TÜRKONFED

CIPE
CENTER FOR INTERNATIONAL PRIVATE ENTERPRISE

Kriz ve Fırsat Zamanı: Türkiye'de KOBİ'lerin Dijitalleşmesi

İçindekiler

Giriş....4
Dijital Olgunluk....6
Zorluklar....7
İlerleme Kaydetme....8
Sonuç ve Tespitler....10

TÜRKONFED Resmi Yayınıdır.
Türkiye, Ekim 2021. Her hakkı saklıdır.

/turkonfed
Refik Saydam Caddesi Akarca Sokak N: 41 Tepebaşı, Beyoğlu/İstanbul
+90 212 251 73 00 / +90 212 251 58 77 www. turkonfed.org / info@turkonfed.org

Yazar
Semuhi Sinanoğlu

Yayın/Editoryal Hazırlık
Erhan Arslan
Ayça Arkış

Grafik Tasarım BMD MEDIA

Yasal Uyarı: Bu raporda yer alan yazı, resim ve fotoğraflar izin alınmadan yayımlanamaz, çoğaltılamaz. Kaynak gösterilmek kaydıyla yayımlanabilir. Raporda görüşlerine başvurulan isimlerin düşünceleri TÜRKONFED'in resmi görüşü değildir. Hukuki sorumluluk yazarlara ve görüş sahiplerine aittir.

TÜRKONFED

CIPE
CENTER FOR INTERNATIONAL PRIVATE ENTERPRISE

Kriz ve Fırsat Zamanı: Türkiye'de KOBİ'lerin Dijitalleşmesi

Kriz ve Fırsat Zamanı: Türkiye'de KOBİ'lerin Dijitalleşmesi

Giriş

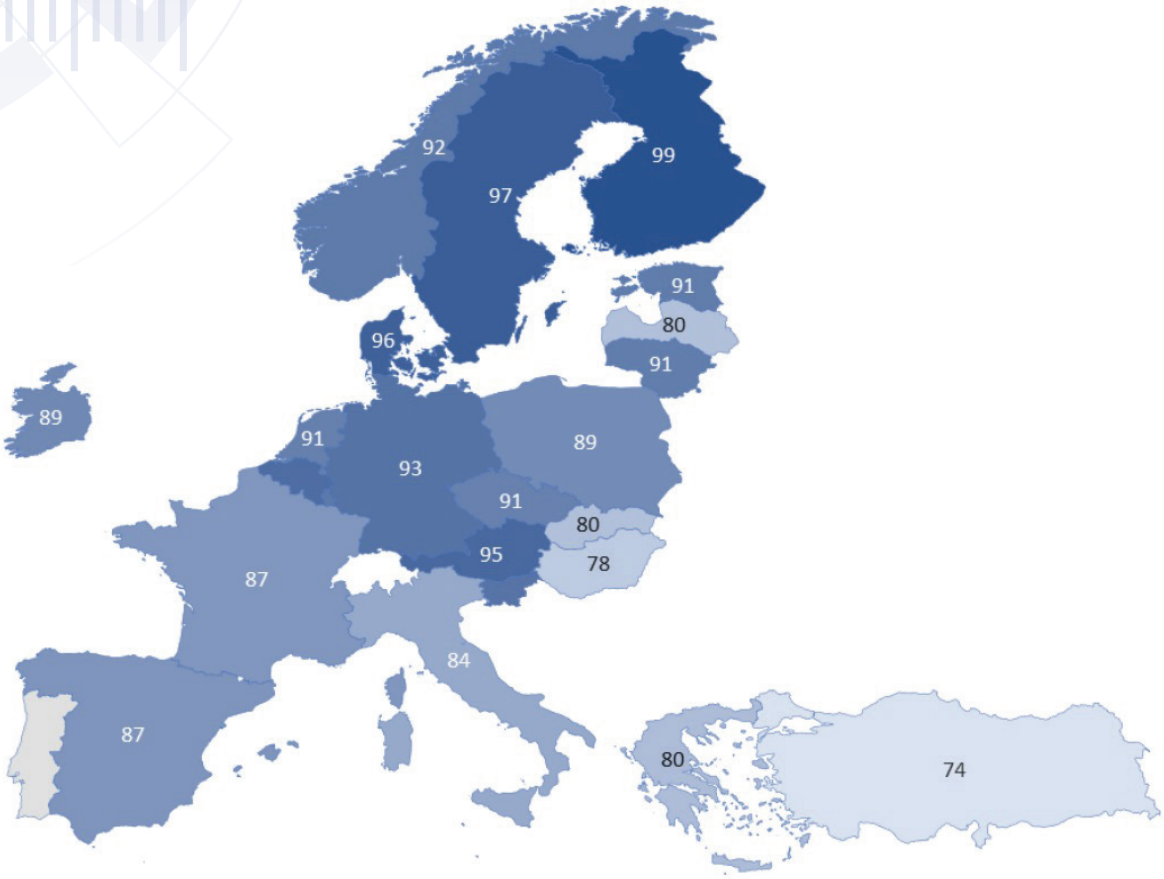
Ortalama olarak, Türkiye'deki orta ölçekli işletmeler (OBİ'ler), Avrupa'daki emsallerine kıyasla dijital açıdan geride kalıyor. İstatistikler çarpıcı bir boşluğu ortaya koyuyor – Türkiye, çevrimiçi varlığı bulunan OBİ'lerin payı açısından OECD üyesi Avrupa ülkeleri arasında en düşük sırada yer alıyor (bkz. Şekil 1). Türkiye'deki OBİ'lerin dörtte birinin web sitesi dahi bulunmuyor. Bu dijital boşluk, bulut hizmetlerinin kullanımına ilişkin mevcut verilerle daha ayrıntılı açıklanmaktadır. Türk OBİ'lerin yalnızca yaklaşık beşte biri operasyonlarında bulut hizmetleri kullanmaktadır, bu pay Finlandiya'da %85, İtalya'da %66 ve İspanya'da %42'ye kadar çıkmaktadır (bkz. Şekil 2). Türkiye'deki OBİ'ler, bir BİT uzmanı istihdam eden (yaklaşık %9), bilgisayar ağları üzerinden sipariş alan (yaklaşık %10) veya büyük veri analizi yapan (yaklaşık %10) işletmelerin payı gibi diğer birçok dijital alanda Avrupa'daki emsallerinin gerisinde kalmaktadır.

Türkiye'deki küçük ölçekli işletmelerin de dijitalleşme performansı, Avrupa'daki emsallerinden cesaret kırıcı ölçüde daha kötü. Türkiye, OECD üyesi Avrupa ülkeleri arasında çevrimiçi varlık gösteren küçük ölçekli işletmelerin payı açısından en düşük sırada yer almaktadır. Türkiye'deki küçük ölçekli işletmelerin sadece yarısından azının bir web sitesi bulunmaktadır. Türkiye'deki küçük ölçekli işletmelerin yalnızca %12'si operasyonlarında bulut hizmetlerini kullanırken, Finlandiya gibi İskandinav siyasi ekonomilerinde ise bu pay %73'e kadar çıkabilmektedir.

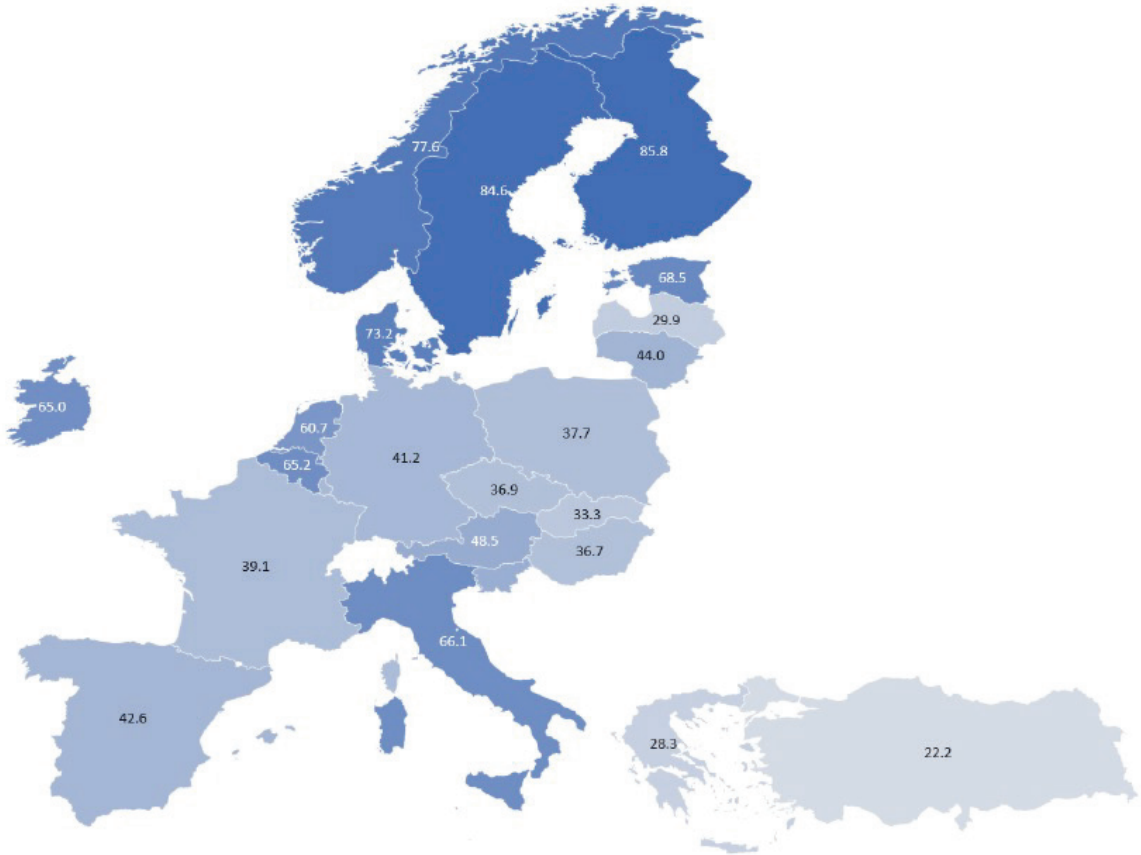
KOBİ'ler Türkiye ekonomisinin bel kemiğini oluşturduğundan, bu talihsiz dijital eğilim endişe verici boyuttadır. Türkiye'deki işletmelerin %99,8'i KOBİ'lerden oluşur. Bunlar, toplam istihdamın yaklaşık ¾'ünü ve cironun yarısından fazlasını oluştururlar [1]. Daha da endişe verici olan unsur, çoğu KOBİ'nin dijitalleşmeyle oldukça uyumlu ve kolaylıkla gelişebilecek sektörlerde faaliyet göstermesidir. Son istatistiklere göre KOBİ'lerin sırasıyla %36,3, %14,3 ve %12,4'ü toptan ve perakende ticaret, nakliye ve depolama ve imalat sektörlerinde faaliyet göstermektedir [2]. Bu iç karartıcı performansa rağmen, COVID-19 pandemisi KOBİ'leri bu krizden kurtulmak için dijitale dönmeye teşvik etmiştir.

Pandemi, KOBİ'lerin dijitalleşmesine yönelik fırsat sundu. Küresel Güney ülkeleri genelinde KOBİ'ler, COVID ile ilgili sokağa çıkma kısıtlamaları ve kapanmalarla başa çıkmak için çeşitli dijitalleşme stratejileri geliştirdi. Pandemiye karşı tipik bir KOBİ tepkisi, e-ticaretin yoğunlaşması oldu: KOBİ'ler satışlarını sosyal medya, uygulamalar veya belirli web siteleri üzerinden çevrimiçi ortama taşımaya başladı. Bankacılık uygulamaları, ödemeleri işleme alma konusunda adını daha fazla duyurdu. Bazı KOBİ'ler de uzaktan çalışmayı kolaylaştırdı [3]. Ancak, başlangıçta, bu dijitalleşme çabaları, uygun ve tutarlı bir strateji olmaksızın geçici ve düzensiz seyretti. İkincisi, bu yarım önlemler, tam ölçekli dijitalleşmenin, veri toplamanın, akışın ve yönetimin tedarik zinciri, üretim, müşteri yönetimi ve organizasyon yapısının çeşitli seviyelerinde gelişmekte olan teknolojiler kullanılarak tamamen dönüştürülmesinin yalnızca ilk adımlarını oluşturmaktadır.

1 Türkiye İstatistik Kurumu. 2020. "Küçük ve Orta Büyüklükteki Girişim İstatistikleri, 2019." https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Kucuk-ve-Orta-Buyuklukteki-Girisim-Istatistikleri-2019-37548
2 Ibid. Ayrıca bkz. TURKONFED. Dayanıklı KOBİ'ler Güçlü Yarınlar - İhtiyaç Analizi Raporu. İstanbul
3 Klein, Vinícius Barreto ve José Leomar Todesco. 2021. "COVID-19 Krizi ve KOBİ'lerin Tepkileri: Dijital Dönüşümün Rolü." Bilgi ve Süreç Yönetimi 28(2): 122.



Şekil 1 Web sitesi bulunan orta ölçekli işletmeler (%). Kaynak: OECD, 2020.



Şekil 2 Bulut bilişim hizmetleri satın alan orta ölçekli işletmeler (%). Kaynak: OECD, 2020.

Dijital Olgunluk

Bir şirketin dijital olgunluğunu değerlendirmenin ve ölçmenin farklı yolları vardır [4]. Bu, yalnızca çevrimiçi bir varlık oluşturmaktan daha fazlasıdır. Dijitalleşme, operasyonun farklı aşamalarında anlamlı verilerin toplanması, bunların eyleme geçirilebilir istihbarata dönüştürülmesi ve bu bilgilerin stratejik planlama için bir şirketin organizasyon yapısının çeşitli seviyelerinde kullanılması anlamına gelir.

Dijital açıdan olgun bir işletme, diğerlerinin yanı sıra,

- Envanterini gerçek zamanlı olarak takip etmek üzere işletme yönetimi ve verimlilik araçlarını (ERP) kullanır; bu verileri ilgili departmanlarla paylaşır, kestirimsel analizler yaparak satış, üretim ve depolamayı buna göre optimize eder,
- Müşteri etkileşimlerini merkezileştirmek ve yönetmek için bir müşteri ilişkileri yönetimi (CRM) yazılımı kullanır; sosyal medya, mobil uygulamalar ve e-posta otomasyonu gibi iletişim ve dijital pazarlama araçlarından yararlanır; kestirimsel analiz için bu müşteri etkileşimlerinden edinilen her veri parçasını kullanır ve en önemlisi, tüm müşteri deneyimini dijital bir bakış açısıyla yeniden zihninde canlandırır,
- Verileri bulut ve çevrimiçi yedekleme hizmetleri aracılığıyla etkin ve güvenli bir şekilde saklar,
- Nesnelerin İnterneti (IoT), yapay zekâ (AI), 3D baskı, blok zinciri, gelişmiş robotik ve varsa diğer otomasyon stratejileri gibi gelişmekte olan teknolojileri kullanır,
- Çalışanlarının dijital becerilerine yatırım yapar ve gelişen teknolojiler hakkındaki bilgilerini genişletir; çevrimiçi iş birliği araçlarına erişmelerini sağlar,
- Departmanlar arasında dağıtılmak üzere dijitalleşmeye yönelik stratejik bir plan hazırlar.

Neden dijitalleşme? Birincisi, farklı ülkelerdeki dijital açıdan olgunlaşmış işletmeler, pandemi sırasında daha yüksek gelir ve istihdam seviyelerini sürdürebilmiştir. Yapılan son araştırmaya göre, dijitalleşme, KOBİ'lerin krizle başa çıkmadaki genel performansıyla olumlu bir ilişki içindedir [5]. Şimdiye kadar çeşitli dijital araçlar uygulayan KOBİ'ler fırtınayı kısmen atlatabilmektedir. Birkaç örnek vermek gerekirse, sohbet robotları, çevrimiçi müzayedeler ve sosyal medya, kısıtlamalar ve iyileştirilmiş müşteri deneyimi sürecinde satışları artırmıştır. Müşteri tercihlerine yönelik kestirimci analiz uygulaması, KOBİ'leri değişen ortama daha uyumlu hale getirmiştir. Dijital öğrenme platformlarına erişimi olan KOBİ'ler, çalışanların dijital becerileri konusunda diğerlerinin bir adım önünde olmuştur [6].

Artık dönüşü yok. Türk KOBİ'leri fırsatı değerlendiremez ve Avrupa'daki emsallerine yetişemezlerse, toparlanma aşamasında dezavantajlı duruma düşeceklerdir. Örneğin, bir McKinsey anketinin bulguları, ilk kez dijital araçları kullanan insanların %75'inin, bunları pandemi sonrası dönemde kullanmayı sürdürme düşüncesinde olduklarını göstermektedir [7]. Dijitalleşme sadece talep kısmını değil, üretim hatlarını ve tedarik zincirlerini de dönüştürmüştür.

4 Bkz. Akarun, Lale ve diğerleri 2020. Türkiye'de Dijital Dönüşüm Değerlendirme Aracı (D3A) 2019-2020 Sonuç Raporu. İstanbul
5 Guo, Hai, Zhuen Yang, Ran Huang ve Anqi Guo. 2020. "Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Dijitalleşme ve Kamusal Kriz Tepkileri: Bir COVID-19 Anketinden Yansımalar." Çin'deki İş Araştırmasının Sınırları 14(1): 1–25.
6 Bai, Chunguang, Matthew Quayson ve Joseph Sarkis. 2021. "Mikro ve Küçük İşletmelerin Sürdürülebilir Gelişimi için COVID-19 Pandemisi Dijitalleşme Dersleri ." Sürdürülebilir Üretim ve Tüketim 27: 1989–2001.
7 Baig, Aamer ve diğerleri 2020. "COVID-19 Toparlanması Dijital Olacak: İlk 90 Güne ilişkin Bir Plan." McKinsey Digital. https://www.mckinsey.com/business-functions/mckinsey-digital/our-insights/the-covid-19-recovery-will-be-digital-a-plan-for-the-first-90-days.

3D yazıcılar veya sensörler gibi gelişmekte olan teknolojilerin geniş kapsamlı uygulaması maliyetleri düşürür, üretim süreçlerini kolaylaştırır ve yeni pazarlar açar. Bir makine için paslanmaz çelik valfler üreten bir şirket örneğini ele alalım. Paslanmaz çelikten üretmenin maliyeti 100 dolara yakındır, ancak 3D yazıcılarla şirket bunu karbon fiber olarak yalnızca 1 dolardan üretmeye başlamıştır[8]. Maliyet azaltmaya ek olarak, 3B yazıcılar da katmanlı imalat yoluyla toplu özelleştirmeye olanak vermektedir. Öncelikle imalat sektöründe faaliyet gösteren KOBİ'lerin rekabet üstünlüklerini kaybetmemeleri için 3D yazıcılara hızlı bir şekilde yetişmeleri gerekmektedir. Diğer bir vaka, yağış hakkında veri toplamak için sensör kurulumları yapan geleneksel bir yağmur oluğu işletmesidir. Verilerin tek başına toplanması, yağmur suyunun toplanması için su kalitesini de takip eden akıllı depoların kurulması gibi diğer hizmetlere yönelik fırsatlar yaratabilir[9].
Sınır yok, ancak önümüzde üstesinden gelinmesi gereken bazı zorluklar söz konusudur.

Zorluklar

KOBİ'ler şaşırtıcı oranlara karşı dijitalleşmenin peşindedir. Kısa bir süre önce Türkiye'deki iş profesyonelleriyle yapılan bir ankete göre, katılımcıların %60'ı şirketlerinin dijital dönüşüme hazır olmadığını düşünmektedir[10]. Elbette haklı olarak. KOBİ'ler daha büyük firmalara kıyasla dış şoklara karşı daha savunmasızdırlar. Dijitalleşme projelerini yürütmek için beşerî sermayeden ve uzmanlıktan yoksundurlar. Dijital becerilerin eksikliği, sektörlerindeki teknolojik uygulamaların tüm potansiyelini kabul etmelerini engellemektedir.

KOBİ'lerin sermaye kaynakları sınırlıdır. Dijital ihtiyaçlarının abartılı ve gerçekten uzak şekilde değerlendirilmesi, yalnızca yüksek maliyetler nedeniyle onları dijitalleşmeye yönelmekten caydırmaktadır. Ayrıca, potansiyel siber tehditlerden ve güvenlikten ödün verme korkusundan dolayı, KOBİ'ler dijital çözümlerden tam olarak yararlanmaktan kaçınırlar ya da bu tür krizlerle başa çıkmak üzere teknik ve finansal açıdan yeterli donanıma sahip değillerdir.

Ayrıca, dijital uçurum, dijital olgunluklarının önünde de önemli bir engel oluşturur. Özellikle çevre şehirlerde yüksek hızlı internet bağlantısına erişimin olmaması ve düşük gecikme süresi dijital olgunluğu engellemektedir[11]. OECD istatistiklerine göre, Türkiye'deki OBİ'lerin yalnızca %30'u 100 Mbit/s'de geniş bant indirme hızına güvenli erişim sağlamaktadır[12]. Benzer şekilde, bir OECD raporuna göre, Danimarka ve İsveç gibi İskandinav ülkelerinde yüksek hızlı geniş banda sahip küçük ölçekli firmalar, Türkiye'deki bağlı büyük ölçekli firmalardan daha fazladır[13].

8 Vinoski, Jim. 2021. "Bu CARES Yasası Projesi, Michigan'lı Üreticilere Tıbbi Cihaz Üretmeleri İçin 3D Yazıcılar Ve Çok Daha Fazlasını Vaat Ediyor." Forbes, Nisan 29.
9 Ranjan, Vardhman ve diğerleri 2020. "Nesnelerin İnterneti (IOT) Tabanlı Akıllı Yağmur Suyu Toplama Sistemi." 6. Uluslararası Sinyal İşleme ve İletişim Konferansı (ICSC). https://ieeexplore.ieee.org/document/9182767
10 DijitalBiz. "Profesyonellerin Yüzde 60'ı Kurumum Dijital Dönüşüme Hazır Değil Diyor." https://www.dijitalbiz.com/profesyonellerin-yuzde-60i-kurumum-dijital-donusume-hazir-degil-diyor/
11 Goldsmith, Thomas. 2021. Değer Kazanma: Kanada KOBİ'lerinde Dijital Olgunluk ve Arttırılmasının Önemi. Toronto: Brookfield Enstitüsü.
12 OECD. 2020. "İşletmelerin BİT Erişimi ve Kullanımı." https://stats.oecd.org/Index.aspx?DataSetCode=ICT_BUS#
13 OECD. 2021. KOBİ'lerin Dijital Dönüşümü. Paris. .https://doi.org/10.1787/bdb9256a-en

İlerleme Kaydetme

KOBİ'lerin temsilci kuruluşları, belediyeler ve diğer kurumsal destek kuruluşları, KOBİ'lere dijitalleşme çabalarında yardımcı olmak üzere çeşitli iyi uygulamaları benimseyebilir. Bu doğrultuda, üç olası yolu şöyle özetleyelim:

1) Kamu-özel ortaklık programları başlatmak amacıyla büyük ölçekli şirketlerle iş birliğinin sağlanması,
2) BİT KOBİ'leri ile dijital merkezler ve ağlar oluşturma,
3) Siber güvenlik konusunda farkındalığı artırmak ve KOBİ'lerin bir siber güvenlik stratejisi geliştirmesini sağlamak üzere kapasite geliştirme programları tasarlama.

1) En önemli destek unsurlarını kullanıma sunma

Küçük ölçekli işletmelerin çevrimiçi varlığını geliştirmek amacıyla 2016 yılında Toronto İş Geliştirme Alanları Birliği (TABIA) tarafından Toronto'da lansmanı yapılan yerel bir girişim olarak başlatılan Digital Main Street hızla genişlemiştir. Şimdi, Ontario Hükümeti tarafından sağlanan 10 milyon dolara ek olarak, toplam 70 milyon doların üzerindeki federal yatırımla Kanada genelinde birden fazla eyalete yayılan çok paydaşlı bir girişim haline gelmiştir.

Girişim programlarından biri olan ve Google tarafından desteklenen ShopHERE, küçük ölçekli işletmelerin eğitimli öğrencilerin yardımıyla çevrimiçi mağazalarını açmalarına yardımcı olmuş ve envanter yönetimi ve dijital pazarlama gibi çeşitli konularda kapsamlı eğitimler ve kaynaklar sunmuştur. Programın 30.000'den fazla işletmeyi faaliyetlerini dijitalleştirmeye teşvik edeceği tahmin edilmektedir. Program ayrıca bugüne kadar yaklaşık 1500 öğrenci için iş imkânı oluşturmuş, yeni beceriler kazanmalarına ve deneyim kazanmalarına izin vermiş ve gelecekteki istihdamın daha iyi beklentileri için ağ oluşturma fırsatları sunmuştur[14]. Ayrıca Dijital Dönüşüm Hibe Programı vasıtasıyla Ontario'da 40.000'den fazla işletmeye pandemi sürecinde yardım fonu desteği de sağlanmıştır[15].

Üstelik, Future Proof Programı küçük işletme sahiplerinin uzun vadeli stratejik dijital dönüşüm planları geliştirmelerine yardımcı olmaktadır. İşletmenin dijital ihtiyaçlarının bu stratejik ve gerçekçi değerlendirmesi, uygulanabilir yatırımlar yapmak ve ileriye dönük en iyi yolu bulmak açısından kritik önem taşır[16]. Bu tür bir program, işletme sahiplerinin dijitalleşme çabaları için bütçelerinin ne kadarının tahsis edilmesi gerektiğini belirlemelerine veya müşteri tabanlarının dijital hizmetlerden yararlanmak için güvenilir bit altyapısına erişimi olup olmadığı gibi soruları yanıtlamalarına yardımcı olabilir. Gerçekten de tüm KOBİ'ler tamamen özelleştirilmiş dijital araçlara ihtiyaç duymazlar; halihazırda mevcut olan dijital çözümleri kolayca uyarlayabilirler. Mesele şu ki, herkese uyan bir yaklaşım yerine, bu mentorluk/birebir program, bir KOBİ'nin özel ihtiyaçlarına ve özelliklerine dayalı özel çözümler sunabilmektedir.

14 Google. 2021. "Çalışmalarımız, geçtiğimiz yıl boyunca 25 bin Kanadalı küçük işletmeyi çevrimiçi hale getirmeye yardımcı oldu ." Digital Main Street. https://digitalmainstreet.ca/our-work-to-help-get-25000-canadian-small-businesses-online-over-the-past-year/
15 Kanada Hükümeti. 2021. "FedDev Ontario, Digital Main Street girişimi ve Geri Kazanım Aktivasyon Programına finansman sağlıyor," https://www.canada.ca/en/economic-development-southern-ontario/news/2021/08/feddev-ontario-extends-funding-lfor-digital-main-street-initiative-and-recovery-activation-program.htm
16 Bkz. Argidius Vakfı. 2021. Dijital Teslim: Kurumsal Destek Kuruluşlarına yönelik Dijitalleşme Kılavuzu .

Girişimin başarılı olmasının temel nedenlerinden biri, Google Kanada ile stratejik iş birliğinin başlangıçtan itibaren 1 milyon dolarlık bir yatırımla birlikte güvence altına alınmış olmasıdır. Boyutları mütevazı olsa da Google'ın girişime dahil olması diğer şirketleri de aynı şeyi yapmaya teşvik etmiştir. ShopHERE programı artık küçük ölçekli işletme sahiplerini onlarca satıcıyla eşleştirebilmekte ve bu da işletmelere dijitalleşme çabalarında yardımcı olabilmektedir. Program katılımcıları Shopify, Facebook ve eBay gibi büyük şirketler tarafından sunulan çok çeşitli avantajlardan yararlanabilmektedir.

Girişim, federal, eyalet ve belediye hükümetlerinin mali desteğiyle başarılı olmuştur, ancak başarısı Google gibi büyük şirketlerle iş birliğine bağlıdır.

Temel anlayış

- Özel sektörle daha fazla iş birliği yapmak için pazar konumlarından yararlanmak için büyük teknoloji şirketleriyle güvenli ortaklıklar kurun
- Yerel seviyede, ancak ölçeklenebilir fikirlerle başlayın
- Beceri edinme ve istihdam gibi potansiyel yayılma etkileri için gençliği hedefleyin

2) KOBİ sorunlarına yönelik KOBİ çözümleri

KOBİ'lerin dijitalleşme çabalarını artırmaya yönelik bir diğer potansiyel strateji, KOBİ'ler arasında iş birlikçi öğrenmeye ve ağ bağlantılı etkilere elverişli bir ortam oluşturmaktır. Bu amaçla, BİT KOBİ'leri diğer KOBİ'lerin dijital dönüşümünde lider rol oynayabilir. Büyük teknoloji şirketleri daha kapsamlı ölçeklenebilirlikte çözümler sunabilse de BİT KOBİ'leri farklı KOBİ'lerin ihtiyaçlarını tam olarak yakalamak için daha donanımlı olabilir.

Avrupa Dijital KOBİ'ler Birliği, BİT KOBİ'lerinin dijital olmayan KOBİ'lere özel çözümler sunabilecekleri köklü dijital merkezler[17] kurmayı önermektedir. Bu merkezler, dijital olmayan KOBİ'lerin mevcut dijital olgunluk seviyelerini değerlendirmelerine ve iş modellerini mümkün olduğunca dönüştürmek için stratejik bir plan hazırlamalarına yardımcı olacaktır. Bu iş birliği, müşteri tabanlarını genişletecekleri ve buna göre pazarlama stratejilerini uygulayacakları için, BİT KOBİ'leri açısından da bir kazan-kazan durumudur.

Bu merkezlerde, BİT KOBİ'lerinin temsilcileri, temel BİT becerilerini öğretmek ve dijitale geçmemiş KOBİ'lerin sahiplerini ve çalışanlarını çeşitli teknolojilerle ciddi şekilde ilgilenmeleri için güçlendirmek üzere eğitim modülleri de sunabilir.

17 Avrupa Dijital KOBİ'ler Birliği. 2020. Sürdürülebilir Dijitalleşme: Avrupa'nın Dijital Egemenliğinin Güçlendirilmesi. Brüksel.

Kriz ve Fırsat Zamanı: Türkiye'de KOBİ'lerin Dijitalleşmesi

3) Siber güvenlik bir tehdit unsuru değil, bir fırsattır

KOBİ'ler bulut teknolojisini, IoT'yi ve diğer internet destekli çözümleri benimsemeye başladıkça, siber saldırılara karşı daha savunmasız hale gelirler[18]. Bir tahmine göre[19], şirketler birkaç yıldan daha kısa bir süre içinde dijital ekonomiden siber güvenlik saldırılarına kadar yaklaşık 5,2 trilyon dolarlık değer yaratma fırsatını kaybetme riski taşımaktadır. Ocak-Haziran 2020 arasında, e-ticareti hedefleyen bot hacminde %32'lik bir büyüme olmuştur[20]. Sadece 2021'in ilk yarısında, Türkiye'yi hedef alan 44 milyon siber saldırı gerçekleşmiştir [21].

Siber suçlar, geleneksel olarak daha az dirençli olan orta ölçekli işletmeler (OBİ'ler) için özel bir risk oluşturmaktadır. OBİ'ler ya hassas bilgilerin kaybı gibi maruz kaldıkları potansiyel güvenlik açıklarının tam olarak farkında değildirler ya da bu farkındalığa göre hareket etmemektedirler. İlk olarak, bir kapasite geliştirme programı, OBİ'lerin özelleştirilmiş siber güvenlik çözümleri için BİT standartları konusunda farkındalığını artırmalıdır. İkinci olarak, OBİ'ler bunu yolda çözmek yerine ağdan buluta ve müşteri uç noktalarına kadar uçtan uca düşünerek siber güvenlik risklerini azaltmak üzere mimari bir vizyon benimsemelidir. Bu vizyon, kötü niyetli olmayan sistem süreçlerini, prognostikleri ve kurtarma planlarını, tedarik zinciri risk yönetimini, bulut entegrasyonunu ve yazılım güvencesini içermektedir.

En önemlisi, KOBİ'ler siber güvenliğin potansiyel çarpan etkilerinin pek farkında değildir. KOBİ'ler, veri güvenliğine öncelik verdiklerini müşteri tabanlarına işaret ederek müşteri elde tutmayı sağlayabilirler. Ayrıca yenilik yapmak için daha donanımlı da olacaklardır. Ayrıca, dijital olarak güvenli ve olgun bir KOBİ, büyük tedarik zincirlerinde iş fırsatlarından yararlanmak için rakipleri arasında öne çıkabilir.

Sonuç ve Tespitler

Türkiye'deki KOBİ'ler dijital olgunluk açısından Avrupa'daki emsallerinin gerisinde kalmaktadır. BİT altyapısına erişimden gelişmekte olan teknolojilerin yaygın kullanımına kadar, Türk KOBİ'leri çeşitli dijital alanlarda kötü performans göstermektedir. Bununla birlikte, COVID-19 krizi KOBİ'lerin operasyonlarını dijitalleştirmelerine yönelik fırsat sunmuş ve onlara dijitalleşmeyi daha ciddiye almaları için teşvikler sağlamıştır.

Ancak, bu zorluğu göğüslemek sadece onlara bağlı değildir. KOBİ'ler, dijital dönüşüm için gerekli teknik bilgi birikimine, finansal sermayeye ve altyapıya sahip değillerdir. Zorluğun üstesinden gelmek için teknik rehberlik, ekonomik kaynaklar ve dayanışma ağlarına ihtiyaç duyarlar. Bu amaçla, KOBİ'lerin faaliyetlerini güvenli, uygulanabilir ve özelleştirilmiş şekilde dijitalleştirmelerini sağlamak üzere üç potansiyel program ve fikir sunuyoruz: büyük teknoloji şirketleri tarafından desteklenen dijital dönüşüme yönelik çok paydaşlı bir girişim; BİT KOBİ'lerini diğer KOBİ'lerle birleştiren bir dijital merkez ve son olarak, siber güvenlik konusunda farkındalık yaratmak üzere OBİ'leri hedefleyen bir kapasite geliştirme programı.

18 IDC. 2020. Küçük İşletmelerin Dijital Dönüşümü: Dünyanın Önde Gelen Sekiz Pazarının Anlık Görüntüsü.
https://www.cisco.com/c/dam/en_us/solutions/small-business/resource-center/small-business-digital-transformation.pdf
19 Accenture. Dijital Ekonomiyi Güvence Altına Almak üzere İnterneti Yeniden Keşfetme.
https://www.accenture.com/us-en/insights/cybersecurity/reinventing-the-internet-digital-economy
20 HelpNet Security. 2020. "Küresel siber suç faaliyetlerini ve dijital ekonomi üzerindeki etkilerini takip etme," 16 Eylül
https://www.helpnetsecurity.com/2020/09/16/tracking-global-cybercrime-activity/
21 Hürriyet, 2021. "Türkiye'ye altı ayda 44 milyon kötü amaçlı yazılım saldırısı," 23 Ağustos.
https://www.hurriyet.com.tr/teknoloji/turkiyeye-alti-ayda-44-milyon-kotu-amacli-yazilim-saldirisi-41879078

TÜRKONFED

/turkonfed

Refik Saydam Caddesi Akarca Sokak N: 41 Tepebaşı, Beyoğlu/İstanbul
+90 212 251 73 00 / +90 212 251 58 77 www.turkonfed.org / info@turkonfed.org