ingev TAM
TOPLUMSAL ARAŞTIRMALAR MERKEZİ

2021

INGEV TAM KOBİ DİJİTAL MONİTÖRÜ

Türkiye'deki Yerel, Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Dijitalleşme Araştırması

YÖNETİCİ ÖZETİ 2
METODOLOJİ 3
ÇALIŞMA BULGULARI 4
1- KOBİ'ler için dijitalleşme yaygın bir ihtiyaçtır. 4
2- Temel seviyedeki dijital araç ve hizmetlerin kullanımı oldukça yaygındır. 5
3- Dijital Dönüşümün en büyük engelleri bütçe ve bilgi eksikliğidir. 5
4- Dijitalleşme seviyeleri sektöre göre önemli farklılıklar göstermektedir. 7
5- Dijitalleşme ihtiyacı firma ölçeğiyle düz orantılı şekilde artmaktadır. 8
6- Müşteri beklentilerini karşılayabilmek, dijitalleşmenin en önemli etkenidir. 8
7- Uzun vadeli strateji geliştirme yaygınlığı düşük olduğu için dijitalleşmeden alınan karlılık faydası sınırlıdır. 9
8- Covid-19, dijitalleşme süreçlerine bakışı değiştirmiştir. 9
9- Dijital Dönüşümün en büyük artıları, gelişmiş üretim teknolojileri için verilecek desteklerle sağlanacaktır. 10
10- Müşterilere erişim, dijital dönüşümün en yüksek potansiyelli faydaları arasındadır. 11
AKSİYON ÖNERİLERİ 12

TÜRKİYE'DEKİ YEREL KÜÇÜK VE ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETMELERİN DİJİTALLEŞME ARAŞTIRMASI

KOBİ DİJİTAL MONİTÖRÜ

YÖNETİCİ ÖZETİ

Covid-19 döneminin getirdiği fiziksel mesafe döneminin, iş hayatının yüz yüze yürümekte olan çeşitli süreçlerinde değişimlere yol açtığı bilinmektedir. Dijitalleşme bu alanda çözümler sunsa da özellikle Kobi'leri hedefleyen çeşitli araştırmalar, salgının şartlara bağlı olarak zıt etkiler yaratabildiğine işaret etmiştir: bazı durumlarda dijitalleşme tetiklenirken bazen tersi olmakta ve yatırımların kısıtlanması sonucu ortaya çıkmaktadır.

INGEV, bu doğrultuda yürüttüğü Özel Sektör Dijital Monitörü Araştırması ile mikro-, küçük- ve orta- ölçekli işletmelerin dijitalleşme seviyesini ve ihtiyaçlarını incelemiştir. Çalışmanın amacı, özellikle pandemi döneminde özel sektör firmalarının dijitalleşmenin faydalarına ne derece erişebildiğini ortaya çıkarmaktır. Bu alandaki olası boşluk ve gelişme alanlarıyla ilgili bulgular bu raporda sunulmuştur.

Çalışma, temel seviye denebilecek e-posta kullanımı, kurumsal sosyal medya hesap sahipliği ve internet bankacılığı gibi araçların KOBİ'ler geneline büyük ölçüde yayıldığını gösterirken, otomasyon veya sanal asistanlar gibi dijitalleşmenin verimlilik sağlayıcı daha gelişmiş unsurlarının ise daha sınırlı bilinirlik ve yaygınlığına sahip olduğunu göstermiştir. Çalışmaya göre, bu yaygınlaşmanın önündeki üç temel engel şunlardır:

1- **Yetkinlik Boşluğu:** Çeşitli teknolojilerin hiç farkında olmama veya nasıl erişileceğini bilmeme (bilgi eksikliği),
2- **Finansman Boşluğu:** Bütçe yetersizlikleri ve düşük kaynak aktarımı
3- **Yönetim Boşluğu:** Uzun vadeli ve derinliği olan strateji geliştirme eksikliği. Dijitalleşme stratejisini, sadece kısa vadeli müşteri isteklerine cevap verme amacıyla planlamak (pazarlama, sipariş veya şikâyet takibi gibi) veya dijitalleşmeyi sadece "rakiplerden eksik kalmamak adına" müşterilere iletişimi yapılacak bir kurumsal imaj unsuru olarak kullanmak.

Bu engellerin aşılmasında özellikle özel sektör, sektör dernekleri, sivil toplum ve kamu kurumlarının aşağıdaki alanlarda iş birliği yaparak harekete geçmesi çalışma kapsamında önerilmektedir:

- KOBİ'lere teknoloji desteği ve yardımı (özellikle üretim teknolojileri kullanımı)
- KOBİ Eğitim Programları ve Yetkinlik Geliştirme Desteği
- Veri Yönetim Bakış Açısının Oturtulması
- KOBİ'lerle bilgi kaynakları arasındaki etkileşimin artırılması
- Yeni Mevzuat ve Düzenlemelerle Dijitalleşmenin Güçlendirilmesi
- E-devlet ve diğer kamu web platformlarının kullanımı
- Sektörel Dijitalleşme Çalışma Grupları Kurulması
- Finansal Çözüm ve Teşvikler

TÜRKİYE'DEKİ YEREL KÜÇÜK VE ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETMELERİN DİJİTALLEŞME ARAŞTIRMASI

KOBİ DİJİTAL MONİTÖRÜ

METODOLOJİ

Örneklem:

540

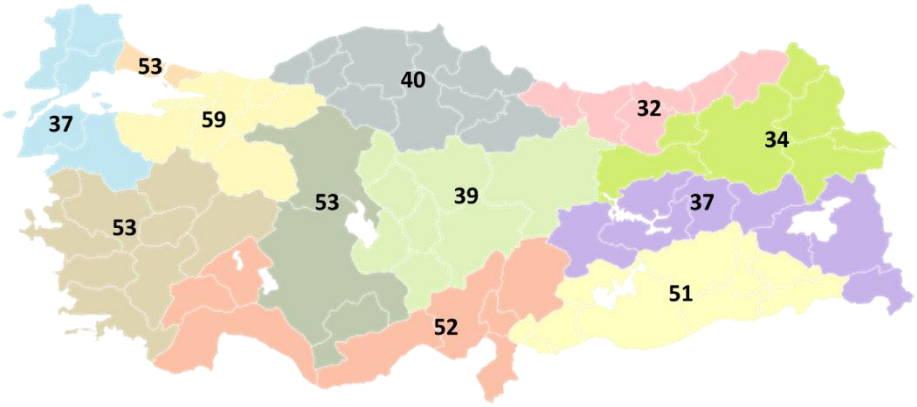
Yerel Firma

Yer:

Türkiye- 12 Bölge

(TUİK İBBS Seviye 1)

Görüşülen Firmaların Bölgelere Dağılımı



Görüşülen Firmaların Çalışan Sayısına göre Dağılımı		
1-9	**10-49**	**50+**
151	166	223

Çalışma, 1-31 Temmuz 2021 tarihleri arasında telefonla anket yöntemiyle (CATI) toplam 540 firmanın sahipleri, ortakları veya üst yöneticileri ile gerçekleştirilmiştir. Görüşülecek firmaların bölgelere dağılımı Türkiye İstatistik Kurumu 1. Seviye İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflandırması (İBBS Seviye 1) üzerinden yapılmıştır.

ÇALIŞMA BULGULARI

Çalışma kapsamında, görüşülen şirketlerin kullandıkları dijital araç ve hizmetler sorgulanmıştır. Sonuçların daha verimli şekilde incelenebilmesi için bu dijital araç ve hizmetler üç ana başlıkta ele alınmıştır. Bunlar, (i) temel, (ii) orta ve (iii) ileri seviye olarak üçe ayrılmıştır. Her bir kapsama giren dijital araçlar Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1- Dijital Araçların Seviyelendirilmesi

SEVİYE	ARAÇ
TEMEL	E-posta Kullanımı
	Internet Bankacılığı
	Mobil Bankacılık
	Kurumsal Internet Sayfası
	Kurumsal Sosyal Medya Hesap(lar)ı
	Elektronik Fatura Kullanımı
	Elektronik Dosya Depolama (E-Arşiv)
ORTA	Anlık Stok Kontrolü
	Elektronik Konşimento
	Elektronik Ticaret ve Internetten Satış
	Elektronik Muhasebe
	Uzaktan Dosya Erişimi
	Depolanan Verinin Korunması
İLERİ	Araç İzleme ve Takip Sistemleri
	Siber Güvenlik
	Müşteriler için Sanal Asistan
	Arama Motoru Optimizasyonu
	Dijital Pazarlama Çözümleri
	Otomasyon ve Robotik Teknolojisi
	3 Boyutlu Baskı
	Büyük Veri (Big Data) Yönetimi
	Makine Öğrenimi Araçları

Sonuçlar bu doğrultuda incelendiğinde on ana çıkarım yapılabilir:

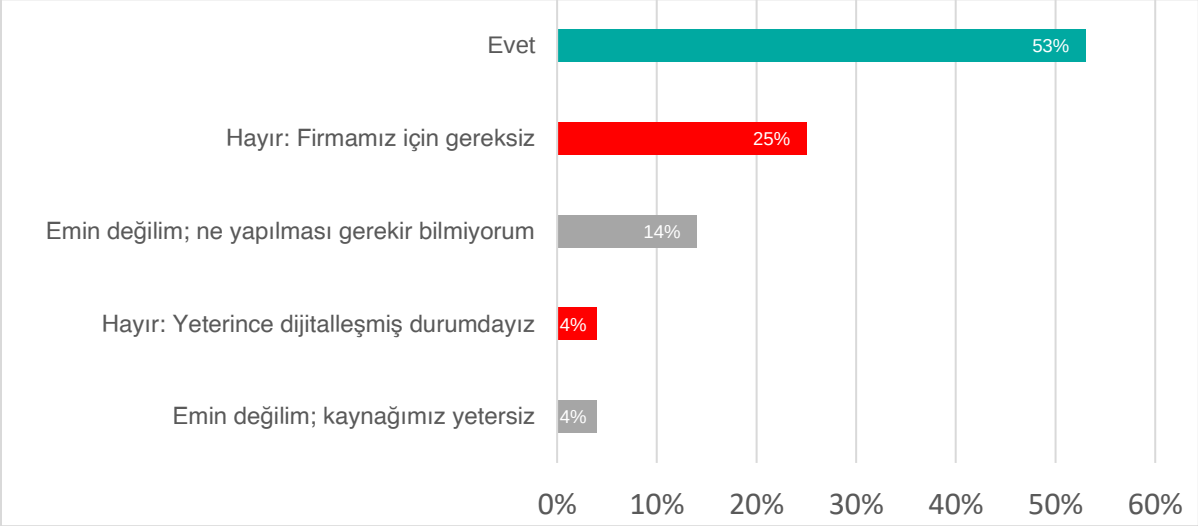
1- KOBİ'ler için dijitalleşme yaygın bir ihtiyaçtır.

Her iki KOBİ'den bir tanesi, daha fazla dijitalleşmenin firmaları için faydalı olacağını belirtmiştir. Öbür taraftan KOBİ'lerin yüzde 14'ü dijital araçlardan nasıl faydalanacaklarını bilmediklerini, yüzde 4'ü ise yetersiz bütçeleri olduğunu ifade ederek çekimser kalmıştır.

Her dört KOBİ'den bir tanesi dijitalleşmenin firmaları için gereksiz ya da faydasız olduğunu düşünmüştür.

Görüşülen tüm firmaların sadece yüzde 4'lük bir kesimi yeterli bir dijitalleşme seviyesine sahip olduklarını belirtmiştir.

Grafik 1- "Sizce firmanızın daha fazla dijitalleşmesi faydalı olur mu?"



Bulgular firmaların yarısının dijitalleşme ihtiyacı olduğuna işaret ederken, her beş KOBİ'den birinin de bilgi eksikliği veya yetersiz bütçe gibi nedenlerle emin olamadıklarını göstermektedir. İkinci gruptaki firmaların, bu eksiklikler konusunda desteklenmeleri halinde dijitalleşmeden yarar sağlayabilmesi olasıdır. Toplamda yüzde otuzluk bir kesimin dijitalleşmeyi reddettikleri düşünülürse, önemli bir çoğunluğun fayda beklediği anlaşılmaktadır.

2- Temel seviyedeki dijital araç ve hizmetlerin kullanımı oldukça yaygındır.

Büyüklüklerinden, bulundukları bölgeden ve faaliyet gösterdikleri sektörden bağımsız olarak değerlendirildiklerinde Türkiye'deki KOBİ'lerin %85'inin temel dijitalleşme sürecini tamamladığı görülmektedir.

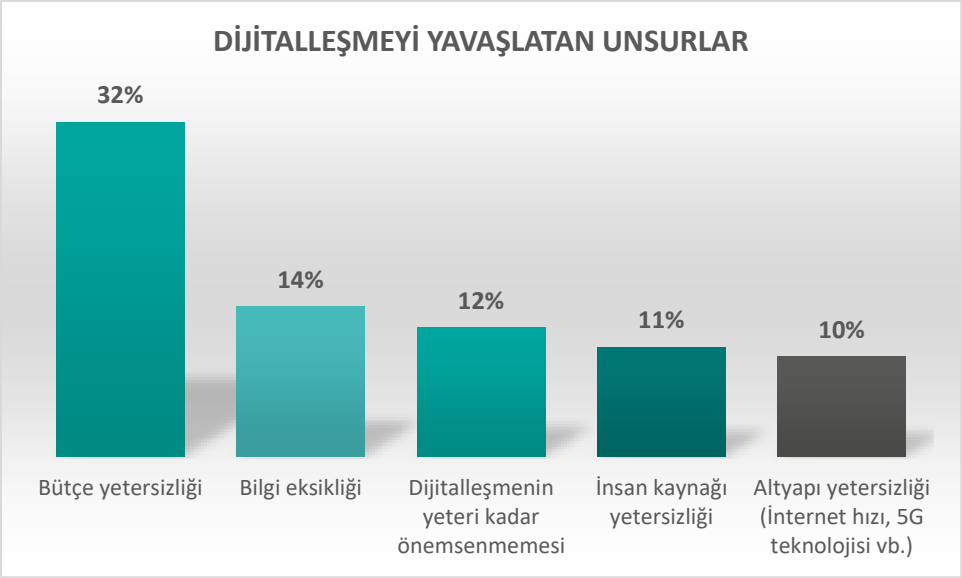
Temel dijitalleşme ile web sitesi sahipliği, e-posta kullanımı, internet bankacılığı kullanımı, mobil bankacılık hizmetleri kullanımı, firmanın sosyal medya hesabı olması ve e-fatura ve e-arşiv kullanımı kastedilmektedir.

3- Dijital Dönüşümün en büyük engelleri bütçe ve bilgi eksikliğidir.

KOBİ'lerin dijital dönüşümünü yavaşlatan en önemli unsur "bütçe yetersizliği" olarak öne çıkıyor. İkinci önemli unsur ise "bilgi eksikliği" oluyor. Özellikle işletmedeki çalışan sayısı arttıkça bütçe yetersizliği en öncelikli sorun konumundaki yerini "bilgi eksikliğine" bırakıyor. Bütçesi olan KOBİ'lerin dijital dönüşüme nereden başlayacaklarını bilememesi, yeterince bilgi sahibi olmayan KOBİ'lerin ise bütçe yatırımını ne kadar zamanda geri kazanacaklarını öngörememeleri KOBİ'lerin dijitalleşmesinin önündeki en önemli etkenler olarak görünüyor.

Özellikle Ticaret ve Perakende ve Tekstil sektörlerinde "bütçe yetersizliği" daha fazla ön planda olurken Hizmet ve Üretim sektörlerinde "bilgi eksikliği" görece daha öncelikli bir sorun oluyor.

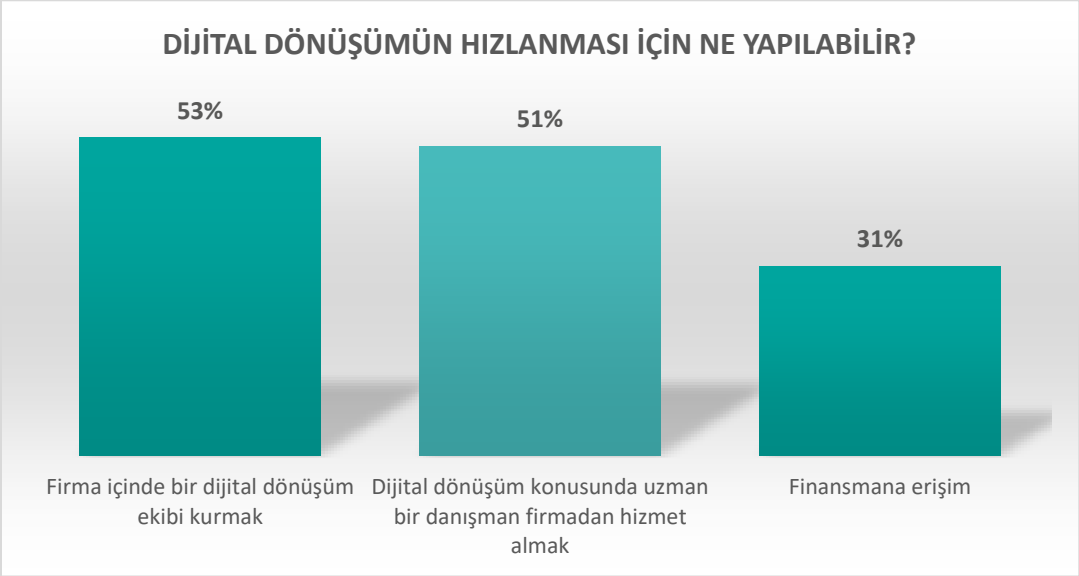
Grafik 2- Dijital Dönüşümün Bariyerleri



KOBİ'ler dijitalleşmelerini hızlandırmak için en fazla dijital dönüşüm konusunda "uzman bir firmanın danışmanlığına" ihtiyaç duyuyor. Bu beklenti, hem dijital dönüşüm yatırımlarını doğru yönetmek hem de dijital teknolojileri en doğru şekilde uygulamak konusundaki endişeler sonucunda oluşmaktadır. Bu ihtiyacı, firma içinde kurulacak "dijital dönüşüm ekibi" takip etmektedir. "Finansmana erişim" ise en çok belirtilen üçüncü ihtiyaçtır.

KOBİ'lerin ihtiyaç dizilimi dikkate alındığında, dijital dönüşüm sürecinde sadece gerekli bilgiye ya da bütçeye sahip olmalarının yeterli olmadığı; ancak bilgi ve bütçeye aynı anda erişebildiklerinde dijitalleşmeyi içselleştirebilecekleri ve dijitalleşmeyi işlerine başarılı ve verimli şekilde entegre edebilecekleri görülmektedir.

Grafik 3- Dijital Dönüşümü Hızlandıracak Faaliyetler



KOBİ'lerin %31'i dijital dönüşümü hızlandırmak için "finansman erişimine" ihtiyaç duyduğunu belirtiyor. Birlikte belirtilen ihtiyaçların kesişimlerine bakıldığında, "finansman erişimi" bekleyen KOBİ'lerin yarısı (%52) aynı zamanda dijital dönüşüm konusunda danışman bir firmadan destek almak isterken diğer yarısı da (%48) firma içinde dijital dönüşüm ekibi kurması gerektiğini belirtiyor. Bu doğrultuda dijital dönüşüm esnasında bilgi ve bütçe yönetiminin birlikte yürütülmesi gereken süreçler olarak görüldüğü anlaşılmaktadır.

Tablo 2- Dijital Dönüşümü Hızlandıracak Faaliyetlerin Birbirleriyle Kesişimi

Kolon Yüzdeleri Gösterilmiştir:	**TOPLAM**	**Firma içinde bir dijital dönüşüm ekibi kurmak**	**Uzman bir danışman firmadan hizmet almak**	**Finansmana erişim**
Firma içinde bir dijital dönüşüm ekibi kurmak	53%		43%	48%
Dijital dönüşüm konusunda uzman bir danışman firmadan hizmet almak	51%	42%		52%
Finansmana erişim	31%	29%	32%	

4- Dijitalleşme seviyeleri sektöre göre önemli farklılıklar göstermektedir.

Üretim ve Sanayi sektörünün dijitalleşme seviyesinin Hizmet, Tekstil ve Ticaret ve Perakende sektörlerine göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Üretim ve Sanayi sektörünün özellikle ileri seviye dijitalleşme araçlarından daha fazla yararlandığı anlaşılmaktadır.

Tekstil sektörünün diğer sektörlere göre dijitalleşmede daha geride kaldığı belirlenmiştir. En gelişmiş sınıfta yer alan dijital araçlara bakıldığında ise ticaret ve perakende sektörünün diğerlerinde göre daha geride kaldığı ortaya çıkmaktadır. Özellikle tekstil sektörünün dijital araçlardan daha fazla yararlanılması halinde üretim verimliliğini artırmak için büyük bir gelişme alanı olması muhtemeldir. Hizmet sektörü ise diğerleriyle kıyaslandığında ortalama bir dijitalleşme seviyesi yakalamış görünmektedir.

Tüm sektörlerde **internet bankacılığı** (%91) ve **mobil bankacılık** (%88) kullanımı oldukça yaygındır. Bunların yanı sıra, **e-posta** (%93), **web sitesi** (%85) ve **sosyal medya hesabı** (%81) kullanımı da tüm sektörlerde yaygın olarak görülmektedir. **Anında stok kontrolü,** Üretim ve Sanayi (%73) ve Ticaret ve Perakende (%74) sektörlerinde daha yaygınken Tekstil (%65) sektöründe ise bunların biraz daha gerisinde kalmaktadır. Uzaktan araç takibi, Üretim ve sanayi sektöründe diğer sektörlere göre daha yüksek iken (%63), **E-ticaret** (online sipariş ve satış) kullanımı ise Ticaret ve Perakende sektöründe diğer sektörlere göre daha yüksek (%74) konumdadır.

Tablo 3- Dijital Araçların Sektörlere göre Seviyelendirilmesi

	KOBİ TOPLAM	**Hizmet**	**Üretim ve Sanayi**	**Tekstil**	**Ticaret ve Perakende**
Temel Seviye	**85%**	**85%**	**87%**	**79%**	**84%**
Orta Seviye	**63%**	**60%**	**67%**	**53%**	**67%**
İleri Seviye	**35%**	**35%**	**41%**	**28%**	**25%**

5- Dijitalleşme ihtiyacı firma ölçeğiyle düz orantılı şekilde artmaktadır.

Çalışan sayısı arttıkça dijitalleşmenin de arttığı görülmektedir. Seviyesinden bağımsız olarak her dijital araç en yüksek oranda 50 ya da daha fazla çalışanı olan firmalar tarafından kullanılmaktadır. Dijital araçların organize etme ile takip ve izleme süreçlerindeki faydaları ölçek büyüdükçe daha fazla ortaya çıkmaktadır.

Öbür taraftan, her ne kadar 1-9 çalışanlı KOBİ'lerin temel dijitalleşmeyle ilgili oranları daha büyük firmaların gerisinde kalsa da bu farkın yine de diğer seviyelerdeki araçlar (orta ve ileri seviyelerdekiler) kadar büyük olmadığı görülmüştür.

Özellikle E-fatura ve E-arşiv kullanımının, **1-9 ve 10-49 çalışanı olan KOBİ'ler arasında benzer** seviyede olsa da **50+ çalışanı olan KOBİ'ler arasında çok daha yüksek** seviyede olduğu görülmektedir. Bu hizmetlerin kullanımlarıyla ilgili mevzuatların, daha büyük firmaların bunları kullanmasını daha muhtemel hale getirdiğinin altını çizmek gerekir. E-defter ve E-irsaliye kullanımı ise **50+ çalışanı olan KOBİ'lerde daha yaygın** olsa da yine de E-fatura ve E-arşiv kullanımına göre daha az yaygındır. Veri depolama sistemlerine bakıldığında, 50+ çalışanı olan KOBİ'ler arasında yaklaşık yüzde yetmiş beş seviyesinde kullanım görülmektedir.

Tablo 4- Dijital Araçların Çalışan Sayısına göre Seviyelendirilmesi

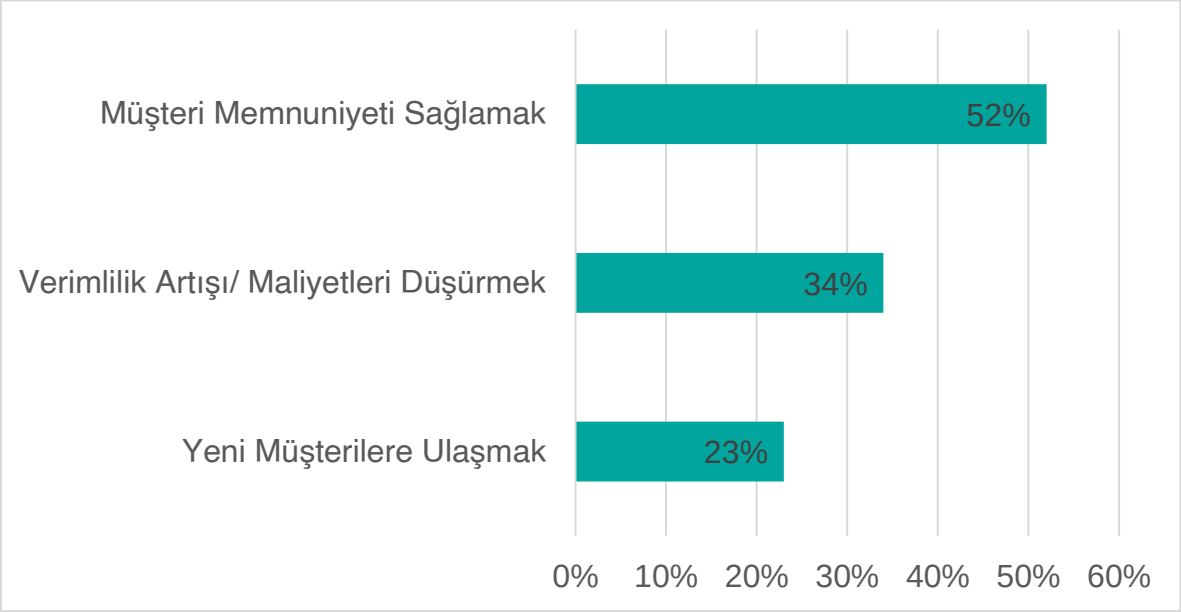
	KOBİ TOPLAM	1-9	10-49	50+
Temel Seviye	85%	79%	83%	90%
Orta Seviye	63%	52%	56%	76%
İleri Seviye	35%	23%	31%	46%

6- Müşteri beklentilerini karşılayabilmek, dijitalleşmenin en önemli etkenidir.

KOBİ'lerin dijitalleşme konusunda öngördükleri üç ana fayda sırasıyla müşteri memnuniyeti, verimlilik artışı ve yeni müşterilere ulaşmak olarak sıralanmaktadır. Tüm sektörler arasında "müşteri memnuniyeti sağlamak" en sık tekrarlanan dijitalleşme faydası olarak ortaya çıkıyor. Bu memnuniyet taleplere hızlı yanıt vermek ve sunulan hizmetlerde teknolojinin gerisinde kalmamak gibi alt başlıkları da kapsıyor. En çok belirtilen ikinci unsur ise verimlilik artışıyla alakalı olmaktadır. Kârlılığı arttırmak, maliyetleri düşürmek, operasyonların en verimli şekilde planlanması ve izlenmesi gibi unsurları kapsayan verimlilik başlığı, KOBİ'lerin yüzde otuz dördü tarafından dile getirilmektedir. Yeni pazarlara açılmak, sosyal medya veya dijital reklamlar üzerinden yeni müşterilere ulaşmak gibi unsurlar ise genel toplamda KOBİ'lerin yüzde yirmi üçü tarafından belirtilmiştir.

Diğer yandan sektörler ayrımında incelendiğinde dijitalleşme motivasyonlarının farklılaşması da dikkat çekicidir. Tekstil ve Ticaret- Perakende sektörleri için "müşteri memnuniyeti sağlamak" daha önemli bir motivasyon olarak öne çıkarken, Üretim ve Sanayi sektörü için "verimlilik artışı" daha sık belirtilen bir nedendir. Tekstil sektöründe ise müşteri memnuniyeti sağlamak ve verimlilik artışı yaklaşık olarak benzer seviyelerde belirtilen motivasyon unsurları olmaktadır.

Grafik 4- Dijitalleşmeden Beklenen Faydalar



7- Uzun vadeli strateji geliştirme yaygınlığı düşük olduğu için dijitalleşmeden alınan karlılık faydası sınırlıdır.

Yanıtlar topluca incelendiğinde, KOBİ'lerin yarısından fazlasının (%52), dijital araçlar müşteri memnuniyeti açısından standart haline geldiği için teknoloji uygulamalarına giriştikleri düşünülmektedir. Dijital araçların verimlilik artışı ve maliyet azaltıcı yanları ise genelde bu araştırmada Orta ve İleri seviye olarak belirtilen teknolojilerin kullanımıyla bağdaşmaktadır. Bu tür avantajlardan yararlanabilmek için genelde daha gelişmiş araçları, uzun vadeli yatırım, eğitim ve uygulama planlarıyla devreye sokmak gerekmektedir. Bu nedenle Tablo 4'teki sonuçlar, daha az oranda KOBİ'nin (%34) bu tür faydalara erişme süreçlerinden geçmeye uygun strateji ve plan geliştirdiği anlamına gelebilir.

8- Covid-19, dijitalleşme süreçlerine bakışı değiştirmiştir.

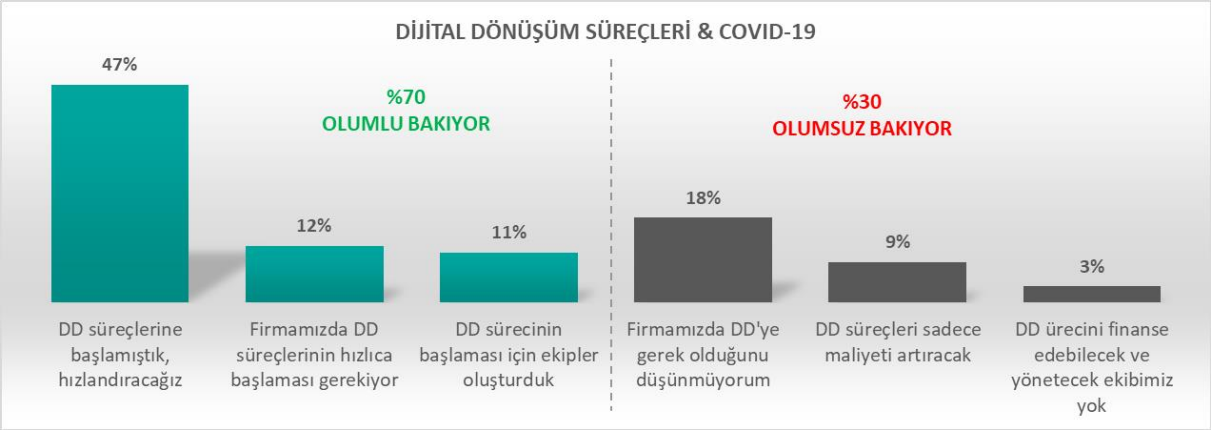
Dijitalleşmeye bakış açısında Covid-19'un çok önemli bir yeri olduğu aşikardır. Çalışmaya katılan tüm KOBİ'lerin yüzde yetmişi "Covid-19 dijital dönüşüme bakış açınızı değiştirdi mi?" sorusuna "Evet" yanıtını vermiştir. "Hayır" yanıtı verenler yüzde otuz seviyesinde kalmıştır. "Hayır" yanıtı verenlerin kendi içindeki dağılımlarına bakıldığında, bu grubun yüzde altmışı "işletmemizde dijital dönüşüme ihtiyaç yoktur" derken, yüzde otuzu "dijital dönüşüm işletmemizde sadece giderleri artıracaktır" şeklinde yanıt vermiştir. Bu gruptaki yüzde onluk bir dilim ise "dijital dönüşüm sürecini götürebilecek finansman ve ekibe" sahip olmadıklarını belirterek Covid-19 öncesi ve sonrasında Dijital Dönüşüm konusundaki bakış açılarının değişmediğini ifade etmiştir.

KOBİ'lerin büyük çoğunluğu (yüzde 70) pandemi sonrasında dijitalleşmeye yaklaşımlarının "hızlanmak" yönünde değiştiğini belirtmektedir. Daha önce dijitalleşme sürecine başlamamış olan KOBİ'ler sürece başlamak adına, sürece halihazırda başlamış olanlar ise hızlandırmak adına pandemi sonrası harekete geçtiklerini ifade etmektedir.

%30'luk kesim ise işinde dijitalleşmenin gerekli olmadığı, sadece maliyeti arttıracağı ya da süreci yönetemeyeceği gibi nedenlerle dijitalleşmeden uzak duruyor.

Özellikle 50 ve üzeri çalışanı olan KOBİ'lerin, ayrıca Hizmet sektörü ve Üretim ve Sanayi sektöründe faaliyet gösterenlerin dijitalleşmeye karşı daha istekli oldukları gözlemlenmiştir.

Grafik 5- Covid-19 sonrasında Dijital Dönüşüm (DD) Süreçlerine Yaklaşım

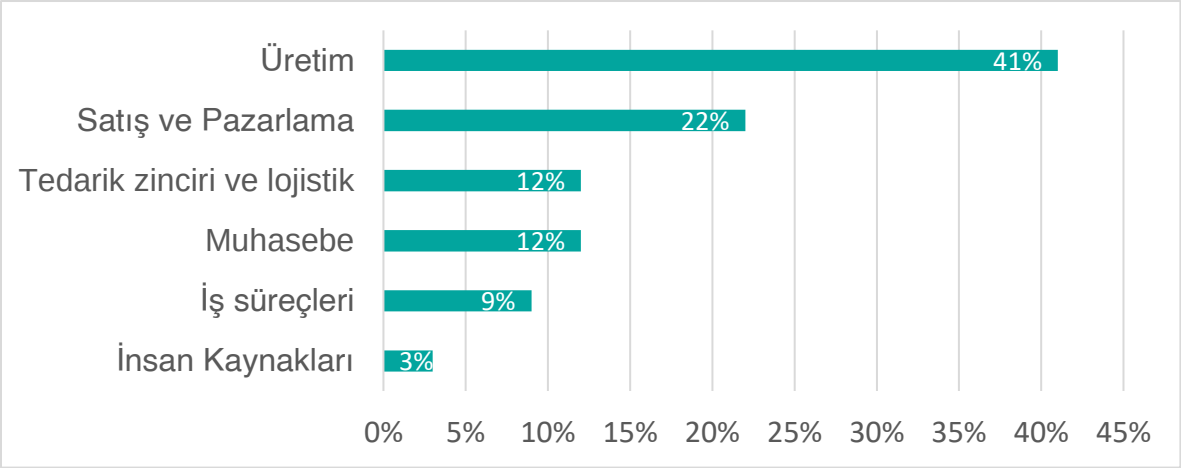


9- Dijital Dönüşümün en büyük artıları, gelişmiş üretim teknolojileri için verilecek desteklerle sağlanacaktır.

KOBİ'lerin işlerine dijitalleşmeyi en fazla entegre etmek istedikleri alan "üretim" olurken, onu "satış ve pazarlama" alanı takip etmektedir.

Bu bulgu, özellikle bilgi eksikliğinin dijital dönüşüm önünde bariyer oluşturduğunu gösteren araştırma çıktılarıyla beraber okunduğunda, gıda üretiminden tarıma, tekstilden çeşitli imalat atölyelerine, işletmelerin üretkenlik ve verimliliklerini artıracak teknolojilere güçlü ilgi duyduğunu göstermektedir. Nereden başlayacaklarını bilmeyen KOBİ'ler için üretim alanındaki desteklerin öncelikli olduğu görülmektedir. Konunun uzmanı kişilerin danışmanlık desteğine ve yatırımı kolaylaştıran finans çözümlerine erişilmesi halinde, otomasyon veya veri yönetimi gibi süreçlerin kullanımının artması ve ticari yararlarının daha iyi anlaşılıp yaygınlaşması mümkün olabilecektir. Buna işaret eden talep ve motivasyonun KOBİ'ler arasında önemli ölçüde bulunduğu gözlemlenmektedir.

Grafik 6- Dijital Dönüşümün En Çok İstendiği Faaliyet



10- Müşterilere erişim, dijital dönüşümün en yüksek potansiyelli faydaları arasındadır.

Dijital dönüşüm için en fazla fayda öngörülen alanlardan ikincisi satış ve pazarlamadır. Bilindiği gibi, dijital pazarlama yeni pazarlara erişim, yeni müşteriler nezdinde bilinirlik kazanma ve satış ilişkileri kurma gibi konularda fırsatlar sunmaktadır. Arama motoru optimizasyonu, sosyal medya hesap yönetimi, dijital reklam yönetimi, websitesi tasarımı ve e-ticaret platformlarında bulunma gibi unsurlar özellikle Covid-19 sonrasında daha önemli hale gelmiştir. Satış pazarlama alanında verilecek dijital dönüşüm destekleri de özellikle mikro- ve küçük- ölçekli şirketlerin yeni piyasa şartlarında daha etkili şekilde çalışmasında rol oynayacaktır.

KOBİ DİJİTAL MONİTÖRÜ

AKSİYON ÖNERİLERİ

Çalışmadaki bulguların ışığında, mikro-, küçük- ve orta ölçekli işletmelerin dijitalleşme kapasiteleriyle ilgili engellerin aşılmasında özellikle özel sektör, sektör dernekleri, sivil toplum ve kamu kurumlarının aşağıdaki alanlarda iş birliği yaparak harekete geçmesi önerilmektedir:

- **KOBİ'lere teknoloji desteği ve yardımı (özellikle üretim teknolojileri kullanımı konusunda):**
  - Farklı sektörlerdeki sorun ve gelişme alanlarının teşhisi, uygun ürünlerin danışmanlık programlarıyla önerilmesi, kurulumlarının ve uygulanmasının desteklenmesi,
  - Etkili uygulamaların kamuoyundaki bilinirliğinin yaygınlaştırılması.
  - Özellikle verimliliği ve karlılığı artırmaya dönük dijital çözümlere erişimin desteklenmesi.

- **KOBİ Eğitim Programları ve Yetkinlik Geliştirme Desteği:**
  - Özellikle çalışanlar için iş başında eğitim mekanizmaları geliştirilmesi ve uygulanması,
  - Mentörlük uygulamalarıyla Kobilerin kendi çözümlerini geliştirmek için desteklenmesi.

- **Veri Yönetim Bakış Açısının Oturtulması:**
  - KOBİ'lerin satış, müşteri ilişkileri, üretim ve tedarikçi yönetimi gibi konularda veriyi daha doğru okuyup verimlilik artırmaya dayanan çözümler konusunda bilgi ve kullanım seviyelerinin artırılması.

- **KOBİ'lerle bilgi kaynakları arasındaki etkileşimin artırılması:**
  - Kuluçka merkezleri, üniversite teknoloji transfer ofisleri ve dijital danışmanlık hizmeti sunan firmalar ile KOBİ'lerin iletişimlerinin güçlendirilmesi.

- **Yeni Mevzuat ve Düzenlemelerle Dijitalleşmenin Güçlendirilmesi:**
  - Mevzuat çerçevesinin geliştirilmesiyle dijitalleşme süreçlerine yönelik çabaları güçlendirmek. İlgili düzenleme alanları aşağıdaki başlıkları kapsayabilir:
    - Ticari sır ve fikri mülkiyet haklarının korunması;
    - Veri koruma düzenlemelerini uygulamak;
    - Dijital güvenliğin gelişmesini sağlamak ve ihlallerle baş edilme yollarının detaylanması ve duyurulması,
    - Sektör özelinde ek standartlar belirlenmesi veya düzenlemeler geliştirilmesi;
    - Mali defter tutma ve muhasebe teknolojilerinin kullanımının kolaylaşmasını sağlayacak standart ve düzenlemeler

- **E-devlet ve diğer kamu web platformlarının kullanımı:**
    - Bu tür kamusal internet sitelerinin bilinirliğini ve kullanımını yaygınlaştıracak veya pratikleştirecek düzenlemeler geliştirilmesi.
    - Elektronik imza, resmi elektronik posta, elektronik vergi beyanları ve kamunun internet üzerindeki bilgi kaynaklarına erişimini yaygınlaştırmak.

- **Sektörel Dijitalleşme Çalışma Grupları Kurulması:**
    - Ulusal ya da yerel düzeyde istişare örnekleri ve danışma grupları oluşturmak, uzmanlar, sektörel dernekler, işveren örgütleri, girişimciler, iş dünyası, akademisyenler ve yerel yönetimlerin de katılımıyla etik ve sorumlu dijitalleşme politikalarını belirlemek, yaymak ve teşvik etmek.
    - Bu tür çalışma grupları üzerinden, çeşitli çevrimiçi eğitim giderlerinin veya farklı dijital hizmetlerin şirketler veya diğer paydaşlar genelinde tek bir havuzda toplanıp topluca satın alım yapılması. Şirketler arasında ortaklaşa kullanıma elverişli alımlarda verimlilik ve teşvik sağlanması.

- **Finansal Çözüm ve Teşvikler:**
    - Belirli dijitalleşme adımlarını gerçekleştiren, çalışanlara bu alanda işbaşı eğitimi sunan şirketlere vergi teşvikleri verilmesi; bu tür firmaların belirli giderlerinin karşılanması veya çeşitli dijital ürün ve hizmetlere fiyat avantajlarıyla erişmelerinin sağlanması.
    - Dijitalleşme alanındaki insan kaynağı politikalarının veya işe alımların belirli süreler için hibelerle desteklenmesi.

ingev TAM TOPLUMSAL ARAŞTIRMALAR MERKEZİ

INGEV TAM KOBİ DİJİTAL MONİTÖRÜ

Türkiye'deki Yerel, Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Dijitalleşme Araştırması

2021

Contact:

Email: info@ingev.org
Website: www.ingev.org
Phone: +90 216 540 50 21

Koşuyolu Mah. Koşuyolu Cad. No:52
Kadıköy / İSTANBUL