birlikte dünya genelinde yaratıcı çalışmalarla bu evrene giren işletmelerden örnekler vererek, “Belki bir sene sonra Türkiye’deki KOBİ’lerin bu alana daha fazla girdiğini görebiliriz. Uyum sağlama yeteneğimiz ve potansiyelimiz, bizim için önemli bir fırsat” açıklamasında bulundu.

R. Erdem Erkul: “Ezberlerin yerini becerilerimiz, analitik düşüncelerimiz alıyor”

Web 3.0 ile birlikte yaşanan değişimi özetleyen **Cerebrum Tech Kurucusu Dr. R. Erdem Erkul**, “Web 2.0 ile her kullanıcının içerik üretmesine imkan tanınırken, aynı zamanda bir bilgi kirliliği oluşmasına da yol açılmıştı. Dolayısıyla doğru bilgiye ulaşma noktasından sorunlar çıktı. Web 3.0 ile birlikte ise bilgisayarların da insanlar gibi veri okuyabilmesi, yorumlayabilmesi ve analiz yapabilmesi hayatımıza girdi. Web 3.0 şu anda büyük değer değer taşıyan, birçok teknolojiye olanak sağlayan yeni nesil bir internet platformu haline geldi” dedi. Bireyler ve işletmeler için bilgiyi hızlı şekilde projeye dönüştürüp, farklı yapılarla anlatacak bir ortam oluştuğuna da değinen **Erkul** şöyle devam etti; “Eski modellerde yatırım almak için girişim sermayesi şirketleri ile görüşülürken, şimdi sanal ortamlarda bireyler yatırım turlarına çıkabiliyor. Kısacası artık ezberler ortadan kalkıyor. Becerilerimizi, analitik düşüncelerimizi, sorguladıklarımızı hayata geçirebileceğimiz bir dönem başlıyor.”

25 bin kişi dijital liderler ile buluştu

Dijital Anadolu Projesi’nin son canlı yayını ile birlikte projenin başından bu yana ulaşılan kişi sayısı da 25 bini buldu. 2018 yılında başlayan Dijital Anadolu Projesi ilk iki yılında dokuz ilde üç bin KOBİ ile buluştu. Devamındaki iki yılda pandemi nedeniyle çevrim içi ortamda devam eden etkinlikleri ise 20 bin kişi takip etti. Bu yılki iki etkinlik ile de iki bin kişiye ulaşıldı. Bu yıl sonu itibarıyla toplam 10 bin kişiye ulaşması hedeflenen Dijital Anadolu Projesi hem sürdürülebilir dijital dönüşüm konusunda KOBİ’lerin bakış açısının gelişmesine hem de doğru araç ve uygulamalar ile donanmaları sürecine destek oluyor. Dijital dönüşümü bütünsel bir yaklaşımla ele alan proje, yeni döneminde de dijital liderler ile KOBİ’leri buluşturmaya devam edecek.

DDM'den ücretsiz dijitalleşme karnesi ve yol haritası

Dijital Anadolu Projesi'nin yanı sıra, TÜRKONFED ve Türkiye İş Bankası iş birliği, BANDWITT çözüm ortaklığında Türkiye'nin 23 şehrinden 125 firmaya dijitalleşme hizmetini ücretsiz olarak sunan Dijital Dönüşüm Merkezi'nin (DDM) web sitesi www.ddm.org.tr üzerinden sisteme kaydolun KOBİ'lere, ücretsiz olarak dijitalleşme karnesi ve yol haritası sunulmasına yeni dönemde de devam ediliyor.