

INGEV TAM KOBİ DİJİTAL MONİTÖRÜ

*Türkiye’de Suriyeliler Tarafından Kurulan
Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin
Dijitalleşme Araştırması*

2021



YÖNETİCİ ÖZETİ.....	2
METODOLOJİ	3
ÇALIŞMA BULGULARI	4
1- KOBİ'ler için dijitalleşme çok yaygın bir ihtiyaçtır.....	4
2- Her üç Suriyeli KOBİ'den biri temel seviyedeki dijital araçları dahi kullanamamaktadır.	5
3- Dijital Dönüşümün en büyük engelleri bütçe ve bilgi eksiklikleridir.	6
4- Farklı sektörlerdeki KOBİ'ler, dijitalleşme açısından benzerlik göstermektedir.	7
5- Yeni müşterilere erişmek, dijitalleşmenin en önemli görülen faydasıdır.....	8
6- Covid-19, dijitalleşme odağını güçlendirmiştir.	9
7- Dijital Dönüşümün en büyük avantajlarına, yerel ev sahibi topluluk ve yurtdışıyla ticareti güçlendirecek desteklerin verilmesiyle ulaşılacaktır.....	9
8- Verimlilik artırıcı dijitalleşme stratejilerinin gelişmesi için daha yüksek farkındalık gerekecektir.	10
AKSİYON ÖNERİLERİ	11

TÜRKİYE'DE SURİYELİLER TARAFINDAN KURULAN 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. Ancak dijitalleşme süreçlerinin firmalara sunabileceği faydalar sadece uzaktan çalışma veya e-ticaret yöntemleriyle sınırlı değildir.

INGEV, bu doğrultuda yürüttüğü Özel Sektör Dijital Monitörü Araştırması ile Türkiye’de Suriyeliler tarafından kurulan küçük- ve orta- ölçekli işletmelerin (“KOBİ’ler) dijitalleşme seviyesini ve ihtiyaçlarını incelemiştir. Çalışmanın amacı, özellikle pandemi döneminde bu firmaların dijitalleşmenin faydalarına ne derece erişebildiğini ortaya çıkarmaktır. Bu alandaki olası boşluk ve gelişme alanlarıyla ilgili bulgular bu raporda sunulmuştur.

Araştırma sonucuna göre KOBİ’lerin dijitalleşme ihtiyaçları en öncelikli olarak müşteri erişimi sağlama isteğinden ileri gelmektedir. Bu öncelik, diğer amaçların o kadar üstündedir ki adeta müşteri erişimi KOBİ’lerin dijitalleşmeden bekledikleri tek fayda konumuna gelmiştir. Bu durum KOBİ’ler için talep yaratma unsurunun ciddi bir sorun haline geldiğine ve varoluş kaygısının müşteri erişimini tek öncelik haline getirdiğine de işaret etmektedir.

Çalışma, temel seviye denebilecek e-posta kullanımı, kurumsal sosyal medya hesap sahipliği ve internet bankacılığı gibi araçların bile yaygınlık açısından KOBİ’ler geneline ulaşmadığını gösterirken, otomasyon veya sanal asistanlar gibi dijitalleşmenin verimlilik sağlayıcı daha gelişmiş unsurlarının ise çok sınırlı bir kullanıma sahip olduğunu yansıtmıştır. Çalışmaya göre, bu yaygınlaşmanın önündeki iki 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

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
- Sektörel Dijitalleşme Çalışma Grupları Kurulması
- Finansal Çözüm ve Teşvikler

TÜRKİYE'DE SURİYELİLER TARAFINDAN KURULAN KÜÇÜK VE ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETMELERİN
DİJİTALLEŞME ARAŞTIRMASI

KOBİ DİJİTAL MONİTÖRÜ METODOLOJİ

Örneklem:

159
Suriyeliler
Tarafından
Kurulmuş Firma

Yer:

Bölge	Görüşülen Firma Adedi
TOPLAM	159
İstanbul	86
Güneydoğu Anadolu	73
Gaziantep	25
Hatay	17
Kilis	12
Mersin	10
Şanlıurfa	9

Görüşülen Firmaların Çalışan Sayısına göre Dağılımı

1-9	10-49
128	31

Çalışma, 1-31 Temmuz 2021 tarihleri arasında telefonla anket yöntemiyle (CATI) toplam 159 tane Suriyeliler tarafından Türkiye’de kurulmuş firmanın (bundan böyle kısaca “KOBİ”) sahipleri, ortakları veya üst yöneticileri ile gerçekleştirilmiştir. Görüşülecek firmaların bölgelere dağılımında INGEV Girişimcilik Destek Merkezi Suriyeli Girişimciler Veritabanındaki dağılım oranları bölgesel seviyede göz önüne alınmıştır.

TÜRKİYE'DEKİ YEREL KÜÇÜK VE ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETMELERİN DİJİTALLEŞME ARAŞTIRMASI

KOBİ DİJİTAL MONİTÖRÜ

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
	İnternet Bankacılığı
	Mobil Bankacılık
	Kurumsal İnternet Sayfası
	Kurumsal Sosyal Medya Hesap(lar)ı
	Elektronik Fatura Kullanımı
	Elektronik Dosya Depolama (E-Arşiv)
ORTA	Anlık Stok Kontrolü
	Elektronik Konşimento
	Elektronik Ticaret ve İnternette Satış
	Elektronik Muhasebe Yazılımı
	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
	Web veya Mobil Bazlı Uygulamalar

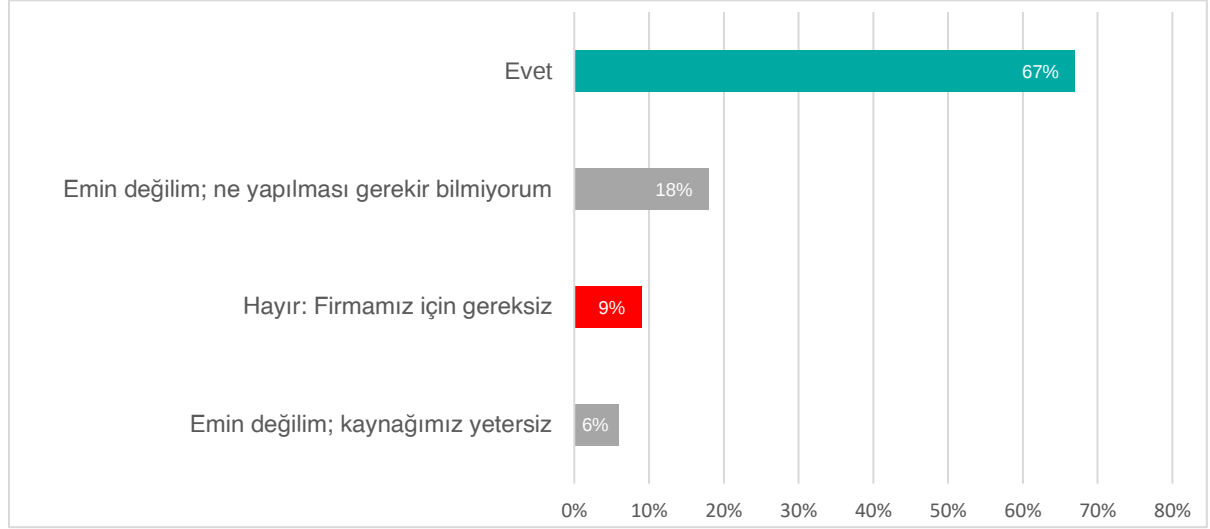
Sonuçlar bu doğrultuda incelendiğinde on ana çıkarım yapılabilir:

1- KOBİ'ler için dijitalleşme çok yaygın bir ihtiyaçtır.

Türkiye'de Suriyeliler tarafından kurulmuş olan KOBİ'lerin ("KOBİ") önemli çoğunluğu (%67), dijitalleşmeden fayda sağlayacağını öngörmektedir. Buna ek olarak, yaklaşık her dört KOBİ'den bir tanesi dijital dönüşümün nasıl yürütüleceğini bilmediği veya yüksek finansal kaynak gerekeceğini düşündüğü için faydalı olup olmayacağına emin olamamaktadır.

KOBİ'lerin sadece yüzde 9'luk bir kısmı dijitalleşmeyi gereksiz bulmakta ve ihtiyaç duymamaktadır.

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



Bulgular firmaların yarısından fazlasının dijitalleşme ihtiyacı olduğuna işaret ederken, her dört KOBİ'den birinin de bilgi eksikliği veya yetersiz bütçe gibi nedenlerle emin olamadıklarını göstermektedir ki bu türdeki firmaların bu eksiklikler konusunda desteklenmeleri halinde dijitalleşmeden yarar sağlayabilmesi olasıdır.

2- Her üç Suriyeli KOBİ'den biri temel seviyedeki dijital araçları dahi kullanamamaktadır.

Çalışmanın kritik sonuçlarından biri, temel seviye denilebilecek e-posta veya mobil bankacılık gibi hizmetleri kullan(a)mayan KOBİ oranının üçte bir gibi yüksek bir oranda olmasıdır. Bunun önemli nedenlerinden biri, mobil bankacılık veya internet bankacılığı gibi yerel firmaların rutin olarak kullandığı uygulamaların, geçici koruma altındaki Suriyelilerin finans hizmetlerine erişimde yaşadıkları engeller nedeniyle, daha az kullanımda olmasıdır.

	KOBİ Genel
Temel Seviye	63%
Orta Seviye	31%
İleri Seviye	10%

Temel seviyedeki uygulamalara tek tek bakıldığında, kurumsal internet sitesi oluşturma oranının da (%47) yarıdan az olduğu görülmektedir. Bunun genel olarak dijital hizmetlerde profesyonel tedarikçilere erişilememesi (başlıca düşük piyasa bilgisi nedeniyle), kurumsal tanıtım için şirket yetkililerinin kendi kendilerine daha kolay açabilecekleri sosyal medya platformları üzerindeki kurumsal sayfaların tercih edilmesi ve genel olarak kayıt dışı çalışmanın yaygınlığı nedeniyle kurumsal internet sitesi tercih edilmemesi gibi nedenlerden kaynaklandığı düşünülmektedir.

Anlık stok kontrolü, muhasebe yazılımları ve uzaktan dosya erişimi gibi sistemleri kapsayan Orta Seviye dijital araçlara bakıldığında KOBİ'lerin büyük çoğunluğunun bu tür araçları kullanmadıkları anlaşılmaktadır. Piyasadaki tedarikçiler ve hizmetlerle ilgili bilginin düşük olması, Türkiye pazarını yeterince tanımadan uzun vadeli altyapı yatırımlarından uzak durma isteği ve KOBİ'lerin belirli bir kısmını kapsadığı düşünülen kayıt dışı çalışma düzeninin muhasebe yazılımı gibi araçlara yönelik ihtiyacı düşürmesi gibi nedenlerin bu düşük oran üzerinde belirleyici olduğu düşünülmektedir. Temel ve Orta seviyedeki sosyal medya hesapları, kurumsal websitesi ve e-ticaret gibi uygulamalar, yeni müşteri bulma veya mevcut müşterilerdeki alım sıklığını artırma gibi pazarlama amaçları için yararlı olmaktadır. Bunların eksikliği, Suriyeliler tarafından kurulmuş KOBİ'lerin yerel müşterilerle iletişimlerini güçlendirecek kanallardan yeterince faydalanamaması anlamına gelecektir.

Otomasyon ve web bazlı applikasyon geliştirme gibi süreçleri kapsayan İleri Seviye araçların kullanımı KOBİ'ler arasında neredeyse yok denecek kadar azdır (%10). İleri Seviyedeki bu tür araçlar, hem müşteri ilişkilerini güçlendirme hem de kalıcı üretkenlik ve verimlilik artışı amaçlayan hizmetlerdir. Bunların eksikliği, KOBİ'lerin üretim kalitelerini ve dolaylı olarak finansal sağlıklarını artırmak açısından değer sunacak avantajları kullanamaması anlamına gelebilir.

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

KOBİ'lerin dijital dönüşümünü yavaşlatan en önemli unsur olarak “bütçe yetersizliği” öne çıkmaktadır. Genel olarak önemli bir diğer unsur ise “bilgi eksikliği” olmaktadır. “İnsan kaynağı yetersizliği”, “hangi teknolojilere ihtiyaç olduğunun bilinmemesi”, “dijital dönüşüme nasıl başlayacağının bilinmemesi” ve “belirli bir stratejinin/ yol haritasının olmayışı” gibi nedenlerin tümü Bilgi Eksikliği başlığı altında değerlendirilebilir.

Önemli bir başka nokta olarak, sonuçlara sektör bazında bakıldığında, özellikle Tekstil firmalarının bilgi eksikliği başlığı altındaki unsurlarda yüksek oranda görüldüğü anlaşılmaktadır. Öbür taraftan Üretim/Sanayi sektörü firmaları için öne çıkan konu bütçe yetersizliği olmaktadır.

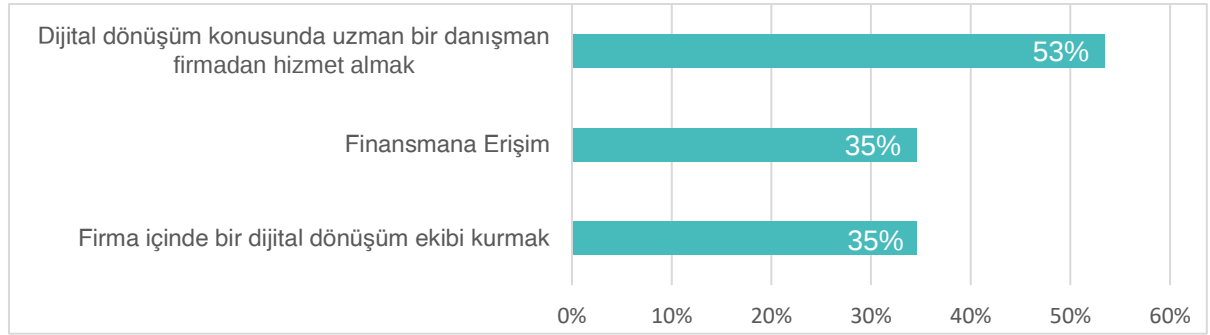
Grafik 2- Dijital Dönüşümün Bariyerleri



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” ve “Finansmana erişim” aynı oranlarla takip etmektedir.

Bu benzer oranlar 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



4- Farklı sektörlerdeki KOBİ'ler, dijitalleşme açısından benzerlik göstermektedir.

Üretim ve Sanayi sektörünün dijitalleşme seviyesinin, Hizmet, Tekstil ve Ticaret ve Perakende sektörlerine göre büyük ölçüde olmasa da yüksek olduğu görülmektedir. Üretim ve Sanayi sektörünün özellikle ileri seviye dijitalleşme araçlarından daha fazla yararlandığı anlaşılmaktadır. Ancak bu sektör de dahil görüşülen tüm firmalar için ileri seviye araçların kullanımı oldukça düşüktür. Bunlardan daha fazla yararlanılması halinde üretkenliği artırmak için büyük bir gelişme alanı olması muhtemeldir.

Tablo 2- Dijital Araçların Sektörlere göre Seviyelendirilmesi

	KOBİ Genel	Hizmet	Üretim ve Sanayi	Tekstil	Ticaret ve Perakende
Temel Seviye	63%	65%	71%	60%	59%
Orta Seviye	31%	32%	32%	27%	30%
İleri Seviye	10%	12%	17%	5%	7%

Üretim ve Sanayi sektörü haricinde, diğer sektörlerin arasında dijitalleşme açısından büyük farklara rastlanmamış olsa da Tekstil sektörünün diğer sektörlerle göre dijitalleşmede geride kaldığı söylenebilir.

E-posta kullanımının özellikle Üretim sektörüne neredeyse tamamen yayıldığı görülmektedir (%96). Tekstil sektörü KOBİ'ler arasında ise e-posta kullanımına en az rastlanan sektör olmuştur (%65).

E-ticaret (internet üzerinden ürün satışı), açısından sektörler arasında önemli bir farka rastlanmamıştır. Tüm sektörler ortalama oran olan %45 ile yaklaşık olarak benzer seviyededir. Oranın yarıdan az olması, e-ticaret alanında önemli bir ilerleme alanı olduğunu göstermektedir.

Benzer şekilde, Dijital Pazarlama Çözümleri kullandığını belirten firma oranı, her bir sektör için genel ortalama olan %30 seviyesindedir. KOBİ'lerin önemli çoğunluğunun yeni müşterilere erişmelerini sağlayacak bu tür hizmetlerden uzak kaldığı anlaşılmaktadır.

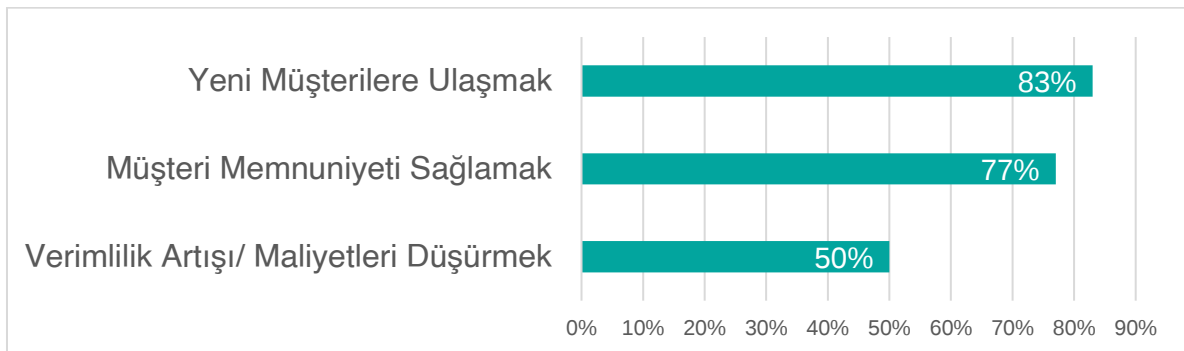
5- Yeni müşterilere erişmek, dijitalleşmenin en önemli görülen faydasıdır.

KOBİ'lerin dijitalleşme konusunda öngördükleri üç ana fayda, yeni müşterilere ulaşmak, müşteri memnuniyeti sağlamak ve verimlilik artışı olarak sıralanmaktadır. Tüm sektörler arasında “yeni müşterilere ulaşmak” ve “müşteri memnuniyeti sağlamak” en sık tekrarlanan dijitalleşme faydası olarak ortaya çıkmaktadır. Yeni pazarlara açılmak, sosyal medya veya dijital reklamlar üzerinden yeni müşterilere ulaşmak gibi unsurlar genel toplamda KOBİ'lerin %83'ü tarafından belirtilmiştir. Suriyeliler tarafından kurulan KOBİ'lerdeki yeni pazar vurgusunun hem Türkiye'deki yerel müşterilere ulaşma hem de uluslararası pazarlara erişme isteğinden kaynaklandığı düşünülmektedir.

Diğer önemli bir husus olarak görülen müşteri memnuniyeti sağlama başlığı, taleplere hızlı yanıt vermek ve sunulan hizmetlerde teknolojinin gerisinde kalmamak gibi alt başlıkları da kapsamaktadır.

Son öncelik ise verimlilik artışıyla alakalı olmaktadır. Kârlılığı arttırmak, maliyetleri düşürmek, operasyonların en verimli şekilde planlanması ve izlenmesi gibi unsurları kapsayan verimlilik başlığı, KOBİ'lerin %50'si tarafından dile getirilmektedir. Müşteri erişimiyle ilgili noktaların verimlilik ile alakalı konulardan çok daha yüksek oranlarda vurgulanması, Suriyeliler tarafından kurulmuş KOBİ'lerin varoluş mücadelesine yakın olduklarını düşündürmektedir. Bir ticari faaliyetin varoluşu için gerekli müşteri erişimi konusu firmaların büyük çoğunluğu tarafından ifade edilen ilk faydalar olmaktadır. Görece daha az KOBİ'nin verimlilik artışı gibi konuları önceliklendirebildiği anlaşılmaktadır.

Grafik 4- Dijitalleşmeden Beklenen Faydalar

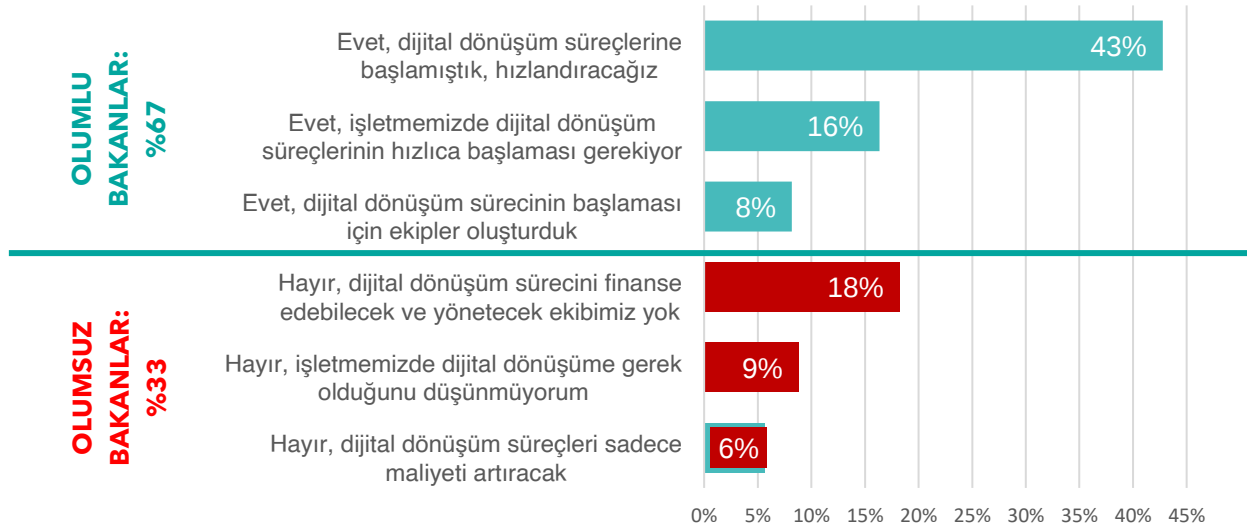


6- Covid-19, dijitalleşme odağını güçlendirmiştir.

Çalışmaya katılan tüm KOBİ'lerin %67'si "Covid-19 dijital dönüşüme bakış açınızı değiştirdi mi?" sorusuna "Evet" yanıtını vermiştir. "Hayır" yanıtı verenler %33 seviyesinde kalmıştır. "Hayır" yanıtı verenlerin kendi içindeki dağılımlarına bakıldığında, bu grubun yaklaşık yarısı "dijital dönüşüm sürecini götürebilecek finansman ve ekibe" sahip olmadıklarını belirterek olumsuzluğun kaynağını bilgi ve bütçe eksikliğine bağlamıştır. "Hayır" diyenlerin diğer yarısını "işletmemizde dijital dönüşüme ihtiyaç yoktur" ve "dijital dönüşüm işletmemizde sadece giderleri artıracaktır" diyen ve dijital dönüşümle ilgili fayda ya da ihtiyaç görmeyenler oluşturmaktadır.

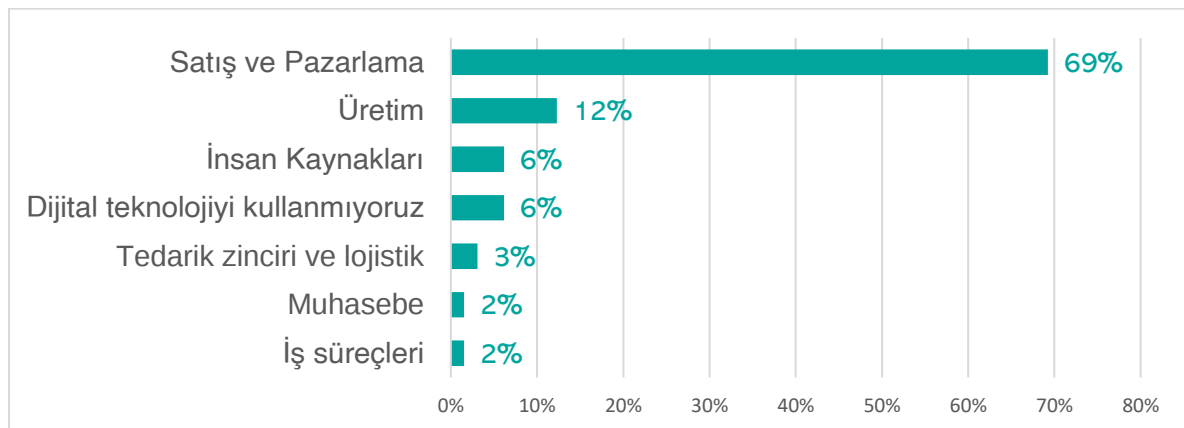
KOBİ'lerin en büyük kısmı, salgın sonrasında dijitalleşmeye yaklaşımlarının "hızlanmak" yönünde değiştiğini belirtmektedir. Daha önce dijitalleşme sürecine başlamamış olan KOBİ'ler sürece başlamak adına, sürece halihazırda başlamış olanlar ise hızlandırmak adına salgın sonrası harekete geçtiklerini ifade etmektedir. Bu doğrultuda Covid-19'un yepyeni bir süreç başlatmaktan çok zaten varolan bir süreci hızlandırdığı görülmektedir.

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



7- Dijital Dönüşümün en büyük avantajlarına, yerel ev sahibi topluluk ve yurtdışıyla ticareti güçlendirecek desteklerin verilmesiyle ulaşılabilecektir.

Grafik 6- Dijital Dönüşümün En Çok İstendiği Faaliyet



KOBİ'lerin dijitalleşmeyi işlerine en fazla entegre etmek istedikleri ilk alan büyük bir farkla “satış ve pazarlama” olmuştur. Bu genel olarak Suriyeliler tarafından kurulmuş KOBİ'lerin müşteri erişiminde ve talep yaratmakta yaşadığı büyük sorunları göz önüne sermektedir. Diğer tüm unsurlar bu konuya kıyasla ciddi şekilde geride kalmaktadır. Dijital araçların doğru ve etkili kullanımı üzerinden satış ve pazarlama yaparak müşterilere erişmek KOBİ'lerin en öncelikli hedefidir. Bu durum, araştırmanın diğer sonuçlarıyla birlikte okunduğunda özellikle dijital pazarlama desteklerinin (nakdi ve ayni) kritik önemine dikkat çekmektedir. Bu tür destekler hizmet alımı için verilecek hibeleri veya danışmanlık hizmetlerini kapsayabilir.

8- Verimlilik artırıcı dijitalleşme stratejilerinin gelişmesi için daha yüksek farkındalık gerekecektir.

Dijital araçların sağladıkları en önemli faydalar arasında günlük faaliyetlerde bedensel işlerin yoğunluğunun azaltılması, kısmen veya tamamen otomatize edilmesi, takiplerinin kolaylaşması, uzaktan yürütülebilir hale getirilmesi veya üretkenliklerinin artması vardır. Tüm bunlar hem kalite artışı hem maliyet azalması gibi olumlu sonuçlar yaratabilir. Firmalara yerel ve uluslararası piyasalarda daha çok bilinirlik sağlama ve büyüme stratejilerine daha çok kaynak ayırma fırsatı verebilirler. Ancak dijital dönüşümün bu yönü bu araştırma sonuçlarına göre KOBİ'lerin beklenti ve öncelikleri arasında arka planda kalmaktadır. Bilgi eksikliği ile ilgili bulgularla birlikte değerlendirildiğinde, bu tür faydaların sağlanması için dijitalleşme ve erişilebilecek teknolojiler hakkında farkındalığın artması gerektiği sonucuna varılmaktadır.

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):**
 - Özellikle dijital pazarlama, e-ticaret, kurumsal internet sitesi oluşturma ve sosyal medya yönetimi gibi müşteri erişimini artıracak konularda uygun dijital hizmetlerin danışmanlık programlarıyla önerilmesi, kurumlarının ve uygulanmasının desteklenmesi,
 - Etkili uygulamaların kamuoyundaki bilinirliğinin yaygınlaştırılması.
- **KOBİ Eğitim Programları ve Yetkinlik Geliştirme Desteği:**
 - Özellikle çalışanlar için iş başında eğitim mekanizmaları geliştirilmesi ve uygulanması,
 - Mentörlük uygulamalarıyla KOBİ'lerin özellikle satış-pazarlama alanında kendi dijital çözümlerini yönetmek veya 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:**
 - Teknoloji firmaları, üniversite teknoloji transfer ofisleri ve dijital danışmanlık hizmeti sunan firmalar ile KOBİ'lerin iletişimlerinin güçlendirilmesi.
 - KOBİ'lerin piyasadan alabilecekleri hizmetleri, bunların ne işe yarayacağı, ne kadar zaman alacağı ve ne tür bütçeler gerektireceğiyle ilgili bilgi alabilecekleri kaynaklara erişebilir olması adına destekler sunulması
- **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 KOBİ DİJİTAL MONİTÖRÜ

*Türkiye’de Suriyeliler Tarafından Kurulan
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