

Girişimler için Bilişim Teknolojilerinden Faydalanma Skoru 2019



TUSIAD



BİLGİ TOPLUMU FORUMU
Information Society Forum
Bilkent Üniversitesi - TUSIAD



TÜSİAD



BİLGİ TOPLUMU FORUMU
Information Society Forum
Bilkent Üniversitesi - TÜSİAD

GİRİŞİMLER İÇİN BİLİŞİM TEKNOLOJİLERİNDEN FAYDALANMA SKORU

29 Ağustos 2019, Ankara

İstanbul
Yayın No: T/2019,9 - 605
Meşrutiyet Caddesi. No. 46 34420 Tepebaşı/İstanbul
Telefon: (0 212) 249 07 23 Telefaks: (0 212) 249 13 50
www.tusiad.org

© 2019, TÜSİAD

*Tüm hakları saklıdır. Bu eserin tamamı ya da bir bölümü,
4110 sayılı Yasa ile değişik 5846 sayılı FSEK uyarınca,
kullanılmadan önce hak sahibinden 52. Maddeye uygun
yazılı izin alınmadıkça, hiçbir şekil ve yöntemle işlenmek, çoğaltılmak,
çoğaltılmış nüshaları yayılmak, satılmak,
kiralamak, ödünç verilmek, temsil edilmek, sunulmak,
telli/telsiz ya da başka teknik, sayısal ve/veya elektronik
yöntemlerle iletilmek suretiyle kullanılamaz.*

ISBN: 978-605-165-040-1

Editör: H. Altay Güvenir

Kapak tasarımı:

REKMAY REKLAM ve TANITIM A.Ş.

Cihan sok. 19/8 Sıhhiye Çankaya

ANKARA Tel: 0(312) 2298129

ÖNSÖZ

TÜSİAD Türkiye'nin önde gelen girişimcileri ve iş dünyası yöneticileri tarafından 1971 yılında, Anayasamızın ve Dernekler Kanunu'nun ilgili hükümlerine uygun olarak kurulmuş, kamu yararına çalışan bir dernek olup gönüllü bir sivil toplum örgütüdür.

TÜSİAD, insan hakları evrensel ilkelerinin, düşünce, inanç ve girişim özgürlüklerinin, laik hukuk devletinin, katılımcı demokrasi anlayışının liberal ekonominin, rekabetçi piyasa ekonomisinin kurum ve kurallarının ve sürdürülebilir çevre dengesinin benimsendiği bir toplumsal düzenin oluşmasına ve gelişmesine katkı sağlamayı amaçlar.

TÜSİAD, Atatürk'ün öngördüğü hedef ve ilkeler doğrultusunda, Türkiye'nin çağdaş uygarlık düzeyini yakalama ve aşma anlayışı içinde, kadın-erkek eşitliğini, siyaset, ekonomi ve eğitim açısından gözetilen iş insanlarının toplumun öncü ve girişimci bir grubu olduğu inancıyla, yukarıda sunulan ana gayenin gerçekleştirilmesini sağlamak amacıyla çalışmalar gerçekleştirir.

TÜSİAD, kamu yararına çalışan Türk iş dünyasının temsil örgütü olarak, girişimcilerin evrensel iş ahlaki ilkelerine uygun faaliyet göstermesi yönünde çaba sarf eder; küreselleşme sürecinde Türk rekabet gücünün ve toplumsal refahın, istihdamın, verimliliğin, yenilikçilik kapasitesinin ve eğitimin kapsam ve kalitesinin sürekli artırılması yoluyla yükseltilmesini esas alır.

TÜSİAD, toplumsal barış ve uzlaşmanın sürdürüldüğü bir ortamda, ülkemizin ekonomik ve sosyal kalkınmasında bölgesel ve sektörel potansiyelleri en iyi şekilde değerlendirerek ulusal ekonomik politikaların oluşturulmasına katkıda bulunur. Türkiye'nin küresel rekabet düzeyinde tanıtımına katkıda bulunur, Avrupa Birliği (AB) üyeliği sürecini desteklemek üzere uluslararası siyasal, ekonomik, sosyal ve kültürel ilişki, iletişim, temsil ve işbirliği ağlarının geliştirilmesi için çalışmalar yapar. Uluslararası entegrasyonu ve etkileşimi, bölgesel ve yerel gelişmeyi hızlandırmak için araştırma yapar, görüş oluşturur, projeler geliştirir ve bu kapsamda etkinlikler düzenler.

TÜSİAD, Türk iş dünyası adına, bu çerçevede oluşan görüş ve önerilerini Türkiye Büyük Millet Meclisi (TBMM)'ne, hükümete, diğer devletlere, uluslararası kuruluşlara ve kamuoyuna doğrudan ya da dolaylı olarak basın ve diğer araçlar aracılığı ile ileterek, yukarıdaki amaçlar doğrultusunda düşünce ve hareket birliği oluşturmayı hedefler.

TÜSİAD, misyonu doğrultusunda ve faaliyetleri çerçevesinde, ülke gündeminde bulunan konularla ilgili görüşlerini bilimsel çalışmalarla destekleyerek kamuoyuna duyurur ve bu görüşlerden hareketle kamuoyunda tartışma platformlarının oluşmasını sağlar.

Girişimler için "Bilgi Teknolojilerinden Faydalanma Skoru" Bilkent Üniversitesi - TÜSİAD Bilgi Toplumu Forumu'nun bir çalışması olarak gerçekleştirilmiştir. Böyle bir skor sisteminin geliştirilmesi ihtiyacı forumun 2015 yılının Aralık ayında düzenlediği "Büyük Veriden Büyük Fırsatlara" adlı panel sırasında ortaya çıkmıştır. Ulusal ve uluslararası akademik literatürde yapılan araştırmalarda da firmaların dijitalleşmesinin takip edilmesinde kullanılabilecek herhangi bir endeks veya skor sistemine rastlanmamıştır. Bunun üzerine 2016 Mayıs ayında, forum olarak, firmaların bilişim teknolojilerinden faydalanma değerlerini ölçmek için kullanılabilecek ve sistematik olarak toplanan verilere dayanarak tanımlanmış bir skor yöntemi geliştirme konusu bir proje olarak tanımlanmıştır. Veri kaynağı olarak TÜİK tarafından her yıl yapılmakta olan "Girişimlerde Bilişim Teknolojileri Kullanım İstatistikleri" sonuçlarının kullanılmasına karar verilmiştir. Çeşitli bilgi teknolojilerinin firma karlılığına etkisinin belirlenmesi için ayrı bir anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Bu anket TÜİK istatistiklerinin uygulandığı 11 sektörü temsil eden, çok çeşitli bilgi teknolojileri hakkında deneyim sahibi olan ve

bu teknolojilerin karlılık üzerindeki etkisini değerlendirebilecek firmalara uygulanmıştır. Bu bilgiler kullanılarak BTFS olarak kısaltılan Bilgi Teknolojilerinden Faydalanma Skoru geliştirilmiştir. 6 Ağustos 2017 tarihinde Girişimlerde Bilişim Teknolojileri Kullanım İstatistiklerine ait mikro veriye ulaşma konusunda TÜİK ile Forum arasında bir protokol imzalanmıştır. Bu protokol 13.06.2019 tarihinde 1 yıl için uzatılmıştır.

Bilgi Teknolojilerinden Faydalanma Skoru (BTFS) ve bu rapor forumun direktörü Prof. Dr. H. Altay Güvenir tarafından hazırlanmıştır. TÜİK'den mikro verinin alınarak geliştirilen BTFS sistemine uygulanması forum çalışanlarından Ecem Yıldırım tarafından gerçekleştirilmiştir.

SUNUŞ

Bilkent Üniversitesi – TÜSİAD Bilgi Toplumu Forumu (BTF) Türkiye'nin dijital dönüşümüne katkı sağlamayı hedeflemektedir. Bu Forumun amacı, Türkiye'nin bilgi toplumuna dönüşmesi için gereken orta ve uzun vadeli politikalar hakkında araştırmalar ve faaliyetler gerçekleştirmek, bilgi toplumu kavramının ülke gündemindeki yerinin sürekliliğini ve Türkiye'nin bilgi toplumuna dönüşüm politikalarına katkı sağlamaktır. Forum, iş dünyasının ve kamu sektörünün bu dönüşümü hızlandırmasına destek olacak nitelikte çalışmalar yapmaktadır. Özet olarak, Bilgi Toplumu Forumu Türkiye'nin bilgi toplumu seviyesinin yükselmesi için çalışmaktadır.

Toplumun dijital dönüşümüne benzer şekilde firmaların da çetin rekabet koşullarında varlıklarını sürdürebilmeleri için bu dönüşüme ayak uydurmaları gerekmektedir. Devlet ve başta TÜSİAD olmak üzere çeşitli kuruluşlar iş dünyasının dijital dönüşümüne katkıda bulunmak için faaliyet göstermektedir. Bu faaliyetlerin sonuçlarını değerlendirebilmek, dönüşümü izleyebilmek ve bir sonraki adımları doğru atabilmek için çalışmaların etkilerinin doğru bir şekilde ölçülebilmesi gerekmektedir.

Bu rapor ile sonuçları sunulan proje çerçevesinde firmaların bilişim teknolojilerinden faydalanma düzeylerinin belirlenmesi için bir skor geliştirilmiştir. Bu skor sistemine "Bilişim Teknolojilerinden Faydalanma Skoru (BTFS)" adı verilmiştir. Geliştirilen bu skor sayesinde bir firmanın zaman içinde bilişim teknolojilerinden faydalanma konusunda göstermiş olduğu ilerleme, coğrafi bölge veya çalışan sayısı gibi kriterlere göre seçilmiş bir grup firmanın durumu, bir firmanın kendi sektöründeki ortalamalara göre ne düzeyde olduğu ve ülke çapında hangi sektörlerde bilişim teknolojileri kullanımının daha ileri olduğu veya ilerlemeye açık olduğu gibi mutlak veya göreceli karşılaştırma çalışmaları yapılabilecektir. Bu karşılaştırmalar sayesinde gelişmeye açık yönler belirlenebilecek ve gerekli önlemlerin alınması konusunda gereken adımlar atılabilecektir.

Geliştirilen skor, TÜİK tarafından 2015, 2016, 2017 ve 2018 yıllarında uygulanan "Girişimlerde Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması" anketine ait mikro verilere uygulanmış ve ülkemizdeki 11 sektörün BTFS değerleri hesaplanmıştır. Raporla bu sektörlerin 23 farklı bilgi teknolojilerine ait faktörler ve 6 ölçüt bazında analizleri yapılmıştır. Yapılan analizlere göre ne yönde adımlar atılması konusunda öneriler sunulmuştur.

Bundan sonraki yıllarda da TÜİK anketlerinin sonuçları kullanılarak ölçümlerin tekrarlanması ve bu şekilde firmalarının bilgi teknolojilerinden yararlanma durumlarının izlenmesine devam edilmesi planlanmaktadır.

Prof. Dr. H. Altay Güvenir
BTF Direktörü

YÖNETİCİ ÖZETİ

Bilkent Üniversitesi – TÜSİAD Bilgi Toplumu Forumu (BTF) Türkiye'nin dijital dönüşümüne katkı sağlamayı hedeflemektedir. Bu Forumun amacı, Türkiye'nin bilgi toplumuna dönüşmesi için gereken orta ve uzun vadeli politikalar hakkında araştırmalar ve faaliyetler gerçekleştirmek, bilgi toplumu kavramının ülke gündemindeki yerinin sürekliliğini ve Türkiye'nin bilgi toplumuna dönüşüm politikalarına katkı sağlamaktır.

BTF dışında, başta devlet olmak üzere çok sayıda kurum ve kuruluş iş dünyasının dijital dönüşümüne katkıda bulunmak için faaliyet göstermektedir. Her tür dönüşümün izlenebilmesi için doğru bir şekilde ölçülebilmesi gerekmektedir. Literatürde toplumların dijital dönüşümünü izlemek üzere çeşitli çalışmalar bulunmasına rağmen firmaların veya sektörlerin dönüşümünü izlemek üzere yöntemler bulunmamaktadır.

Bu amaçla, BTF olarak firmaların bilişim teknolojilerinden faydalanma düzeylerinin belirlenmesi için bir skor geliştirme projesi başlatılmıştır. Bu ölçüm sistemine "Bilişim Teknolojilerinden Faydalanma Skoru (BTFS)" adı verilmiştir. Geliştirilen bu skor sayesinde bir firmanın zaman içinde bilişim teknolojilerinden faydalanma konusunda göstermiş olduğu ilerleme, bir grup firmanın (coğrafi bölge veya çalışan sayısı gibi kriterlere göre seçilmiş) durumu, bir firmanın kendi sektöründeki ortalamalara göre ne düzeyde olduğu, ülke çapında hangi sektörlerde bilişim teknolojileri kullanımının daha ileri olduğu veya ilerlemeye açık olduğu gibi mutlak ve göreceli karşılaştırma çalışmaları yapılabilecektir. Bu karşılaştırmalar sayesinde gelişmeye açık yönler belirlenebilecek ve gerekli önlemlerin alınması konusunda gereken adımlar atılabilecektir.

Bu çalışmada geliştirilen skor fonksiyonu için TÜİK tarafından son yıllarda gerçekleştirilmekte olan "Girişimlerde Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması" anketi esas alınmıştır. Bu ankette yer alan sorular TÜİK'in de üyesi olduğu Eurostat tarafından üye ülkelerde yapılan anketlerdeki sorulardan oluşmaktadır.

Bir firma için dijitalleşmenin, diğer bir deyişle dijital dönüşümün, nedeni karlılığın artırılmasıdır. Bir firmanın içinde bulunduğu sektörün niteliklerine göre farklı bilişim teknolojilerinin karlılığa etkisi de farklı olacaktır. Sağlıklı bir skorlama fonksiyonu firmanın içinde bulunduğu sektörü ve bu sektör için hangi bilişim teknolojilerinin ne ölçüde farklılığa etkili olduğu bilgisini hesaba katması gerekmektedir.

Bu nedenle BTF olarak ayrı bir anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Bu anket için TÜİK çalışmasında kullanılan 11 sektörü temsil edebilecek ve bilişim teknolojilerini kullanmakta olan ve bu teknolojilerin karlılığa etkisini değerlendirebilecek olan 65 firma belirlenmiştir. Firmaların seçiminde her sektörden en az 3 firma olmasına dikkat edilmiştir Coğrafi dağılım olarak bu firmalar Ankara, Antalya, Bursa, İstanbul ve İzmir illerinde yer almaktadır. Bu firmalara, kendi sektörleri için TÜİK anketinde sorgulanan bilişim teknolojileri ile ilgili faktörlerin karlılığın artmasına etkileri konusundaki algıları sorulmuştur. Buradan elde edilen bilgilerle her bir bilişim teknolojisinin veya genel olarak faktörün her bir sektör için ağırlığı belirlenmiştir. Değerlendirmeye alınan 23 faktör 6 ölçüt altında gruplanarak her sektör için ölçütün ağırlıkları belirlenmiştir. Bu ölçütler şunlardır:

- Çalışanlar,
- İnternet altyapısı,
- E-devlet,
- Sosyal Medya,
- Bilgi Paylaşımı ve
- E-Ticaret.

Bir firmanın BTFS değerini ölçmek için önce bu 6 ölçütün her birisindeki dijitalleşme değeri ölçülmektedir. Bir firma için BTFS tanımı da bu 6 ölçütün ağırlıklı ortalaması olarak yapılmıştır.

Oluşturulan bu BTFS skoru daha sonra TK veri tabanlarındaki 2015, 2016, 2017 ve 2018 yıllarında yapılan anketlerin mikro verilerine uygulanmıştır. Bu iki yıllık dönemde genel olarak BTFS değerleri incelendiğinde, tüm sektörlerdeki değişimin sınırlı olduğu dikkati çekmektedir.

Genel olarak bilgi ve iletişim sektörü tüm ölçütlerde ileri durumda olduğu inşaat sektörünün ise yine tüm ölçütlerde geride kaldığı gözlenmiştir. Konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyetleri sektörünün e-ticaret ölçütünde diğer sektörlerin önünde olduğu görülmektedir.

İnternet altyapısı ve e-devlet ölçütlerinde tüm sektörlerin benzer ve oldukça iyi durumda olduğu dikkati çekmektedir. Diğer taraftan bilgi paylaşımı ve e-ticaret ölçütlerinde yine tüm sektörler benzer durumda olup, oldukça geri durumdadır. Özellikle bu iki ölçüt konusunda alınacak epey yol olduğu görülmektedir.

lçtler bazındaki değerlendirmeler incelendiğinde, bazı ölçütlerde sektörler arasında farklılıklar görülse de Türkiye geneli olarak değerlendirildiğinde firmaların özellikle e-ticaret ve bilgi paylaşımı ölçütlerinde geliştirilebilecek noktaları olduğu dikkati çekmektedir.

İçindekiler

| | | |
|---|---|----|
| 1 | Giriş | 13 |
| 2 | Skor Fonksiyonun Özellikleri | 14 |
| 3 | Bilişim Teknolojilerin Karlılığa Etkisinin Belirlenmesi | 15 |
| 4 | BTFS fonksiyonunun oluşturulması | 17 |
| 5 | Sektörlerin Faktörel Analizi | 19 |
| 6 | Faktörlerin Gruplanması | 37 |
| 7 | Skor Fonksiyonu | 41 |
| 8 | Sektörlerin BTFS Ölçütlerine göre Analizi | 43 |
| 9 | Sektörlerin BTFS Değerlerine göre Analizi..... | 48 |
| 10 | Sonuçlar | 48 |
| EKLER | | 53 |
| Ek-1: Sektör (NACE Rev 2) Detayları..... | | 54 |
| Ek-2: Girişimlerde Bilişim Teknolojileri Kullanımı İstatistikleri Soru Formu, 2015..... | | 56 |
| Ek-3: Girişimlerde Bilişim Teknolojileri Kullanımı İstatistikleri Soru Formu, 2016..... | | 67 |
| Ek-4: Girişimlerde Bilişim Teknolojileri Kullanımı İstatistikleri Soru Formu, 2017..... | | 77 |
| Ek-5: Girişimlerde Bilişim Teknolojileri Kullanımı İstatistikleri Soru Formu, 2018..... | | 87 |
| Ek-6: Girişimlerde Bilgi Teknolojileri Kullanımı Kriterleri Değerlendirme Anketi | | 92 |
| Ek-7: Sektör bazında ve ortalama olarak, faktörlerin karlılığa etkisi konusunda ortalama algı ve standart sapma değerleri | | 96 |
| Ek-8: Ölçütlere ait faktör değerlerinin belirlenmesinde kullanılan soruların alternatif cevapları ve cevapların değerleri..... | | 97 |
| Ek-9: Girişimlerde Bilgi Teknolojileri Kullanımı Kriterleri Değerlendirme Anketine katılan firmalar | | 98 |

Tablolar

| | |
|--|----|
| Tablo 1. TÜİK Girişimlerde Bilgi Teknolojileri Kullanımı Anketlerinde kullanılan sektörler. | 15 |
| Tablo 2. "Girişimlerde Bilişim Teknolojileri Kullanımı Anketi" uygulanan firmaların sektörlere dağılımı..... | 16 |
| Tablo 3. Girişimlerde Bilgi Teknolojileri Kullanımı Kriterleri Değerlendirme Anketinin uygulandığı firmaların sektörleri. | 17 |
| Tablo 4. Girişimlerde Bilgi Teknolojileri Kullanımı Kriterleri Değerlendirme Anketinde etkisi sorgulanan faktörler. | 18 |
| Tablo 5. Yıllara göre sorular. | 19 |
| Tablo 6. Sektörler için ölçüt ağırlıkları..... | 39 |
| Tablo 7. Her sektör ve ölçüt için faktörlerin normalize ağırlıkları (%). | 40 |
| Tablo 8. Sektörler için normalize ölçüt ağırlıkları (N_k) (%) (2014-2016 yılları arası)..... | 40 |
| Tablo 9. Sektörler için normalize ölçüt ağırlıkları (N_k) (%) (2017 yılı)..... | 40 |

Şekiller

| | |
|--|----|
| Şekil 1. F1: Girişimin bilişim (ICT/IT) uzmanı istihdam ediyor olması..... | 21 |
| Şekil 2. F2: Çalışanlara bilişim teknolojileri ile ilgili eğitim verilmesi. | 22 |
| Şekil 3. F10: Girişimin internet erişiminin olması..... | 22 |
| Şekil 4. F13: Girişimin abone olduğu bağlantı hızı. | 23 |
| Şekil 5. F15: Girişimin aktif olarak kullanılan bir web sayfası olması. | 24 |
| Şekil 6. F16: Girişimin web sayfasında, ürün/hizmetler hakkında bilgi ve fiyat listesi bulunması. | 25 |
| Şekil 7.F17: Girişimin web sayfasında, çevrimiçi (online) sipariş, rezervasyon ya da kayıt bulunması. | 25 |
| Şekil 8. F18: Girişimin web sayfasında, online ürün ve hizmetlerin siteyi ziyaret eden müşterilerin arzusuna göre tasarlanması ya da kişiselleştirilmesi..... | 26 |
| Şekil 9. F19: Girişimin web sayfasında online sipariş takibi bulunması. | 27 |
| Şekil 10. F20: Düzenli/Sürekli ziyaretçiler için girişimin web sayfasının içeriğinin kişiselleştirilmesi..... | 28 |
| Şekil 11. F21: Girişimin web sayfasında sosyal medya hesaplarına link bulunması. | 28 |
| Şekil 12. F22: Girişimin, kamu kurum/kuruluşlarının web sayfalarından bilgi alması..... | 29 |
| Şekil 13. F23: Girişimin, kamu kurum/kuruluşlarının web sayfasından form alması/indirmesi. | 30 |
| Şekil 14. F24: Girişimin, web üzerinden resmi formları doldurması (TUİK anketleri vb). | 30 |
| Şekil 15. F25: Girişimin, web üzerinden KDV beyannamesi vermesi (ödeme gerekiyorsa ödemenin de elektronik olarak yapılması)..... | 31 |
| Şekil 16. F26: Girişimin, web üzerinden SGK beyanları vermesi. | 32 |
| Şekil 17. F27: Girişimin sosyal medya uygulamalarını kullanması..... | 33 |
| Şekil 18. F29: Girişimde Kurumsal Kaynak Planlaması (ERP) yazılımı kullanılması. | 33 |
| Şekil 19. F31: CRM yazılımının, girişimin müşterilerine ilişkin bilgileri diğer işlerde kullanılabilir şekilde toplama, saklama ve kullanıma hazır halde tutabilmesi.... | 34 |
| Şekil 20. F32: CRM yazılımının, girişimin müşterilerine ilişkin bilgileri pazarlamaya yönelik amaçlarla analiz edebilmesi..... | 35 |
| Şekil 21. F33: Girişimin Tedarik Zinciri Yönetimi'ne (SCM) dayalı bilgileri müşteri veya tedarikçileri ile elektronik olarak paylaşması..... | 35 |
| Şekil 22. F40: Girişimin web sitesi ya da mobil uygulama üzerinden ürün/hizmet siparişi alması. | 36 |
| Şekil 23. F44: Girişimin Elektronik Veri Alışverişi (EDI) aracılığıyla ürün/hizmet siparişi alması. | 37 |
| Şekil 24. Ölçüt 1 (Çalışanlar) açısından sektörlerin durumu..... | 44 |
| Şekil 25. Ölçüt 2 (İnternet Altyapısı) açısından sektörlerin durumu. | 44 |
| Şekil 26. Ölçüt 3 (E-Devlet) açısından sektörlerin durumu..... | 45 |
| Şekil 27. Ölçüt 4 (Sosyal Medya) açısından sektörlerin durumu. | 46 |
| Şekil 28. Ölçüt 5 (Bilgi Paylaşımı) açısından sektörlerin durumu. | 47 |
| Şekil 29. Ölçüt 6 (E-Ticaret) açısından sektörlerin durumu. | 47 |
| Şekil 30. Sektörlerin BTFS değerlerine göre karşılaştırması..... | 48 |

1 Giriş

Bilkent Üniversitesi – TÜSİAD Bilgi Toplumu Forumu (BTF) Türkiye'nin dijital dönüşümüne katkı sağlamayı hedeflemektedir. Bu Forumun amacı, Türkiye'nin bilgi toplumuna dönüşmesi için gereken orta ve uzun vadeli politikalar hakkında araştırmalar ve faaliyetler gerçekleştirmek, bilgi toplumu kavramının ülke gündemindeki yerinin sürekliliğini ve Türkiye'nin bilgi toplumuna dönüşüm politikalarına katkı sağlamaktır. Forum, iş dünyasının ve kamu sektörünün bu dönüşümü hızlandırmasına destek olacak nitelikte çalışmalar yapmaktadır.

BTF dışında, başta devlet olmak üzere çok sayıda kurum ve kuruluş iş dünyasının dijital dönüşümüne katkıda bulunmak için faaliyet göstermektedir. Her tür dönüşümün izlenebilmesi için doğru bir şekilde ölçülebilmesi gerekmektedir. Toplumların dijital dönüşümünü izlemek üzere International Telecommunication Union (ITU) tarafından bir endeks geliştirilmiş olup 2014 yılından bu yana her yıl 176 ülkenin durumu incelenip raporlanmaktadır [1]. IDI (ICT Development Index) adı verilen bu endeks üç bileşenden oluşmaktadır. Bu bileşenler a) Bilgi İletişim Teknolojilerine (BİT) hazır olma (altyapı), b) BİT kullanımı (toplumda bilgi teknolojilerinin kullanım yoğunluğu) ve c) BİT etkisi (bilgi teknolojilerinin verimli ve etkin kullanımının sonuçları). Bir toplumun IDI endeksinin hesaplanmasında (a) ve (b) ölçütlerinin ağırlığı %40, (c) ölçütünün ağırlığı ise %20 olarak alınır. Katz ve Koutroumpis adlı araştırmacılar da ülkelerin dijitalleşmesini ölçmek için bir endeks önermişlerdir [2].

Bu projenin amacı firmaların bilişim teknolojilerinden faydalanma düzeylerinin belirlenmesi için bir skor geliştirmektir. Bu ölçek sistemine "Bilişim Teknolojilerinden Faydalanma Skoru (BTFS)" adı verilecektir. Geliştirilecek bu skor sayesinde bir firmanın zaman içinde bilişim teknolojilerinden faydalanma konusunda göstermiş olduğu ilerleme, bir firmanın kendi sektöründeki ortalamalara göre ne düzeyde olduğu, ülke çapında hangi sektörlerde bilişim teknolojileri kullanımının daha ileri olduğu veya ilerlemeye açık olduğu gibi mutlak ve göreceli karşılaştırma çalışmaları yapılabilecektir. Bu karşılaştırmalar sayesinde gelişmeye açık yönler belirlenebilecek ve gerekli önlemlerin alınması konusunda gereken adımlar atılabilecektir.

Firmaların veya sektörlerin yıllar boyunca dijitalleşmesinin gözlenebilmesi için geliştirilecek skorun zaman içinde değişmemesi gerekmektedir. Bunun için de skor fonksiyonu güncel teknolojilerden bağımsız olup genel olmalıdır. Örneğin, 3G teknolojisinden 4.5G teknolojisine geçiş gibi, teknolojik ilerlemeler skor fonksiyonunu etkilememelidir. Diğer taraftan skor fonksiyonu ölçülebilen değerlere dayanmalıdır. Bu değerlerin her yıl sistematik bir şekilde ölçülen ve kamuya açık değerler olması gereklidir. Son olarak, skor fonksiyonunun kendisi kamuya açık ve kolay anlaşılır ve hesaplanabilir olmalıdır. Böylece firmalar kendileri için bu skor değerini hesaplayıp yıllar boyunca değişimini izleyebilmeliler. Benzer şekilde sektör temsilcisi konumunda olan odalar veya kurumlar da kendi sektörleri için sektör ortalama değerlerini hesaplıyor olabilmelidir.

Raporun ikinci bölümünde BTFS fonksiyonunun sağlaması gereken nitelikler ele alınmaktadır. Üçüncü bölümde bilişim teknolojilerin karlılığa etkisinin belirlenmesi konusunda yapılan çalışmalar açıklanmaktadır. Dördüncü bölümde istenen şartları sağlayan bir BTFS fonksiyonunun oluşturulması açıklanmaktadır. TÜİK tarafından toplanan mikro veri üzerinde yapılan sektörel analiz beşinci bölümde verilmiştir. Bu çalışmadan elde edilen sonuçlar altıncı bölümde özetlenmiştir.

2 Skor Fonksiyonun Özellikleri

Bir firma için bilgi teknolojilerinin kullanılmasının amacı, uygun bilişim teknolojilerini doğru şekilde kullanarak firma karlılığının artırılmasıdır. Dolayısıyla BTFS değeri de bir firmanın bu konuda ne kadar başarılı olduğunun bir ölçüsü olmalıdır. BTFS değeri hangi sektör için hangi bilişim teknolojilerinin ne ölçüde karlılık artışına katkıda bulunabildiğini hesaba katmalıdır.

Bilişim Teknolojilerinden Faydalanma Skoru argümanı bir firma veya bir firmalar kümesi olabilen bir fonksiyon olacaktır. Bu skor fonksiyonu tek bir firmanın karlılığını artırma yönünde bilişim teknolojilerinden ne ölçüde yararlandığının ölçülmesinde kullanılabilir gibi, bir grup firma için de kullanılabilir. Eğer birden fazla sayıda firma için hesaplanacak ise fonksiyonun değeri argümandaki firmaların tek tek hesaplanacak skor değerlerinin ortalaması olmalıdır. Bu durum, bir sektörün değerinin ölçülmesinde karşımıza çıkabildiği gibi bir coğrafi bölgedeki farklı veya aynı sektörde olan çok sayıda firmanın durumunun değerlendirmesinde de karşımıza çıkabilecektir.

Skor fonksiyonunun değeri 0 ile 1 arasında bir reel sayı olmalıdır. Karlılığının artırılması yönünde bilişim teknolojilerinden hiçbir şekilde yararlanmayan bir firma için bu skor değeri 0 olmalıdır. Diğer taraftan, en güncel teknolojilerin tümünü karlılığın artırılması yönünde kullanan bir firma için bu değer 1 olmalıdır. Skor değeri büyük olan bir firmanın skor değeri küçük olan bir firmaya kıyasla güncel bilişim teknolojilerinden daha fazla yararlandığını göstermelidir. 0 ile 1 aralığında elde edilen bir değer istenilen farklı bir aralığa, örneğin 0 ile 100, kolaylıkla dönüştürülebilir.

Günümüzde karlılığı etkileyebilecek çok çeşitli bilişim teknolojileri mevcuttur. Önümüzdeki yıllarda da bu çeşitliliğin artması beklenmelidir. Bu nedenle skor fonksiyonu bugüne ait teknolojiler yerine genel kavramlar üzerine inşa edilmelidir. Örneğin raporun hazırlandığı tarihte 4.5G en güncel mobil iletişim altyapısını oluşmasına rağmen yakın gelecekte 5G ve hatta daha sonraki yıllarda 6G vb. teknolojiler en güncel altyapı teknolojilerini oluşturacaktır. Dolayısıyla, skor fonksiyonu firmanın 4.5G teknolojisi kullanmasına değil en güncel altyapıyı kullanmasına göre bir değerlendirme yapılmalıdır.

Bilişim teknolojileri firmalara karlılıklarını artırmaları yönünde çok farklı boyutlarda olanaklar sunmaktalar. Örneğin son yıllarda sosyal medya firmalar ile var olan ve hatta potansiyel müşterileri arasında önemli bir iletişim ortamı oluşmasına yol açmış, müşteri ilişkileri konusunda önemli rol oynamaya başlamıştır. Yukarıda ele alınan iletişim altyapısı ve sosyal medya araçları bilişim teknolojilerinin firmalara sunduğu farklı boyutları oluşturmaktadırlar. Bu iki boyutun karlılığın artırılmasına katkısı aynı olmayabilir. Hatta bu katkılar farklı sektörler için farklı değerler alabilir. Skor fonksiyonu farklı teknoloji boyutlarını sektöre bağlı olarak farklı şekillerde ele alabilmelidir.

Firma hakkında kullanılacak değerler objektif ve kolay ölçülebilir olmalıdır. Ölçülecek değerler açık ve net olmalı, herkes tarafından aynı şekilde anlaşılmalıdır.

Özet olarak Bilişim Teknolojilerinden Faydalanma Skoru aşağıdaki özellikleri sağlamalıdır:

- Argümanı bir firma veya firmalar kümesi olabilir. Argüman birden fazla sayıda firma ise, fonksiyonun değeri argümandaki firmaların tek tek hesaplanmış skor değerlerinin ortalaması olmalıdır.
- Değeri 0 ile 1 arasında bir reel sayı olacaktır. Büyük değerler firmanın karlılığı artırma yönünde güncel bilişim teknolojilerinden büyük ölçüde yararlandığını işaret edecektir.
- Bugüne ait teknolojiler yerine genel kavramlar üzerine inşa edilmelidir.
- Her bilişim teknolojisi boyutunun karlılığa etkisini sektöre bağlı olarak değerlendirebilmelidir.

- e. Firma hakkında kullanılacak değerler açık ve net sorgular ile öğrenilebilen objektif ve kolay ölçülebilir olmalıdır.

Yukarıda sıralanan özelliklerin ilk üçü kolaylıkla sağlanabilecek özellikler olmasına rağmen sonuncu özelliğin sağlanması ek bir çalışma gerektirmektedir. Bunun için firmalarda karlılığın artırılmasına katkıda bulunabilecek bilişim teknolojilerinin belirlenmesi ve bunların her birisinin karlılığa etkisinin tahmin edilmesi gerekmektedir. Bu noktada TÜİK tarafında her yıl yapılan bir çalışmadan yararlanılmıştır.

3 Bilişim Teknolojilerin Karlılığa Etkisinin Belirlenmesi

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) her yıl düzenli olarak yaklaşık 3.500.000 firma arasından örnekleme ile belirlediği on binden fazla firmaya “Girişimlerde Bilişim Teknolojileri Kullanımı Anketi” adı verilen bir anket uygulamaktadır. Bu anket Avrupa Birliğinin istatistik ofisi olan Eurostat tarafından hazırlanmakta olup Avrupa Birliği üyeleri dahil yaklaşık 30 ülke tarafından uygulanmaktadır. Bu anket sonuçları TÜİK veri tabanında bulunmakta, her yıl istatistiki değerler hesaplanarak raporlar yayınlanmakta olup, veriler Eurostat ile paylaşılmaktadır.

TÜİK tarafından yapılan bu anket 11 sektöre mensup firmalara uygulanmaktadır. Anketin uygulandığı firmalar, Eurostat karşılığı ve NACE Rev2 karşılığı ile birlikte, S1 ile S11 arasında kodlanmış olarak Tablo 1’de verilmiştir. Sektörlerin alt kırılımları Ek-1’de listelenmiştir.

Tablo 1. TÜİK Girişimlerde Bilgi Teknolojileri Kullanımı Anketlerinde kullanılan sektörler.

| Kod | TÜİK Girişimlerde Bilgi Teknolojileri Kullanımı anketlerinde kullanılan sektörel sınıflandırma | Eurostat sektör karşılığı | NACE Rev 2 karşılığı |
|-----|---|---------------------------|----------------------|
| S1 | İmalat Sanayi | Eurostat 1,2,3,4 | C |
| S2 | Elektrik, gaz, buhar ve havalandırma sistemi üretim ve dağıtımı ve su temini; kanalizasyon, atık yönetimi ve iyileştirme faaliyetleri | Eurostat 5 | D, E |
| S3 | İnşaat | Eurostat 6 | F |
| S4 | Toptan ve perakende ticaret; Motorlu kara taşıtlarının ve motosikletlerin onarımı | Eurostat 7 | G |
| S5 | Ulaştırma ve depolama | Eurostat 8 | H |
| S6 | Konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyetleri | Eurostat 9,10 | I |
| S7 | Bilgi ve İletişim | Eurostat 11 | J |
| S8 | Gayrimenkul faaliyetleri | Eurostat 12 | L |
| S9 | Mesleki, bilimsel ve teknik faaliyetler | Eurostat 13 | M |
| S10 | İdari ve destek hizmet faaliyetleri | Eurostat 14 | N |
| S11 | Bilgisayarların ve iletişim araç ve gereçlerinin onarımı | Eurostat 16 | S |

Anket 2007 yılından bu yana yapılmaktadır. Bu çalışmada 2015 yılında yapılan anket baz alınmış olup 2015-2018 yıllarına ait veriler kullanılmıştır. Kullanılan verilerin elde edildiği anketlere ait formlar raporun ekler bölümünde verilmiştir. TÜİK tarafından 2015-2018 yılları arasında “Girişimlerde Bilişim Teknolojileri Kullanımı Anketi” uygulanan firmaların sektörlere dağılımı

Tablo 2’de gösterilmiştir. TÜİK tarafından yapılan anketler firmalarda bir önceki yılda bilişim teknolojilerinin kullanımını sorgulamaktadır. Örneğin 2015 yılında yapılan anketten elde edilen veriler firmaların 2014 yılındaki bilişim teknolojilerini kullanmaları hakkında istatistiki bilgi vermektedir.

Tablo 2. “Girişimlerde Bilişim Teknolojileri Kullanımı Anketi” uygulanan firmaların sektörlere dağılımı.

| SEKTÖR | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
|---------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| S1 | 3429 | 4051 | 3979 | 3753 |
| S2 | 280 | 290 | 352 | 309 |
| S3 | 1171 | 1663 | 1296 | 1137 |
| S4 | 1714 | 1994 | 1927 | 1754 |
| S5 | 487 | 592 | 577 | 505 |
| S6 | 735 | 833 | 861 | 816 |
| S7 | 578 | 699 | 710 | 712 |
| S8 | 179 | 175 | 294 | 212 |
| S9 | 362 | 467 | 452 | 384 |
| S10 | 1046 | 1221 | 1310 | 1031 |
| S11 | 84 | 75 | 75 | 57 |
| Toplam | 10065 | 12060 | 11833 | 10670 |

TÜİK anket formlarında anketin uygulandığı firmanın hangi bilişim teknolojilerini kullandığı araştırılmaktadır. Değişen teknolojilere göre her yıl anket sorularında küçük değişiklikler olmuştur.

Yukarıda da ifade edildiği üzere ankette sorulan bilgi teknolojilerinin her sektör için karlılığa etkisi farklı olabilecektir. Ancak anket içerisinde bulunan her bir bilişim teknolojisinin veya genel olarak faktörün firmaların karlılıklarını arttırmakta ne derece etkili olduğu konusunda daha önce yapılmış bir çalışma bulunamamıştır. Bu etkiyi pratik olarak ölçmek de mümkün değildir. Bu nedenle, TÜİK anketlerinin uygulandığı sektörlerin her birisi için farklı teknolojilerin karlılığa etkisinin belirlenebilmesi amacıyla ayrı bir çalışma yapılmıştır. Bu amaçla 2015 yılında kullanılan anket formu baz alınarak firma karlılığını etkileme potansiyeli olan sorular kullanılarak yeni bir anket formu oluşturulmuştur. Girişimlerde Bilgi Teknolojileri Kullanımı Kriterleri Değerlendirme Anketi adı verilen anket, Ankara, İstanbul İzmir, Bursa ve Antalya’da bulunan ve bilişim teknolojilerinden yararlanarak karlılığını artırdığını düşünen 65 firmaya uygulanmıştır. Firmaların seçiminde her sektörden en az 3 firma olmasına dikkat edilmiştir. Anketin uygulandığı firmaların sektörlere dağılımı Tablo 3’de firmaların tam listesi Ek-9’da verilmiştir.

Farklı teknolojilerin karlılığa etkisinin sorgulanması için hazırlanan anketteki sorular genel olarak TÜİK anketindekiler ile aynı olup, TÜİK anketinde yer alan bilişim teknolojisinin veya genel olarak faktörün karlılık üzerindeki etkisini sorgulamaktadır. Ankette yer alan 48 faktör Tablo 4’de verilmiştir. Anket sırasında firma yetkilisine ilgili faktörün karlılığı artırma konusundaki etkisi sorulmuştur. Her soru için cevaplar Likert ölçeğinde 1 ile 5 arasında, şu şekilde belirlenmiştir: 1: Çok önemsiz; 2: Önemsiz; 3: Orta; 4: Önemli; 5: Çok Önemli. Bu sorulara verilen cevaplar doğrultusunda, her bir soru ve sektör için ayrı bir ağırlık değeri hesaplanmıştır.¹ Her sektör ve her bir faktör için ayrı ayrı hesaplanan ortalama etki algısı ve standart sapma değerleri Ek-7’de verilmiştir.

¹ Elde edilen değerlerin anketi yanıtlayan firma temsilcisinin algısı olduğu göz önünde bulundurulmalıdır.

Tablo 3. Girişimlerde Bilgi Teknolojileri Kullanımı Kriterleri Değerlendirme Anketinin uygulandığı firmaların sektörleri.

| | | |
|-----|--|----|
| S1 | İmalat Sanayi | 11 |
| S2 | Elektrik, gaz, buhar ve havalandırma sistemi üretim ve dağıtım ve Su temini; kanalizasyon, atık yönetimi ve iyileştirme faaliyetleri | 6 |
| S3 | İnşaat | 11 |
| S4 | Toptan ve perakende ticaret; Motorlu kara taşıtlarının ve motosikletlerin onarımı | 4 |
| S5 | Ulaştırma ve depolama | 4 |
| S6 | Konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyetleri | 4 |
| S7 | Bilgi ve İletişim | 9 |
| S8 | Gayrimenkul faaliyetleri | 3 |
| S9 | Mesleki, bilimsel ve teknik faaliyetler | 4 |
| S10 | İdari ve destek hizmet faaliyetleri | 6 |
| S11 | Bilgisayarların ve iletişim araç ve gereçlerinin onarımı | 3 |

4 BTFS fonksiyonunun oluşturulması

Ek-7'da verilen ağırlık değerleri kullanılarak bir "Bilişim Teknolojilerinden Faydalanma Skoru" (BTFS) oluşturulabilir. Sektörü S_i ($1 \leq i \leq 11$) olan bir firma için BTFS şu şekilde hesaplanabilir:

$$BTFS = \frac{\sum_{j=1}^{48} A_{i,j} y_j}{\sum_{j=1}^{48} A_{i,j}}$$

Burada $A_{i,j}$ değeri i nolu sektör için j nolu faktörün (teknolojinin) ortalama ağırlığıdır. Bu değer Ek-7'den elde edilir. $A_{i,j}$ değerinin büyük olması, F_j faktörünün S_i sektöründeki bir firma için karlılığın artmasında büyük önem taşıdığını ifade eder. Örneğin, imalat sanayisi sektöründe (S_1) olan bir firma için girişimin bilişim (ICT/IT) uzmanı istihdam ediyor olmasının karlılığın artmasına (F_1) etkisinin ortalama değeri $A_{1,1} = 4,09$ olarak belirlenmiştir. Formüldeki y_j değeri ise BTFS değeri hesaplanacak olan firmanın F_j sorusuna verdiği yanıtıdır. Örneğin, söz konusu firma bilişim uzmanı istihdam ediyor ise y_1 değeri 1 aksi halde 0 olacaktır.

Bu formülde y_j değeri 0 ile 1 arasında bir değer alacağı için BTFS değeri de 0 ile 1 arasında olacaktır.

Aynı sektörde olan firmalar için $A_{i,j}$ değerleri aynı kalacaktır. Dolayısıyla aynı sektörde olan m tane firmanın ortalama BTFS değeri y_j değerlerinin ortalaması ile aşağıdaki şekilde hesaplanabilir:

$$\overline{BTFS} = \frac{\sum_{j=1}^{48} A_{i,j} \bar{y}_j}{\sum_{j=1}^{48} A_{i,j}}$$

Burada \overline{BTFS} değeri o sektördeki firmaların ortalama BTFS değerini, \bar{y}_j değeri ise aynı sektördeki m firmanın F_j sorusuna verdiği yanıtların ortalama değeridir.

Bu şekilde oluşturulan BTFS fonksiyonu, yıllara özel sorulara bağımlılığı dışında, ikinci bölümde belirlenen şartları sağlamaktadır. Formülde kullanılan $A_{i,j}$ için daha fazla firma ile anket yapılarak daha sağlıklı değerler elde edilebilir. Bu raporun yedinci bölümünde yıllara özel sorulara da bağımlı olmayan BTFS formülü sunulacaktır.

Tablo 4. Girişimlerde Bilgi Teknolojileri Kullanımı Kriterleri Değerlendirme Anketinde etkisi sorgulanan faktörler.

| | |
|-----|---|
| F1 | Girişimin bilişim (ICT/IT) uzmanı istihdam ediyor olması |
| F2 | Çalışanlara bilişim teknolojileri ile ilgili eğitim verilmesi |
| F3 | Bilişim altyapısının yönetilmesinin (serverlar, bilgisayarlar, yazıcılar ve ağlar) çoğunlukla kimin tarafından (kendi personeli ile ya da dışarıdan hizmet alarak) gerçekleştirildiği |
| F4 | Ofis yazılımları için destek sağlanmasının (word, excel vb) çoğunlukla kimin tarafından (kendi personeli ile ya da dışarıdan hizmet alarak) gerçekleştirildiği |
| F5 | İş/Yönetim sistemleri ve yazılımlarının (ERP, CRM, insan kaynakları veri tabanı vb) geliştirilmesinin çoğunlukla kimin tarafından (kendi personeli ile ya da dışarıdan hizmet alarak) gerçekleştirildiği |
| F6 | İş/Yönetim sistemleri ve yazılımları için destek sağlanmasının (ERP, CRM, insan kaynakları veri tabanı vb) çoğunlukla kimin tarafından (kendi personeli ile ya da dışarıdan hizmet alarak) gerçekleştirildiği |
| F7 | Web çözümleri geliştirilmesinin (web siteleri, e-ticaret çözümleri vb.) çoğunlukla kimin tarafından (kendi personeli ile ya da dışarıdan hizmet alarak) gerçekleştirildiği |
| F8 | Web çözümleri için destek sağlanmasının (web siteleri, e-ticaret çözümleri vb.) çoğunlukla kimin tarafından (kendi personeli ile ya da dışarıdan hizmet alarak) gerçekleştirildiği |
| F9 | Bilişim güvenliği ve veri korumanın (güvenlik yazılımları, güvenlik testleri vb) çoğunlukla kimin tarafından (kendi personeli ile ya da dışarıdan hizmet alarak) gerçekleştirildiği |
| F10 | Girişimin internet erişiminin olması |
| F11 | Girişimde iş amaçlı olarak internete bağlı bilgisayar (tablet ve akıllı telefonlar dahil) kullanan çalışan sayısının çok olması |
| F12 | Girişimde kullanılan internet bağlantı tipi |
| F13 | Girişimin abone olduğu bağlantı hızı |
| F14 | Girişimin, iş amaçlı internete mobil geniş bant (3G) bağlanabilmeleri için taşınabilir cihaz sağladığı çalışan sayısının çok olması |
| F15 | Girişimin aktif olarak kullanılan bir web sayfası olması |
| F16 | Girişimin web sayfasında, ürün/hizmetler hakkında bilgi ve fiyat listesi bulunması |
| F17 | Girişimin web sayfasında, çevrimiçi (online) sipariş, rezervasyon ya da kayıt (örn. Alışveriş sepeti) bulunması |
| F18 | Girişimin web sayfasında, online ürün ve hizmetlerin siteyi ziyaret eden müşterilerin arzusuna göre tasarlanması ya da kişiselleştirilmesi |
| F19 | Girişimin web sayfasında online sipariş takibi bulunması |
| F20 | Düzenli/Sürekli ziyaretçiler için girişimin web sayfasının içeriğinin kişiselleştirilmesi |
| F21 | Girişimin web sayfasında sosyal medya hesaplarına link bulunması |
| F22 | Girişimin, kamu kurum/kuruluşlarının web sayfalarından bilgi alması |
| F23 | Girişimin, kamu kurum/kuruluşlarının web sayfasından form alması/indirmesi (Adres Beyan Formu, SGK bildirim formları, vb) |
| F24 | Girişimin, web üzerinden resmi formları doldurması (TÜİK anketleri vb) |
| F25 | Girişimin, web üzerinden KDV beyannamesi vermesi (ödeme gerekiyorsa ödemenin de elektronik olarak yapılması) |
| F26 | Girişimin, web üzerinden SGK beyanları vermesi (ödeme gerekiyorsa ödemenin de elektronik olarak yapılması) |
| F27 | Girişimin hangi sosyal medya uygulamalarını kullandığı |
| F28 | Girişimin sosyal medya uygulamalarını hangi amaçla kullandığı |
| F29 | Girişimde Kurumsal Kaynak Planlaması (ERP) yazılımı kullanılması |
| F30 | Girişimde Müşteri İlişkileri Yönetimi (CRM) yazılımı kullanılması |
| F31 | CRM yazılımının, girişimin müşterilerine ilişkin bilgileri diğer işlerde kullanılabilir şekilde toplama, saklama ve kullanıma hazır halde tutabilmesi |
| F32 | CRM yazılımının, girişimin müşterilerine ilişkin bilgileri pazarlamaya yönelik amaçlarla analiz edebilmesi |
| F33 | Girişimin Tedarik Zinciri Yönetimi'ne (SCM) dayalı bilgileri müşteri veya tedarikçileri ile elektronik olarak paylaşması |
| F34 | Girişimin Tedarik Zinciri Yönetimi'ne (SCM) dayalı bilgileri müşteri veya tedarikçileri ile hangi yolla paylaştığı |
| F35 | Girişimin belirli/tanımlanmış bir bilişim güvenliği politikası olması |
| F36 | Girişimin bilişim güvenliği politikasının bir saldırı ya da beklenmeyen bir olay nedeniyle veri kaybı riskini kapsamaması |
| F37 | Girişimin bilişim güvenliği politikasının gizli verilerin ifşası (sahte siteye yönlendirme, kimlik çalınması, güvenliğin kırılması vb.) riskini kapsamaması |
| F38 | Girişimin bilişim güvenliği politikasının dışarıdan gelen bir saldırı nedeniyle bilişim hizmetlerinin sunulmaması riskini kapsamaması |
| F39 | Girişimin bilişim güvenliği politikasının ne zaman oluşturulduğu ya da en son ne zaman güncellendiği |
| F40 | Girişimin web sitesi ya da mobil uygulama üzerinden ürün/hizmet siparişi alması |
| F41 | Girişimin, web sitesi ya da mobil uygulama üzerinden aldığı siparişlerin toplam cirosu içindeki oranı |
| F42 | Girişimin web sitesi ya da mobil uygulama üzerinden aldığı siparişlerin müşteri gruplarına göre yüzdesi |
| F43 | Girişimin web sitesi ya da mobil uygulama üzerinden aldığı siparişleri veren müşterilerin buldukları ülkeler |
| F44 | Girişimin Elektronik Veri Alışverişi (EDI) aracılığıyla ürün/hizmet siparişi alması |
| F45 | Girişimin, Elektronik Veri Alışverişi (EDI) aracılığıyla aldığı siparişlerin toplam cirosu içindeki oranı |
| F46 | Girişimin Elektronik Veri Alışverişi (EDI) aracılığıyla aldığı siparişleri veren müşterilerin buldukları ülkeler |
| F47 | Girişimin web siteleri ya da Elektronik Veri Alışverişi (EDI) sistemleri üzerinden ürün/hizmet siparişi vermesi |
| F48 | Girişimin, web siteleri ya da Elektronik Veri Alışverişi (EDI) sistemleri aracılığıyla verdiği siparişlerin toplam satın alımları içindeki oranı |

5 Sektörlerin Faktörel Analizi

Oluşturulan BTFS fonksiyonu ile TÜİK’de toplanan mikro veriler üzerinde sektörel bir analiz çalışması da gerçekleştirilmiştir. Buradaki amaç sektörlerin birbirlerine göre dijital dönüşümdeki durumlarını karşılaştırmak ve 2014–2017 yılları² arasındaki değişimleri izlemektir.

Tablo 5. Yıllara göre sorular.

| BTFS Anketi | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
|-------------|------|------|------|------|
| F1 | 2.1 | 2.1 | 2.1 | 2.1 |
| F2 | 2.2 | 2.2 | 2.2 | 2.2 |
| F3 | 2.5 | 2.5 | | 2.5 |
| F4 | 2.5 | 2.5 | | 2.5 |
| F5 | 2.5 | 2.5 | | 2.5 |
| F6 | 2.5 | 2.5 | | 2.5 |
| F7 | 2.5 | 2.5 | | 2.5 |
| F8 | 2.5 | 2.5 | | 2.5 |
| F9 | 2.5 | 2.5 | | 2.5 |
| F10 | 3.1 | 3.1 | 3.1 | 3.1 |
| F11 | 3.2 | 3.2 | 3.2 | 3.2 |
| F12 | 3.3 | 3.3 | 3.3 | 3.3 |
| F13 | 3.4 | 3.4 | 3.4 | 3.4 |
| F14 | 3.5 | 3.6 | 3.7 | 3.7 |
| F15 | 3.6 | 3.8 | 3.8 | 3.8 |
| F16 | 3.7 | 3.9 | 3.9 | 3.9 |
| F17 | 3.7 | 3.9 | 3.9 | 3.9 |
| F18 | 3.7 | 3.9 | 3.9 | 3.9 |
| F19 | 3.7 | 3.9 | 3.9 | 3.9 |
| F20 | 3.7 | 3.9 | 3.9 | 3.9 |
| F21 | 3.7 | 3.9 | 3.9 | 3.9 |
| F22 | 4.1 | 3.10 | 3.10 | |
| F23 | 4.1 | 3.10 | 3.10 | |
| F24 | 4.1 | 3.10 | 3.10 | |
| F25 | 4.1 | 3.10 | 3.10 | |
| F26 | 4.1 | 3.10 | 3.10 | |
| F27 | 5.1 | 3.11 | 3.11 | |
| F28 | 5.2 | | 3.12 | |
| F29 | 6.1 | | 4.1 | |
| F30 | 6.2 | | | |
| F31 | 6.3 | | 4.2 | |
| F32 | 6.4 | | 4.2 | |
| F33 | 7.1 | | 5.1 | |
| F34 | 7.2 | | 5.2 | |
| F35 | 8.1 | | | |
| F36 | 8.2 | | | |
| F37 | 8.2 | | | |
| F38 | 8.2 | | | |
| F39 | 8.3 | | | |
| F40 | 9.1 | 6.1 | 7.1 | 8.1 |
| F41 | 9.2 | 6.2 | 7.2 | 8.2 |
| F42 | 9.3 | 6.3 | 7.3 | 8.3 |
| F43 | 9.4 | | 7.6 | |
| F44 | 9.5 | 6.4 | 7.7 | 8.6 |
| F45 | 9.6 | 6.5 | 7.8 | 8.7 |
| F46 | 9.7 | | 7.9 | |
| F47 | 9.8 | | | |
| F48 | 9.9 | | | |

² Bu değerler TÜİK tarafından 2015-2018 yılları arasında gerçekleştirilen anketlerden elde edilmiştir.

TÜİK anketlerinde sorular 2015-2018 yılları arasında genellikle aynı şekilde sorulmuştur. Ancak bazı sorular farklı yıllarda farklı şekillerde sorulmuş, bazı sorular ise hiç sorulmamıştır. Bu çalışmada geliştirilen skor fonksiyonunda 2015 yılında sorulan sorular esas alınmıştır. TÜİK’de ilgili yıllara ait mikro veriler incelendiğinde, bazı soruların yanıtlarının bulunmadığı görülmüştür. Bunun sebebi söz konusu sorular için toplanan verinin sağlıklı olmamasıdır. 2015-2018 yılları arasında sorulan soruların skor fonksiyonunda kullanılan faktörler ile ilişkisi Tablo 5’de verilmiştir.

Bu bölümde, sağlıklı bir karşılaştırma yapabilmek için 2015-2018 aralığında, en az iki yılda da yapılan anketlerde sorulan soruları bulunan faktörlerin kullanılmasına karar verilmiştir. Bu faktörler şunlardır: F1, F2, F3, F4, F5, F6, F7, F8, F9, F10, F11, F12, F13, F14, F15, F16, F17, F18, F19, F20, F21, F22, F23, F24, F25, F26, F27, F28, F29, F31, F32, F33, F34, F40, F41, F42, F43, F44, F45 ve F46.

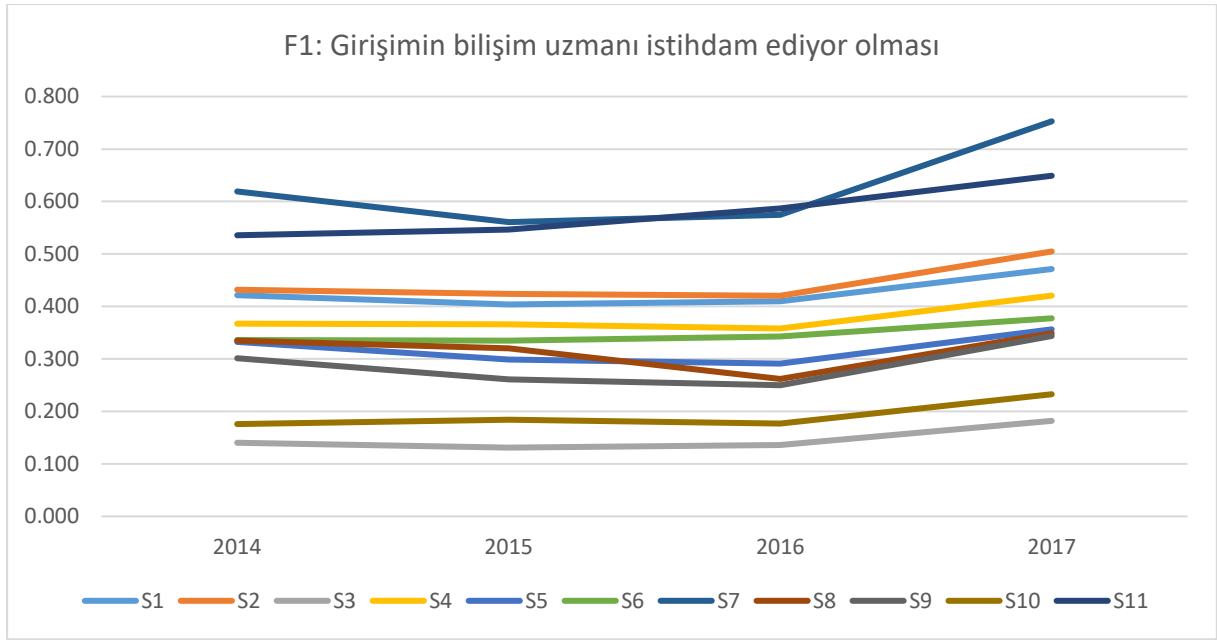
TÜİK anket sonuçları değerlendirildiğinde bazı soruların çok az firma tarafından yanıtladığı görülmüştür. Ayrıca, bazı firmalar tarafından F11 ve F14 ile ilgili sorulara verilen yanıtların cevabı ortalama çalışan sayısı ile uyumlu olmadığı gözlemlenmiştir. Dolayısıyla bu sorular ile yapılacak analizlerin sağlıklı olmayacağı için bu durumda olan sorular analizlerden çıkarılmıştır. Bu aşamada, kalan faktörler şunlardır: F1, F2, F3, F4, F5, F6, F7, F8, F9, F10, F12, F13, F15, F16, F17, F18, F19, F20, F21, F22, F23, F24, F25, F26, F27, F28, F29, F31, F32, F33, F34, F40 ve F44.

Bazı bilişim fonksiyonlarının çoğunlukla kimin tarafından yapılıyor olduğunun bilişim teknolojilerinden faydalanma konusu ile doğrudan ilişkili olmaması nedeniyle F3, F4, F5, F6, F7, F8, F9 faktörleri analizden çıkarılmıştır. Benzer şekilde F28 (Girişimin sosyal medya uygulamalarını hangi amaçla kullandığı) sorusunun tüm seçenekleri bilişim teknolojilerinden faydalanma konusunda aynı değerde olduğundan analizden çıkarılmıştır.

Kalan faktörler arasından F12 (Girişimde kullanılan internet bağlantı tipi) faktörü de F13 (Girişimin abone olduğu bağlantı hızı) faktörü tarafından kapsandığı için çıkartılmıştır. Benzer şekilde F34 (Girişimin Tedarik Zinciri Yönetimi’ne (SCM) dayalı bilgileri müşteri veya tedarikçileri ile hangi yolla paylaştığı) faktörü de F33 (Girişimin Tedarik Zinciri Yönetimi’ne (SCM) dayalı bilgileri müşteri veya tedarikçileri ile elektronik olarak paylaşması) faktörü tarafından kapsandığı için çıkartılmıştır. Bu durumda, kalan faktörler şunlardır: F1, F2, F10, F13, F15, F16, F17, F18, F19, F20, F21, F22, F23, F24, F25, F26, F27, F29, F31, F32, F33, F40 ve F44. Seçilen bu faktörlerin araştırmada kullanılan 2015-2018 yılları boyunca değişimi seçilen sektörler için hesaplanmıştır.

F1: Girişimin bilişim (ICT/IT) uzmanı istihdam ediyor olması:

Bu sorunun cevabı evet ya da hayır şeklindedir. Bu faktörün değeri evet cevabını veren firmalar için 1, hayır cevabını veren firmalar için 0 olarak alınmıştır. Her sektör için bilişim uzmanı çalıştıran firma oranlarının yıllara göre değişimi Şekil 1’de verilmiştir. Genel olarak, 2014 yılında tüm sektörlerde bilişim uzmanı istihdamı artmış iken 2015 yılında bir duraksama ya da gerileme dikkati çekmektedir. 2017 yılında, bütün sektörlerde artış olduğu gözlemlenmektedir. Özel olarak S7 (Bilgi ve İletişim) sektörü en yüksek artışı göstermiştir. S11 (Bilgisayarların ve iletişim araç ve gereçlerinin onarımı) en yüksek orana sahip ikinci sektör olmaktadır. S3 (İnşaat) ve S10 (İdari ve destek hizmet faaliyetleri) sektörleri geçmiş yıllara göre artış göstermekle beraber bu orana sahip en düşük sektörler olmaktadır.



Şekil 1. F1: Girişimin bilişim (ICT/IT) uzmanı istihdam ediyor olması.

F2: Çalışanlara bilişim teknolojileri ile ilgili eğitim verilmesi:

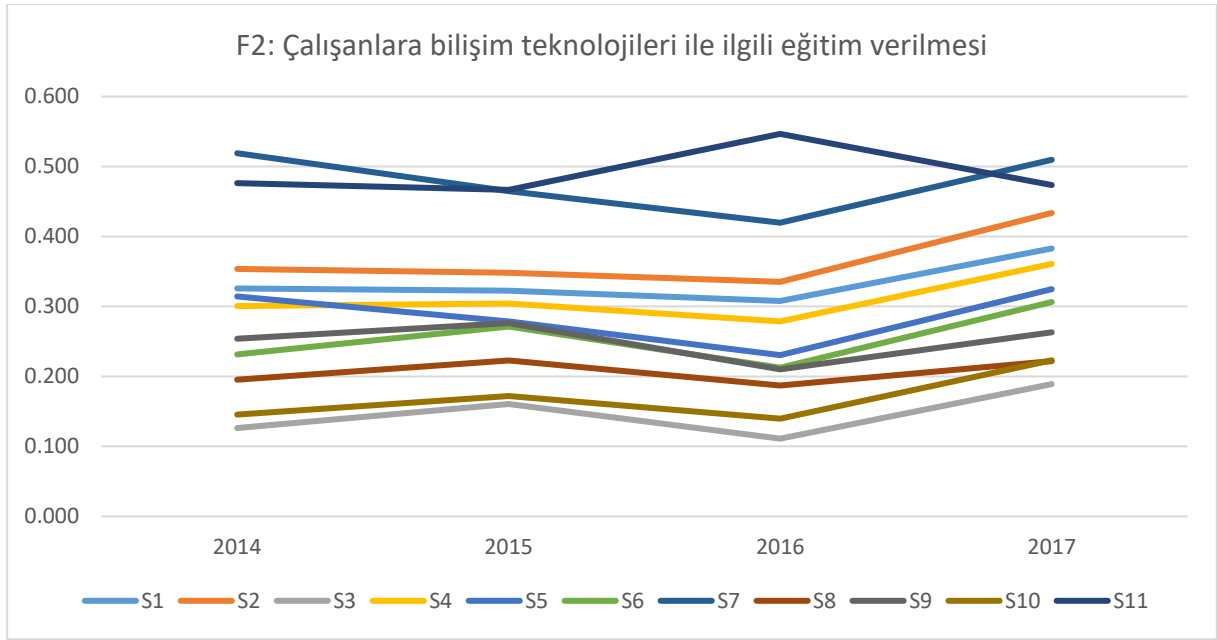
Bu soru Bilişim (ICT/IT) uzmanları ve diğer personel için bilişim teknolojileri ile ilgili becerilerini geliştirmeleri amacıyla herhangi bir eğitim verilir verilemediğini ayrı ayrı sorgulamaktadır. Bizim çalışmamızda görev ayrımı yapmadan, genel olarak çalışanlara ilgili eğitim verilmesi durumunda 1, hiçbir çalışana eğitim verilmemesi durumunda 0 olarak alınmıştır.

Her sektör için bilişim uzmanı çalıştıran firma oranlarının yıllara göre değişimi Şekil 2'de verilmiştir.

S11 (Bilgisayarların ve iletişim araç ve gereçlerinin onarımı) sektörü haricindeki bütün sektörlerde 2017 yılında çalışanlarına bilişim teknolojileri ile ilgili eğitim veren firma oranlarında artış meydana gelmektedir. S11 (Bilgisayarların ve iletişim araç ve gereçlerinin onarımı) sektörü 2017 yılında çalışanlara bilişim teknolojileri ile ilgili eğitim verilmesi konusunda düşüş yaşamasına rağmen S7 (Bilgi ve iletişim) sektörü ile beraber diğer sektörlerle göre oldukça yüksek orana sahip olmaktadır. S3 (İnşaat) sektörünün bu konuda diğer sektörlerin gerisinde kaldığı gözlemlenmektedir.

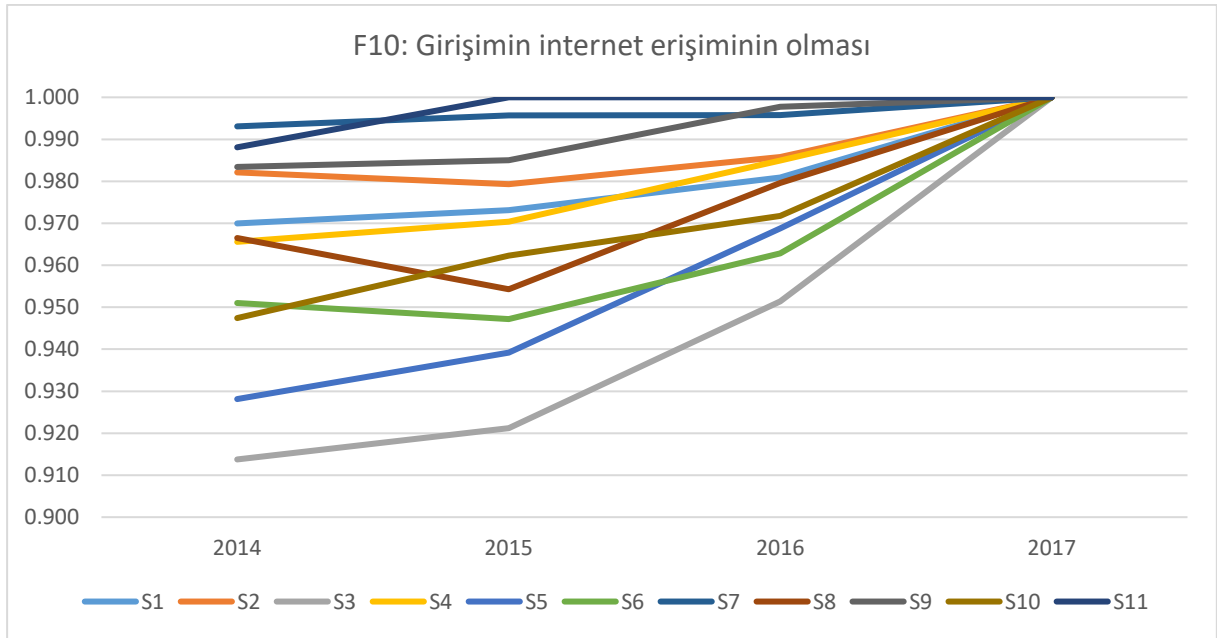
F10: Girişimin internet erişiminin olması:

Bu sorunun cevabı evet ya da hayır şeklindedir. Bu faktörün değeri evet cevabını veren firmalar için 1, hayır cevabını veren firmalar için 0 olarak alınmıştır. Her sektör için internet erişimi olan firma oranlarının yıllara göre değişimi Şekil 3'de verilmiştir. 2018 yılında alınan verilere göre 2017 yılında bütün sektörlerdeki firmalarda internet erişimi bulunmaktadır.



Şekil 2. F2: Çalışanlara bilişim teknolojileri ile ilgili eğitim verilmesi.

Günümüzde İnternet alt yapısının ülke çapında yaygınlığı göz önüne alındığında İnternet erişimi olan firmaların oranının yüksek olması beklenen bir durumdur.



Şekil 3. F10: Girişimin internet erişiminin olması.

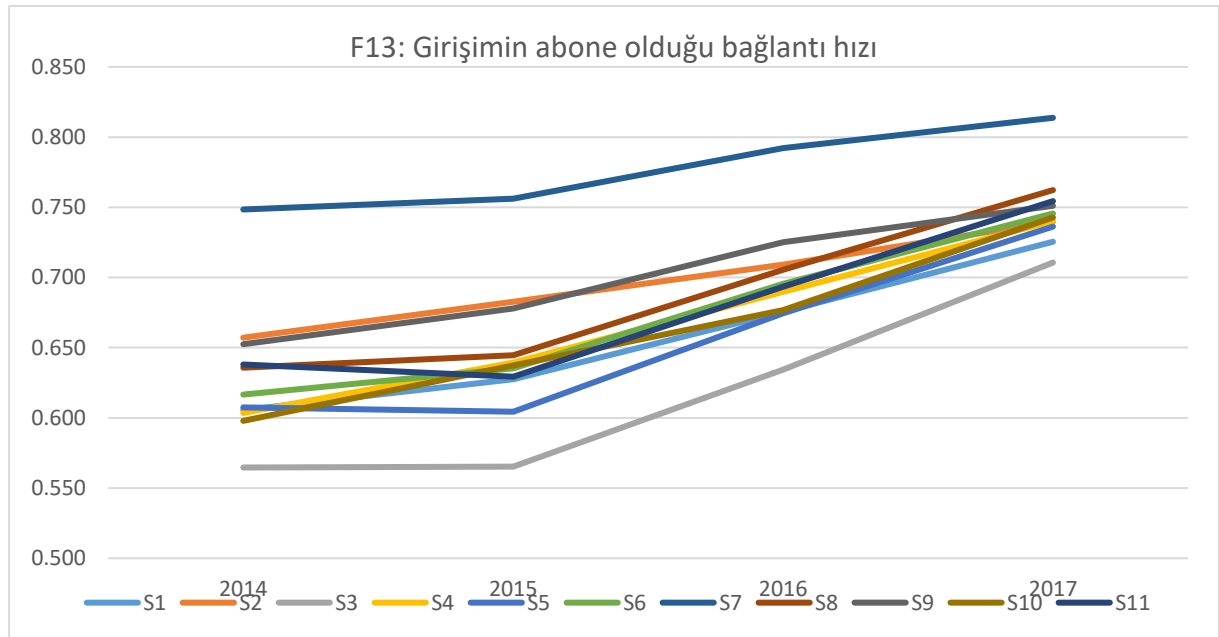
F13: Girişimin abone olduğu bağlantı hızı:

Bu sorunun cevabı olarak 5 seçenek verilmiştir: 1: 1 Mbit/s'den az, 2: 2-9 Mbit/s, 3: 10-29 Mbit/s, 30-99Mbit/, 5: 100 Mbit/s. Bu faktörün değeri aşağıdaki tabloya göre belirlenmiştir:

| Cevap | Değer |
|-------|-------|
| 1 | 0,2 |
| 2 | 0,4 |
| 3 | 0,6 |
| 4 | 0,8 |
| 5 | 1 |

Her sektör için girişimlerin abone oldukları bağlantı hızlarının ortalama değerlerinin yıllara göre değişimi Şekil 4'de verilmiştir. Genel olarak, tüm sektörler için firmaların İnternet erişim hızı ortalaması her geçen yıl da artış göstermektedir. Özel olarak, S7 (Bilgi ve iletişim) sektörlerindeki firmalarda İnternet bağlantı hız ortalaması diğer sektörlerle göre açık ara fazladır. S3 (İnşaat) sektörünün diğer sektörlerin gerisinde kaldığı gözlemlenmektedir.

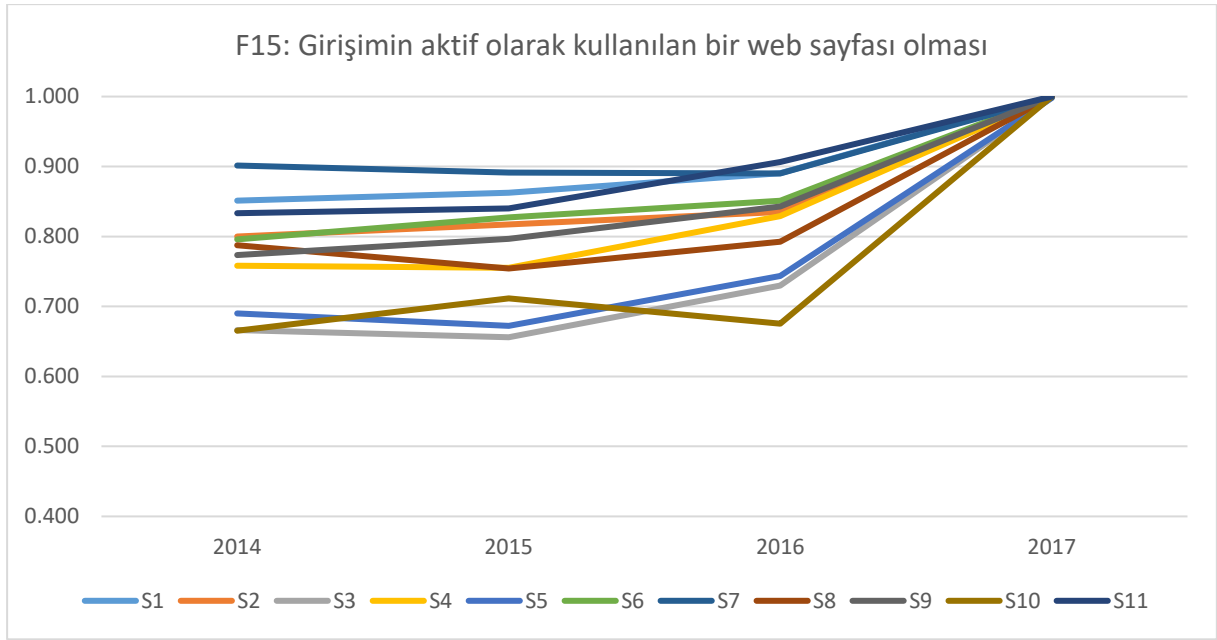
Önümüzdeki yıllarda İnternet erişim hızlarının artmasıyla seçeneklerde belirtilen hız değerlerinin artması beklenmektedir. Yine beş seçeneğin olması varsayımıyla, bu durumda yine mevcut en yüksek hız seçeneği 1 değerini, en düşük hız değeri ise 0,2 değerini alacaktır.



Şekil 4. F13: Girişimin abone olduğu bağlantı hızı.

F15: Girişimin aktif olarak kullanılan bir web sayfası olması:

Bu sorunun cevabı evet ya da hayır şeklindedir. Bu faktörün değeri evet cevabını veren firmalar için 1, hayır cevabını veren firmalar için 0 olarak alınmıştır. Her sektör için aktif olarak kullanılan bir web sayfası olan firma oranlarının yıllara göre değişimi Şekil 5'de verilmiştir. 2017 yılında oranda büyük bir artış gözlemlenmiştir. Neredeyse bütün sektörlerdeki firmaların aktif kullandığı web sayfaları bulunmaktadır.



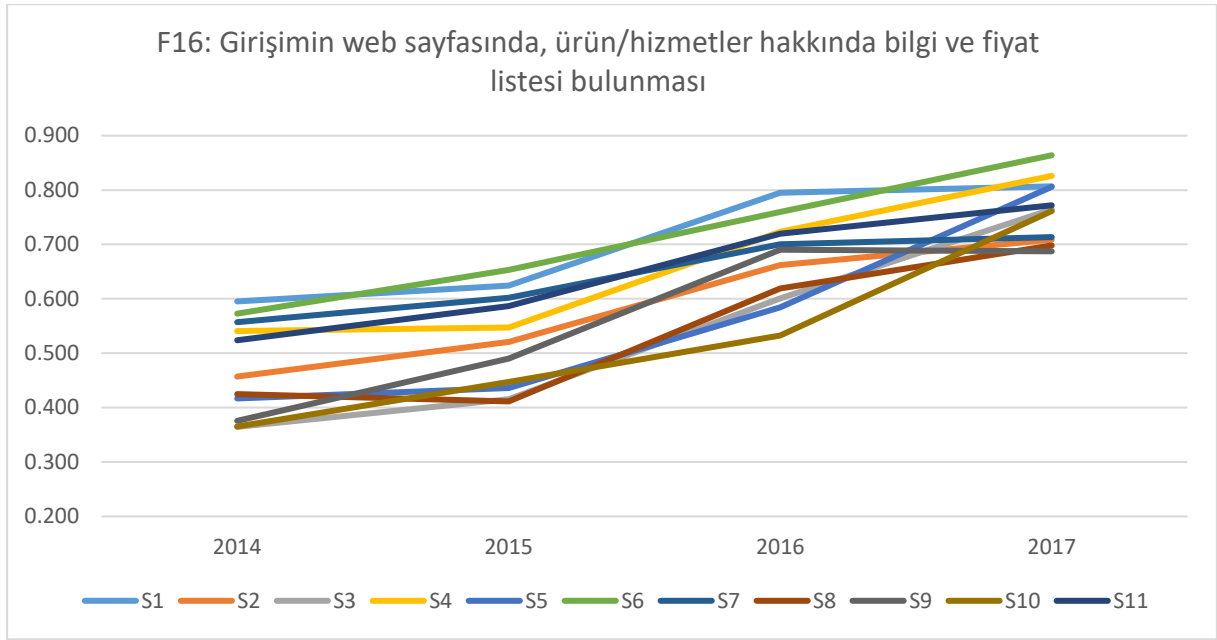
Şekil 5. F15: Girişimin aktif olarak kullanılan bir web sayfası olması.

F16: Girişimin web sayfasında, ürün/hizmetler hakkında bilgi ve fiyat listesi bulunması:

Bu sorunun cevabı evet ya da hayır şeklindedir. Bu faktörün değeri evet cevabını veren firmalar için 1, hayır cevabını veren firmalar için 0 olarak alınmıştır. Her sektör için web sayfasında ürün veya hizmetler hakkında bilgi ve fiyat listesi bulunan firma oranlarının yıllara göre değişimi Şekil 6'da verilmiştir. Genel olarak, tüm sektörler için firmaların %35'den fazlasında ürün veya hizmetler hakkında bilgi ve fiyat listeleri bulunmakta olup bu oran her bütün sektörler için 2017 yılına kadar artış göstermiştir. 2017 yılında bütün sektörler için bu oran %60'ın üzerindedir. S9 (Mesleki, bilimsel ve teknik faaliyetler) haricindeki sektörlerin hepsinde artış gözlemlenmiştir. Özel olarak S6 (Konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyetleri) ve S4 (Toptan ve perakende ticaret; Motorlu kara taşıtlarının ve motosikletlerin onarımı) sektörleri en yüksek orana sahiptir. S9 (Mesleki, bilimsel ve teknik faaliyetler) ve S8 (Gayrimenkul faaliyetleri) sektörleri daha düşük orana sahip olmasına rağmen bütün sektör oranları birbirlerine yakındır.

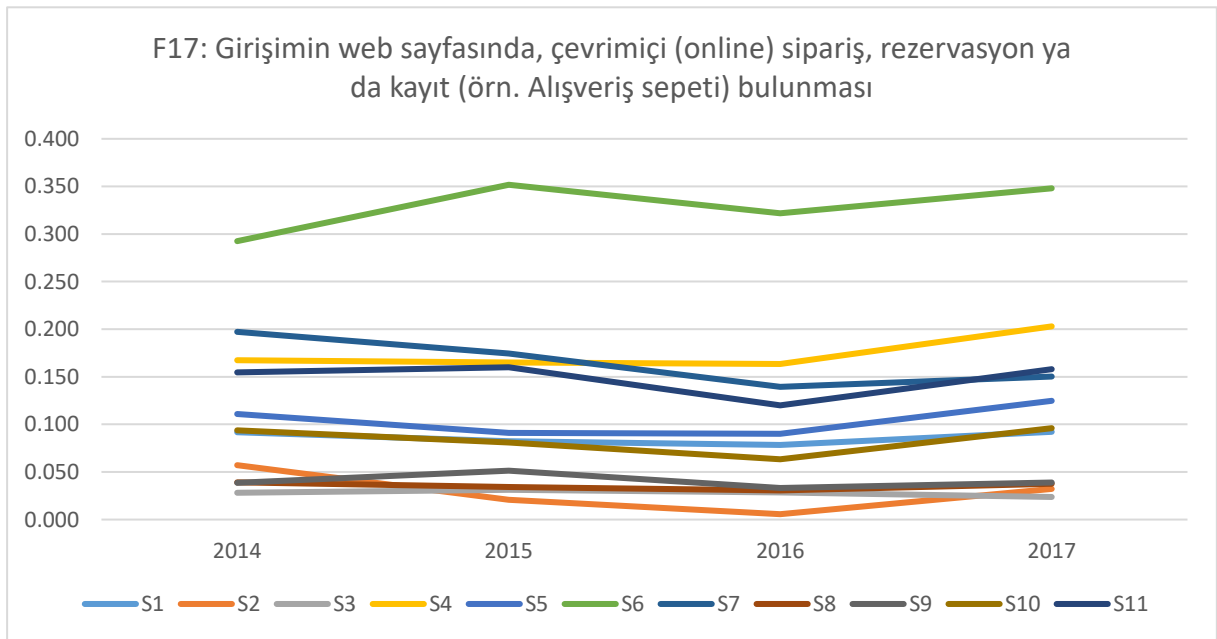
F17: Girişimin web sayfasında, çevrimiçi (online) sipariş, rezervasyon ya da kayıt (örn. Alışveriş sepeti) bulunması:

Bu sorunun cevabı evet ya da hayır şeklindedir. Bu faktörün değeri evet cevabını veren firmalar için 1, hayır cevabını veren firmalar için 0 olarak alınmıştır. Her sektör için web sayfasında çevrimiçi sipariş, rezervasyon ya da kayıt bilgilerini barındıran firma oranlarının yıllara göre değişimi Şekil 7'de verilmiştir. Genel olarak, tüm sektörler için firmaların %35'den azında çevrimiçi sipariş, rezervasyon ya da kayıt bulunmakta olup bu oran bazı yıllarda artış göstermiş olsa da bazı yıllarda da düşüş gözlenmiştir.



Şekil 6. F16: Girişimin web sayfasında, ürün/hizmetler hakkında bilgi ve fiyat listesi bulunması.

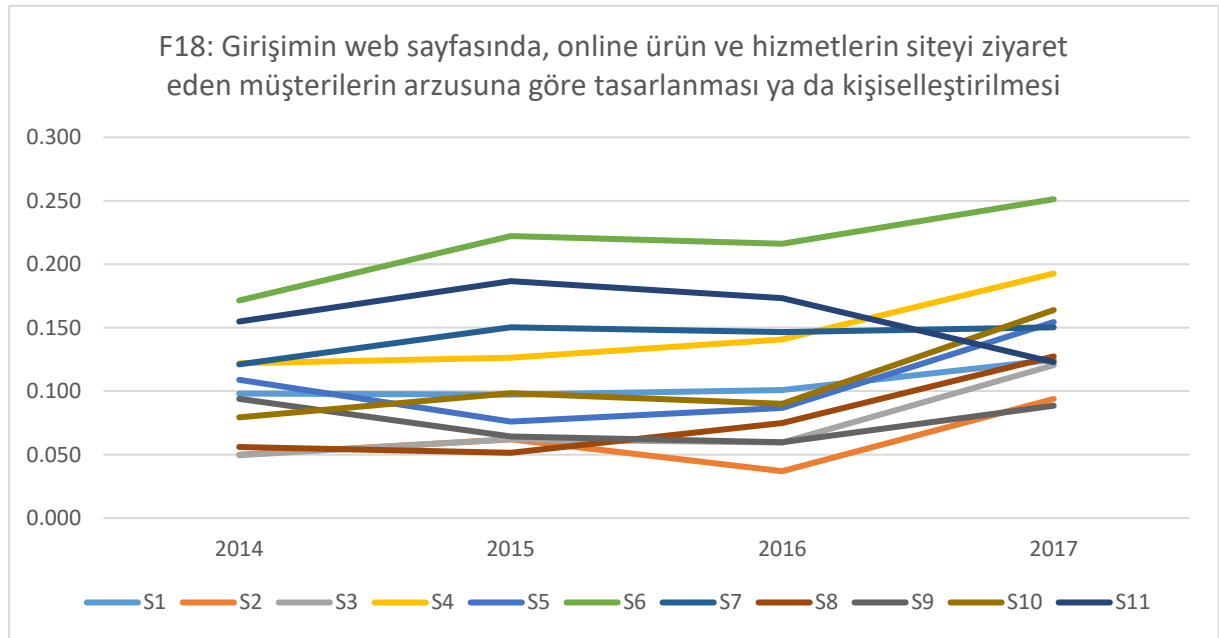
Özel olarak, S6 (Konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyetleri) sektörlerindeki firmalarda web sayfalarında çevrimiçi sipariş, rezervasyon ya da kayıt bilgisinin bulunması oranı diğer sektörlere göre daha fazladır. Diğer taraftan 2017 yılında S3 (İnşaat) ve S2 (Elektrik, gaz, buhar ve havalandırma sistemi üretim ve dağıtımı ve Su temini; kanalizasyon, atık yönetimi ve iyileştirme faaliyetleri) sektörleri, web sayfalarında bu tür bilgi bulunan firmaların oranının en düşük olduğu sektörler olmalarına rağmen, değerleri diğer sektörlerle yakındır. S2 (Elektrik, gaz, buhar ve havalandırma sistemi üretim ve dağıtımı ve su temini; kanalizasyon, atık yönetimi ve iyileştirme faaliyetleri) sektörü için oranın düşük olması doğal bir durum olmakla birlikte 2017'de bu oranın arttığı gözlenmektedir.



Şekil 7.F17: Girişimin web sayfasında, çevrimiçi (online) sipariş, rezervasyon ya da kayıt bulunması.

F18: Girişimin web sayfasında, online ürün ve hizmetlerin siteyi ziyaret eden müşterilerin arzusuna göre tasarlanması ya da kişiselleştirilmesi:

Bu sorunun cevabı evet ya da hayır şeklindedir. Bu faktörün değeri evet cevabını veren firmalar için 1, hayır cevabını veren firmalar için 0 olarak alınmıştır. Her sektör için web sayfasında, online ürün ve hizmetlerin siteyi ziyaret eden müşterilerin arzusuna göre tasarlanması ya da kişiselleştirilmesi özelliği bulunan firma oranlarının yıllara göre değişimi Şekil 8’de verilmiştir. Genel olarak, tüm sektörler için firmaların %30’dan azında bu özellik bulunmakta olup, bu oran her geçen yıl ve sektör için çeşitlilik göstermektedir. Özel olarak, S6 (Konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyetleri) sektörlerindeki firmalarda web sayfalarında bu özelliğin bulunması oranı diğer sektörlerle göre daha fazladır. S11 (Bilgisayarların ve iletişim araç ve gereçlerinin onarımı) haricindeki bütün sektörlerin 2017 yılında artış gösterdiği gözlemlenmektedir. S9 (Mesleki, bilimsel ve teknik faaliyetler) sektörü ise web sayfalarında bu özelliği bulunan firmaların oranının en düşük olduğu sektördür. Bunu S2 (Elektrik, gaz, buhar ve havalandırma sistemi üretim ve dağıtım ve su temini; kanalizasyon, atık yönetimi ve iyileştirme faaliyetleri) sektörü takip etmektedir.

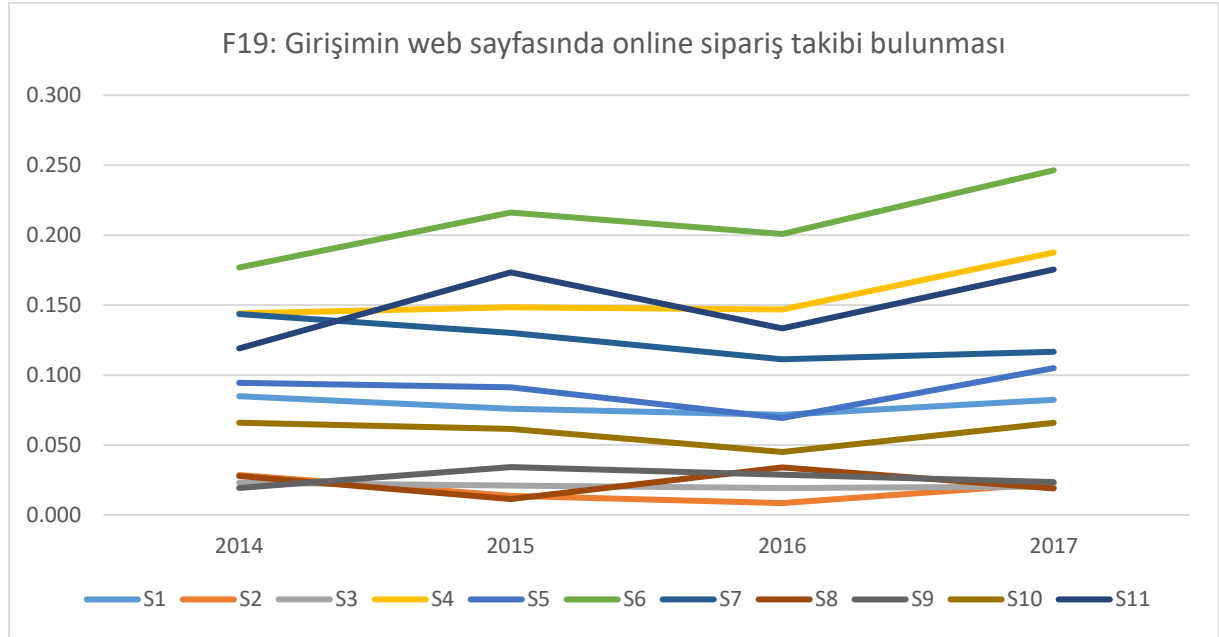


Şekil 8. F18: Girişimin web sayfasında, online ürün ve hizmetlerin siteyi ziyaret eden müşterilerin arzusuna göre tasarlanması ya da kişiselleştirilmesi.

F19: Girişimin web sayfasında online sipariş takibi bulunması:

Bu sorunun cevabı evet ya da hayır şeklindedir. Bu faktörün değeri evet cevabını veren firmalar için 1, hayır cevabını veren firmalar için 0 olarak alınmıştır. Her sektör için web sayfasında, online sipariş takibi özelliği bulunan firma oranlarının yıllara göre değişimi Şekil 9’da verilmiştir. Genel olarak, tüm sektörler için firmaların %25’den azında bu özellik bulunmaktadır. Özel olarak, S6 (Konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyetleri) sektörlerindeki firmalarda web sayfalarında bu özelliğin bulunması oranı diğer sektörlerle göre daha fazladır. 2017 yılında S8 (Gayrimenkul faaliyetleri) ve S9 (Mesleki, bilimsel ve teknik faaliyetler) sektörlerinde bu oranda azalma meydana gelmiştir. Bu iki sektör haricinde 2017 yılında diğer sektörler web sayfalarında online sipariş takibi bulunması konusunda ilerleme göstermişlerdir. S4 (Toptan ve perakende ticaret; Motorlu kara taşıtlarının ve motosikletlerin onarımı) ve S11 (Bilgisayarların ve iletişim araç ve

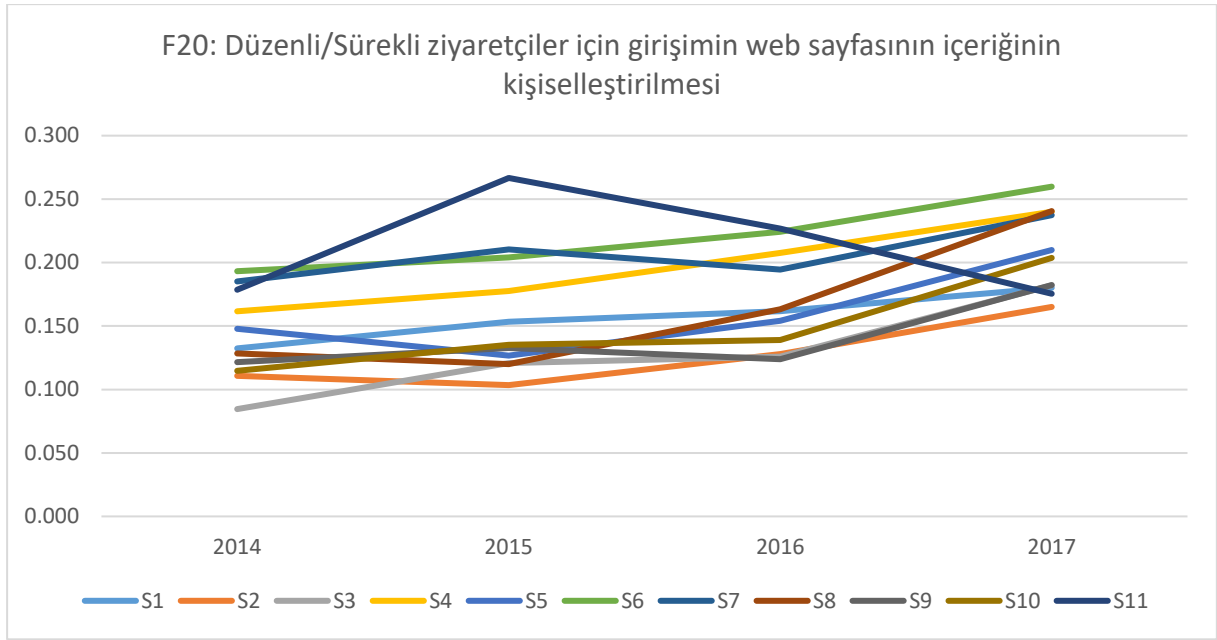
gereçlerinin onarımı) yüksek orana sahip diğer sektörlerdir, S8 (Gayrimenkul faaliyetleri) ise 2017 yılında en düşük orana sahip sektör olmaktadır.



Şekil 9. F19: Girişimin web sayfasında online sipariş takibi bulunması.

F20: Düzenli/Sürekli ziyaretçiler için girişimin web sayfasının içeriğinin kişiselleştirilmesi:

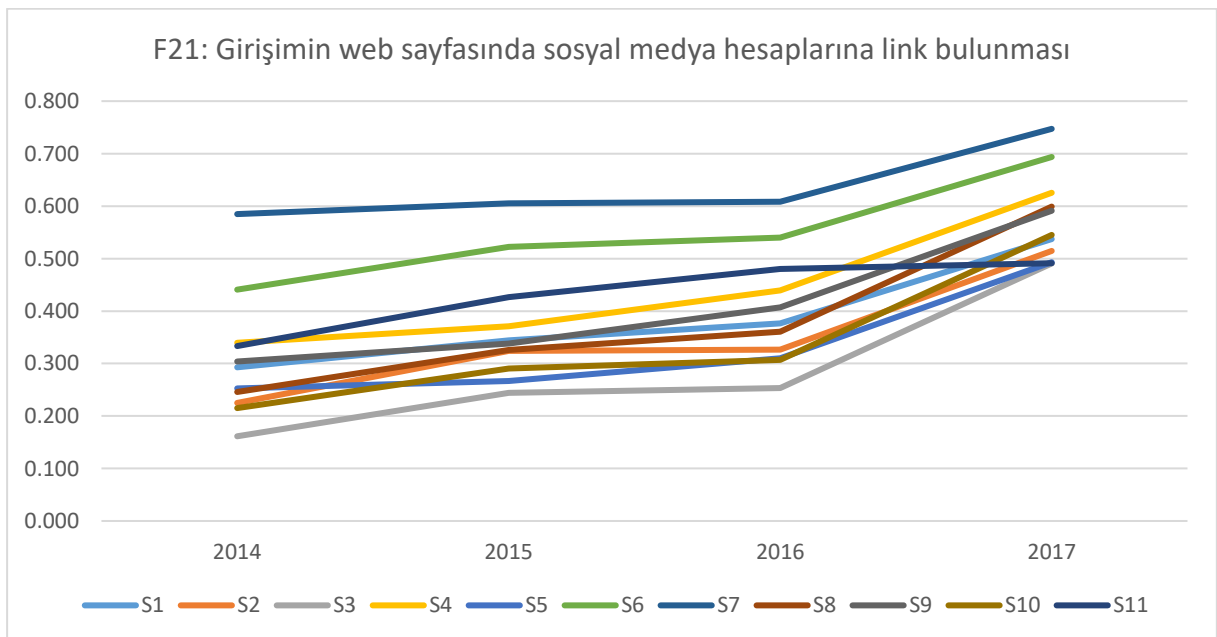
Bu sorunun cevabı evet ya da hayır şeklindedir. Bu faktörün değeri evet cevabını veren firmalar için 1, hayır cevabını veren firmalar için 0 olarak alınmıştır. Her sektör için düzenli veya sürekli ziyaretçiler için girişimin web sayfasının içeriğinin kişiselleştirilmesi özelliği bulunanların oranlarının yıllara göre değişimi Şekil 10'da verilmiştir. Genel olarak, tüm sektörler için firmaların %30'dan azında bu özellik bulunmakta olup bu oran yıllara göre farklılıklar göstermektedir. Ziyaretçilerin girişimin web sayfasının içeriği kişiselleştirme olanağı sunan firmaların oranı 2017 yılında bütün sektörlerde artış gösterirken, S11 (Bilgisayarların ve iletişim araç ve gereçlerinin onarımı) sektöründe azalma meydana gelmiştir. Özel olarak S2 (Elektrik, gaz, buhar ve havalandırma sistemi üretim ve dağıtım ve Su temini; kanalizasyon, atık yönetimi ve iyileştirme faaliyetleri) en düşük ve S6 (Konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyetleri) en yüksek orana sahip sektörlerdir.



Şekil 10. F20: Düzenli/Sürekli ziyaretçiler için girişimin web sayfasının içeriğinin kişiselleştirilmesi.

F21: Girişimin web sayfasında sosyal medya hesaplarına link bulunması:

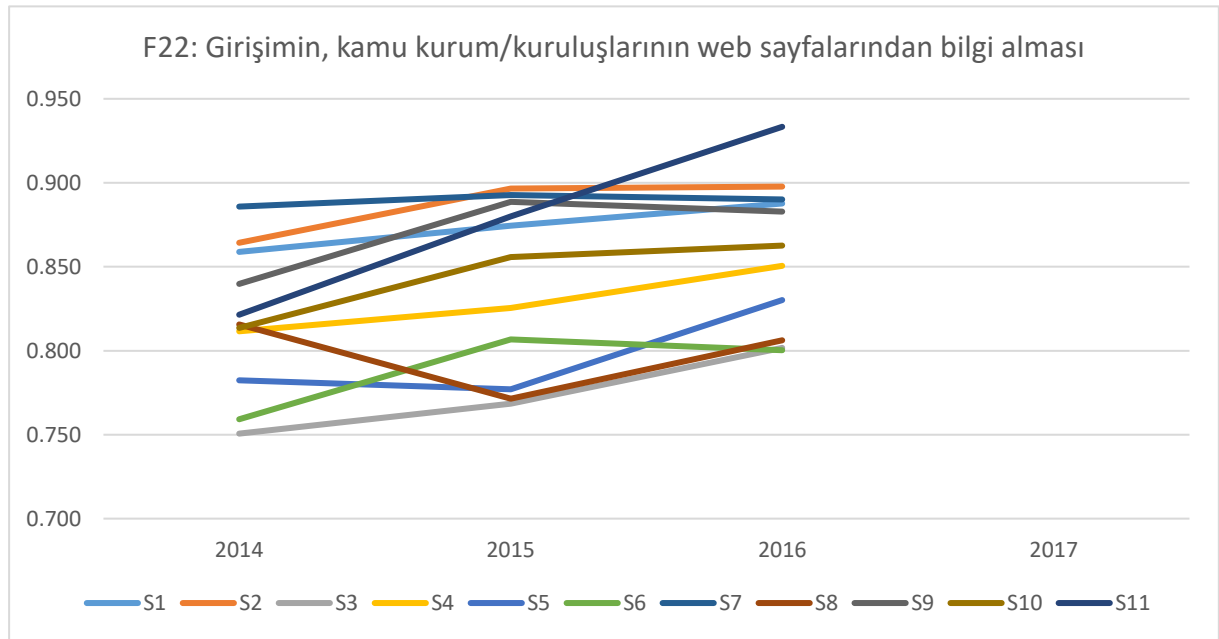
Bu sorunun cevabı evet ya da hayır şeklindedir. Bu faktörün değeri evet cevabını veren firmalar için 1, hayır cevabını veren firmalar için 0 olarak alınmıştır. Her sektör için web sayfasında sosyal medya hesaplarına link bulunanların oranlarının yıllara göre değişimi Şekil 11’de verilmiştir. Genel olarak, tüm sektörler için firmaların %20’den daha fazlasında bu özellik bulunmakta olup bu oranda her geçen yıl bir artış gözlenmektedir. Yalnızca S11 (Bilgisayarların ve iletişim araç ve gereçlerinin onarımı) sektöründe 2017 yılındaki artış gözlemlenmemektedir. Özel olarak, S7 (Bilgi ve iletişim) ve S6 (Konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyetleri) sektöründeki firmalarda web sayfalarında bu özelliğin bulunması oranı diğer sektörlerle göre daha fazladır. Diğer taraftan S3 (İnşaat) sektörü önceki yıllarda web sayfasında sosyal medya hesaplarına link bulunması oranının en düşük olduğu sektör olmakla beraber 2017 yılında diğer sektör oranlarını yakalayabilmiştir.



Şekil 11. F21: Girişimin web sayfasında sosyal medya hesaplarına link bulunması.

F22: Girişimin, kamu kurum/kuruluşlarının web sayfalarından bilgi alması:

Bu sorunun cevabı evet ya da hayır şeklindedir. Bu faktörün değeri evet cevabını veren firmalar için 1, hayır cevabını veren firmalar için 0 olarak alınmıştır. Her sektör için kamu kurum/kuruluşlarının web sayfalarından bilgi alan firma oranlarının yıllara göre değişimi Şekil 12'de verilmiştir. Bu soru 2018 yılında sorulmamıştır. Genel olarak, tüm sektörler için firmaların %70'den fazlasında kamu kurum veya kuruluşlarının web sayfalarından bilgi alınmakta olup, genel olarak bir artış göstermektedir. Özel olarak, S7 (Bilgi ve iletişim) sektörü ile S2 (Elektrik, gaz, buhar ve havalandırma sistemi üretim ve dağıtım ve su temini; kanalizasyon, atık yönetimi ve iyileştirme faaliyetleri) sektöründe bu oran en yüksek düzeydedir. S3 (İnşaat) bu faktör için de oranın en düşük olduğu sektördür.



Şekil 12. F22: Girişimin, kamu kurum/kuruluşlarının web sayfalarından bilgi alması.

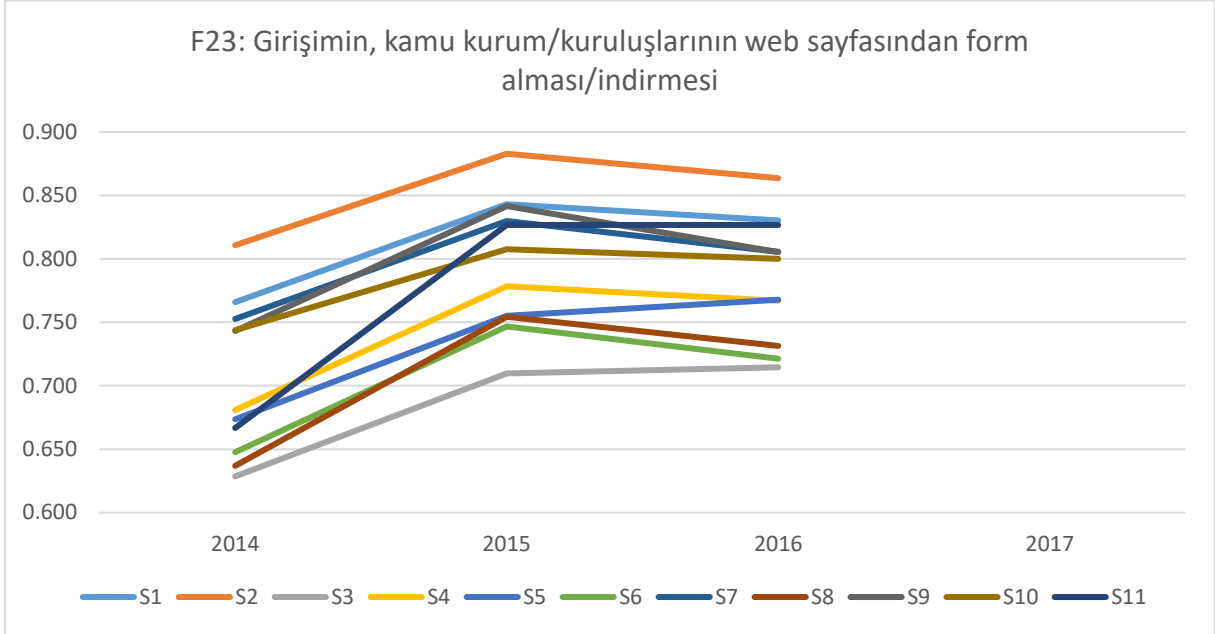
F23: Girişimin, kamu kurum/kuruluşlarının web sayfasından form alması/indirmesi (Adres Beyan Formu, SGK bildirim formları, vb):

Bu sorunun cevabı evet ya da hayır şeklindedir. Bu faktörün değeri evet cevabını veren firmalar için 1, hayır cevabını veren firmalar için 0 olarak alınmıştır. Her sektör için kamu kurum/kuruluşlarının web sayfalarından form alan veya indiren firma oranlarının yıllara göre değişimi Şekil 13'de verilmiştir. Bu soru 2018 yılında sorulmamıştır. Genel olarak, tüm sektörler için firmaların %60'dan fazlası kamu kurum/kuruluşların web sayfalarından form almakta ya da indirmekte olup bu oran her geçen yıl da artış göstermektedir. Özel olarak, S2 (Elektrik, gaz, buhar ve havalandırma sistemi üretim ve dağıtım ve su temini; kanalizasyon, atık yönetimi ve iyileştirme faaliyetleri) sektöründe bu oran en yüksek düzeydedir. Yine S3 (İnşaat) bu faktör için de oranın en düşük olduğu sektördür.

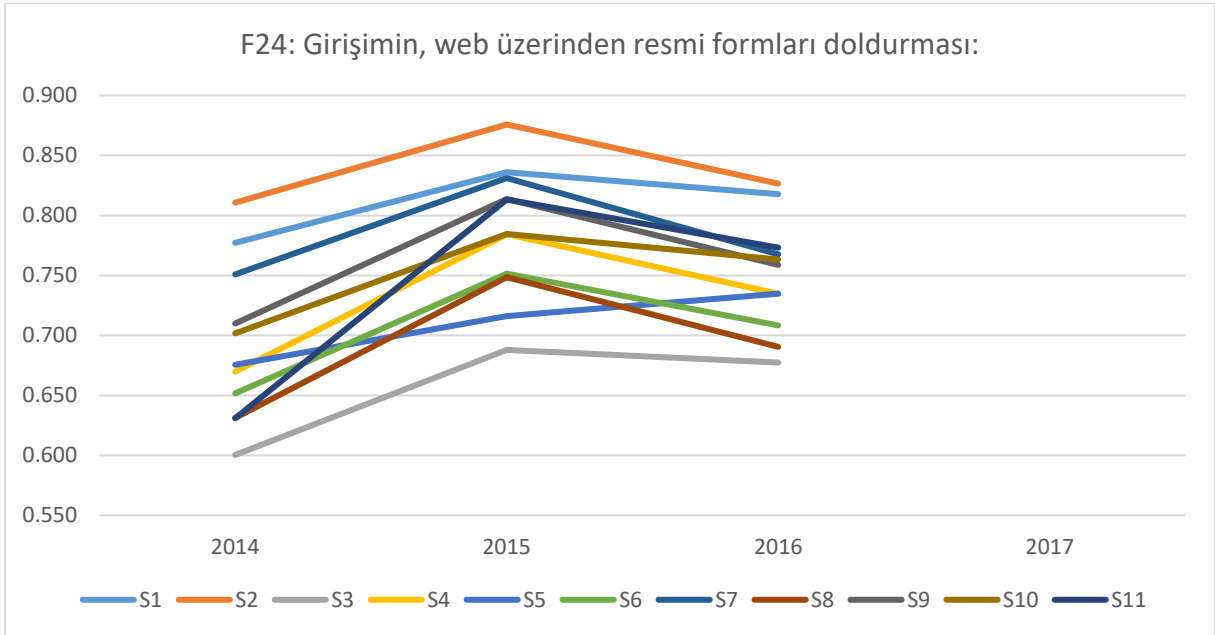
F24: Girişimin, web üzerinden resmi formları doldurması (TUİK anketleri vb):

Bu sorunun cevabı evet ya da hayır şeklindedir. Bu faktörün değeri evet cevabını veren firmalar için 1, hayır cevabını veren firmalar için 0 olarak alınmıştır. Her sektör için web üzerinden resmi formlar dolduran firma oranlarının yıllara göre değişimi Şekil 14'de verilmiştir. Bu soru 2018

yılında sorulmamıştır. Genel olarak, tüm sektörler için firmaların %60'dan fazlası web üzerinden resmi formlar doldurmaktadır. Özel olarak, S2 (Elektrik, gaz, buhar ve havalandırma sistemi üretim ve dağıtım ve su temini; kanalizasyon, atık yönetimi ve iyileştirme faaliyetleri) sektöründe bu oran en yüksek düzeydedir. Yine S3 (İnşaat) bu faktör için de oranın en düşük olduğu sektördür.



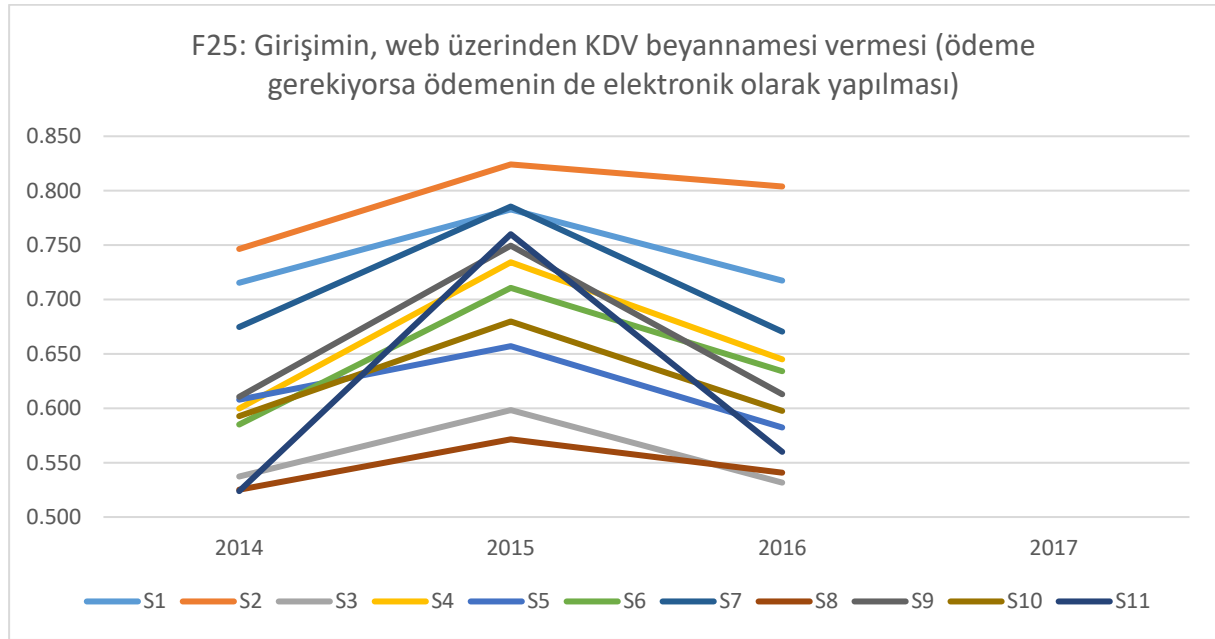
Şekil 13. F23: Girişimin, kamu kurum/kuruluşlarının web sayfasından form alması/indirmesi.



Şekil 14. F24: Girişimin, web üzerinden resmi formları doldurması (TUİK anketleri vb).

F25: Girişimin, web üzerinden KDV beyannamesi vermesi (ödeme gerekiyorsa ödemenin de elektronik olarak yapılması):

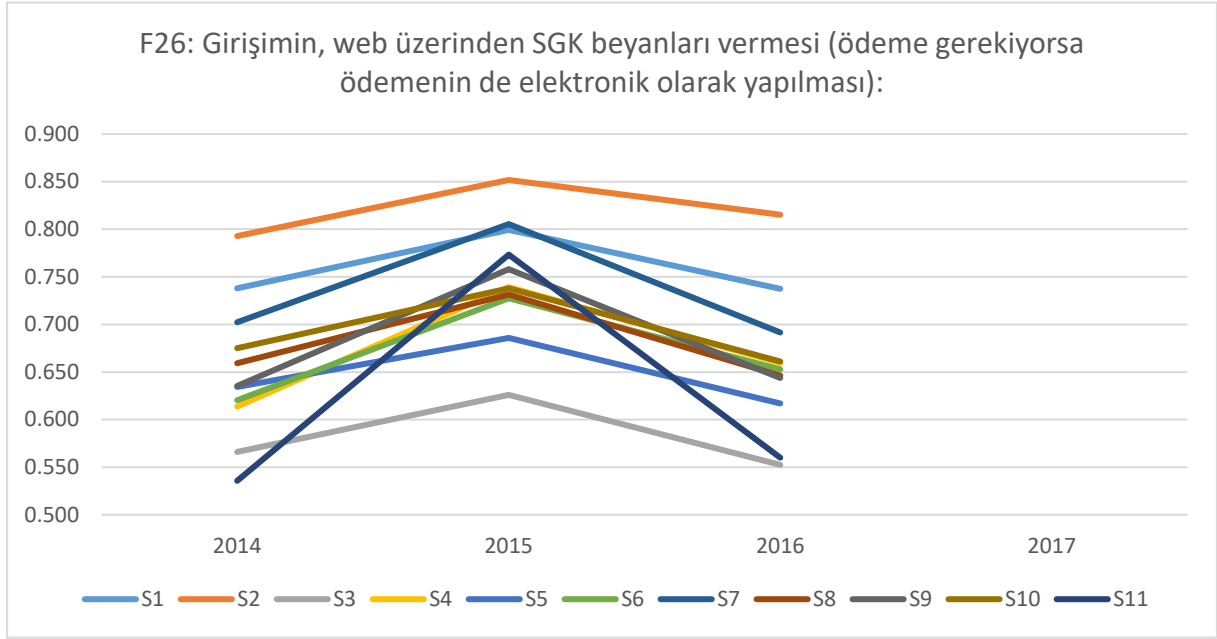
Bu sorunun cevabı evet ya da hayır şeklindedir. Bu faktörün değeri evet cevabını veren firmalar için 1, hayır cevabını veren firmalar için 0 olarak alınmıştır. Her sektör için web üzerinden KDV beyannamesi veren ve ödeme gerekiyorsa ödemeyi elektronik olarak yapan firma oranlarının yıllara göre değişimi Şekil 15’de verilmiştir. Bu soru 2018 yılında sorulmamıştır. Genel olarak, tüm sektörler için firmaların %50’den fazlası web üzerinden KDV beyannamesi vermekte, ödeme gerekiyorsa ödemeyi de elektronik olarak yapmaktadır. Özel olarak, S2 (Elektrik, gaz, buhar ve havalandırma sistemi üretim ve dağıtımı ve su temini; kanalizasyon, atık yönetimi ve iyileştirme faaliyetleri) sektöründe bu oran en yüksek düzeydedir. S8 (Gayrimenkul faaliyetleri) bu faktör için oranın en düşük olduğu sektördür.



Şekil 15. F25: Girişimin, web üzerinden KDV beyannamesi vermesi (ödeme gerekiyorsa ödemenin de elektronik olarak yapılması).

F26: Girişimin, web üzerinden SGK beyanları vermesi (ödeme gerekiyorsa ödemenin de elektronik olarak yapılması):

Bu sorunun cevabı evet ya da hayır şeklindedir. Bu faktörün değeri evet cevabını veren firmalar için 1, hayır cevabını veren firmalar için 0 olarak alınmıştır. Her sektör için web üzerinden SGK beyanları veren ve ödeme gerekiyorsa ödemeyi de elektronik olarak yapan firma oranlarının yıllara göre değişimi Şekil 16’da verilmiştir. Bu soru 2018 yılında sorulmamıştır. Genel olarak, tüm sektörler için firmaların %50’den fazlası web üzerinden SGK beyannamesi vermekte, ödeme gerekiyorsa ödemeyi de elektronik olarak yapmakta olup bu oran 2015 yılında artış göstermektedir. Özel olarak, S2 (Elektrik, gaz, buhar ve havalandırma sistemi üretim ve dağıtımı ve su temini; kanalizasyon, atık yönetimi ve iyileştirme faaliyetleri) sektöründe bu oran en yüksek düzeydedir. S3 (İnşaat) bu faktör için oranın en düşük olduğu sektördür.



Şekil 16. F26: Girişimin, web üzerinden SGK beyanları vermesi.

F27: Girişimin hangi sosyal medya uygulamalarını kullandığı:

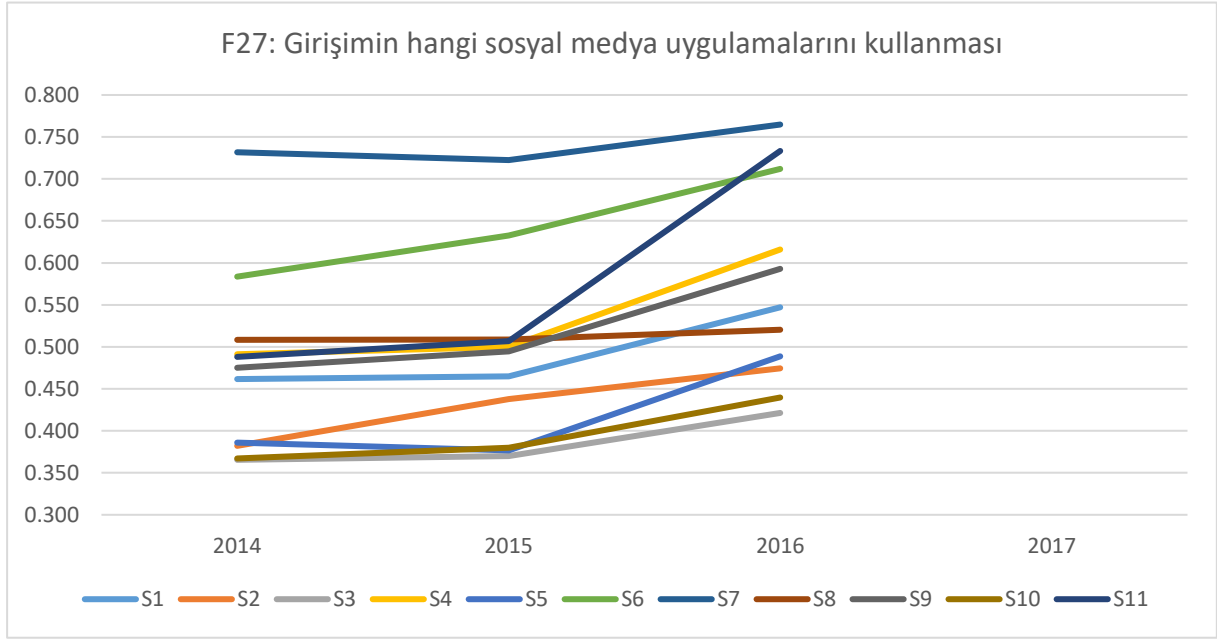
Bu soruda firmadan aşağıdaki sosyal medya uygulamalarından hangilerini kullandıkları sorgulanmaktadır:

- Sosyal ağlar
- Bloglar ve Twitter gibi mikro bloglar
- Multi medya paylaşım siteleri
- Wiki bazlı bilgi paylaşım siteleri

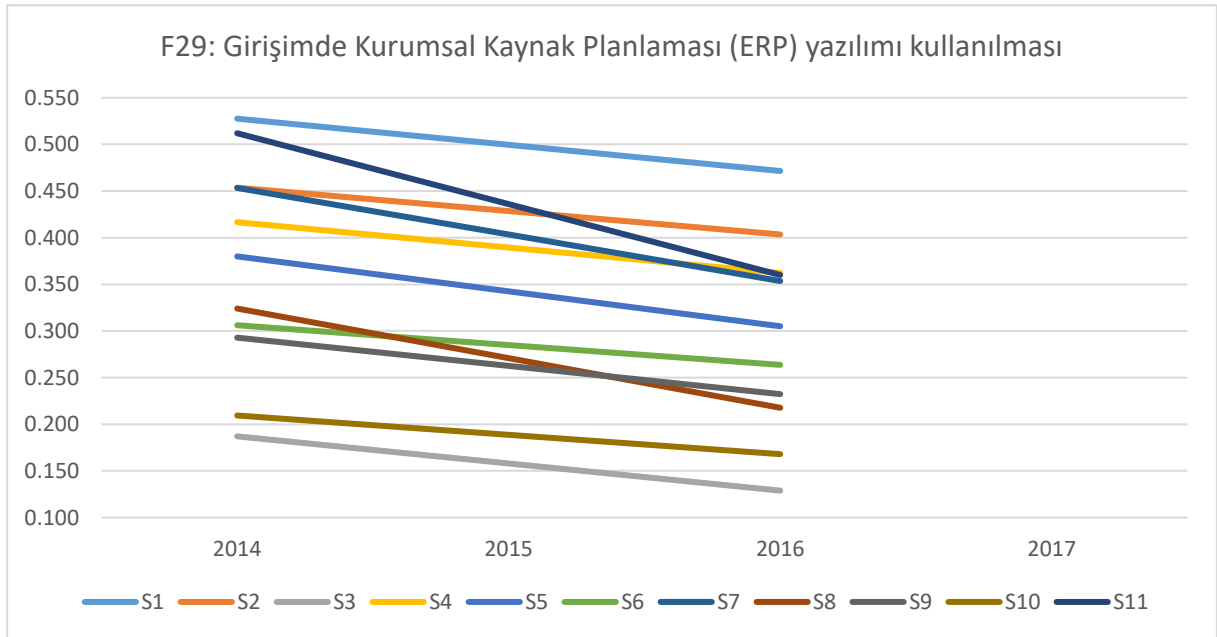
Bu uygulamalardan herhangi birini işaretleyen firma için bu faktörün değeri 1, hiçbirini işaretlemeyen firmalar için ise 0 olarak alınmıştır. Her sektör için sosyal medya uygulamalarını kullanan firma oranlarının yıllara göre değişimi Şekil 17’de verilmiştir. Bu soru 2018 yılında sorulmamıştır. Genel olarak, tüm sektörler için firmaların %30’dan fazlası sosyal medya uygulamalarından yararlanmakta olup, bu oran sürekli olarak artış göstermektedir. Özel olarak, S7 (Bilgi ve iletişim) sektöründe bu oran en yüksek düzeydedir. S3 (İnşaat) bu faktör için oranın en düşük olduğu sektördür.

F29: Girişimde Kurumsal Kaynak Planlaması (ERP) yazılımı kullanılması:

Bu soru 2016 ve 2018 yıllarında sorulmamıştır. Bu sorunun cevabı evet ya da hayır şeklindedir. Bu faktörün değeri evet cevabını veren firmalar için 1, hayır cevabını veren firmalar için 0 olarak alınmıştır. Her sektör için kurumsal kaynak planlaması (ERP) yazılımı kullanan firma oranlarının yıllara göre değişimi Şekil 18’de verilmiştir. Genel olarak, tüm sektörler için firmaların %50’den azı ERP yazılımı kullanmaktadır. Özel olarak, S1 (İmalat sanayi) sektöründe bu oran en yüksek düzeydedir. S3 (İnşaat) bu faktör için oranın en düşük olduğu sektördür.



Şekil 17. F27: Girişimin sosyal medya uygulamalarını kullanması.

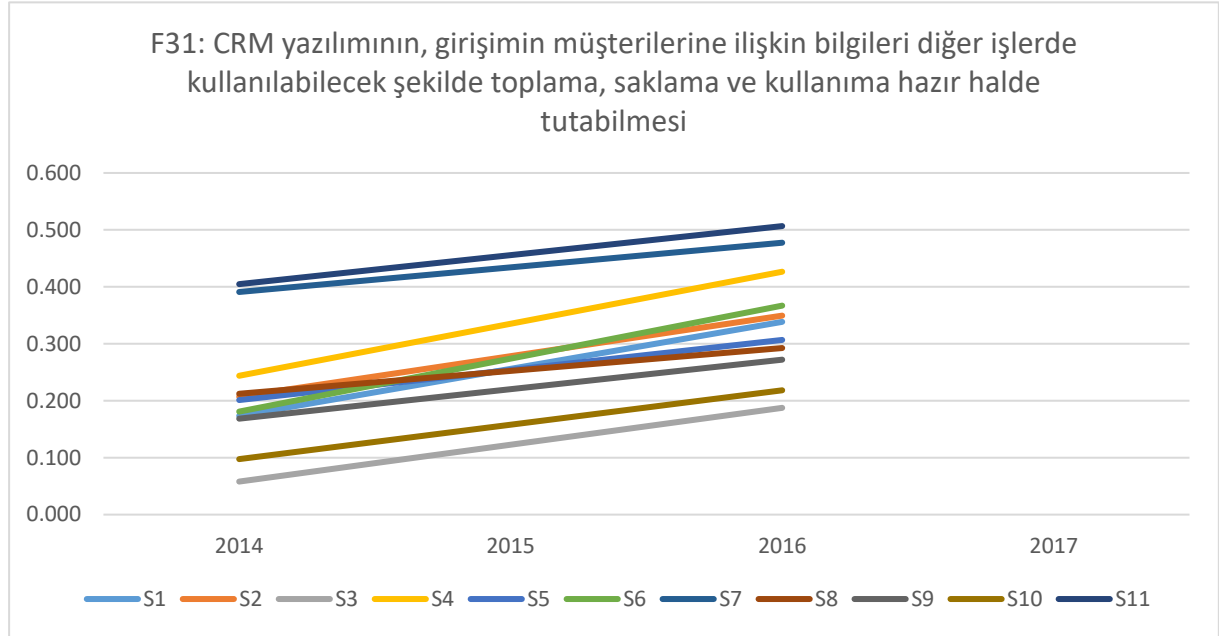


Şekil 18. F29: Girişimde Kurumsal Kaynak Planlaması (ERP) yazılımı kullanılması.

F31: CRM yazılımının, girişimin müşterilerine ilişkin bilgileri diğer işlerde kullanılabilir şekilde toplama, saklama ve kullanıma hazır halde tutabilmesi

Bu soru 2016 ve 2018 yıllarında sorulmamıştır. Bu sorunun cevabı evet ya da hayır şeklindedir. Bu faktörün değeri evet cevabını veren firmalar için 1, hayır cevabını veren firmalar için 0 olarak alınmıştır. Her sektör için CRM yazılımının, girişimin müşterilerine ilişkin bilgileri diğer işlerde kullanılabilir şekilde toplama, saklama ve kullanıma hazır halde tutabilen firma oranlarının yıllara göre değişimi Şekil 19'da verilmiştir. Genel olarak, tüm sektörler için firmaların %50'den

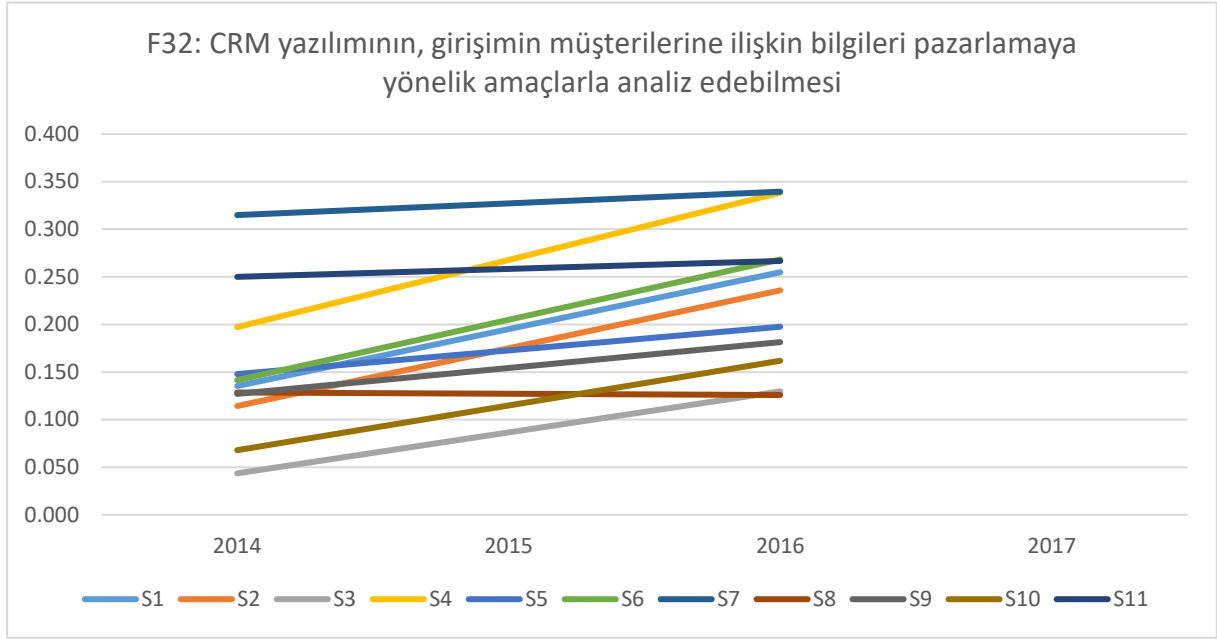
azı CRM yazılımını kullanmaktadır. Genel olarak tüm sektörlerde CRM yazılımlarının girişimin müşterilerine ilişkin bilgileri diğer işlerde kullanılabilir şekilde toplama, saklama ve kullanıma hazır halde tutabilmesi konusuna verilen önemin artış eğiliminde olduğu gözlenmektedir. Özel olarak, S7 (Bilgi ve iletişim) ve S11 (Bilgisayarların ve iletişim araç ve gereçlerinin onarımı) sektörlerinde bu oran en yüksek düzeydedir. S3 (İnşaat) bu faktör için oranın en düşük olduğu sektördür.



Şekil 19. F31: CRM yazılımının, girişimin müşterilerine ilişkin bilgileri diğer işlerde kullanılabilir şekilde toplama, saklama ve kullanıma hazır halde tutabilmesi.

F32: CRM yazılımının, girişimin müşterilerine ilişkin bilgileri pazarlamaya yönelik amaçlarla analiz edebilmesi

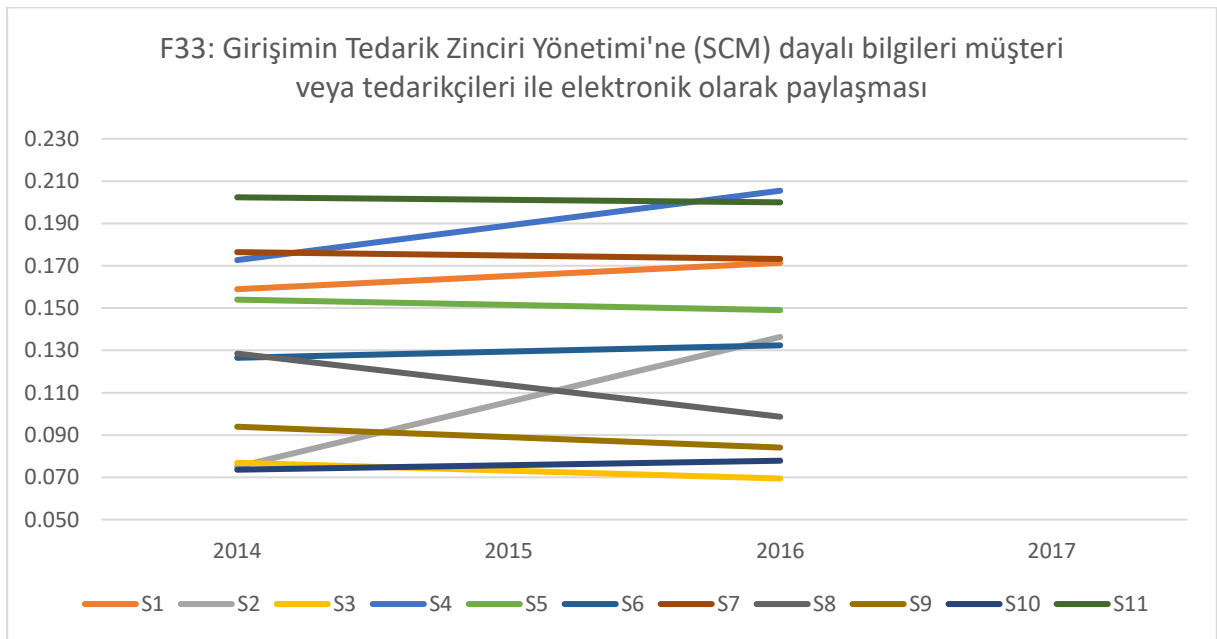
Bu soru 2016 ve 2018 yıllarında sorulmamıştır. Bu sorunun cevabı evet ya da hayır şeklindedir. Bu faktörün değeri evet cevabını veren firmalar için 1, hayır cevabını veren firmalar için 0 olarak alınmıştır. Her sektör için CRM yazılımlarının girişimin müşterilerine ilişkin bilgileri pazarlamaya yönelik amaçlarla analiz edebilen firma oranlarının yıllara göre değişimi Şekil 20'de verilmiştir. Genel olarak, tüm sektörler için firmaların %30'den azı CRM yazılımını bu şekilde kullanmaktadır. Genel olarak tüm sektörlerde CRM yazılımlarının girişimin müşterilerine ilişkin bilgileri pazarlamaya yönelik amaçlarla kullanılmasının artış eğiliminde olduğu gözlenmektedir. Özel olarak, S4 (Toptan ve perakende ticaret; motorlu kara taşıtlarının ve motosikletlerin onarımı), S7 (Bilgi ve iletişim) ve S11 (Bilgisayarların ve iletişim araç ve gereçlerinin onarımı) sektörlerinde bu oran en yüksek düzeydedir. S3 (İnşaat) bu faktör için oranın en düşük olduğu sektördür.



Şekil 20. F32: CRM yazılımının, girişimin müşterilerine ilişkin bilgileri pazarlamaya yönelik amaçlarla analiz edebilmesi.

F33: Girişimin Tedarik Zinciri Yönetimi'ne (SCM) dayalı bilgileri müşteri veya tedarikçileri ile elektronik olarak paylaşması:

Bu soru 2016 ve 2018 yıllarında sorulmamıştır. Sorunun cevabı evet ya da hayır şeklindedir. Bu faktörün değeri evet cevabını veren firmalar için 1, hayır cevabını veren firmalar için 0 olarak alınmıştır. Her sektör için,

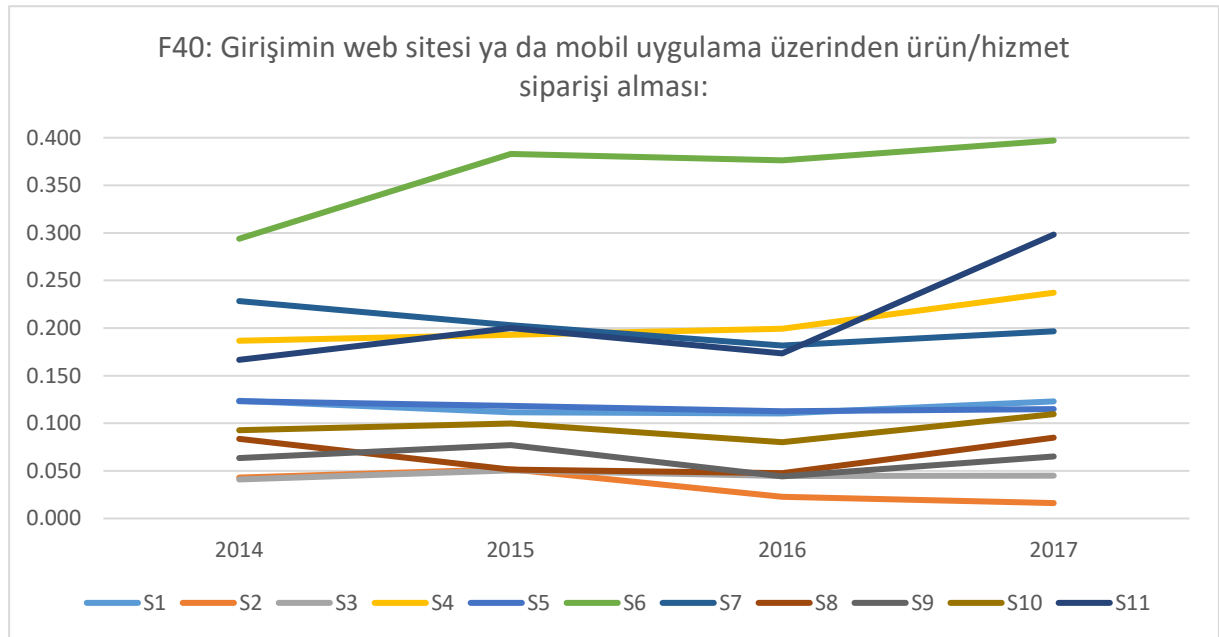


Şekil 21. F33: Girişimin Tedarik Zinciri Yönetimi'ne (SCM) dayalı bilgileri müşteri veya tedarikçileri ile elektronik olarak paylaşması.

Tedarik Zinciri Yönetimi'ne (SCM) dayalı bilgileri müşteri veya tedarikçileri ile elektronik olarak paylaşan firmaların oranlarının yıllara göre değişimi Şekil 21'de verilmiştir. Genel olarak, tüm sektörler için firmaların %20'den azı Tedarik Zinciri Yönetimi'ne dayalı bilgileri elektronik olarak paylaşmaktadır. Sektörlerin çoğunda yıllar içinde önemli ölçüde değişiklik gözlemlenmemiştir. Fakat, özellikle S4 (Toptan ve perakende ticaret; motorlu kara taşıtlarının ve motosikletlerin onarımı) ve S2 (Elektrik, gaz, buhar ve havalandırma sistemi üretim ve dağıtım ve su temini; kanalizasyon, atık yönetimi ve iyileştirme faaliyetleri) sektörlerinde bir artış eğilimi olduğu söylenebilir.

F40: Girişimin web sitesi ya da mobil uygulama üzerinden ürün/hizmet siparişi alması:

Bu sorunun cevabı evet ya da hayır şeklindedir. Bu faktörün değeri evet cevabını veren firmalar için 1, hayır cevabını veren firmalar için 0 olarak alınmıştır. Her sektör için Girişimin web sitesi ya da mobil uygulama üzerinden ürün/hizmet siparişi alabilen firma oranlarının yıllara göre değişimi Şekil 22'de verilmiştir. Genel olarak, tüm sektörler için firmaların %40'dan azı web sitesi ya da mobil uygulama üzerinden ürün/hizmet siparişi almaktadır. 2018 yılı verilerine göre S2 (Elektrik, gaz, buhar ve havalandırma sistemi üretim ve dağıtım ve su temini; kanalizasyon, atık yönetimi ve iyileştirme faaliyetleri) sektöründe bu oran azalmaktadır ve en düşük orana sahip sektör olarak gözlemlenmektedir. S3 (İnşaat) sektöründe oran sabit kalmakta olup en düşük orana sahip ikinci sektör olmaktadır. Diğer sektörlerde artış gözlemlenmektedir. Özel olarak, S6 (Konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyetleri), sektöründe bu oran en yüksek düzeydedir ve bunu S11 (Bilgisayarların ve iletişim araç ve gereçlerinin onarımı) sektörü takip etmektedir.

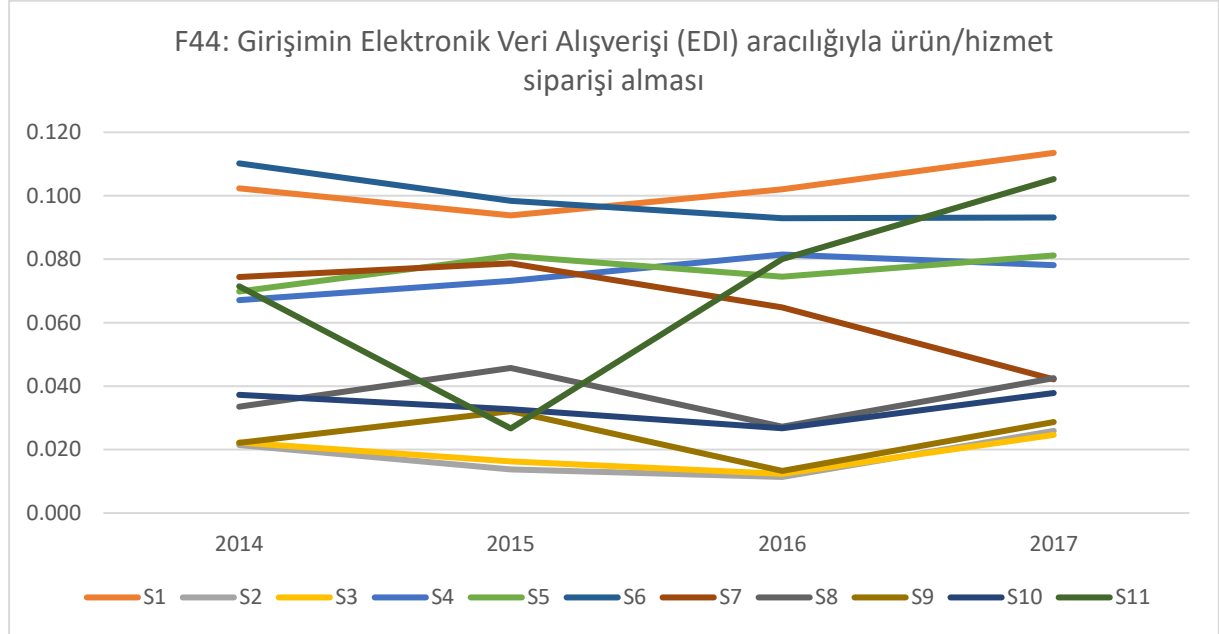


Şekil 22. F40: Girişimin web sitesi ya da mobil uygulama üzerinden ürün/hizmet siparişi alması.

F44: Girişimin Elektronik Veri Alışverişi (EDI) aracılığıyla ürün/hizmet siparişi alması:

Bu sorunun cevabı evet ya da hayır şeklindedir. Bu faktörün değeri evet cevabını veren firmalar için 1, hayır cevabını veren firmalar için 0 olarak alınmıştır. Her sektör için, Elektronik Veri alışverişi (EDI) aracılığıyla ürün/hizmet siparişi alan firmaların oranı Şekil 23'de verilmiştir. Genel olarak, tüm sektörler için firmaların %12'den azı EDI standardı ile ürün/hizmet siparişi almaktadır. En yüksek oran, S1 (İmalat sanayi) sektöründe gözlemlenmektedir. 2017 yılında S4

(Toptan ve perakende ticaret; Motorlu kara taşıtlarının ve motosikletlerin onarımı) ve S7 (Bilgi ve İletişim) sektörlerinin oranlarında azalma meydana geldiği gözlemlenirken, S6 (Konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyetleri) sektörünün oranı sabit kalmıştır. Diğer sektörlerde artış meydana gelmiştir. S2 (Elektrik, gaz, buhar ve havalandırma sistemi üretim ve dağıtım ve su temini; kanalizasyon, atık yönetimi ve iyileştirme faaliyetleri) ve S3 (İnşaat) sektörleri en düşük orana sahip sektörlerdir. S11 (Bilgisayarların ve iletişim araç ve gereçlerinin onarımı) ise ikinci en yüksek orana sahip sektör olmaktadır.



Şekil 23. F44: Girişimin Elektronik Veri Alışverişi (EDI) aracılığıyla ürün/hizmet siparişi alması.

6 Faktörlerin Gruplanması

Kullanılmasına karar verilen faktörlerin niteliklerine bakıldığında aşağıdaki şekilde, altı ölçüt altında gruplanabileceği görülmektedir.

Çalışanlar:

F1: Girişimin bilişim (ICT/IT) uzmanı istihdam ediyor olması

F2: Çalışanlara bilişim teknolojileri ile ilgili eğitim verilmesi

İnternet Altyapısı:

F10: Girişimin internet erişiminin olması

F13: Girişimin abone olduğu bağlantı hızı

E-Devlet:

F22: Girişimin, kamu kurum/kuruluşlarının web sayfalarından bilgi alması

F23: Girişimin, kamu kurum/kuruluşlarının web sayfasından form alması/indirmesi

F24: Girişimin, web üzerinden resmi formları doldurması

F25: Girişimin, web üzerinden KDV beyannamesi

F26: Girişimin, web üzerinden SGK beyanları

Sosyal Medya:

F21: Girişimin web sayfasında sosyal medya hesaplarına link bulunması

F27: Girişimin hangi sosyal medya uygulamalarını kullandığı

Bilgi Paylaşımı:

- F29: Girişimde Kurumsal Kaynak Planlaması (ERP) yazılımı kullanılması
- F31: CRM yazılımının, girişimin müşterilerine ilişkin bilgileri diğer işlerde kullanılacak şekilde toplama, saklama ve kullanıma hazır halde tutabilmesi
- F32: CRM yazılımının, girişimin müşterilerine ilişkin bilgileri pazarlamaya yönelik amaçlarla analiz edebilmesi
- F33: Girişimin Tedarik Zinciri Yönetimi'ne (SCM) dayalı bilgileri müşteri veya tedarikçileri ile elektronik olarak paylaşması

E-Ticaret:

- F15: Girişimin aktif olarak kullanılan bir web sayfası olması
- F16: Girişimin web sayfasında, ürün/hizmetler hakkında bilgi ve fiyat listesi bulunması
- F17: Girişimin web sayfasında, çevrimiçi (online) sipariş, rezervasyon ya da kayıt bulunması
- F18: Girişimin web sayfasında, online ürün ve hizmetlerin siteyi ziyaret eden müşterilerin arzusuna göre tasarlanması ya da kişiselleştirilmesi
- F19: Girişimin web sayfasında online sipariş takibi bulunması
- F20: Düzenli/Sürekli ziyaretçiler için girişimin web sayfasının içeriğinin kişiselleştirilmesi
- F40: Girişimin web sitesi ya da mobil uygulama üzerinden ürün/hizmet siparişi alması
- F44: Girişimin Elektronik Veri Alışverişi (EDI) aracılığıyla ürün/hizmet siparişi alması

Dolayısıyla, bu yeni düzenleme ile bir firmanın BTFS değerini hesaplamak için 48 yerine sadece 23 sorunun cevabına gerek duyulmaktadır.

BTFS formülünde diğer bir iyileştirme ise yıldan yıla değişebilen soru ağırlıkları yerine ölçüt ağırlıklarının kullanılmasıdır. Yukarıda verilen altı ölçütün ağırlık değerleri ilgili soruların ağırlıklarının ortalaması olarak hesaplanmıştır. Her sektör için belirlenen ölçüt ağırlıkları Tablo 6'da verilmiştir. Firmaların bu faktörlere karşı düşen sorulara verebileceği alternatif cevaplar ve her cevabın değeri Ek-8'de gösterilmiştir. Bu değerler 0 ile 1 arasındadır. En yüksek değer olan 1 değeri firmanın ilgili faktörde olabilecek en üst düzeyde dijitalleştiğini, 0 değeri ise hiç dijitalleşmediğini göstermektedir.

Bir firmanın genel skorunu hesaplamadan önce, her ölçüt için ayrı ayrı birer skor belirlemek mümkün olmaktadır. Böylece bir firma, hangi ölçütlerde iyi durumda olduğunu ve hangi ölçütlerde daha da iyileşebileceğini görebilmektedir. Bir firmanın bir ölçütteki skor değeri o ölçütteki sorulara verdiği cevapların ağırlıklı ortalaması olarak hesaplanır.

Her ölçüt için, ilgili soruların ağırlıkları toplamı %100 olacak şekilde normalize edilmiştir. Normalize ağırlıklar Tablo 7'de gösterilmiştir. Örneğin, S1 sektörü için Çalışanlar ölçütünde bulunan F1 ve F2 faktörlerinin ağırlıkları %52 ve %48 olup toplamı %100'dür.

Son olarak bir sektör için ölçüt ağırlıkları toplamı %100 olacak şekilde normalize edilmiştir. Normalize edilmiş ölçüt ağırlıkları Tablo 8'de verilmiştir.

2017 yılı için yapılan ankette e-Devlet ve Bilgi Paylaşımı ölçütlerine ait hiçbir soru sorulmamıştır. Bu nedenle 2017 yılı için BTFS formülünde diğer dört ölçütün ağırlıkları normalize edilerek elde edilen ve Tablo 9'da gösterilen ağırlık değerleri kullanılmıştır.

Tablo 6. Sektörler için ölçüt ağırlıkları.

| | S1 | S2 | S3 | S4 | S5 | S6 | S7 | S8 | S9 | S10 | S11 |
|------------------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| 1. Çalışanlar | 4.0 | 4.3 | 4.4 | 4.6 | 4.3 | 4.1 | 4.7 | 2.7 | 3.5 | 2.8 | 4.5 |
| F1 | 4.09 | 4.67 | 4.27 | 4.75 | 3.75 | 4.00 | 4.56 | 1.67 | 3.25 | 2.33 | 4.67 |
| F2 | 3.82 | 4.00 | 4.55 | 4.50 | 4.75 | 4.25 | 4.78 | 3.67 | 3.75 | 3.33 | 4.33 |
| 2. İnternet Altyapısı | 4.5 | 4.8 | 4.6 | 4.6 | 4.6 | 5.0 | 4.8 | 4.2 | 4.9 | 4.8 | 4.8 |
| F10 | 4.73 | 5.00 | 4.82 | 4.75 | 4.75 | 5.00 | 4.89 | 4.67 | 5.00 | 5.00 | 5.00 |
| F13 | 4.27 | 4.67 | 4.45 | 4.50 | 4.50 | 5.00 | 4.78 | 3.67 | 4.75 | 4.67 | 4.67 |
| 3. e-Devlet | 3.6 | 4.0 | 3.8 | 3.5 | 3.6 | 3.2 | 3.6 | 3.1 | 2.8 | 3.9 | 3.7 |
| F22 | 3.45 | 3.67 | 3.45 | 3.75 | 3.75 | 3.00 | 2.89 | 3.33 | 2.25 | 3.67 | 3.00 |
| F23 | 3.36 | 3.83 | 3.64 | 3.67 | 3.25 | 3.25 | 2.89 | 2.67 | 2.25 | 3.50 | 3.00 |
| F24 | 3.27 | 3.67 | 3.64 | 3.50 | 3.25 | 2.75 | 3.22 | 2.67 | 3.00 | 3.83 | 3.33 |
| F25 | 3.82 | 4.50 | 4.09 | 3.50 | 3.75 | 3.50 | 4.44 | 3.33 | 3.25 | 4.33 | 4.67 |
| F26 | 3.91 | 4.50 | 4.00 | 3.25 | 4.00 | 3.50 | 4.44 | 3.33 | 3.25 | 4.33 | 4.67 |
| 4. Sosyal Medya | 3.7 | 3.0 | 3.1 | 2.9 | 3.5 | 4.3 | 4.6 | 4.2 | 2.8 | 3.9 | 3.5 |
| F21 | 3.73 | 2.83 | 3.09 | 3.00 | 3.75 | 4.50 | 4.67 | 4.33 | 2.50 | 3.83 | 3.33 |
| F27 | 3.64 | 3.17 | 3.09 | 2.75 | 3.25 | 4.00 | 4.44 | 4.00 | 3.00 | 4.00 | 3.67 |
| 5. Bilgi Paylaşımı | 4.2 | 4.1 | 4.4 | 4.5 | 4.1 | 3.9 | 4.6 | 3.8 | 3.5 | 3.0 | 4.5 |
| F29 | 4.45 | 4.33 | 4.55 | 4.50 | 4.00 | 3.50 | 4.44 | 3.33 | 3.50 | 3.33 | 4.33 |
| F31 | 4.18 | 4.17 | 4.27 | 4.50 | 4.00 | 4.50 | 5.00 | 4.33 | 3.50 | 3.00 | 4.67 |
| F32 | 4.18 | 4.17 | 4.45 | 4.50 | 4.25 | 4.50 | 4.67 | 4.67 | 3.75 | 3.00 | 4.67 |
| F33 | 4.09 | 3.83 | 4.18 | 4.50 | 4.25 | 3.00 | 4.22 | 3.00 | 3.25 | 2.50 | 4.33 |
| 6. e-Ticaret | 3.2 | 3.0 | 2.9 | 3.8 | 4.0 | 4.0 | 3.9 | 3.0 | 2.4 | 2.6 | 4.1 |
| F15 | 4.45 | 3.67 | 4.36 | 4.25 | 4.75 | 4.75 | 4.89 | 4.67 | 4.50 | 4.50 | 5.00 |
| F16 | 3.82 | 3.50 | 3.64 | 4.00 | 4.50 | 4.75 | 4.67 | 4.00 | 4.00 | 3.00 | 4.00 |
| F17 | 2.82 | 2.83 | 2.64 | 3.50 | 3.75 | 4.50 | 3.89 | 3.67 | 1.75 | 2.50 | 3.67 |
| F18 | 2.82 | 3.00 | 2.27 | 3.75 | 3.75 | 3.50 | 3.78 | 3.00 | 1.75 | 2.33 | 4.00 |
| F19 | 2.82 | 2.83 | 2.55 | 3.50 | 4.00 | 4.50 | 3.33 | 2.00 | 1.50 | 2.33 | 4.00 |
| F20 | 2.91 | 2.83 | 2.55 | 3.75 | 4.25 | 3.00 | 3.67 | 2.00 | 1.50 | 1.50 | 4.00 |
| F40 | 3.27 | 2.67 | 2.64 | 3.75 | 3.75 | 5.00 | 3.78 | 3.00 | 2.25 | 3.17 | 4.33 |
| F44 | 2.91 | 2.50 | 2.27 | 3.50 | 3.50 | 2.25 | 3.11 | 2.00 | 1.75 | 1.50 | 4.00 |

Tablo 7. Her sektör ve ölçüt için faktörlerin normalize ağırlıkları (%).

| Sektör | Çalışanlar | | İnternet Altyapısı | | E-Devlet | | | | | Sosyal Medya | | Bilgi Paylaşımı | | | | E-Ticaret | | | | | | | |
|--------|------------|----|--------------------|-----|----------|-----|-----|-----|-----|--------------|-----|-----------------|-----|-----|-----|-----------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| | F1 | F2 | F10 | F13 | F22 | F23 | F24 | F25 | F26 | F21 | F27 | F29 | F31 | F32 | F33 | F15 | F16 | F17 | F18 | F19 | F20 | F40 | F44 |
| S1 | 52 | 48 | 53 | 47 | 19 | 19 | 18 | 22 | 22 | 51 | 49 | 26 | 25 | 25 | 24 | 17 | 15 | 11 | 11 | 11 | 11 | 13 | 11 |
| S2 | 54 | 46 | 52 | 48 | 18 | 19 | 18 | 23 | 22 | 47 | 53 | 27 | 25 | 25 | 23 | 15 | 15 | 12 | 13 | 12 | 12 | 11 | 10 |
| S3 | 48 | 52 | 52 | 48 | 19 | 19 | 19 | 22 | 21 | 50 | 50 | 26 | 25 | 26 | 23 | 19 | 16 | 12 | 10 | 11 | 10 | 12 | 10 |
| S4 | 51 | 49 | 51 | 49 | 21 | 21 | 20 | 20 | 18 | 52 | 48 | 26 | 25 | 25 | 24 | 14 | 13 | 12 | 12 | 12 | 12 | 13 | 12 |
| S5 | 44 | 56 | 51 | 49 | 21 | 18 | 18 | 21 | 22 | 54 | 46 | 24 | 24 | 26 | 26 | 15 | 14 | 12 | 11 | 12 | 13 | 12 | 11 |
| S6 | 48 | 52 | 50 | 50 | 19 | 20 | 17 | 22 | 22 | 53 | 47 | 23 | 29 | 29 | 19 | 15 | 15 | 14 | 11 | 14 | 8 | 16 | 7 |
| S7 | 49 | 51 | 51 | 49 | 16 | 16 | 18 | 25 | 25 | 51 | 49 | 25 | 28 | 26 | 21 | 16 | 15 | 13 | 12 | 11 | 12 | 11 | 10 |
| S8 | 31 | 69 | 56 | 44 | 22 | 17 | 17 | 22 | 22 | 52 | 48 | 22 | 29 | 31 | 18 | 19 | 17 | 15 | 12 | 8 | 8 | 13 | 8 |
| S9 | 46 | 54 | 51 | 49 | 17 | 16 | 21 | 23 | 23 | 45 | 55 | 25 | 25 | 27 | 23 | 24 | 21 | 9 | 9 | 8 | 8 | 12 | 9 |
| S10 | 41 | 59 | 52 | 48 | 19 | 18 | 19 | 22 | 22 | 49 | 51 | 28 | 26 | 25 | 21 | 22 | 15 | 12 | 11 | 11 | 7 | 15 | 7 |
| S11 | 52 | 48 | 52 | 48 | 16 | 16 | 18 | 25 | 25 | 48 | 52 | 25 | 26 | 26 | 23 | 16 | 12 | 11 | 12 | 12 | 12 | 13 | 12 |

Tablo 8. Sektörler için normalize ölçüt ağırlıkları (N_k) (%) (2014-2016 yılları arası).

| Sektör | $k=1$ Çalışanlar | $k=2$ İnternet Altyapısı | $k=3$ e-Devlet | $k=4$ Sosyal Medya | $k=5$ Bilgi Paylaşımı | $k=6$ e-Ticaret |
|--------|---------------------|-----------------------------|-------------------|-----------------------|--------------------------|--------------------|
| S1 | 17 | 20 | 15 | 16 | 18 | 14 |
| S2 | 18 | 21 | 17 | 13 | 18 | 13 |
| S3 | 19 | 20 | 17 | 12 | 19 | 12 |
| S4 | 19 | 19 | 15 | 12 | 19 | 16 |
| S5 | 18 | 19 | 15 | 14 | 17 | 17 |
| S6 | 17 | 20 | 13 | 17 | 16 | 17 |
| S7 | 18 | 19 | 14 | 17 | 17 | 15 |
| S8 | 13 | 20 | 15 | 20 | 18 | 14 |
| S9 | 18 | 25 | 13 | 14 | 18 | 12 |
| S10 | 13 | 23 | 19 | 18 | 14 | 13 |
| S11 | 18 | 20 | 15 | 14 | 17 | 16 |

Tablo 9. Sektörler için normalize ölçüt ağırlıkları (N_k) (%) (2017 yılı).

| Sektör | $k=1$ Çalışanlar | $k=2$ İnternet Altyapısı | $k=4$ Sosyal Medya | $k=6$ e-Ticaret |
|--------|---------------------|-----------------------------|-----------------------|--------------------|
| S1 | 26 | 29 | 24 | 21 |
| S2 | 29 | 32 | 19 | 20 |
| S3 | 29 | 31 | 21 | 19 |
| S4 | 29 | 29 | 18 | 24 |
| S5 | 26 | 28 | 21 | 25 |
| S6 | 26 | 27 | 25 | 23 |
| S7 | 18 | 19 | 25 | 22 |
| S8 | 19 | 30 | 31 | 22 |
| S9 | 26 | 36 | 20 | 18 |
| S10 | 20 | 34 | 28 | 18 |
| S11 | 27 | 29 | 20 | 24 |

7 Skor Fonksiyonu

Normalize edilmiş ölçüt ağırlıkları ile *BTFS* fonksiyonu aşağıdaki şekilde belirlenir:

$$BTFS = \sum_{k=1}^6 A_k s_k$$

Burada A_k değerleri firmanın sektöründe k ölçütü için belirlenmiş normalize ağırlık olup değeri Tablo 8'den alınmaktadır. Formüldeki s_k değeri ise firmanın k ölçütüne ait skor değeri olup, bu ölçüte ait sorulara verdiği yanıtların ağırlıklı ortalaması olarak aşağıdaki şekilde hesaplanır:

$$s_k = \frac{\sum_i a'_i \cdot f_i}{\sum_i a'_i}$$
$$a'_i = \begin{cases} a_i & f_i \text{ değeri biliniyor ise} \\ 0 & \text{aksi halde.} \end{cases}$$

Burada a_i değeri firmanın içinde bulunduğu sektör için i 'inci faktörün ağırlığı olup Tablo 7'den alınmaktadır; f_i ise i 'inci faktörün ölçülen değeridir.

Firmaların bu şekilde tanımlanan *BTFS* formülünü kullanarak kendi skor değerlerini belirleyebilmeleri için bir web sitesi hazırlanmıştır. Web sitesinin adresi şöyledir: <http://btf.bilkent.edu.tr/BTFS/>. Kullanıcılar firmanın bulunduğu sektör ve 23 faktör için değerleri girdiklerinde her ölçüt için dijitalleşme değeri ile birlikte firmanın *BTFS* değerini öğrenebilmektedirler.

Bu şekilde belirlenmiş olan *BTFS* fonksiyonu, güncel teknolojiler yerine genel ölçüt değerlerine bağlı olduğu için ikinci bölümde belirlenen tüm şartları sağlamaktadır.

Örnek:

Bir firma için *BTFS* değerinin hesaplanmasını bir örnek ile açıklayalım:

Firma imalat sektöründe (S1) bir firma olsun.

Ölçüt 1: Çalışanlar

Firma "Girişiminiz bilişim (ICT/IT) uzmanı istihdam ediyor mu?" sorusuna "Evet" cevabını vermiş olsun. Bu durumda F1 faktörünün değeri 1 olacaktır³. "Girişimizde Çalışanlara bilişim teknolojileri ile ilgili eğitim veriliyor mu?" sorusunda da "Hayır" yanıtını vermiş ise F2 faktörünün değeri 0 olacaktır. Tablo 7'ye göre İmalat sektörü için F1 faktörünün ağırlığı %52 ve F2 faktörünün ağırlığı %48 olduğundan bu firmanın Çalışanlar ölçütünde dijitalleşme değeri $1 \times \%52 + 0 \times \%48 = \%52$ olacaktır.

Ölçüt 2: İnternet Altyapısı

Firma "Girişiminizin İnternet erişimi var mı?" sorusuna "Evet" cevabını vermiş olsun. Bu durumda F10 faktörünün değeri 1 olacaktır. Firma "Girişiminizin abone olduğu en yüksek bağlantı hızı nedir?" sorusuna "30-99 Mbit/s" cevabını seçmiş olsun. Bu durumda F13 faktörünün değeri 0.8 olacaktır. İmalat sektörü için F10 faktörünün ağırlığı %53 ve F13 faktörünün ağırlığı %47 olduğundan bu firmanın İnternet Altyapısı ölçütünde dijitalleşme değeri $1 \times \%53 + 0.8 \times \%47 = \%90,6$ olarak hesaplanmış olacaktır.

Ölçüt 3: E- Devlet

Firma "Girişiminiz geçtiğimiz yıl kamu kurum/kuruluşlarının web sayfalarından bilgi aldı/indirdi mi?" sorusuna "Hayır" cevabı verilmiş olsun. Bu durumda F22 faktörünün değeri 0 olacaktır.

³ Yanıtların değerleri için Ek-8'e bakınız.

Firma “Girişiminiz geçtiğimiz yıl kamu kurum/kuruluşlarının web sayfasından form (Adres Beyan Formu, SGK bildirim formları, vb) aldı/indirdi mi?” sorusuna “Evet” cevabını seçmiş olsun. Bu durumda F23 faktörünün değeri 1 olacaktır. “Girişiminiz geçtiğimiz yıl web üzerinden resmi formlar (TUİK anketleri vb) doldurdu mu?” sorusuna “Evet” cevabı verilmiş olsun. Bu durumda F24 faktörünün değeri 1 olacaktır. “Girişiminiz geçtiğimiz yıl web üzerinden KDV beyannamesi verdi mi? Ödeme gerektiyse ödemeyi de elektronik olarak yaptı mı?” sorusuna girişim “Evet” cevabını verirse F25 faktörünü değeri 1 olacaktır. “Girişiminiz geçtiğimiz yıl web üzerinden SGK beyanları verdi mi? Ödeme gerektiyse ödemeyi de elektronik olarak yaptı mı?” sorusunu “Evet” olarak cevaplamış olsun. Bu durumda da F26 faktörünün değeri 1 olacaktır. İmalat sektörü için F22 faktörünün ağırlığı %19, F23 faktörünün ağırlığı %19, F24 faktörünün ağırlığı %18, F25 faktörünün ağırlığı %22 ve F26 faktörünün ağırlığı %22 olduğundan, bu firmanın E-Devlet ölçütünde dijitalleşme değeri $0 \times \%19 + 1 \times \%19 + 1 \times \%18 + 1 \times \%22 + 1 \times \%22 = \%81$ olacaktır.

Ölçüt 4: Sosyal Medya

Firma “Web sayfasında girişiminizin sosyal medya hesaplarına link bulunuyor mu?” sorusuna “Hayır” cevabını vermiş olsun. Bu durumda F21 faktörünün değeri 0 olacaktır. Firma “Girişiminiz Facebook, LinkedIn gibi sosyal ağlar, bloglar ve twitter gibi mikrobloglar, Youtube, Instagram, Flickr gibi multimedya paylaşım siteleri ya da Wiki bazlı bilgi paylaşım siteleri gibi sosyal medya uygulamalarından herhangi birini kullanıyor mu?” sorusuna “Evet” cevabını seçtiği durumda F27 faktörünün değeri 1 olacaktır. İmalat sektörü için F21 faktörünün ağırlığı %51 ve F27 faktörünün ağırlığı %49 olduğundan bu firma için Sosyal Medya ölçütünde dijitalleşme oranı $0 \times \%51 + 1 \times \%49 = \%49$ olacaktır.

Ölçüt 5: Bilgi Paylaşımı

Firma, “Girişiminizde Kurumsal Kaynak Planlaması (ERP) yazılımı kullanılıyor mu?” sorusuna “Evet” cevabını vermiş olsun. Bu durumda F29 faktörünün değeri 1 olacaktır. Firma “Girişiminizin Müşteri İlişkileri Yönetimi (CRM) yazılımı, müşterilerinize ilişkin bilgileri diğer işlerinizde kullanabilecek şekilde toplama, saklama ve kullanma hazır halde tutabiliyor mu?” sorusuna “Evet” cevabını vermiş olsun. Bu durumda F31 faktörünün değeri 1 olacaktır. “Girişiminizin Müşteri İlişkileri Yönetimi (CRM) yazılımı, müşterilerinize ilişkin bilgileri pazarlamaya yönelik amaçlarla analiz edebiliyor mu?” sorusuna ise “Hayır” cevabını seçmiş olsun. Böylece F32 faktörünün değeri 0 olacaktır. “Girişiminiz Tedarik Zinciri Yönetimi’ne (SCM) dayalı bilgileri müşteri veya tedarikçileri ile elektronik olarak paylaşıyor mu?” sorusuna “Hayır” cevabını seçmiş olsun. Dolayısıyla F33 faktörünün değeri 0 olacaktır. İmalat sektörü için F29 faktörünün ağırlığı %26, F31 faktörünün ağırlığı %25, F32 faktörünün ağırlığı %25, ve F33 faktörünün ağırlığı %24 olduğundan bu firma için Bilgi Paylaşımı ölçütü için dijitalleşme oranı $1 \times \%26 + 1 \times \%25 + 0 \times \%25 + 0 \times \%24 = \%51$ olacaktır.

Ölçüt 6: E-Ticaret

Firma, “Girişiminizin aktif olarak kullanılan bir web sayfası var mı?” sorusuna “Evet” cevabını vermiş olsun. Bu durumda F15 faktörünün değeri 1 olacaktır. Firma “Girişiminizin web sayfasında ürün/hizmetler hakkında bilgi ve fiyat listesi var mı?” sorusuna “Evet” cevabını verdiğinde F16 faktörünün değeri 1 olacaktır. “Girişiminizin web sayfasından çevrimiçi (online) sipariş, rezervasyon ya da kayıt alınabiliyor mu? sorusuna “Hayır” cevabını vermiş olsun. Böylece F17 faktörünün değeri 0 olacaktır. “Girişiminizin web sayfasında online ürün ve hizmetlerinizin siteyi ziyaret eden müşterilerin arzusuna göre tasarlanması ya da kişiselleştirilmesi mevcut mu?” sorusuna girişim “Hayır” cevabını verirse F18 faktörünü değeri 0 olacaktır. “Girişiminizin web sayfası üzerinden online sipariş takibi yapılıyor mu?” sorusunu “Hayır” olarak cevaplamış olsun. Bu durumda da F19 faktörünün değeri 0 olacaktır. “Girişiminizin web sayfasında düzenli/sürekli ziyaretçileriniz için web sayfanızın içeriği kişiselleştirilebiliyor mu?” sorusuna firma “Hayır” cevabını vermiş olsun. Bu durumda F20 faktörünün değeri 0 olacaktır. Son olarak, “Girişiminiz geçtiğimiz yıl web siteniz ya da mobil uygulamanız üzerinden ürün/hizmet siparişi aldı mı?” sorusunu da “Hayır” olarak cevaplamış olsun. Böylece F40 değeri 0 olacaktır. “Girişiminiz Elektronik Veri Alışverişi (EDI) aracılığıyla ürün/hizmet siparişi alıyor mu?” sorusuna firma

“Hayır” cevabını verilmiş olsun. Bu durumda F44 değeri 0 olacaktır. İmalat sektörü için F15 faktörünün ağırlığı %17, F16 faktörünün ağırlığı %15, F17 faktörünün ağırlığı %11, F18 faktörünün ağırlığı %11, F19 faktörünün ağırlığı %11, F20 faktörünün ağırlığı %11, F40 faktörünün ağırlığı %13 ve F44 faktörünün ağırlığı %11 olduğundan bu firma için E-Ticaret ölçütünde dijitalleşme düzeyi $1 \times \%17 + 1 \times \%15 + 0 \times \%11 + 0 \times \%11 + 0 \times \%11 + 0 \times \%11 + 0 \times \%11 + 0 \times \%13 + 0 \times \%11 = \%32$ olacaktır.

Sonuç olarak imalat sektöründe yer alan bu firmanın Bilişim Teknolojilerinden Faydalanma Skorunu, Tablo 8’de yer alan sektörler için normalize kategori ağırlık değerlerini kullanarak şöyle hesaplayabiliriz:

$$\begin{aligned} \text{BTFS} &= \%52 \times \%17 + \\ &\%90,6 \times \%20 + \\ &\%81 \times 15 + \\ &\%49 \times \%16 + \\ &\%51 \times \%18 + \\ &\%32 \times \%14 \\ &= \%60,61. \end{aligned}$$

Bu değerler <http://btf.bilkent.edu.tr/BTFS> adresindeki programa girildiğinde, sonuçlar kusuratsız olarak verildiği için, firmanın BTFS değeri %61 olarak görülecektir.

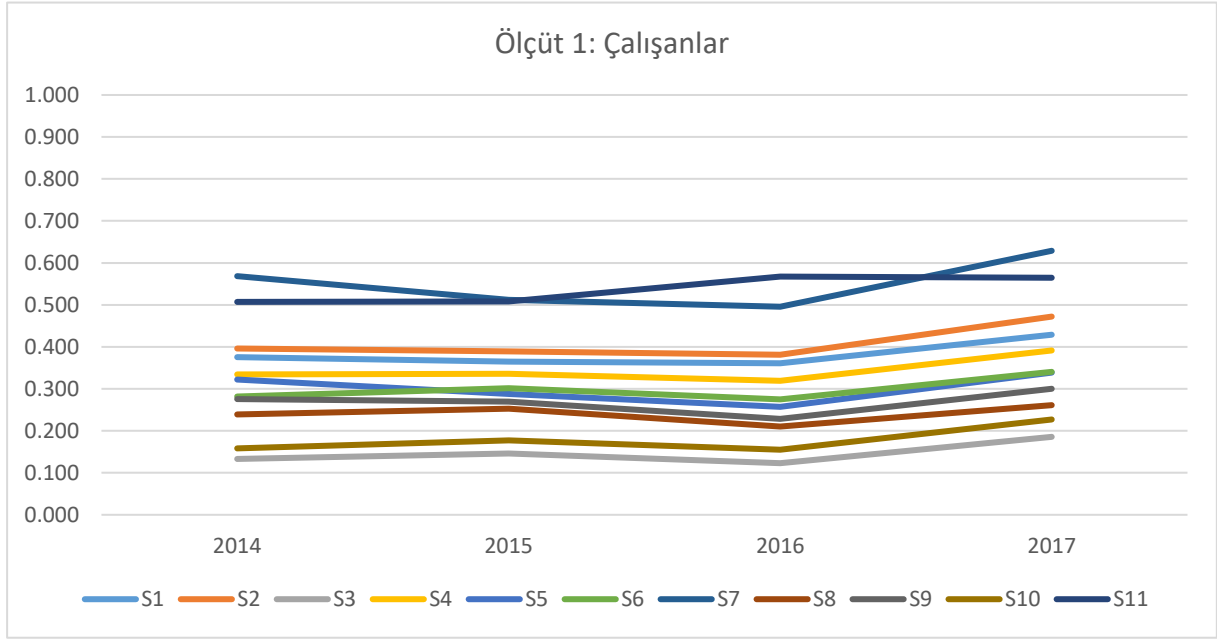
Örnek firma için ölçütler arasında en düşük değer E-Ticaret konusunda olmuştur. Söz konusu firma, örneğin web sayfası üzerinden sipariş takibi yapılabilmesiyle (F19), BTFS skorunu yükseltebilir. Örneğin, müşterinin siparişinin üretimin hangi aşamada olduğunu veya sevkiyat durumunu izlemesine olanak sağlanabilir. Buna ek olarak müşterilerin web sitesi üzerinden sipariş vermesine olanak sağlanmasıyla (F40) BTFS skorunu yükseltmesi mümkündür.

8 Sektörlerin BTFS Ölçütlerine göre Analizi

Bu bölümde TÜİK çalışmasında incelenen 11 sektörün BTFS formülünde kullanılan altı ölçüt bazında değerlendirilmesi yapılacaktır. Her ölçüt için verilen değer sektördeki firmaların o ölçüte ait faktörden aldıkları değerlerin ağırlıklı ortalamaları olarak hesaplanmaktadır. Faktörlerin ağırlık değerleri Tablo 7’den alınmaktadır.

Ölçüt 1: Çalışanlar

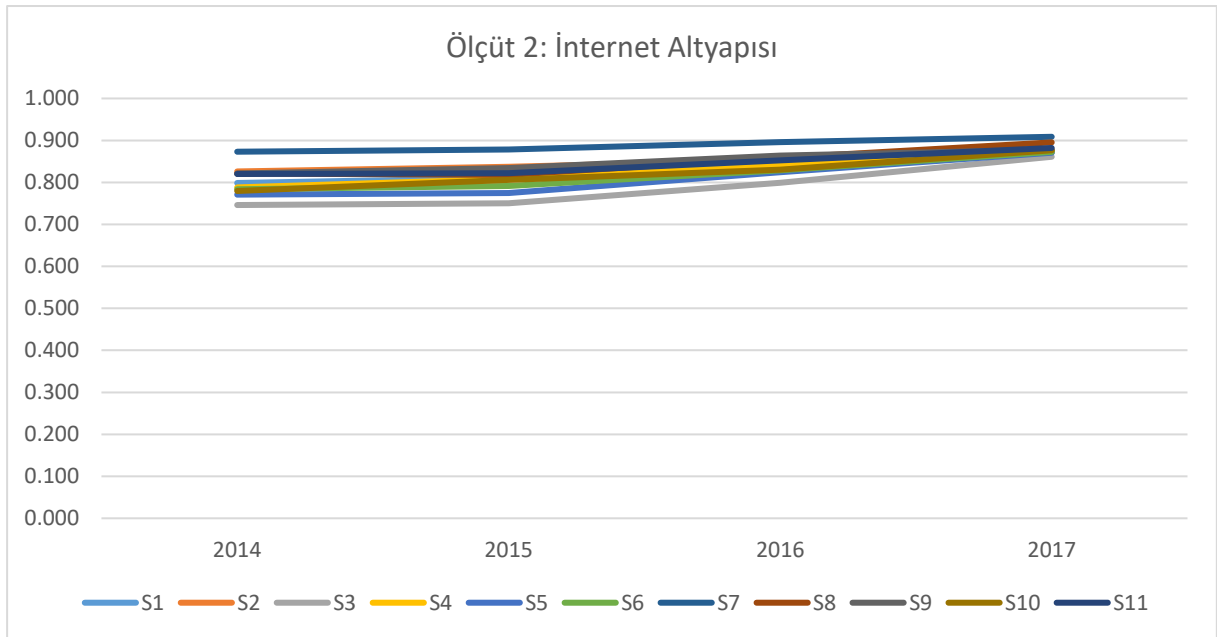
Ölçüt 1’e göre sektörlerin durumu Şekil 24’de gösterilmiştir. Çalışanların dijitalleşmesi ölçütünde incelendiğinde S7 (Bilgi ve iletişim) ve S11 (Bilgisayarların ve iletişim araç ve gereçlerinin onarımı) sektörlerindeki firmaların en üst düzeyde olduğu görülmektedir. 2017 yılında S11 (Bilgisayarların ve iletişim araç ve gereçlerinin onarımı) sektörünün oranında küçük bir düşüş meydana gelmesiyle, S7 (Bilgi ve iletişim) sektörü en yüksek orana sahip olmuştur. Bu durum sektörün doğası gereği hem çalışanların önemli bir bölümünün bilişim uzmanı olması hem de çalışanların güncel teknolojik gelişmeleri takip etmeleri gereği ile açıklanabilir. Diğer taraftan S3 (İnşaat) ve S10 (İdari ve destek hizmet faaliyetleri) sektörlerinde çalışanların dijitalleşmesi en düşük düzeydedir.



Şekil 24. Ölçüt 1 (Çalışanlar) açısından sektörlerin durumu.

Ölçüt 2: İnternet Altyapısı

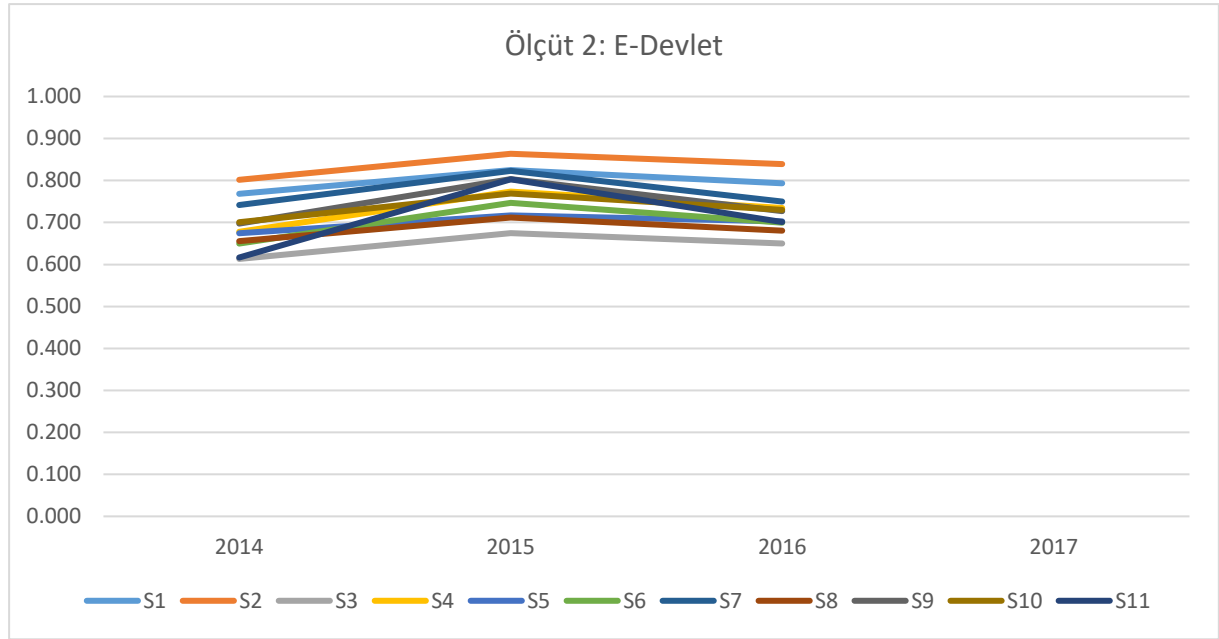
Ölçüt 2'ye göre sektörlerin durumu Şekil 25'de gösterilmiştir. İnternet altyapısı ölçütünde incelendiğinde, sektörler arasında önemli bir fark olmadığı ve tüm sektörlerde, özellikle son yıllarda, İnternet Altyapısı ölçütünde dijitalleşmenin %80-90 bandında gerçekleştiği görülmektedir. 2017 yılında bütün sektörlerde artış yaşanmıştır. Özel olarak S7 (Bilgi ve iletişim) sektörünün en önde, S3 (İnşaat) sektörünün ise diğer sektörlerin gerisinde kaldığı söylenebilir.



Şekil 25. Ölçüt 2 (İnternet Altyapısı) açısından sektörlerin durumu.

Ölçüt 3: E-Devlet

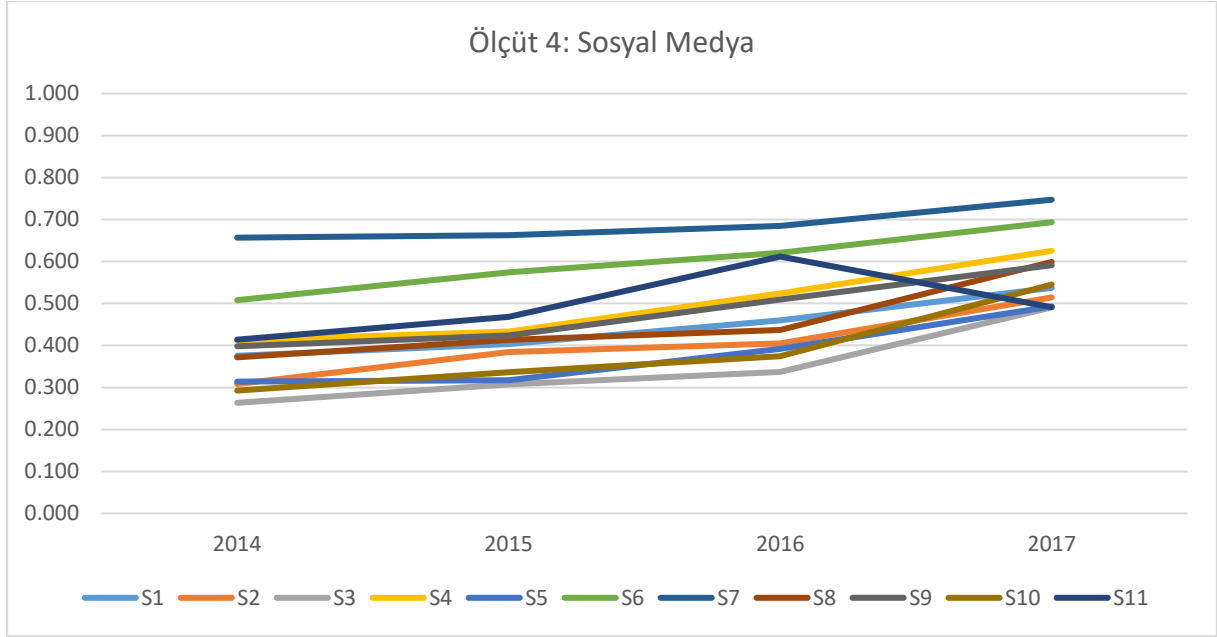
Ölçüt 3'e göre sektörlerin durumu Şekil 26'de gösterilmiştir. E-Devlet ölçütünde incelendiğinde sektörler arasında önemli bir fark olmadığı ve tüm sektörlerde E-Devlet ölçütünde dijitalleşmenin %60-90 bandında gerçekleştiği görülmektedir. KDV ve SGK beyannameleri gibi konularda kanuni zorunlulukların olmasının bu konuda etkili olduğu görülmektedir. E-Devlet uygulamalarının kullanımının, özel olarak S2 (Elektrik, gaz, buhar ve havalandırma sistemi üretim ve dağıtım) ve su temini; kanalizasyon, atık yönetimi ve iyileştirme faaliyetleri) sektörünün en önde, S3 (İnşaat) sektörünün ise diğer sektörlerin gerisinde kaldığı söylenebilir. 2018 yılında bu ölçütü içeren sorular sorulmamıştır.



Şekil 26. Ölçüt 3 (E-Devlet) açısından sektörlerin durumu.

Ölçüt 4: Sosyal Medya

Ölçüt 4'e göre sektörlerin durumu Şekil 27'de gösterilmiştir. 2018 yılında sosyal medyayla ilgili soruların tamamı sorulmamıştır. Bu nedenle 2017 yılı için yeni ağırlıklar kullanılmıştır. Genel olarak tüm sektörlerin sosyal medyanın potansiyelini henüz yeterince kullanmadığı görülmektedir. Buna rağmen 2017 yılında S11 (Bilgisayarların ve iletişim araç ve gereçlerinin onarımı) sektörü hariç bütün sektörlerde artış gözlemlenmektedir. Bu ölçütte sektörler arasında önemli farklar bulunmaktadır. Sırasıyla S7 (Bilgi ve iletişim) ve S6 (Konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyetleri) sektörlerinin sosyal medyayı en iyi şekilde kullandığı, S3 (İnşaat), S5 (Ulaştırma ve depolama) ve S11 (Bilgisayarların ve iletişim araç ve gereçlerinin onarımı) sektörlerinin ise diğer sektörlerin gerisinde kaldığı söylenebilir.



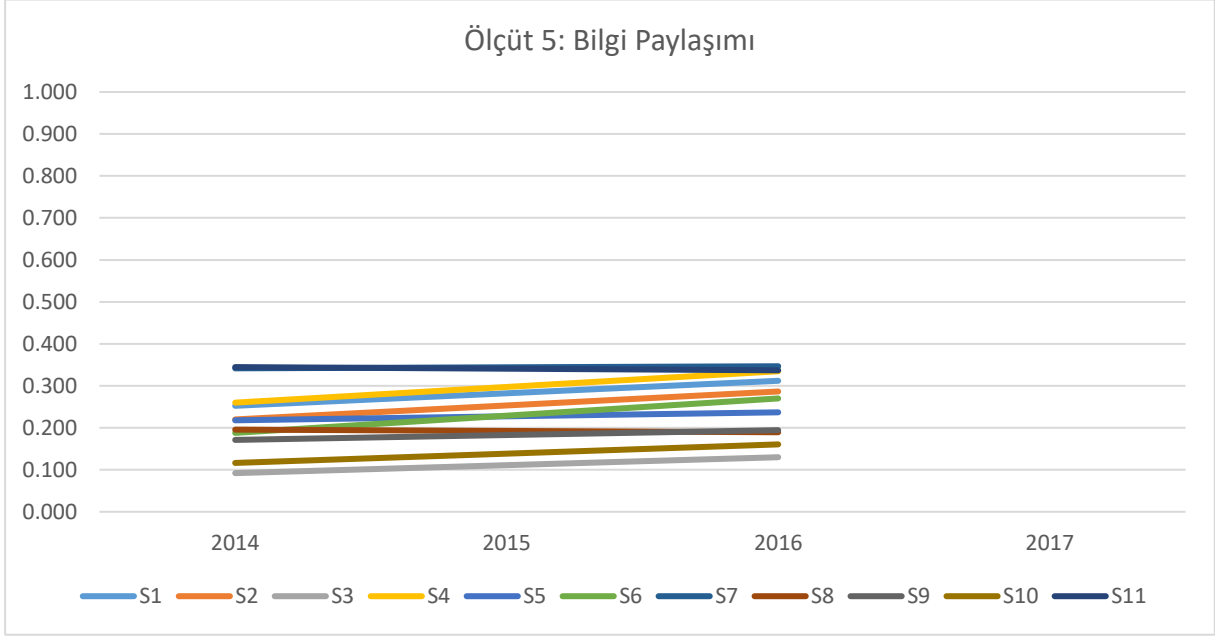
Şekil 27. Ölçüt 4 (Sosyal Medya) açısından sektörlerin durumu.

Ölçüt 5: Bilgi Paylaşımı

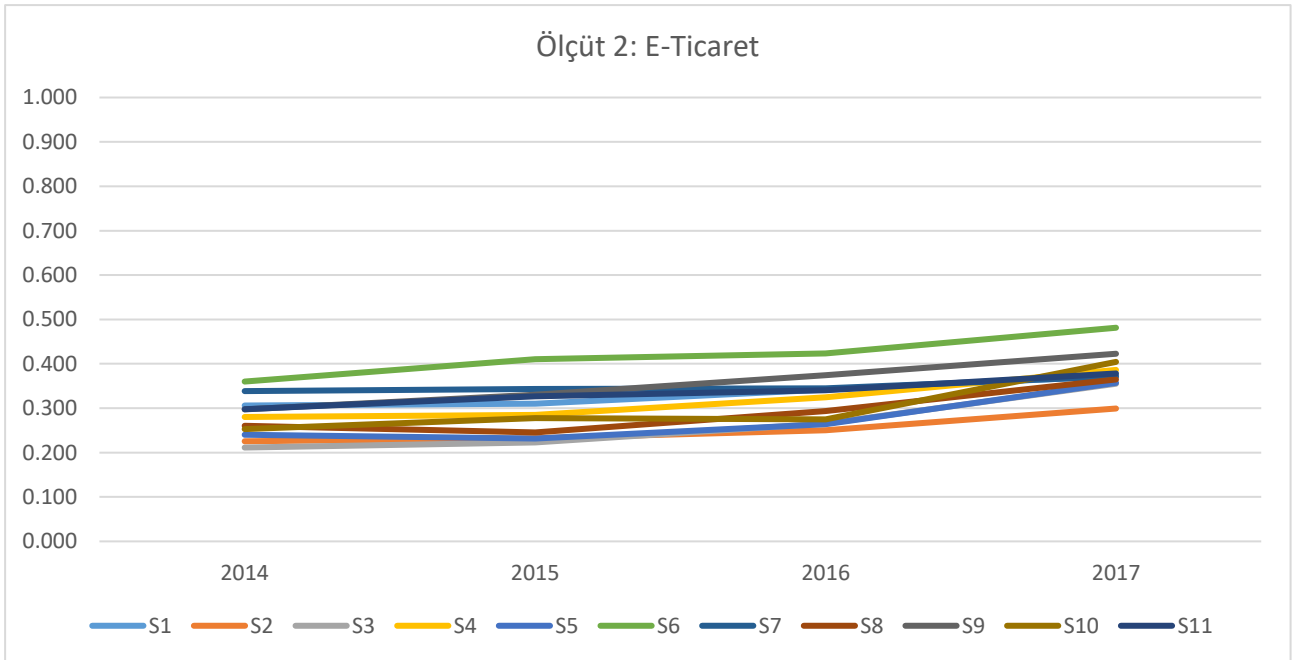
Ölçüt 5'e göre sektörlerin durumu Şekil 28'da gösterilmiştir. 2016 yılında bu ölçüt ile ilgili sorular TÜİK anketinde yer almamıştır. Şekilde 2016 yılı için verilen değerler 2015 ve 2017 değerlerinin ortalamasıdır. Genel olarak tüm sektörlerde firma içi bilgi paylaşımının henüz yeterince sağlanmadığı görülmektedir. Bu ölçütte sektörler arasında önemli farklar bulunmamakta olup, tüm sektörlerde dijitalleşme %10-40 bandında gerçekleşmektedir. Bunun yanında birçok sektörde yıllar bazında bir iyileşme olduğu da gözlenmektedir. S7 (Bilgi ve iletişim) ve S11 (Bilgisayarların ve iletişim araç ve gereçlerinin onarımı) sektörlerinin bilgi paylaşımı araçlarının en iyi şekilde kullandığı, S3 (İnşaat) sektörünün ise diğer sektörlerin gerisinde kaldığı söylenebilir. 2018 yılında bu ölçüt ile ilgili sorular sorulmamıştır.

Ölçüt 6: E-Ticaret

Ölçüt 6'ya göre sektörlerin durumu Şekil 29'de gösterilmiştir. Genel olarak tüm sektörlerin e-ticaretin potansiyelini henüz yeterince kullanmadığı görülmektedir. Bu ölçütte sektörler arasında önemli farklar bulunmamakta olup, tüm sektörlerde dijitalleşme %15-50 bandında gerçekleşmektedir. S6 (Konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyetleri) sektörünün e-ticareti en iyi şekilde kullandığı, S2 (Elektrik, gaz, buhar ve havalandırma sistemi üretim ve dağıtım ve su temini; kanalizasyon, atık yönetimi ve iyileştirme faaliyetleri) sektörünün ise diğer sektörlerin gerisinde kaldığı söylenebilir. 2017 yılında bütün sektörlerde artış gözlemlenmektedir.



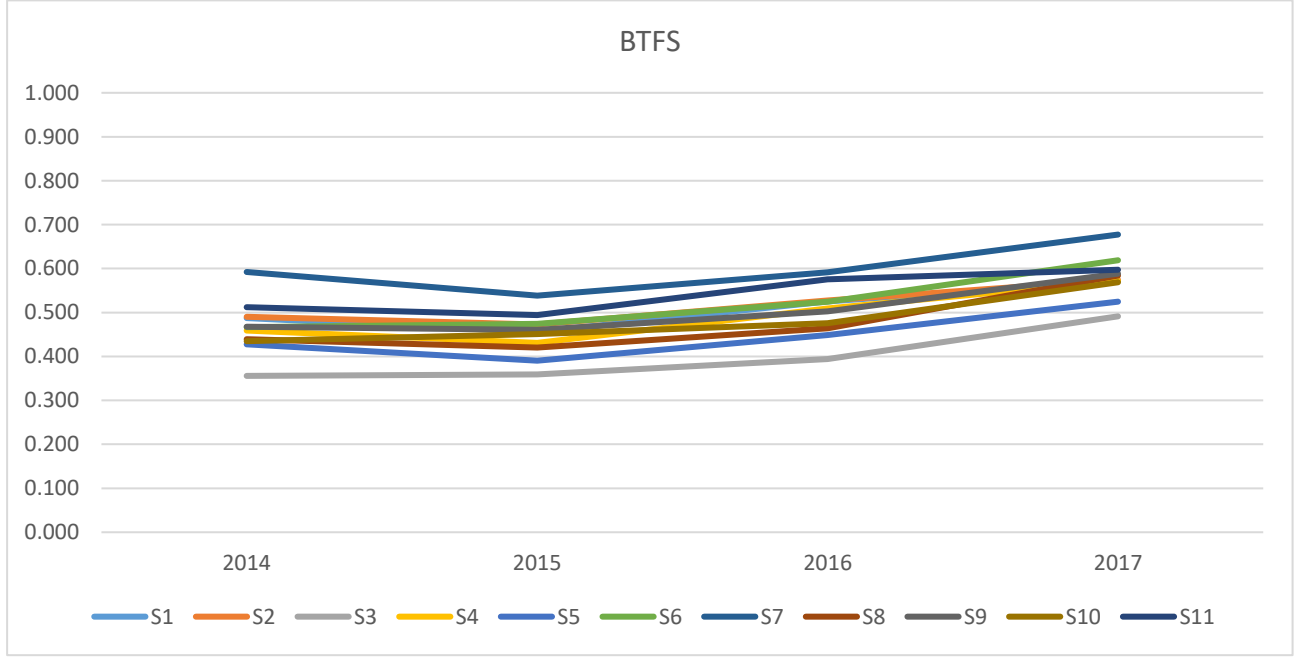
Şekil 28. Ölçüt 5 (Bilgi Paylaşımı) açısından sektörlerin durumu.



Şekil 29. Ölçüt 6 (E-Ticaret) açısından sektörlerin durumu.

9 Sektörlerin BTFS Değerlerine göre Analizi

Bu bölümde TÜİK çalışmasında incelenen 11 sektörün genel olarak BTFS değerlerine göre değerlendirilmesi yapılmaktadır. Her sektör için verilen değer o sektörlerin ölçütlerden aldıkları değerlerin ağırlıklı ortalamaları olarak hesaplanmaktadır. Her sektör için ölçüt ağırlıkları Tablo 8 ve Tablo 9'dan alınmaktadır.



Şekil 30. Sektörlerin BTFS değerlerine göre karşılaştırması.

Sektörlerin birbirlerine göre karşılaştırması Şekil 30'de gösterilmiştir. Genel olarak tüm sektörlerin 2017 yılındaki BTFS değerleri birbirlerine yakın olup, %40-70 bandında kalmaktadır. 2015 ve 2016 yıllarına ait değerlendirmelerde de önemli bir ilerleme gözlenmemiştir. 2017 yılında bütün sektörlerin bilişim teknolojilerinden yararlanma konusunda ilerleme gösterdiği görülmektedir. Özel olarak, S7 (Bilgi ve İletişim) ve S6 (Konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyetleri) sektörlerinde durumun daha iyi, S3 (İnşaat) ve S5 (Ulaştırma ve depolama) sektörlerinde ise daha iyileştirmeye açık olduğu görülmektedir.

10 Sonuçlar

Bilişim teknolojilerindeki hızlı gelişim, ürünlerin çeşitliliğindeki ve erişilebilirliğindeki artış, kullanım maliyetlerindeki düşüş, toplumların dijitalleşmelerinde hızlı bir artışa neden olmaktadır. Başta devletler olmak üzere çok sayıda kurum, özellikle sivil toplum kuruluşları, bu dijital dönüşümü hızlandırmak için faaliyet göstermektedir.

Toplumların dönüşümüne benzer şekilde firmaların da çetin rekabet koşullarında varlıklarını sürdürebilmeleri için bu dönüşüme ayak uydurmaları gerekmektedir. Devlet ve başta TÜSİAD olmak üzere çeşitli kuruluşlar iş dünyasının dijital dönüşümüne katkıda bulunmak için faaliyet göstermektedir. Bu faaliyetlerin sonuçlarını değerlendirebilmek ve dönüşümü izleyebilmek için doğru bir şekilde ölçülebilmesi gerekmektedir.

Bu proje çerçevesinde firmaların bilişim teknolojilerinden faydalanma düzeylerinin belirlenmesi için bir skor geliştirilmiştir. Bu skor sistemine “Bilişim Teknolojilerinden Faydalanma Skoru (BTFS)” adı verilmiştir. Geliştirilen bu skor sayesinde

- bir firmanın zaman içinde bilişim teknolojilerinden faydalanma konusunda göstermiş olduğu ilerleme,
- bir grup firmanın (coğrafi bölge veya çalışan sayısı gibi kriterlere göre seçilmiş) durumu
- bir firmanın kendi sektöründeki ortalamalara göre ne düzeyde olduğu,
- ülke çapında hangi sektörlerde bilişim teknolojileri kullanımının daha ileri olduğu veya ilerlemeye açık olduğu gibi

mutlak ve göreceli karşılaştırma çalışmaları yapılabilecektir. Bu karşılaştırmalar sayesinde gelişmeye açık yönler belirlenebilecek ve gerekli önlemlerin alınması konusunda gereken adımlar atılabilecektir.

TÜİK anketinde sorgulanan faktörler bazında sektörlerin 2017 yılındaki durumu incelendiğinde aşağıdaki gözlemler yapılabilir:

- Firmaların tamamında İnternet erişimi mevcuttur.
- Firmaların %55’den azında çalışanlara bilişim teknolojileri ile ilgili eğitim verilmektedir.
- Firmaların %98’den fazlasında aktif olarak kullanılan bir web sayfası bulunmaktadır.
- Firmaların %65’den fazlasının web sayfalarında, ürün/hizmetler hakkında bilgi ve fiyat listesi bulunmaktadır.
- Firmaların %35’den azının web sayfasında çevrimiçi sipariş, rezervasyon ya da kayıt olanağı bulunmaktadır.
- Firmaların %25’den daha azında web sayfasında çevrimiçi sipariş takibi olanağı bulunmaktadır.
- Firmaların %30’dan azının web sayfasında çevrimiçi ürün ve hizmetlerin siteyi ziyaret eden müşterilerin arzusuna göre tasarlanması ya da kişiselleştirilmesi söz konusudur.
- Firmaların %30’dan azında düzenli/sürekli ziyaretçiler için girişimin web sayfasının içeriğinin kişiselleştirilmesi mümkündür.
- Firmaların %45’den fazlasının web sayfalarında sosyal medya hesaplarına link bulunmaktadır.
- Konaklama ve yiyecek hizmetleri faaliyetleri sektörü dışındaki firmaların %30’dan azının web sitesi ya da mobil uygulamaları üzerinden ürün ya da hizmet siparişi alınmaktadır.
- Firmaların %15’den azı Elektronik Veri Alışverişi (EDI) aracılığıyla ürün/hizmet siparişi almaktadır.

Özet olarak firmaların web sitelerinden ürün ya da hizmet siparişi ve takibi konularında geliştirerek bilim teknolojilerinden daha fazla faydalanmaları ve dolayısıyla karlılıklarını artırmaları mümkün görünmektedir.

Bu çalışmada geliştirilen skor fonksiyonu için TÜİK tarafından her yıl gerçekleştirilmekte olan “Girişimlerde Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması” anketi esas alınmıştır. Bu ankette yer alan sorular TÜİK’in de üyesi olduğu Eurostat tarafından üye ülkelerden yapılan anketlerdeki sorulardan oluşmaktadır.

TÜİK anketlerinde sorulan sorular, cevaplayan firmanın bilişim teknolojilerinden ne ölçüde yararlandığını ölçmeyi hedeflemektedir. Bu çalışmada TÜİK anketlerinde sorulmakta olan sorular altı ölçütte gruplanmıştır. Bu ölçütler şunlardır:

1. Çalışanlar,
2. İnternet altyapısı,
3. E-devlet,
4. Sosyal Medya,
5. Bilgi Paylaşımı ve
6. E-Ticaret.

Bir firmanın BTFS değerini ölçmek için önce bu altı ölçütün her birisindeki dijitalleşme değeri ölçülmektedir. BTFS değeri ise bu altı ölçütün değerlerinin ağırlıklı ortalaması olarak belirlenmektedir.

Ölçütlerin ağırlıkları ilgili faktörlerin ağırlıklarının ortalaması olarak hesaplanmaktadır. Her bir faktör değeri ise TÜİK anketinde tek bir soru ile sorgulanmaktadır. Anketi dolduran firmanın verdiği cevaplar 0 ile 1 arasına normalize edilmiştir.

Bir firma için dijitalleşmenin, diğer bir deyişle dijital dönüşümün, nedeni karlılığın artırılmasıdır. Firmanın içinde bulunduğu sektörün niteliklerine göre farklı bilişim teknolojilerinin karlılığa etkisi de farklı olacaktır. Sağlıklı bir skorlama fonksiyonu firmanın içinde bulunduğu sektörü ve bu sektör için hangi bilişim teknolojilerinin ne ölçüde karlılığa etkili olduğu bilgisini hesaba katmak zorundadır. Bu nedenle BTF olarak ayrı bir anket çalışması gerçekleştirildi. Bu anket için TÜİK anketlerinde kullanılan 11 sektörü temsil edebilecek ve bilişim teknolojilerini kullanmakta olan ve bu teknolojilerin karlılığa etkisini değerlendirebilecek olan 65 firma belirlenmiştir. Bu firmalara, kendi sektörleri için TÜİK anketinde sorgulanan konuların karlılığın artmasına olan etkileri sorulmuştur. Söz konusu anket için kullanılan soru formu Ek-5 de verilmiştir. Ankette 48 faktörün karlılığın artışına olan etkisi hakkındaki algı sorgulanmıştır. Buradan elde edilen bilgilerle her bir bilişim teknolojisinin veya genel olarak faktörün her bir sektör için ağırlığı belirlenmiştir. Daha sonra TÜİK veri tabanlarından 2015, 2016, 2017 ve 2018 yıllarında yapılan anketlerin mikro verileri alınmıştır. Her dört yılda da sorulan ve verisi bulunan sorular belirlenmiştir. Belirlen 23 faktör de altı ölçütte gruplanarak her sektör için ölçütün ağırlıkları belirlenmiştir. BTFS'nin tanımı da bu altı ölçütün ağırlıklı ortalaması olarak yapılmıştır.

Çalışanların dijitalleşmesi ölçütüne göre genel olarak tüm sektörlerin ilerlemeye açık olduğu görülmektedir. Özel olarak bilgi ve iletişim sektörü ile konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyetleri sektörlerinde durumun diğer sektörlerle göre daha iyi olduğu, ancak inşaat sektörüyle ulaştırma ve depolama sektörlerinde durumun zayıf olduğu dikkati çekmektedir.

İnternet altyapısı ölçütünde durumun her sektör için iyi olduğu görülmektedir. Diğer sektörlerle oranla, bilgi ve iletişim sektöründe durum daha iyi, inşaat sektöründe ise daha geridedir.

E-devlet uygulamalarının kullanılması ölçütünde tüm sektörlerin durumu birbirlerine yakındır. Bu ölçüte göre yapılan değerlendirmede elektrik, gaz, buhar ve havalandırma sistemi üretim ve dağıtım ve su temini; kanalizasyon, atık yönetimi ve iyileştirme faaliyetleri sektörünün en önde olduğu, inşaat sektörünün ise diğer sektörlerin gerisinde kaldığı söylenebilir. Bu ölçüte 2017 yılı dahil değildir.

Sosyal medya kullanımı ölçütüne göre yapılan değerlendirmede genel olarak tüm sektörlerin bu konuda ilerleme gösterdiği ve sektörlerin de birbirinden ayrıştığı görülmektedir. Özellikle bilgi ve iletişim sektörü ile konaklama ve yiyecek hizmetleri sektörlerinin sosyal medya kullanımı konusunda diğer sektörlerin önündedir. Bu ölçütte de inşaat sektörü ve bilgisayarların ve iletişim araç ve gereçlerinin onarımı sektörü geride kalmaktadır.

Bilgi paylaşımı ölçütüne göre yapılan değerlendirmede tüm sektörlerde bilgi teknolojilerinden faydalanma konusunda oldukça geride kaldığı görülmektedir. Bu ölçütte de diğer ölçütlerdeki duruma benzer şekilde bilgi ve iletişim sektörü ile bilgisayarların ve iletişim araç ve gereçlerinin onarımı sektörlerinde durumun diğer sektörlerle göre daha iyi olduğu, ancak inşaat sektörünün bu konuda zayıf olduğu dikkati çekmektedir. Bu ölçüte 2015 ve 2017 yılları dahil değildir.

E-ticaret sistemlerinin kullanımı konusundaki ölçüte göre yapılan değerlendirme tüm sektörlerde bilgi teknolojilerinden faydalanma konusunda alınacak çok yol olduğunu göstermektedir. Tüm sektörlerin durumu birbirine benzemektedir. Özellikle konaklama ve yiyecek hizmetleri sektörü e-ticaret sistemlerinin kullanımı konusunda diğer sektörlerin önündedir. Bu ölçütte elektrik, gaz,

buhar ve havalandırma sistemi üretim ve dağıtım ve su temini; kanalizasyon, atık yönetimi ve iyileştirme faaliyetleri sektörü geride kalmaktadır.

Ölçütler bazındaki değerlendirmeler incelendiğinde, sektörler içinde farklılıklar görülse de Türkiye genelini değerlendirdiğimizde firmaların özellikle e-ticaret ve bilgi paylaşımı ölçütlerinde geliştirilebilecek noktaları olduğu dikkati çekmektedir.

Genel olarak BTFS değerleri incelendiğinde, 2014 -2017 döneminde tüm sektörlerdeki değişimin sınırlı olduğu dikkati çekmektedir.

Kalkınma Bakanlığı'nın 2015-2018 Bilgi Toplumu Stratejisi ve Eylem Planında da e-ticaret konusuna geniş yer verilmiş ve hedef olarak ta Türkiye'nin bir e-ticaret merkezi haline gelmesi amaçlanmıştır. Bu sebeple, firmaların ürün ve hizmetlerini İnternet üzerinden sunmasını sağlamak amacıyla eğitim ve altyapı desteği sağlanması ve İnternette firmalara yönelik Pazar yerlerinin oluşumu teşvik edilmesi, stratejiler ve 2018 hedefleri arasında yer almaktadır.

Tüm sektörler incelendiğinde e-ticaret ölçütünde sadece konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyetlerinde %48'lik oranın yakalandığı görülmektedir. Detaya inildiğinde, F16, yani web sayfasında ürün/hizmetler hakkında bilgi ve fiyat listesi bulunması faktörünün 2017 yılında artış gösterdiği görülmektedir. F17, yani web sayfasında online sipariş, rezervasyon bulunması her sektör için uygulanabilir bir faktör olmasa da en çok kullanılabilen konaklama ve yiyecek hizmetleri faaliyetlerinde de %35 civarındadır. Bu değer devlet tarafından yapılacak teşvikler ve destekler ile artırılabilir. F19 ve F40, yani web üzerinden sipariş alınıp takip edilmesi konusu da firmaların %40'dan azında mümkün olmaktadır. İnternet girişimciliği kültürünün yaygınlaştırılması için yapılacak çalışmaların firmalara ışık tutacağı ve dijitalleşmeyi, dolayısıyla bilişim teknolojilerinden yararlanarak karlılıklarını artırılabilen değeri değerlendirilmektedir.

KAYNAKÇA

- [1] Measuring the Information Society Report 2017 – ITU (International Telecommunication Union), www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/publications/mis2017.aspx
- [2] R.L. Katz, P. Koutroumpis, Measuring digitization: A growth and welfare multiplier, *Technovation*, Vol. 33, Issues 10–11, 2013, pp. 314-319,
- [3] 2015-2018 Bilgi Toplumu Stratejisi ve Eylem Planı, T.C. Kalkınma Bakanlığı, Bilgi Toplumu Dairesi Başkanlığı, Mart 2015.

EKLER

Ek-1: Sektör (NACE Rev 2) Detayları

Ek-2: Girişimlerde Bilişim Teknolojileri Kullanımı İstatistikleri Soru Formu, 2015

Ek-3: Girişimlerde Bilişim Teknolojileri Kullanım İstatistikleri Soru Formu, 2016

Ek-4: Girişimlerde Bilişim Teknolojileri Kullanım İstatistikleri Soru Formu, 2017

Ek-5: Girişimlerde Bilgi Teknolojileri Kullanımı Kriterleri Değerlendirme Anketi

Ek-6: Sektör bazında ve ortalama olarak, faktörlerin karlılığa etkisi konusunda ortalama algı ve standart sapma değerleri

Ek-7: Ölçütlere ait faktör değerlerinin belirlenmesinde kullanılan soruların alternatif cevapları ve cevapların değerleri

Ek-8: Girişimlerde Bilgi Teknolojileri Kullanımı Kriterleri Değerlendirme Anketine katılan firmalar

Ek-1: Sektör (NACE Rev 2) Detayları

S1 (C): İmalat

- 10 Gıda ürünlerinin imalatı
- 11 İçeceklerin imalatı
- 12 Tütün ürünleri imalatı
- 13 Tekstil ürünlerinin imalatı
- 14 Giyim eşyalarının imalatı
- 15 Deri ve ilgili ürünlerin imalatı
- 16 Ağaç, ağaç ürünleri ve mantar ürünleri imalatı (mobilya hariç); saz, saman ve benzeri malzemelerden örülerek yapılan eşyaların imalatı
- 17 Kâğıt ve kâğıt ürünlerinin imalatı
- 18 Kayıtlı medyanın basılması ve çoğaltılması
- 19 Kok kömürü ve rafine edilmiş petrol ürünleri imalatı
- 20 Kimyasalların ve kimyasal ürünlerin imalatı
- 21 Temel eczacılık ürünlerinin ve eczacılığa ilişkin malzemelerin imalatı
- 22 Kauçuk ve plastik ürünlerin imalatı
- 23 Diğer metalik olmayan mineral ürünlerin imalatı
- 24 Ana metal sanayii
- 25 Fabrikasyon metal ürünleri imalatı (makine ve teçhizat hariç)
- 26 Bilgisayarların, elektronik ve optik ürünlerin imalatı
- 27 Elektrikli teçhizat imalatı
- 28 Başka yerde sınıflandırılmamış makine ve ekipman imalatı
- 29 Motorlu kara taşıtı, treyler (römork) ve yarı treyler (yarı römork) imalatı
- 30 Diğer ulaşım araçlarının imalatı
- 31 Mobilya imalatı
- 32 Diğer imalatlar
- 33 Makine ve ekipmanların kurulumu ve onarımı

S2 (D): Elektrik, Gaz, Buhar ve İklimlendirme Üretimi ve Dağıtımı

- 35 Elektrik, gaz, buhar ve havalandırma sistemi üretim ve dağıtımı
- 35.1 Elektrik enerjisinin üretimi, iletimi ve dağıtımı
- 35.2 Gaz imalatı; ana şebeke üzerinden gaz yakıtların dağıtımı
- 35.3 Buhar ve iklimlendirme temini

S2 (E): Su Temini; Kanalizasyon, Atık Yönetimi ve İyileştirme Faaliyetleri

- 36 Suyun toplanması, arıtılması ve dağıtılması
- 37 Kanalizasyon
- 38 Atığın toplanması, ıslahı ve bertarafı faaliyetleri; maddelerin geri kazanımı
- 39 İyileştirme faaliyetleri ve diğer atık yönetimi hizmetleri

S3 (F): İnşaat


- 41 Bina inşaatı
- 42 Bina dışı yapıların inşaatı
- 43 Özel inşaat faaliyetleri

S4 (G): Toptan ve Perakende Ticaret; Motorlu Kara Taşıtlarının ve Motosikletlerin Onarımı

- 45 Motorlu kara taşıtlarının ve motosikletlerin toptan ve perakende ticareti ile onarımı
- 46 Toptan ticaret (Motorlu kara taşıtları ve motosikletler hariç)
- 47 Perakende ticaret (Motorlu kara taşıtları ve motosikletler hariç)

- S5 (H): Ulaştırma ve Depolama**
49 Kara taşımacılığı ve boru hattı taşımacılığı
50 Su yolu taşımacılığı
51 Hava yolu taşımacılığı
52 Taşımacılık için depolama ve destekleyici faaliyetler
53 Posta ve kurye faaliyetleri
- S6 (I): Konaklama ve Yiyecek Hizmeti Faaliyetleri**
55 Konaklama
56 Yiyecek ve içecek hizmeti faaliyetleri
- S7 (J): Bilgi ve İletişim**
58 Yayıncılık faaliyetleri
59 Sinema filmi, video ve televizyon programları yapımcılığı, ses kaydı ve müzik yayımlama faaliyetleri
60 Programcılık ve yayıncılık faaliyetleri
61 Telekomünikasyon
62 Bilgisayar programlama, danışmanlık ve ilgili faaliyetler
63 Bilgi hizmet faaliyetleri
- S8 (L): Gayrimenkul Faaliyetleri**
68 Gayrimenkul faaliyetleri
- S9 (M): Mesleki, Bilimsel ve Teknik Faaliyetler**
69 Hukuk ve muhasebe faaliyetleri
70 İdare merkezi faaliyetleri; idari danışmanlık faaliyetleri
71 Mimarlık ve mühendislik faaliyetleri; teknik test ve analiz faaliyetleri
72 Bilimsel araştırma ve geliştirme faaliyetleri
73 Reklamcılık ve piyasa araştırması
74 Diğer mesleki, bilimsel ve teknik faaliyetler
75 Veterinerlik hizmetleri
- S10 (N): İdari ve Destek Hizmet Faaliyetleri**
77 Kiralama ve leasing faaliyetleri
78 İstihdam faaliyetleri
79 Seyahat acentesi, tur operatörü ve diğer rezervasyon hizmetleri ve ilgili faaliyetler
80 Güvenlik ve soruşturma faaliyetleri
81 Binalar ile ilgili hizmetler ve çevre düzenlemesi faaliyetleri
82 Büro yönetimi, büro destek ve iş destek faaliyetleri
- S11 (S): Bilgisayarların ve İletişim Araç ve Gereçlerinin Onarımı**
95.11 Bilgisayarların ve bilgisayar çevre birimlerinin onarımı
95.12 İletişim araç ve gereçlerinin onarımı

Ek-2: Girişimlerde Bilişim Teknolojileri Kullanımı İstatistikleri Soru Formu, 2015



GİRİŞİMLERDE BİLİŞİM TEKNOLOJİLERİ KULLANIMI İSTATİSTİKLERİ SORU FORMU, 2015

Soru formu kodu

İstatistik birim no

KİMLİK ve İLETİŞİM BİLGİLERİ

Yasal Unvanı

Tabela Unvanı

Vergi Kimlik Numarası

Adres

İl

İlçe

Bucak

Köy

Mahalle

Cadde / Sokak

Dış kapı no İç kapı no

Posta kodu

Adres kodu

İletişim Bilgileri

Telefon (Sabit) Faks

Telefon (GSM) e-posta

WEB Adresi www. KEP

Araştırmanın Amacı: Bilişim teknolojileri ile ilgili istatistikler, bilgi toplumunda son yıllarda meydana gelen gelişmeleri anlamak, bu konuda uygulanan politikaları takip etmek ve piyasaların etkin çalışmasını sağlamak gibi nedenlerle büyük önem kazanmıştır. Bu araştırma, girişimlerin bilgisayar, internet ve diğer bilişim teknolojileri kullanımları, teknolojik yeterlilik ve entegrasyonları hakkında bilgi derlemek amacıyla 2005 yılından itibaren yürütülmekte olup, girişimlerde söz konusu teknolojilerin kullanımı hakkında bilgi veren temel veri kaynağıdır.

Kapsamı: Bu soru formu sanayi ve hizmet sektöründe faaliyet gösteren girişimlerden örnekleme yöntemi ile seçilen girişimlere uygulanmaktadır.

Yöntemi: Bu soru formu yıllık olarak uygulanmakta olup, girişimler tarafından kullanıcı adı ve şifre kullanılarak İnternet üzerinden doldurulmaktadır.

Gizlilik: Bu bilgiler, sadece istatistiksel çalışmalarda kullanılmak amacıyla toplanmaktadır. Elde edilen bilgilerin gizliliği 5429 Sayılı Kanunun 13. ve 14. maddesi gereği teminat altına alınmıştır. Vereceğiniz bilgiler, idari, adli ve askeri hiçbir organ, makam, merci veya kişiye verilemez, istatistik amacı dışında kullanılamaz ve ispat aracı olamaz.

Bu bilgiler 10.11.2005 tarih ve 5429 sayılı Türkiye İstatistik Kanunu'nun "7., 8., 9. ve 10. maddeleri" uyarınca toplanmaktadır. Soru formunun istenilen zamanda doldurulmaması, eksik veya yanlış cevaplanması durumunda ilgili Kanunun 53.ve 54. maddelerine göre 2.511 (iki bin beş yüz on bir) TL idari para cezası uygulanır. İdari para cezası ve diğer cezaların uygulanması, istatistiki birimin bilgi verme yükümlülüğünü ortadan kaldırmaz.

Açıklamalar doğrultusunda soru formunun doğru ve eksiksiz doldurulmasını önemle rica eder, araştırma kapsamında vereceğiniz bilgiler ve işbirliğiniz için teşekkür ederim.

Birol AYDEMİR
Başkan

BU SORU FORMUNUN EN GEÇ 15 GÜN İÇERİSİNDE <https://harzemli.tuik.gov.tr/ed/EdUygulamaDis/> LINKİ ARACILIĞI İLE İNTERNET ÜZERİNDEN DOLDURULMASI GEREKMEKTEDİR.

Soru formu ile ilgili her türlü sorunuz için bulunduğu ilin bağlı olduğu TÜİK Bölge Müdürlüğü'ne başvurabilirsiniz.
Bölge Müdürlükleri ve sorumluluk alanına giren iller son sayfada verilmiştir.
Türkiye İstatistik Kurumu
Devlet Mahallesi Necatibey Cad. No: 114 06650 Çankaya/ANKARA
www.tuik.gov.tr

SORU FORMUNUN DOLDURULMASINA YÖNELİK AÇIKLAYICI BİLGİLER

Bu araştırma sanayi ve hizmet sektöründe faaliyet gösteren 10 ve daha fazla çalışanı olan girişimlerden örnekleme yöntemi ile tespit edilen girişimlere uygulanmaktadır. Soru formu, birden fazla birimi olan girişimlerin merkezlerinde, bağlı tüm yerel birimlerin bilgilerini kapsayacak şekilde **bilgi teknolojilerinden sorumlu bir yönetici tarafından** doldurulmalıdır.

Soru formunun doldurulmasına ilişkin genel açıklamalar

I. Bu soru kağıdında yer alan 'kullanım' ifadeleri 'sahiplik' ifadesine karşılık gelmemektedir. Örneğin, bilgisayarın girişim bünyesinde kullanılıyor olması (kiralama vb. yollarla) bilgisayar kullanımı ile ilgili sorulan soruların yanıtlanabilmesi için yeterlidir.

II. Sorulan teknolojiler, girişim adına başka kişi ya da girişimler tarafından kullanılıyorsa, (örneğin sorulan teknoloji, işlemi girişim adına yapan ancak girişim dışında faaliyet gösteren bir muhasebeci tarafından yapıyorsa), cevaplayıcı girişimin ilgili teknolojiyi kullanmadığı anlaşılmalıdır.

Ancak bazı durumlarda sorulan teknoloji hem cevaplayıcı birim, hem de başka bir kişi ya da girişim tarafından kullanılıyor olabilir. Bu durumda aşağıdaki kriterler esas alınmalıdır:

a. Çoğu kez web hizmetler dışından satın alınır / kiralanır ve yönetilir. Bu durumda, yukarıda belirtilen kriterden farklı olarak girişimin söz konusu web sitesinin içeriği üzerinde "kontrol ve sorumluluk" hakkının olması yeterlidir.

b. E-ticaret konusunda da benzer durumlar olabilir. Örneğin hizmet online marketler üzerinden (bu siteler başka bir girişime aittir) yapılsa bile, cevaplayıcı birimin kendine ayrılmış bölüme ürünlerini pazarlaması ve satış yapması, e-ticaret için yeterlidir.

III. Soru formunda yer alan bazı tanımlar aşağıda verilmiştir.

Girişim: Birinci derecede karar alma özelliğini kullanarak, mal veya hizmet üreten bir organizasyon biçimidir. Girişim bir veya birden fazla faaliyet yürütebilir. Girişim ve yasal birim arasındaki ilişki şu tanımla doğrudan ifade edilir: Bir girişim ya yasal birime ya da yasal birimlerin birleşimine karşılık gelmektedir.

Bilgisayar: Masaüstü bilgisayar, laptop, tablet, akıllı telefon (smartphone) bu çalışma kapsamında bilgisayar olarak değerlendirilmelidir. Yazarkasalar, POS cihazları ve bilgisayar kontrollü makineler bilgisayar kapsamında değildir.

Bilişim (ICT/IT) Uzmanları: Ana işi bilişim teknolojileri olan ve bilişim sistemleri ve uygulamalarının kurulması, işletilmesi ve geliştirilmesi süreçlerinde görev alan kişilerdir. Genel olarak; veritabanı, yazılım, bilişim destek gibi bir alanda profesyonel meslek sahipleri kastedilmektedir.

DSL: Telefon hatları üzerinden dijital veri transferi sunan teknolojinin genel adıdır. En yaygın kullanımı olan ADSL (Asymmetric Digital Subscriber Line), standart bakır telefon telleri üzerinden daha fazla veriyi transfer edilmesine imkan vermek için geliştirilmiştir. Bunun yanında HDSL, SDSL ve VDSL hizmetleri de sunulmaktadır.

Kurumsal Kaynak Planlaması (ERP): Kurumların tedarikten, dağıtıma kadar tüm iş süreçlerini bütünlük bir veri/bilgi yönetim sistemi desteğiyle yönetmesini sağlayan geniş kapsamlı ve modüler yapıya sahip bir yazılım paketidir. ERP sistemleri satın alma, muhasebe ve finans, kalite yönetimi, stok yönetimi, üretim planlama, lojistik, insan kaynakları, müşteri ilişkileri, pazarlama gibi birçok fonksiyonu bütünlük olarak ele almaktadır.

Müşteri İlişkileri Yönetimi (CRM): Bir girişimin, ister satış amaçlı, ister hizmet amaçlı olsun, müşterileriyle olan etkileşimini tüm yönleriyle ele almayı sağlayan bir araçtır. Müşteri İlişkileri Yönetimi (CRM), bir bilişim terimi olarak, bir kurumun müşteri ilişkilerini düzenli bir şekilde yönetmesi için gereken yöntemleri, yazılımları ve internet becerilerini tanımlar.

Tedarik Zinciri Yönetimi (SCM): Tedarikçileri, üreticileri, depo ve dağıtım merkezlerini ve mağazaları, doğru yerde, doğru zamanda, doğru adette ürünün hazır bulunmasını sağlamak amacıyla uyumlu hale getiren yaklaşımlar bütünüdür.

Elektronik Veri Alışverişi (EDI): Belirli bir şekilde yapılandırılmış bir format kullanarak, iki girişimin iş bilgilerini elektronik ortamda birbirlerine aktarmalarını sağlayan yazılımlardır. İş dünyasında kullanılan kâğıt belge değişiminin yerine geçmektedir.

Bölüm I: Bilgisayar kullanımı

1.1 Girişiminizde bilgisayar kullanılıyor mu?

(Masaüstü bilgisayar, laptop, tablet, akıllı telefon (smartphone) bilgisayar olarak değerlendirilmelidir.)

Evet 1 Hayır 2 → Bölüm X'a geçiniz.

Akıllı telefonlar (smartphone): normal cep telefonlarından daha gelişmiş bilgisayar işlevleri ve bağlantı özellikleri bulunan cihazlardır. Örneğin iPhone, Blackberry gibi.

Bölüm II: Bilişim (ICT/IT) uzmanlığı

2.1 Girişiminiz bilişim (ICT/IT) uzmanı istihdam ediyor mu?

Evet 1 Hayır 2

ICT/IT Uzmanları: esas iş bilişim teknolojileri olan ve bilişim sistemleri ve uygulamalarının kurulması, işletilmesi ve geliştirilmesi süreçlerinde görev alan kişilerdir.

2.2 2014 yılında çalışanlarınıza bilişim teknolojileri ile ilgili herhangi bir eğitim verildi mi?

(Her satırda bir kutuyu işaretleyiniz.)

| | Evet | Hayır |
|------------------------------------|----------------------------|----------------------------|
| 1. Bilişim (ICT/IT) uzmanları için | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 2. Diğer personel için | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |

2.3 2014 yılında girişiminiz bilişim uzmanlığı gerektiren pozisyonlar için personel işe aldı mı veya almayı denedi mi?

Evet 1 Hayır 2 → Soru 2.5'e geçiniz.

2.4 Girişiminiz bilişim uzmanlığı gerektiren pozisyonlar için personel alırken güçlükle karşılaştı mı?

(Karşılaşılan güçlükler; bilişim uzmanlığına sahip adayların olmaması veya çok az olması, bilişim ile ilgili eğitim ve/veya öğretim yetersizliği, adayların yüksek ücret talep etmesi, bilişim alanındaki iş tecrübesi yetersizliği gibi.)

Evet 1 Hayır 2

2.5 2014 yılında girişiminizde aşağıdaki bilişim fonksiyonlarının çoğunlukla kimin tarafından gerçekleştirildiğini belirtiniz. (Her satırda bir kutuyu işaretleyiniz.)

| | Çoğunlukla kendi personeli ile (girişimin, girişim grubunun, ortak girişimlerin personeli) | Çoğunlukla dışarıdan hizmet alınarak | Böyle bir bilişim fonksiyonu/ uygulaması yok |
|---|--|--------------------------------------|--|
| 1. Bilişim altyapısının yönetilmesi (serverlar, bilgisayarlar, yazıcılar ve ağlar) | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 90 |
| 2. Ofis yazılımları için destek sağlanması (word, excel vb.) | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 90 |
| 3. İş / Yönetim sistemleri ve yazılımlarının geliştirilmesi (ERP, CRM, insan kaynakları veri tabanı vb.) | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 90 |
| 4. İş / Yönetim sistemleri ve yazılımları için destek sağlanması (ERP, CRM, insan kaynakları veri tabanı vb.) | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 90 |
| 5. Web çözümleri geliştirilmesi (web siteleri, e-ticaret çözümleri vb.) | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 90 |
| 6. Web çözümleri için destek sağlanması (web siteleri, e-ticaret çözümleri vb.) | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 90 |
| 7. Bilişim güvenliği ve veri koruma (güvenlik yazılımları, güvenlik testleri vb.) | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 90 |

3

Sayfa 4'e geçiniz.

Bölüm III: İnternet erişimi ve kullanımı

3.1 Girişiminizin İnternet erişimi var mı?

Evet 1 Hayır 2 ➔ Bölüm VI'ya geçiniz.

3.2 Kaç çalışmanız iş amaçlı olarak İnternete bağlı bilgisayar (tablet ve akıllı telefonlar dahil) kullanmaktadır?

Kişi

3.3 Aşağıdaki İnternet bağlantı tiplerinin girişiminizde kullanıma durumunu işaretleyiniz. (Her satırda bir kutuyu işaretleyiniz.)

| | Evet | Hayır |
|--|----------------------------|----------------------------|
| 1. DSL bağlantı (ADSL, VDSL vb.) | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 2. Diğer sabit genişbant bağlantı (Kablo, fiber, Frame Relay, Metro Ethernet, uydu, PLC, wi-fi) | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 3. Mobil Genişbant (3G) | | |
| 3.1 Taşınabilir herhangi bir cihaz (akıllı telefon, tablet vb.) ile | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 3.2 Modem veya çoklu modem ile (VINN, Jet, Vodem) | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 4. Diğer mobil bağlantı (GPRS, EDGE, WAP) | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 5. Çevirmeli bağlantı (dial-up) ya da ISDN | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |

3.4 Girişiminizin abone olduğu en yüksek bağlantı hızı nedir?

(Yalnızca bir seçenek işaretlenmelidir.)

(Birden fazla bağlantı tipi varsa, lütfen **en yüksek** hızı seçiniz.)

2 Mbit/s'den az 1 10-29 Mbit/s 3 100 Mbit/s ve üzeri 5
2-9 Mbit/s 2 30-99 Mbit/s 4

Mobil genişbant bağlantı

Soru 3.5 yalnızca iş amaçlı olarak İnternete **mobil genişbant bağlantıyı (3G)** kapsamaktadır. Mobil genişbant bağlantı ile, cep telefonu şebekesi üzerinden gerçekleştirilen 3G bağlantı kastedilmektedir. Girişiminiz tarafından çalışanlarınıza sağladığınız cihazın mülkiyetinin kimde olduğu, faturaların tamamen veya kısmen tarafınızdan ödenmesi vb. hususları dikkate almaksızın cevaplayınız.

3.5 Kaç çalışmanız iş amaçlı İnternete **mobil** genişbant (3G) bağlanabilmeleri için taşınabilir cihaz sağlıyorsunuz?

Kişi

Yalnızca mobil bağlantılı taşınabilir cihaz sağlanan çalışanları dikkate alınız.

3.6 Girişiminizin aktif olarak kullanılan bir web sitesi veya sayfası var mı?

DİKKAT: Girişiminizin Facebook gibi sosyal medya uygulamalarında kendisine ait bir hesabı var ise lütfen bu soruyu **Evet** olarak işaretleyiniz.

Evet 1 Hayır 2 ➔ Bölüm IV'e geçiniz.

Girişiminizin web sitesinde sadece urvan ve/veya iletişim bilgileriniz yer alıyor ise; bu soru **Hayır** olarak işaretlenmelidir.

Distribütör, bayi, franchise vb. şekilde başka bir firmanın ürünlerinin satışı/dağıtımını yapıyorsanız, ana firma web sitesini dikkate alarak cevaplayınız.

3.7 Web sayfanızda aşağıdakilerin hangileri mevcuttur?
(Her satırda bir kutuyu işaretleyiniz.)

| | <u>Evet</u> | <u>Hayır</u> |
|---|----------------------------|----------------------------|
| 1. Ürün/ hizmetler hakkında bilgi ve fiyat listesi | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 2. Çevrimiçi (online) sipariş, rezervasyon ya da kayıt (örn. alışveriş sepeti) | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 3. Online ürün ve hizmetlerin siteyi ziyaret eden müşterilerin arzusuna göre tasarlanması ya da kişiselleştirilmesi | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 4. Online sipariş takibi | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 5. Düzenli/sürekli ziyaretçiler için web sitesinin içeriğinin kişiselleştirilebilmesi | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 6. Girişimin sosyal medya hesaplarına link | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |

Bölüm IV: e-Devlet

4.1 Girişiminiz 2014 yılında aşağıdaki faaliyetlerden hangileri için kamu kuruluşlarıyla İnternet yoluyla iletişim kurdu?
(Her satırda bir kutuyu işaretleyiniz.)

Yerel yönetimler ile kamu hastaneleri, devlet üniversiteleri gibi kurumlar da kapsama dahildir. e-posta yoluyla yapılan işlemleri hariç tutunuz.

| | <u>Evet</u> | <u>Hayır</u> |
|--|----------------------------|----------------------------|
| 1. Kamu kurum/kuruluşlarının web sayfalarından bilgi almak | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |

DIKKAT: Aşağıdaki maddeler girişim dışından muhasebeci, SMMM vb. tarafından yapılıyor ise "Hayır" seçeneği işaretlenmelidir.

| | | |
|--|----------------------------|----------------------------|
| 2. Kamu kurum/kuruluşlarının web sayfasından form almak/indirmek (Adres Beyan Formu, SGK bildirim formları, vb.) (Herhangi bir formatta) | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 3. Web üzerinden resmi formları doldurmak (Bilgisayara indirdiğiniz ya da çıktı alıp doldurduğunuz formları hariç tutunuz.) (TÜİK anketleri, Adres Beyan Formu, vb.) | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 4. KDV beyanamesi vermek (Kağıt üzerinde herhangi bir işlem gerekmezsiniz, ödeme gerekiyorsa ödemenin de elektronik ortamda yapılması.) | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 5. SGK beyanları (Kağıt üzerinde herhangi bir işlem gerekmezsiniz, ödeme gerekiyorsa ödemenin de elektronik ortamda yapılması.) | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |

Bölüm V: Sosyal medya

Bu bölümde Facebook, Twitter gibi sosyal medya uygulamalarının müşteriler, iş ortakları, tedarikçiler vb. ile bilgi paylaşımı için kullanımı sorgulanmaktadır. Sosyal medya uygulamalarının yalnızca reklam vermek için kullanılması ve girişimin kendine ait bir hesabının bulunmaması halleri kapsam dışıdır.

5.1 Girişiminiz aşağıdaki sosyal medya uygulamalarını kullanıyor mu? (Her satırda bir kutuyu işaretleyiniz.)

| | <u>Evet</u> | <u>Hayır</u> |
|--|----------------------------|----------------------------|
| 1. Sosyal ağlar (Facebook, LinkedIn, Xing, vb.) | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 2. Bloglar ve Twitter gibi mikro bloglar | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 3. Multimedya paylaşım siteleri (YouTube, Instagram, Flickr, Picassa vb.) | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 4. Wiki bazlı bilgi paylaşım siteleri | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 5. Yukarıdakilerden hiçbiri kullanılmıyor / Yalnızca reklam vermek için kullanılıyor | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |

5.2 Sosyal medya uygulamalarını hangi amaçlarla kullanıyorsunuz?

(Her satırda bir kutuyu işaretleyiniz.)

| | Evet | Hayır |
|--|----------------------------|----------------------------|
| 1. Girişimi tanıtmak (imajını geliştirmek)/ ürünlerini pazarlamak | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 2. Müşterilerin görüş, öneri ve şikayetlerini almak ve yanıtlamak | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 3. Müşterileri ürünlerin geliştirilmesi ve yenilik (inovasyon) süreçlerine dahil etmek | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 4. İş ortakları (örneğin tedarikçiler) ve diğer kuruluşlarla (kamu kurumları, sivil toplum kuruluşları vb.) işbirliği yapmak | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 5. Personel alımı yapmak | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 6. Girişim içinde görüş alışverişi ve bilgi paylaşımı yapmak | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |

Bölüm VI: Girişim içinde otomatik bilgi paylaşımı

Bu bölümde girişimlerin farklı birimlerinin entegrasyonunun ölçümü amaçlanmaktadır. Girişimin farklı birimlerinin elektronik ve otomatik olarak bilgi paylaşımı;
- Girişimin farklı birimlerini birbirine bağlayabilen yazılımlar,
- Farklı birimlerdeki yazılımların ortak bir veri tabanı ya da veri havuzu kullanması,
- Girişim içinde otomatik olarak işlenebilen, birimler arası bilgi alışverişinin mümkün olması yolları ile yapılabilir.
Kurumsal Kaynak Planlaması (ERP) yazılımları otomatik bilgi paylaşımı uygulamalarından biridir.

6.1 Girişiminizde Kurumsal Kaynak Planlaması (ERP) yazılımı kullanılıyor mu?

Evet 1 Hayır 2

ERP (Kurumsal Kaynak Planlaması) yazılımları, girişimlerin muhasebe, satın alma, üretim planlama, finans, stok yönetimi gibi birimlerini kaynakların verimli kullanılması için entegre eden sistemlere verilen genel addir. Genellikle girişimlerin farklı birimlerine yönelik modüller (tedarik zinciri, üretim, finansal yönetim, proje yönetimi gibi) halinde çalışır. Her girişimde tüm modüllerin bulunmasına gerek yoktur. Türkiye'de genellikle SAP, LOGO ERP, Mikro ERP, Likom Gusto ERP, Microsoft Dynamics ERP, Netsis ERP, IAS Canias ERP, Oracle gibi ERP ürünleri kullanılmaktadır.

6.2 Girişiminizde Müşteri İlişkileri Yönetimi (CRM) yazılımı kullanılıyor mu?

Evet 1 Hayır 2 ➔ **Bölüm VII'ye geçiniz.**

6.3 CRM yazılımınız, müşterilerinize ilişkin bilgileri diğer işlerinizde kullanılabilecek şekilde toplama, saklama ve kullanıma hazır halde tutulabilmeyi sağlıyor mu?

Evet 1 Hayır 2

6.4 CRM yazılımınız, müşterilerinize ilişkin bilgileri pazarlamaya yönelik amaçlarla analiz edebiliyor mu?

(Fiyat belirlenmesi, satış promosyonları, dağıtım kanallarını seçme vb.)

Evet 1 Hayır 2

Müşteri İlişkileri Yönetimi (CRM) yazılımları genel olarak tüm müşteri bilgilerini, firma çalışanlarının yetkileri dahilinde ulaşabilecekleri merkezi bir veritabanında tutar. CRM uygulamaları müşterilere ilişkin verilerin farklı müşteriyle temas noktalarından elde edilmesi ve bu veriler doğrultusunda müşterilerin tanımlanması, sınıflandırılması (demografik özelliklerine ya da satın alma tiplerine göre), hedef pazarlarını hangi müşteri grubuna ne hızla met vereceğinin saptanması ve karlılık analizlerinin yapılması gibi alanları içerir.

Bölüm VII: Bilgilerin elektronik olarak Tedarik Zinciri Yönetimi (SCM) üzerinden paylaşılması

Bu bölümde girişimin iş süreçlerinin, tedarikçi ve müşterileri ile ne düzeyde entegre olduğu sorgulanmaktadır. Bilgilerin elektronik olarak Tedarik Zinciri Yönetimi (SCM) üzerinden paylaşılması ile; tedarikçiler ve/veya müşteriler ile ürün ve hizmetlerin üretim, geliştirme, stok ve dağıtımına ilişkin her tür bilginin elektronik yollarla paylaşılması kastedilmektedir. Bu paylaşım; web siteleri, ağlar (network) ya da diğer elektronik veri transferi yolları ile yapılabilir.
e-posta mesajları kapsam dışıdır.

7.1 Girişiminiz Tedarik Zinciri Yönetimi'ne (SCM) dayalı bilgileri müşteri veya tedarikçileri ile elektronik olarak paylaşıyor mu?

Stok düzeyleri, üretim planları, talep tahminleri, ürünlerin dağıtım ve teslimat durumu gibi konulara ilişkin bilgilerin elektronik yollarla paylaşılması anlaşılmalıdır.

Evet 1 Hayır 2 **→ Bölüm VIII'e geçiniz.**

7.2 Bu bilgiler hangi yollarla paylaşılıyor?

(Her satırda bir kutuyu işaretleyiniz.)

| | <u>Evet</u> | <u>Hayır</u> |
|--|----------------------------|----------------------------|
| 1. Web siteleri üzerinden (Girişimin web sitesi, tedarikçi ya da müşterinin web sitesi ya da web portalları üzerinden) | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 2. Otomatik işlemeye uygun elektronik veri alışverişi ile (EDI sistemleri) | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |

Bölüm VIII: Bilişim güvenliği

8.1 Girişiminizin belirli/ tanımlanmış bir bilişim güvenliği politikası var mı?

Evet 1 Hayır 2 **→ Bölüm IX'a geçiniz.**

8.2 Bilişim güvenliği politikanız aşağıdaki riskleri kapsıyor mu?

(Her satırda bir kutuyu işaretleyiniz.)


| | <u>Evet</u> | <u>Hayır</u> |
|---|----------------------------|----------------------------|
| 1. Bir saldırı ya da beklenmeyen bir olay nedeniyle veri kaybı | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 2. Gizli verilerin ifşası (Sahte siteye yönlendirme, kimlik çalınması, güvenliğin kırılması vb. nedeniyle) | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 3. Dışarıdan gelen bir saldırı nedeniyle bilişim hizmetlerinin sunulmaması (DoS saldırıları gibi) | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |

8.3 Bilişim güvenliği politikanız ne zaman oluşturuldu ya da en son ne zaman güncellendi?

(Yalnızca bir seçenek işaretleyiniz.)

| | |
|-------------------------------|----------------------------|
| Son 12 ay içerisinde | <input type="checkbox"/> 1 |
| 12 ay ile 24 ay arasında | <input type="checkbox"/> 2 |
| 24 aydan daha uzun zaman önce | <input type="checkbox"/> 3 |

7

Sayfa 8'e geçiniz. 

Bölüm IX: E-ticaret

Elektronik ticaret (e-ticaret), İnternet ve diğer bilgisayar ağları üzerinden gerçekleştirilen ürün tasarımı, üretimi ve tanıtımın yapılması, ticari işlemler, hesapların ödenmesi ile ilgili tüm etkinlikleri kapsar. Bu bölümde hem İnternet (web siteleri, online mağazalar ve mobil uygulamalar) üzerinden yapılan hem de diğer bilgisayar ağları (EDI, Extranet vb.) üzerinden yapılan elektronik ticaret kapsamaktadır. Yalnızca satışlar ve satın almalar değil alınan/ verilen siparişler ve rezervasyonlar da dahildir. Gittigidiyor .com benzeri siteler üzerinden yapılan ticaret dahildir.

Web satışları

9.1 Girişiminiz 2014 yılında web sitesi ya da mobil uygulamalar üzerinden ürün/ hizmet siparişi aldı mı?

Online mağazalar, kendi web siteniz ya da mobil uygulamalar üzerinden alınan siparişleri **dahil ediniz.**

e-posta, telefon ve faks ile alınan siparişleri **haric tutunuz.**

Evet 1 Hayır 2 → Soru 9.5'e geçiniz.

9.2 Girişiminiz 2014 yılında web sitesi ya da mobil uygulamalar üzerinden aldığı siparişlerin toplam cironuz içindeki oranı ne kadardı?

%

9.3 Girişiminiz 2014 yılında web sitesi ya da mobil uygulamalar üzerinden aldığı siparişlerin müşteri gruplarına göre yüzdesini belirtiniz.

| | | | | |
|--|---|----------------------|----------------------|----------------------|
| 1. Nihai tüketiciler (B2C) | % | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
| 2. Diğer girişimler (B2B) ve kamu kurum/ kuruluşları (B2G) | % | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
| Toplam | % | 1 | 0 | 0 |

9.4 Girişiminiz 2014 yılında web sitesi ya da mobil uygulamalar üzerinden aldığı siparişleri veren müşterilerin buldukları ülkeler hangileridir? (Her satırda bir kutuyu işaretleyiniz.)

| | Evet | Hayır |
|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| 1. Türkiye | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 2. Avrupa Birliği ülkeleri | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 3. Diğer ülkeler | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |

EDI satışları

Elektronik Veri Alışverişi (EDI); ticari partnerler arasında, standartları uluslararası kurumlarca belirlenen formatlarla ticari belge akışının (sipariş, fatura, irsaliye vb.) değişimidir. EDI uygulamalarında veri, yapısal bir formatta transfer edilmektedir. Bu formata EDIFACT (İdari, Ticaret ve Nakliyata İlişkin Elektronik Veri Değişimi) denilmektedir. Bir malın siparişinden başlayarak, sevkiyatından, banka işlemlerine ve en son gümrük işlemlerine kadar her aşamada EDI kullanımı mümkündür. Ticaret alanında; endüstri, üretim, finans, bankacılık, sigortacılık, ulaştırma alanında; kara, demir, hava ve deniz yolu, dağıtım, yer hizmetleri ve depolama, kamu sektöründe; gümrük, uluslararası ve ulusal ticaret alanlarında EDI kullanılmaktadır.

9.5 Girişiminiz 2014 yılında Elektronik Veri Alışverişi (EDI) aracılığıyla ürün/ hizmet siparişi aldı mı?

Evet 1 Hayır 2 → Soru 9.8'e geçiniz.

9.6 Girişiminiz 2014 yılında Elektronik Veri Alışverişi (EDI) aracılığıyla aldığı siparişlerin toplam cironuz içindeki oranı ne kadardı?

%

9.7 Girişiminiz 2014 yılında Elektronik Veri Alışverişi (EDI) üzerinden aldığı siparişleri veren müşterilerin buldukları ülkeler hangileridir? (Her satırda bir kutuyu işaretleyiniz.)

| | Evet | Hayır |
|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| 1. Türkiye | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 2. Avrupa Birliği ülkeleri | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 3. Diğer ülkeler | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |

8

Sayfa 9'a geçiniz. →

E-ticaret ile verilen siparişler (satın alımlar)

9.8 Girişiminiz 2014 yılında web siteleri ya da Elektronik Veri Alışverişi (EDI) sistemleri üzerinden ürün/ hizmet siparişi verdi mi?

Online mağaza, web siteleri, Ekstranet ve EDI üzerinden verilen siparişleri **dahil** ediniz.

e-posta, telefon ve faks ile verilen siparişleri **haric tutunuz.**

Evet 1 Hayır 2 → Bölüm X'a geçiniz.

9.9 Girişiminiz 2014 yılında web siteleri ya da Elektronik Veri Alışverişi (EDI) sistemleri aracılığıyla verdiği siparişlerin toplam satın alımları içindeki oranı ne kadardı?

% → **DİKKAT: Oran %1'in altında ise boş bırakınız.**

Bölüm X: Girişim hakkında genel bilgiler

10 Girişiminiz 2014 yılı ortalama çalışan sayısı kaçtır?

Kişi

(Ücretli çalışanlar, iş sahibi ve ortaklar ile ücretsiz çalışan aile fertleri dahil, aktif çalışmayan ortaklar hariç)

ÜCRETLİ ÇALIŞANLAR: Maaşlı ve ücretli çalışanlar sayısı, maaş, ücret, komisyon, ikramiye, parça başı ödeme veya aynı karşılıklar şeklinde yapılan ödemeleri alan, iş akdine sahip ve işveren için çalışan kişiler olarak tanımlanır. Maaşlı ve ücretli çalışanlar sayısında, kısmi çalışanlar, evde çalışanlar, mevsimlik çalışanlar, grevde olanlar veya kısa dönemli ayrılışlar içerilir. Ancak uzun süreli ayrılan kişiler hariç tutulur. Maaşlı ve ücretli çalışanlar sayısında gönüllü çalışanlar kapsamaz.

İŞ SAHİBİ VE ORTAKLAR: Zamanının çoğunu işyerinde çalışarak geçiren iş sahibi ve ortakları ifade eder. Bu kişilerden kar dışında emeği karşılığı ücret alanlar varsa çalışanlar sayısına dahil edilir.

ÜCRETSİZ ÇALIŞAN AİLE FERTLERİ: Birimin sahibi ile birlikte yaşayan ve düzenli olarak birim için çalışan, ancak çalışmaları için sabit bir ücret almayan ve hizmet anlaşması olmayan kişiler kapsanır. Bu kişilere, başka bir işyerinde sürekli çalışanlar dahil değildir.

TÜRKİYE İSTATİSTİK KURUMU BÖLGE MÜDÜRLÜKLERİ

| BÖLGE MÜDÜRLÜĞÜ ADI | SORUMLU OLDUĞU İLLER | TELEFON NO | ADRES |
|---------------------|---|---------------|---|
| ADANA | ADANA, MERSİN | (322) 4576556 | REŞATBEY MAH. 62017. SOKAK NO:4 01120 SEYHAN / ADANA |
| ANKARA | ANKARA | (312) 4819400 | HARBİYE MAH.NAKIŞ SOKAK NO:41 06460 ÇANKAYA / ANKARA |
| ANTALYA | ANTALYA, ISPARTA, BURDUR | (242) 2434560 | KIŞLA MAH. 53. SOKAK NO:8 07040 MURATPAŞA / ANTALYA |
| BALIKESİR | BALIKESİR, ÇANAKKALE | (266) 2449945 | ESKİ KUYUMCULAR MAH. ÇANKAYA SOKAK NO:15 10100 MERKEZ / BALIKESİR |
| BURSA | BURSA, ESKİŞEHİR, BİLECİK | (224) 3617525 | YAVUZ SELİM MAH. ANKARAYOLU CAD. NO:257 16290 YILDIRIM / BURSA |
| DENİZLİ | DENİZLİ, AYDIN, MUĞLA | (258) 2666522 | KERVAHSARAY MAH. BARBAROS BULV. NO:108/2 20225 MERKEZ / DENİZLİ |
| DIYARBAKIR | DIYARBAKIR, ŞANLIURFA | (412) 2238024 | İSKENDERPAŞA MAH. İNÖNÜ CAD. NO:65 KAT:3-4 21300 SUR / DIYARBAKIR |
| EDİRNE | EDİRNE, TEKİRDAĞ, KIRKLARELİ | (284) 2253147 | İSTASYON MAH.SEDİR YAPRAĞI SOK. NO:3 22100 MERKEZ / EDİRNE |
| ERZURUM | ERZURUM, ERZİNCAN, BAYBURT | (442) 2352015 | LALAPAŞA MAH. 1. KAZIM KARABEKİR CAD. NO:20 25100 YAKUTİYE / ERZURUM |
| GAZİANTEP | GAZİANTEP, ADIYAMAN, KİLİS | (342) 3369400 | ÖĞRETMENLERİ MAH. GÜNAYDIN SOKAK NO:43 27060 ŞAHİNBEY / GAZİANTEP |
| HATAY | HATAY, KAHRAMANMARAŞ, OSMANİYE | (326) 2254400 | HARAPARASI MAH. 105 SOK. NO:20 MEHMET CİVELEK İŞHANI KAT:1 31060 ANTAKYA / HATAY |
| İSTANBUL | İSTANBUL | (212) 2589296 | CİHANHÜMA MAH. BARBAROS BULVARI NO:53 34353 BEŞİKTAŞ / İSTANBUL |
| | İSTANBUL | (216) 4692200 | EK HİZMET BİNASI: ZUMRÜT EVLER MH. URAL SK. NO:22 HAS PLAZA A BLOK 34852 MALTEPE / İSTANBUL |
| | İSTANBUL | (212) 5800783 | EK HİZMET BİNASI: CENNET MAH. YEŞİLOVA YAHYOL CAD. NO:108 34290 KUÇUKÇERMECE / İSTANBUL |
| İZMİR | İZMİR | (232) 4831454 | İSMET KAPTAN MAH. 1370. SOKAK NO:38 35230 KONAK / İZMİR |
| KARS | KARS, AĞRI, İĞDIR, ARDAHAN | (474) 2232602 | MERKEZ MAH. DAVUT AKSU CAD. NO:95 36100 MERKEZ / KARS |
| KASTAMONU | KASTAMONU, ÇANKIRI, SİNOP | (366) 2155092 | KUZEYKENT MAH. MİRALAY HALİTBAY CAD. NO:10/D 37100 MERKEZ/KASTAMONU |
| KAYSERİ | KAYSERİ, SIVAS, YOZGAT | (352) 2334232 | ALPARSLAN MAH. FARABI CAD. NO:5 38030 MELİKGAZİ / KAYSERİ |
| KOCAELİ | KOCAELİ, SAKARYA, DÜZCE, BOLU, YALOVA | (262) 3215286 | HACİHİZİR MAH.ALEMDAR CAD. NO:54 41200 İZMİT / KOCAELİ |
| KONYA | KONYA, KARAMAN | (332) 3532560 | ŞEMS-İ TEBRİZİ MAH. MEVLANA CAD. NO:33 42030 KARATAY / KONYA |
| MALATYA | MALATYA, ELAZIĞ, BİNGÖL, TUNCELİ | (422) 3233041 | CEVATPAŞA MAH.TURGUT ÖZAL BULVARI NO:22/A 44110 YEŞİLYURT / MALATYA |
| MANİSA | MANİSA, AFYONKARAHİSAR, KÜTAHYA, UŞAK | (236) 2325165 | PEKER MAH. CUMHURİYET CAD. NO:15/1 45020 MERKEZ / MANİSA |
| NEVŞEHİR | NEVŞEHİR, AKSARAY, NIĞDE, KIRIKKALE, KIRSEHIR | (384) 2128223 | KAPUCUBAŞI MAH. AKSARAY CAD. NO:14 KAT:4 50100 MERKEZ / NEVŞEHİR |
| SAMSUN | SAMSUN, TOKAT, ÇORUM, AMASYA | (362) 4312508 | BELEDİYEYEVLERİ MAH. GİRNE SOK. NO:38 55080 CANIK / SAMSUN |
| SİİRT | SİİRT, MARDİN, BATMAN, ŞIRNAK | (484) 2232866 | YENİ MAHALLE HZ.FAKİRULLAH CAD. NO:2/3 56100 MERKEZ / SİİRT |
| TRABZON | TRABZON, ORDU, GİRESUN, RİZE, ARTVİN, GÜMÜŞHANE | (462) 3215749 | İSKENDERPAŞA MAH. ATATÜRK MEYDANI NO:3 61100 MERKEZ / TRABZON |
| VAN | VAN, MUŞ, BİTLİS, HAKKARİ | (432) 2142511 | VALLI MİTHAT BEY MAH. HASTANE CAD. HANLIL İŞ MERKEZİ NO:19 KAT:3-4 65100 MERKEZ / VAN |
| ZONGULDAK | ZONGULDAK, KARABÜK, BARTIN | (372) 2537970 | MİTHATPAŞA MAH. NİZAM CAD. GÜVEN SOK. NO:3 KAT:3-4 67100 MERKEZ/ZONGULDAK |

CEVAPLAYICI

| | | | |
|----------|--|--------------|------------|
| Ad Soyad | | Cadde /Sokak | |
| Görevi | | Dış kapı no | İç kapı no |
| İl | | Telefon | / |
| İlçe | | Faks | |
| Bucak | | e-posta | @ |
| Köy | | Tarih | / / |
| Mahalle | | İmza | |

İKİNCİ CEVAPLAYICI (varsa)

| | | | |
|----------|--|---------|--|
| Ad Soyad | | Telefon | |
| Görevi | | İmza | |

ANKETÖR

| | |
|--------------|-----|
| Ad Soyad | |
| TC Kimlik No | / / |
| Tarih | / / |
| İmza | |

KONTROLÖR

| | |
|----------------------------|--------------------------|
| Ad Soyad | |
| TC Kimlik No | / / |
| Tarih | / / |
| Soru formunu kontrol ettim | <input type="checkbox"/> |
| İmza | |

**GİRİŞİMLERDE BİLİŞİM TEKNOLOJİLERİ
KULLANIMI ARAŞTIRMASI CEVAPSIZLIK
FORMU, 2015**

Soru formu kodu

İstatistik birim no

KİMLİK ve İLETİŞİM BİLGİLERİ

Bölge Müdürlüğü Adı

Yasal Unvanı

Tabela Unvanı

Vergi Kimlik Numarası Vergi Dairesi Kodu

Adres

İl Cadde/Sokak

İlçe Dış kapı no İç kapı no

Bucak Posta Kodu

Köy Adres Kodu

Mahalle

Cevapsızlık nedenleri

Birim kapandı 1

Referans dönemde faal değildi 2

Birim yetkilisi cevap vermeyi reddetti 3

Birim bulunamadı 4

Birim araştırmanın kapsamı dışında 5

Mükerrer birim 6 → Mükerrer birim no.

El değiştirdi 7 → Birimin el değiştirdiği tarih Devralan Vergi Kimlik Numarası

Başka bölge müdürlüğüne transfer edildi 8 → Transfer edildiği bölge kodu

Diğer (Belirtiniz.....) 98

AÇIKLAMA

Adres

Telefon No

e-posta

ANKETÖR

Ad Soyad

TC Kimlik No

Tarih

İmza

KONTROLÖR


Ad Soyad

TC Kimlik No

Tarih

İmza

Ek-3: Girişimlerde Bilişim Teknolojileri Kullanımı İstatistikleri Soru Formu, 2016



GİRİŞİMLERDE BİLİŞİM TEKNOLOJİLERİ KULLANIMI İSTATİSTİKLERİ SORU FORMU, 2016

| | | | | | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|---------------------|
| | | | | | | | | | | Soru formu kodu |
| | | | | | | | | | | İstatistik birim no |

KİMLİK ve İLETİŞİM BİLGİLERİ

| | | | |
|-----------------------|------|------------|--|
| Yasal Unvanı | | | |
| Tabela Unvanı | | | |
| Vergi Kimlik Numarası | | | |
| Adres | | | |
| İl | | | |
| İlçe | | | |
| Bucak | | | |
| Köy | | | |
| Mahalle | | | |
| Cadde / Sokak | | | |
| Dış kapı no | | İç kapı no | |
| Posta kodu | | | |
| Adres kodu | | | |
| İletişim Bilgileri | | | |
| Telefon (Sabit) | | Faks | |
| Telefon (GSM) | | e-posta | |
| WEB Adresi | www. | KEP | |

Araştırmanın Amacı: Bilişim teknolojileri ile ilgili istatistikler, bilgi toplumunda son yıllarda meydana gelen gelişmeleri anlamak, bu konuda uygulanan politikaları takip etmek ve piyasaların etkin çalışmasını sağlamak gibi nedenlerle büyük önem kazanmıştır. Bu araştırma, girişimlerin bilgisayar, internet ve diğer bilişim teknolojileri kullanımları, teknolojik yeterlilik ve entegrasyonları hakkında bilgi derlemek amacıyla 2005 yılından itibaren yürütülmekte olup, girişimlerde söz konusu teknolojilerin kullanımı hakkında bilgi veren temel veri kaynağıdır.

Kapsamı: Bu soru formu sanayi ve hizmet sektöründe faaliyet gösteren girişimlerden örnekleme yöntemi ile seçilen girişimlere uygulanmaktadır.

Yöntemi: Bu soru formu yıllık olarak uygulanmakta olup, girişimler tarafından kullanıcı adı ve şifre kullanılarak İnternet üzerinden doldurulmaktadır.

Gizlilik: Bu bilgiler, sadece istatistiksel çalışmalarda kullanılmak amacıyla toplanmaktadır. Elde edilen bilgilerin gizliliği 5429 Sayılı Kanunun 13. ve 14. maddesi gereği teminat altına alınmıştır. Vereceğiniz bilgiler, idari, adli ve askeri hiçbir organ, makam, merci veya kişiye verilemez, istatistik amacı dışında kullanılamaz ve ispat aracı olamaz.

Bu bilgiler 10.11.2005 tarih ve 5429 sayılı Türkiye İstatistik Kanunu'nun "7., 8., 9. ve 10. maddeleri" uyarınca toplanmaktadır. Soru formunun istenilen zamanda doldurulmaması, eksik veya yanlış cevaplanması durumunda ilgili Kanunun 53.ve 54. maddelerine göre 2.651 (ikibinaltıyüzellibir) TL idari para cezası uygulanır. İdari para cezası ve diğer cezaların uygulanması, istatistiki birimin bilgi verme yükümlülüğünü ortadan kaldırmaz.

Açıklamalar doğrultusunda soru formunun doğru ve eksiksiz doldurulmasını önemle rica eder, araştırma kapsamında vereceğiniz bilgiler ve işbirliğiniz için teşekkür ederim.

Biol AYDEMİR
Başkan

BU SORU FORMUNUN EN GEÇ 15 GÜN İÇERİSİNDE <https://harzemli.tuik.gov.tr/ed/EdUygulamaDis/> LİNKİ ARACILIĞI İLE İNTERNET ÜZERİNDEN DOLDURULMASI GEREKMEKTEDİR.

Soru formu ile ilgili her türlü sorunuz için bulunduğunuz ilin bağlı olduğu TÜİK Bölge Müdürlüğü'ne başvurabilirsiniz.
Bölge Müdürlükleri ve sorumluluk alanına giren iller son sayfada verilmiştir.
Türkiye İstatistik Kurumu
Devlet Mahallesi Necatibey Cad. No: 114 06420 Çankaya/ANKARA
www.tuik.gov.tr

SORU FORMUNUN DOLDURULMASINA YÖNELİK AÇIKLAYICI BİLGİLER

Bu araştırma sanayi ve hizmet sektöründe faaliyet gösteren 10 ve daha fazla çalışanı olan girişimlerden örnekleme yöntemi ile tespit edilen girişimlere uygulanmaktadır. Soru formu, birden fazla birimi olan girişimlerin merkezlerinde, bağlı tüm yerel birimlerin bilgilerini kapsayacak şekilde bilişim teknolojilerinden sorumlu bir yönetici tarafından doldurulmalıdır.

Soru formunun doldurulmasına ilişkin genel açıklamalar

I. Bu soru kağıdında yer alan 'kullanım' ifadeleri 'sahiplik' ifadesine karşılık gelmemektedir. Örneğin, bilgisayarın girişim bünyesinde kullanılıyor olması (kiralama vb. yollarla) bilgisayar kullanımı ile ilgili sorulan soruların yanıtlanabilmesi için yeterlidir.

II. Sorulan teknolojiler, girişim adına başka kişi ya da girişimler tarafından kullanılıyorsa, (örneğin sorulan teknoloji, işlemi girişim adına yapan ancak girişim dışında faaliyet gösteren bir muhasebeci tarafından yapılıyorsa), cevaplayıcı girişimin ilgili teknolojiyi kullanmadığı anlaşılmalıdır.

Ancak bazı durumlarda sorulan teknoloji hem cevaplayıcı birim, hem de başka bir kişi ya da girişim tarafından kullanılıyor olabilir. Bu durumda aşağıdaki kriterler esas alınmalıdır:

a. Çoğu kez web hizmetler dışından satın alınır / kiralanır ve yönetilir. Bu durumda, yukarıda belirtilen kriterden farklı olarak girişimin söz konusu web sitesinin içeriği üzerinde "kontrol ve sorumluluk" hakkının olması yeterlidir.

b. E-ticaret konusunda da benzer durumlar olabilir. Örneğin hizmet online marketler üzerinden (bu siteler başka bir girişime aittir) yapılsa bile, cevaplayıcı birimin kendine ayrılmış bölümde ürünlerini pazarlaması ve satış yapması, e-ticaret için yeterlidir.

III. Soru formunda yer alan bazı tanımlar aşağıda verilmiştir.

Girişim: Birinci derecede karar alma özelliğini kullanarak, mal veya hizmet üreten bir organizasyon biçimidir. Girişim bir veya birden fazla faaliyet yürütebilir. Girişim ve yasal birim arasındaki ilişki şu tanımla doğrudan ifade edilir: Bir girişim ya yasal birime ya da yasal birimlerin birleşimine karşılık gelmektedir.

Bilgisayar: Masaüstü bilgisayar, laptop, tablet, akıllı telefon (smartphone) bu çalışma kapsamında bilgisayar olarak değerlendirilmelidir. Yazarkasalar, POS cihazları ve bilgisayar kontrollü makineler bilgisayar kapsamında değildir.

Bilişim (ICT/IT) Uzmanları: Ana işi bilişim teknolojileri olan ve bilişim sistemleri ve uygulamalarının kurulması, işletilmesi ve geliştirilmesi süreçlerinde görev alan kişilerdir. Genel olarak; veritabanı, yazılım, bilişim destek gibi bir alanda profesyonel meslek sahipleri kastedilmektedir.

3G: Üçüncü kuşak mobil iletişim teknolojilerine verilen kısaltmadır.

web: World Wide Web (kısaça WWW veya web), birbiriyle bağlantılı, İnternet üzerinde çalışan ve "www" ile başlayan adreslerdeki sayfaların görüntülenmesini sağlayan servistir.

Bulut Bilişim: Bilişim teknolojileri ve uygulamalarının (e-posta, yazılım, veri depolama ve işleme, işlem gücünün artırılması vb.), web tabanlı olarak, servis sağlayıcılar tarafından karşılanmasına dayalı modeldir. Diğer bir ifadeyle "Bulut Bilişim", bilişim teknolojilerinin girişimlere bir hizmet olarak İnternet üzerinden sunulmasıdır.

e-fatura: 397 sıra no.lu VUK tebliği ile hayata geçirilen ve 5 Mart 2010 tarihinden itibaren uygulamada olan, veri format ve standardı Gelir İdaresi Başkanlığı tarafından belirlenen, satıcı ve alıcı arasındaki iletişiminin merkezi bir platform (GİB) üzerinden gerçekleştirildiği faturadır.

Elektronik Veri Alışverişi (EDI): Belirli bir şekilde yapılandırılmış bir format kullanarak, iki girişimin iş bilgilerini elektronik ortamda birbirlerine aktarmalarını sağlayan yazılımlardır. İş dünyasında kullanılan kâğıt belge değişiminin yerine geçmektedir.

e-ticaret: İşletmeler, haneler, kişiler, kamu veya özel sektör kurum ve kuruluşları arasında bilgisayar ağları üzerinden bir malın alışı veya satışının gerçekleşmesi olarak tanımlanmaktadır. e-posta ile alınan siparişler kapsam dışındadır.

Bölüm I: Bilgisayar kullanımı

1.1 Girişiminizde bilgisayar kullanılıyor mu?

(Masasüstü bilgisayar, laptop, tablet, akıllı telefon (smartphone) bilgisayar olarak değerlendirilmelidir.)

Evet 1 Hayır 2 → **Bölüm VIII'e geçiniz.**

Akıllı telefonlar (smartphone); normal cep telefonlarından daha gelişmiş bilgisayar işlevleri ve bağlantı özellikleri bulunan cihazlardır. Örneğin iPhone, Blackberry gibi.

Bölüm II: Bilişim (ICT/IT) uzmanlığı

2.1 Girişiminiz bilişim (ICT/IT) uzmanı istihdam ediyor mu?

Evet 1 Hayır 2

ICT/IT Uzmanları; esas işi bilişim teknolojileri olan ve bilişim sistemleri ve uygulamalarının kurulması, işletilmesi ve geliştirilmesi süreçlerinde görev alan kişilerdir.

2.2 Girişiminiz tarafından 2015 yılında çalışanlarınızın bilişim teknolojileri ile ilgili becerilerini geliştirmek için herhangi bir eğitim verildi mi? (Her satırda bir kutuyu işaretleyiniz.)

1. Bilişim (ICT/IT) uzmanları için Evet 1 Hayır 2

2. Diğer personel için Evet 1 Hayır 2

2.3 Girişiminiz 2015 yılında bilişim (ICT/IT) uzmanı işe aldı mı veya almayı denedi mi?

Evet 1 Hayır 2 → **Soru 2.5'e geçiniz.**

2.4 Girişiminiz bilişim uzmanlığı gerektiren pozisyonlar için personel alırken güçlükle karşılaştı mı?

(Karşılaşılan güçlükler; bilişim uzmanlığına sahip adayların olmaması veya çok az olması, bilişim ile ilgili eğitim ve/veya öğretim yetersizliği, adayların yüksek ücret talep etmesi, bilişim alanındaki iş tecrübesi yetersizliği gibi.)

Evet 1 Hayır 2

2.5 2015 yılında girişiminizde aşağıdaki bilişim fonksiyonlarının çoğunlukla kimin tarafından gerçekleştirildiğini belirtiniz. (Her satırda bir kutuyu işaretleyiniz.)

| | Çoğunlukla kendi personeli ile (girişimin, girişim grubunun, ortak girişimlerin personeli) | Çoğunlukla dışarıdan hizmet alınarak | Böyle bir bilişim fonksiyonu/ uygulaması yok |
|---|--|--------------------------------------|--|
| 1. Bilişim altyapısının yönetilmesi (serverlar, bilgisayarlar, yazıcılar ve ağlar) | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 90 |
| 2. Ofis yazılımları için destek sağlanması (word, excel vb.) | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 90 |
| 3. İş / Yönetim sistemleri ve yazılımlarının geliştirilmesi (ERP, CRM, insan kaynakları veri tabanı vb.) | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 90 |
| 4. İş / Yönetim sistemleri ve yazılımları için destek sağlanması (ERP, CRM, insan kaynakları veri tabanı vb.) | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 90 |
| 5. Web çözümleri geliştirilmesi (web siteleri, e-ticaret çözümleri vb.) | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 90 |
| 6. Web çözümleri için destek sağlanması (web siteleri, e-ticaret çözümleri vb.) | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 90 |
| 7. Bilişim güvenliği ve veri koruma (güvenlik yazılımları, güvenlik testleri vb.) | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 90 |

Bölüm III: İnternet erişimi ve kullanımı

3.1 Girişiminizin İnternet erişimi var mı?

Evet 1 Hayır 2 ➔ Bölüm V'e geçiniz.

3.2 Kaç çalışanın iş amaçlı olarak internete bağlı bilgisayar (tablet ve akıllı telefonlar dahil) kullanmaktadır?

Kişi

3.3 Girişiminizde DSL (ADSL, SHDSL vb.) ya da başka bir sabit genişbant bağlantı (fiber, kablo vb.) kullanılıyor mu?

Evet 1 Hayır 2 ➔ Soru 3.5'e geçiniz.

3.4 Girişiminizin **abone olduğu** en yüksek bağlantı hızı nedir?

(Yalnızca bir seçenek işaretlenmelidir.)

(Birden fazla bağlantı tipi varsa, lütfen **en yüksek** hızı seçiniz.)

2 Mbit/s'den az 1 10-29 Mbit/s 3 100 Mbit/s ve üzeri 5
2-9 Mbit/s 2 30-99 Mbit/s 4

Mobil genişbant bağlantı

Soru 3.5, 3.6 ve 3.7 yalnızca iş amaçlı olarak İnternete **mobil genişbant bağlantı (3G)** kapsamaktadır. Mobil genişbant bağlantı ile, cep telefonu şebekesi üzerinden gerçekleştirilen 3G bağlantı kastedilmektedir. Girişiminiz tarafından çalışanlarınıza sağladığınız cihazın mülkiyetinin kimde olduğu, faturaların tamamen veya kısmen tarafınızdan ödenmesi vb. hususları dikkate almaksızın cevaplayınız.

3.5 Girişiminizde mobil genişbant bağlantı (3G, EDGE gibi) ile internete bağlanabilmek için taşınabilir cihaz (akıllı telefon, tablet, taşınabilir bilgisayar vb.) kullanılıyor mu?

Evet 1 Hayır 2 ➔ Soru 3.8'e geçiniz.

3.6 Kaç çalışınıza iş amaçlı olarak internete **mobil** genişbant (3G) bağlanabilmeleri için taşınabilir cihaz sağlıyorsunuz?

Kişi

Yalnızca mobil bağlantılı taşınabilir cihaz sağlanan çalışanları dikkate alınız.

3.7 Çalışanlarınıza bu taşınabilir cihazları hangi amaçlarla sağlıyorsunuz?

(Her satırda bir kutuyu işaretleyiniz.)

| | Evet | Hayır |
|---|----------------------------|----------------------------|
| 1. Girişimin e-postalarına erişim | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 2. Girişimin dokümanlarına erişim ve düzenleme | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 3. Bir iş yazılımı uygulamasını kullanma (Sipariş takip, ERP vb.) | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |

Web sayfası

3.8 Girişiminizin aktif olarak kullanılan bir web sitesi veya sayfası var mı?

DİKKAT: Girişiminizin Facebook gibi sosyal medya uygulamalarında kendisine ait bir hesabı var ise lütfen bu soruyu **Evet** olarak işaretleyiniz.

Evet 1 Hayır 2 ➔ Soru 3.10'a geçiniz.

Girişiminizin web sitesinde sadece unvan ve/veya iletişim bilgileriniz yer alıyor ise; bu soru **Hayır** olarak işaretlenmelidir.

Distribütör, bayi, franchise vb. şekilde başka bir firmanın ürünlerinin satış/dağıtımını yapıyorsanız, ana firma web sitesini dikkate alarak cevaplayınız.

4

Sayfa 5'e geçiniz.

3.9 Web sayfanızda aşağıdakilerin hangileri mevcuttur?
(Her satırda bir kutuyu işaretleyiniz.)

| | Evet | Hayır |
|---|----------------------------|----------------------------|
| 1. Ürün/ hizmetler hakkında bilgi ve fiyat listesi | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 2. Çevrimiçi (online) sipariş, rezervasyon ya da kayıt (örn. alışveriş sepeti) | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 3. Online ürün ve hizmetlerin siteyi ziyaret eden müşterilerin arzusuna göre tasarlanması ya da kişiselleştirilmesi | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 4. Online sipariş takibi | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 5. Düzenli/sürekli ziyaretçiler için web sitesinin içeriğinin kişiselleştirilebilmesi | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 6. Girişimin sosyal medya hesaplarına link | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |

e-Devlet

3.10 Girişiminiz 2015 yılında aşağıdaki faaliyetlerden hangileri için kamu kuruluşlarıyla İnternet yoluyla iletişim kurdu?
(Her satırda bir kutuyu işaretleyiniz.)

Yerel yönetimler ile kamu hastaneleri, devlet üniversiteleri gibi kurumlar da kapsama dahildir. e-posta yoluyla yapılan işlemleri hariç tutunuz.

| | Evet | Hayır |
|--|----------------------------|----------------------------|
| 1. Kamu kurum/kuruluşlarının web sayfalarından bilgi almak | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |

DİKKAT: Aşağıdaki maddeler girişim dışından muhasebeci, SMMM vb. tarafından yapılıyor ise "Hayır" seçeneği işaretlenmelidir.

| | | |
|--|----------------------------|----------------------------|
| 2. Kamu kurum/kuruluşlarının web sayfasından form almak/indirmek (Adres Beyan Formu, SGK bildirim formları, vb.) (Herhangi bir formatta) | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 3. Web üzerinden resmi formları doldurmak (Bilgisayara indirdiğiniz ya da çıktı alıp doldurduğunuz formları hariç tutunuz.) (TÜİK anketleri, Adres Beyan Formu, vb.) | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 4. KDV beyanamesi vermek (Kağıt üzerinde herhangi bir işlem gerekmeksizin, ödeme gerekiyorsa ödemenin de elektronik ortamda yapılması) | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 5. SGK beyanları (Kağıt üzerinde herhangi bir işlem gerekmeksizin, ödeme gerekiyorsa ödemenin de elektronik ortamda yapılması) | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |

Sosyal medya

Bu bölümde Facebook, Twitter gibi sosyal medya uygulamalarının müşteriler, iş ortakları, tedarikçiler vb. ile bilgi paylaşımı için kullanımı sorgulanmaktadır. Sosyal medya uygulamalarının yalnızca reklam vermek için kullanılması ve girişimin kendine ait bir hesabının bulunmaması halleri kapsam dışıdır.

3.11 Girişiminiz aşağıdaki sosyal medya uygulamalarını kullanıyor mu? (Her satırda bir kutuyu işaretleyiniz.)

Sosyal medyanın yalnızca reklam vermek için kullanımı hariçtir.

| | Evet | Hayır |
|---|----------------------------|----------------------------|
| 1. Sosyal ağlar (Facebook, LinkedIn, Xing, vb.) | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 2. Bloglar ve Twitter gibi mikro bloglar | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 3. Multimedya paylaşım siteleri (YouTube, Instagram, Flickr, Picassa vb.) | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 4. Wiki bazlı bilgi paylaşım siteleri | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |

Diğer İnternet Kullanım Amaçları

3.12 Herhangi bir çalışmanız girişiminizin e-posta, doküman ya da uygulamalarına uzaktan erişebiliyor mu?

Evet 1 Hayır 2

3.13 Girişiminiz İnternet üzerinde ücretli reklam veriyor mu?

(Google reklamları, sosyal medya reklamları, başka web sayfalarına reklam verme vb.)

Evet 1 Hayır 2 ➔ Bölüm IV'e geçiniz.

3.14 Girişiminizin İnternet reklamları aşağıdaki yöntemlerden birini kullanıyor mu?

(Her satırda bir kutuyu işaretleyiniz.)

| | Evet | Hayır |
|---|----------------------------|----------------------------|
| 1. Web sayfasının içeriği ya da kullanıcının aradığı kelimeleri esas alıyor | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 2. İnternet kullanıcısının önceki faaliyetleri ya da profilini esas alıyor | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 3. İnternet kullanıcılarının coğrafi konumlarını esas alıyor | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 4. Yukarıda sayılanlar dışında bir yöntem kullanılıyor | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |

Bölüm IV: Bulut Bilişim

Bulut Bilişim; bilişim teknolojileri ve uygulamalarının (e-posta, yazılım, veri depolama ve işleme, işlem gücünün artırılması vb.) web tabanlı olarak, servis sağlayıcılar tarafından karşılanmasına dayalı modeldir. Diğer bir ifadeyle "Bulut Bilişim", bilişim teknolojilerinin girişimlere bir hizmet olarak İnternet üzerinden sunulmasıdır.

Bulut Bilişim kullanımında, girişimler tarafından ihtiyaç duyulan teknolojilerin satın alınması yerine, bu teknolojiler servis sağlayıcıları tarafından dış kaynak olarak (outsourcing) sunulur. Bu sayede, girişimler tarafından yazılımların satın alınması ve lisans ücreti ödenmesi, ağ (network), sunucu (server) gibi donanımların kurulum ve işletilmesi gibi yüksek maliyetlerden kaçınılarak, bu gibi hizmetler servis sağlayıcıların İnternet ortamında sundukları ve web üzerinden erişilebilen uygulamalar aracılığıyla gerçekleştirilir.

Bulut Bilişim sayesinde;

- İhtiyaç duyulan bilişim teknolojileri (donanım ve yazılım) daha düşük maliyetler ile elde edilebilmesi,
 - Verilere ve uygulamalara ihtiyaç duyulduğu anda ve ihtiyaç duyulan yerden erişim sağlanabilmesi,
 - Gerek duyulduğunda, satın alınan / kullanılan ürünlerin kapasitelerinin artırılması vb. değişikliklerin hızlı ve kolay bir biçimde yapılabilmesi,
 - Yüksek maliyet gerektiren yüksek işlemci güçleri ve yüksek depolama kapasitelerinin kullanılabilmesi mümkün olmaktadır.
- Bulut Bilişim VPN bağlantılarını da içerebilir.

4.1 Girişiminiz ücretli bir Bulut Bilişim hizmeti kullanıyor mu?

Evet 1 Hayır 2 ➔ Bölüm V'e geçiniz.

4.2 Girişiminiz aşağıdaki ücretli Bulut Bilişim hizmetlerini kullanıyor mu?

(Her satırda bir kutuyu işaretleyiniz.)

| | Evet | Hayır |
|--|----------------------------|----------------------------|
| 1. e-posta | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 2. Ofis yazılımları (word, excel vb.) | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 3. Girişimin veri taban(lar)ının işletilmesi | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 4. Dosyaların saklanması, depolanması | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 5. Muhasebe / finans yazılımları ve uygulamaları | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 6. Müşteri İlişkileri Yönetimi (CRM) uygulamaları | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 7. Girişimin kendi uygulamalarının çalıştırılması için işlemci güç desteği | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |

4.3 Satın alınan Bulut Bilişim hizmetleri girişiminize ne şekilde sunulmaktadır?

(Her satırda bir kutuyu işaretleyiniz.)

| | Evet | Hayır |
|--|----------------------------|----------------------------|
| 1. Hizmet sağlayıcıların paylaşımlı sunucuları (server) üzerinden | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 2. Hizmet sağlayıcıların girişiminize tahsis edilen sunucuları üzerinden | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |

Bölüm V: Fatura

Faturalar elektronik fatura ve normal (kağıt) fatura olarak düzenlenebilir. Elektronik faturalar 2 şekilde düzenlenebilir:

1. Gelir idaresi Başkanlığı tarafından düzenlenen e-fatura: 397 sıra no.lu VUK tebliği ile hayata geçirilen ve 5 Mart 2010 tarihinden itibaren uygulamada olan, veri format ve standardı Gelir İdaresi Başkanlığı tarafından belirlenen, satıcı ve alıcı arasındaki iletişiminin merkezi bir platform (GİB) üzerinden gerçekleştirildiği faturalardır.
2. Yukarıdaki kapsama girmeyen, kağıt olarak düzenlenen ancak e-posta vb. yollarla alıcıya ulaştırılması için pdf vb. formatlara dönüştürülen faturalar.

5.1 Girişiminiz 2015 yılında kimlere fatura (kağıt ya da e-fatura) düzenledi?

(Her satırda bir kutuyu işaretleyiniz.)

| | Evet | Hayır |
|-----------------------------------|----------------------------|----------------------------|
| 1. Diğer girişimler | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 2. Kamu kurumlarına | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 3. Nihai tüketicilere (şahıslara) | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |

Yalnızca 3. seçeneğe "Evet" işaretlenmiş ise Soru 5.3'e geçiniz.

5.2 Girişiminiz 2015 yılında diğer girişimler ve kamu kurumlarına düzenlediği/gönderdiği faturaların yüzdesini belirtiniz.

(Kesin oranları tespit edemiyorsanız tahmin ediniz.)

| | | | | |
|--|---|----------|----------|----------|
| 1. e-fatura (Sisteme kayıtlı, 397 sıra no'lu VUK tebliği ile düzenlenen) | % | | | |
| 2. Kağıt fatura olarak düzenlenip e-posta ekinde gönderilen fatura | % | | | |
| 3. Kağıt fatura | % | | | |
| Toplam | % | 1 | 0 | 0 |

5.3 Girişiminiz 2015 yılında aldığı faturaların yüzdesini belirtiniz.

(Kesin oranları tespit edemiyorsanız tahmin ediniz.)

| | | | | |
|--|---|----------|----------|----------|
| 1. e-fatura (Sisteme kayıtlı, 397 sıra no'lu VUK tebliği ile düzenlenen) | % | | | |
| 2. Kağıt fatura veya elektronik ortamda gönderilen kağıt fatura | % | | | |
| Toplam | % | 1 | 0 | 0 |

Bölüm VI: E-ticaret

Elektronik ticaret (e-ticaret), İnternet ve diğer bilgisayar ağları üzerinden gerçekleştirilen sipariş alma, satış ve sipariş verme işlemlerini kapsar.

Bu bölümde hem İnternet (web siteleri, online mağazalar ve mobil uygulamalar) üzerinden yapılan hem de diğer bilgisayar ağları (EDI, Extranet vb.) üzerinden yapılan elektronik ticaret kapsamaktadır.

Yalnızca satışlar ve satın almalar değil alınan/verilen siparişler ve rezervasyonlar da dahildir. Gittigidiyor .com benzeri siteler üzerinden yapılan ticaret dahildir.

Web satışları

6.1 Girişiminiz 2015 yılında web sitesi ya da mobil uygulamalar üzerinden ürün/ hizmet siparişi aldı mı?

Online mağazalar, kendi web siteniz ya da mobil uygulamalar üzerinden alınan siparişleri **dahil ediniz.**

e-posta, telefon ve faks ile alınan siparişleri **hariç tutunuz.**

Evet 1 Hayır 2 **→ Soru 6.4'e geçiniz.**

6.2 Girişiminiz 2015 yılında web sitesi ya da mobil uygulamalar üzerinden aldığı siparişlerin toplam cironuz içindeki oranı ne kadardı?

%

6.3 Girişiminiz 2015 yılında web sitesi ya da mobil uygulamalar üzerinden aldığı siparişlerin müşteri gruplarına göre yüzdesini belirtiniz.

| | | | | |
|--|---|----------|----------|----------|
| 1. Nihai tüketiciler (B2C) | % | | | |
| 2. Diğer girişimler (B2B) ve kamu kurum/ kuruluşları (B2G) | % | | | |
| Toplam | % | 1 | 0 | 0 |

7

Sayfa 8'e geçiniz.

EDI satışları

Elektronik Veri Alışverişi (EDI); ticari partnerler arasında, standartları uluslararası kurumlarca belirlenen formatlarla ticari belge akışının (sipariş, fatura, irsaliye vb.) değişimidir. EDI uygulamalarında veri, yapısal bir formatta transfer edilmektedir. Bu formata EDIFACT (İdari, Ticaret ve Nakliyata İlişkin Elektronik Veri Değişimi) denilmektedir. Bir malın siparişinden başlayarak, sevkiyatından, banka işlemlerine ve en son gümrük işlemlerine kadar her aşamada EDI kullanımı mümkündür. Ticaret alanında; endüstri, üretim, finans, bankacılık, sigortacılık, ulaştırma alanında; kara, demir, hava ve denizyolu, dağıtım, yer hizmetleri ve depolama, kamu sektöründe; gümrük, uluslararası ve ulusal ticaret alanlarında EDI kullanılmaktadır.

6.4 Girişiminiz 2015 yılında Elektronik Veri Alışverişi (EDI) aracılığıyla ürün/ hizmet siparişi aldı mı?

Evet 1 Hayır 2 **➔ Bölüm VII'ye geçiniz.**

6.5 Girişiminiz 2015 yılında Elektronik Veri Alışverişi (EDI) aracılığıyla aldığı siparişlerin toplam cironuz içindeki oranı ne kadardı?

%

Bölüm VII: Girişim hakkında genel bilgiler

7.1 Girişiminiz 2015 yılı ortalama çalışan sayısı kaçtır?

Kişi

(Ücretli çalışanlar, iş sahibi ve ortaklar ile ücretsiz çalışan aile fertleri dahil, aktif çalışmayan ortaklar hariç)

ÜCRETLİ ÇALIŞANLAR: Maaşlı ve ücretli çalışanlar sayısı, maaş, ücret, komisyon, ikramiye, parça başı ödeme veya aynı karşılıklar şeklinde yapılan ödemeleri alan, iş akdine sahip ve işveren için çalışan kişiler olarak tanımlanır. Maaşlı ve ücretli çalışanlar sayısında, kısmi çalışanlar, evde çalışanlar, mevsimlik çalışanlar, grevde olanlar veya kısa dönemli ayrılışları içerilir. Ancak uzun süreli ayrılan kişiler hariç tutulur. Maaşlı ve ücretli çalışanlar sayısında gönüllü çalışanlar kapsamaz.

İŞ SAHİBİ VE ORTAKLAR: Zamanının çoğunu işyerinde çalışarak geçiren iş sahibi ve ortakları ifade eder. Bu kişilerden kar dışında emeği karşılığı ücret alanlar varsa çalışanlar sayısına dahil edilir.

ÜCRETSİZ ÇALIŞAN AİLE FERTLERİ: Birimin sahibi ile birlikte yaşayan ve düzenli olarak birim için çalışan, ancak çalışmalarını için sabit bir ücret almayan ve hizmet anlaşması olmayan kişiler kapsamır. Bu kişilere, başka bir işyerinde sürekli çalışanlar dahil değildir.

TÜRKİYE İSTATİSTİK KURUMU BÖLGE MÜDÜRLÜKLERİ

| BÖLGE MÜDÜRLÜĞÜ ADI | SORUMLU OLDUĞU İLLER | TELEFON NO | ADRES |
|---------------------|---|---------------|--|
| ADANA | ADANA, MERSİN | (322) 4576556 | REŞAT BEY MAH. 62017 SOK. NO: 4 01120 SEYHAN / ADANA |
| ANKARA | ANKARA | (312) 4819400 | HARBİYE MAH. NAKİŞ SOK. NO: 41 06460 ÇANKAYA / ANKARA |
| ANTALYA | ANTALYA, İSPARTA, BURDUR | (242) 2434560 | KIŞLA MAH. 53. SOKAK NO:8 07040 MURATPAŞA / ANTALYA |
| BALIKESİR | BALIKESİR, ÇANAKKALE | (266) 2449945 | ESKİ KUYUMCULAR MAH. ÇANKAYA SOKAK NO:15 10100 MERKEZ / BALIKESİR |
| BURSA | BURSA, ESKİŞEHİR, BİLECİK | (224) 3617525 | YAVUZ SELİM MAH. ANKARAYOLU CAD. NO:257 16290 YILDIRIM / BURSA |
| DENİZLİ | DENİZLİ, AYDIN, MUĞLA | (258) 2666522 | KERVAHSARAY MAH. BARBAROS BULV. NO:108/2 20225 MERKEZ / DENİZLİ |
| DIYARBAKIR | DIYARBAKIR, ŞANLIURFA | (412) 2238024 | İSKENDERPAŞA MAH. İNÖNÜ CAD. NO:65 KAT:3-4 21300 SUR / DIYARBAKIR |
| EDİRNE | EDİRNE, TEKİRDAĞ, KIRKLARELİ | (284) 2253147 | İSTASYON MAH. SEDİR YAPRAĞI SOK. NO:3 22100 MERKEZ / EDİRNE |
| ERZURUM | ERZURUM, ERZİNCAN, BAYBURT | (442) 2352015 | LALAPAŞA MAH. 1. KAZIM KARABEKİR CAD. NO:20 25100 YAKUTİYE / ERZURUM |
| GAZİANTEP | GAZİANTEP, ADIYAMAN, KİLİS | (342) 3369400 | ÖĞRETMENLERİ MAH. GÜNAYDIN SOKAK NO:43 27060 ŞAHİNBEY / GAZİANTEP |
| HATAY | HATAY, KAHRAMANMARAŞ, OSMANIYE | (326) 2254400 | HARAPARASI MAH. 105 SOK. NO:20 MEHMET CİVELEK İŞHANI KAT:1 31060 ANTAKYA / HATAY |
| İSTANBUL | İSTANBUL | (212) 2589296 | CİHANHÜMA MAH. BARBAROS BULVARI NO:53 34353 BEŞİKTAŞ / İSTANBUL |
| | İSTANBUL | (216) 4692200 | EK HİZMET BİNASI: ZUMRÜT EVLER MH. URAL SK. NO:22 HAS PLAZA A BLOK 34852 MALTEPE / İSTANBUL |
| | İSTANBUL | (212) 5800783 | EK HİZMET BİNASI: CENNET MAH. YEŞİLOVA YAHYOL CAD. NO:108 34290 KUÇUKÇERMECE / İSTANBUL |
| İZMİR | İZMİR | (232) 4831454 | İSMET KAPTAH MAH. 1370. SOKAK NO:38 35230 KONAK / İZMİR |
| KARS | KARS, AĞRI, İĞDIR, ARDAHAN | (474) 2232602 | MERKEZ MAH. DAVUT AKSU CAD. NO:95 36100 MERKEZ / KARS |
| KASTAMONU | KASTAMONU, ÇANKIRI, SİNOP | (366) 2155092 | KUZEYKENT MAH. MİRALAY HALİTBAY CAD. NO:10/D 37100 MERKEZ/KASTAMONU |
| KAYSERİ | KAYSERİ, SIVAS, YOZGAT | (352) 2334232 | ALPARSLAN MAH. FARABI CAD. NO:5 38030 MELİKGAZİ / KAYSERİ |
| KOCAELİ | KOCAELİ, SAKARYA, DÜZCE, BOLU, YALOVA | (262) 3005601 | YENİ VALİLİK YERLEŞKESİ KORFEZ MAH. ANKARA KARAYOLU CAD. NO:129 D-E BLOK KAT:1-2 İZMİT / KOCAELİ |
| KONYA | KONYA, KARAMAN | (332) 3532560 | ŞEMS-İ TEBRİZİ MAH. MEVLANA CAD. NO:33 42030 KARATAY / KONYA |
| MALATYA | MALATYA, ELAZIĞ, BİNGÖL, TUNCELİ | (422) 3233041 | CEVATPAŞA MAH. TURGUT ÖZAL BULVARI NO:22/A 44110 YEŞİLYURT / MALATYA |
| MANİSA | MANİSA, AFYONKARAHİSAR, KÜTAHYA, UŞAK | (236) 2325165 | PEKER MAH. CUMHURİYET CAD. NO:15/1 45020 MERKEZ / MANİSA |
| NEVŞEHİR | NEVŞEHİR, AKSARAY, NIĞDE, KIRIKKALE, KIRSEHIR | (384) 2128223 | RAŞİTBAY MAH. VAİZ OSMAN HOCA BULVARI NO:7 50200 MERKEZ / NEVŞEHİR |
| SAMSUN | SAMSUN, TOKAT, ÇORUM, AMASYA | (362) 4312508 | BELEDİYEYEVLERİ MAH. GİRNE SOK. NO:36 55080 CANIK / SAMSUN |
| SIİRT | SIİRT, MARDİN, BATMAN, ŞIRNAK | (484) 2232866 | YENİ MAHALLE HZ.FAKİRULLAH CAD. NO:2/3 56100 MERKEZ / SIİRT |
| TRABZON | TRABZON, ORDU, GİRESUN, RİZE, ARTVİN, GÜMÜŞHANE | (462) 3215749 | İSKENDERPAŞA MAH. ATATÜRK MEYDANI NO:3 61100 MERKEZ / TRABZON |
| VAN | VAN, MUŞ, BİTLİS, HAKKARİ | (432) 2142511 | VALİ MİTHAT BEY MAH. HASTANE CAD. HANLIL İŞ MERKEZİ NO:19 KAT:3-4 65100 MERKEZ / VAN |
| ZONGULDAK | ZONGULDAK, KARABÜK, BARTIN | (372) 2537970 | MİTHATPAŞA MAH. NİZAM CAD. GÜVEN SOK. NO:3 KAT:3-4 67100 MERKEZ/ZONGULDAK |

CEVAPLAYICI

| | | | |
|----------|--|--------------|------------|
| Ad Soyad | | Cadde /Sokak | |
| Görevi | | Dış kapı no | İç kapı no |
| İl | | Telefon | / |
| İlçe | | Faks | |
| Bucak | | e-posta | @ |
| Köy | | Tarih | / / |
| Mahalle | | İmza | |

İKİNCİ CEVAPLAYICI (varsa)

| | | | |
|----------|--|---------|--|
| Ad Soyad | | Telefon | |
| Görevi | | İmza | |

ANKETÖR

| | |
|--------------|-----|
| Ad Soyad | |
| TC Kimlik No | |
| Tarih | / / |
| İmza | |

KONTROLÖR

| | |
|----------------------------|--------------------------|
| Ad Soyad | |
| TC Kimlik No | |
| Tarih | / / |
| Soru formunu kontrol ettim | <input type="checkbox"/> |
| İmza | |

GİRİŞİMLERDE BİLİŞİM TEKNOLOJİLERİ KULLANIMI ARAŞTIRMASI CEVAPSIZLIK FORMU, 2016

Soru formu kodu

İstatistik birim no

KİMLİK ve İLETİŞİM BİLGİLERİ

Bölge Müdürlüğü Adı

Yasal Unvanı

Tabela Unvanı

Vergi Kimlik Numarası Vergi Dairesi Kodu

Adres

İl Cadde/Sokak

İlçe Dış kapı no İç kapı no

Bucak Posta Kodu

Köy Adres Kodu

Mahalle

Cevapsızlık nedenleri

| | |
|---|--|
| Birim kapandı | <input type="checkbox"/> 1 |
| Referans dönemde faal değildi | <input type="checkbox"/> 2 |
| Birim yetkilisi cevap vermeyi reddetti | <input type="checkbox"/> 3 |
| Birim bulunamadı | <input type="checkbox"/> 4 |
| Birim araştırmanın kapsamı dışında | <input type="checkbox"/> 5 |
| Mükerrer birim | <input type="checkbox"/> 6 → Mükerrer birim no. |
| El değiştirdi | <input type="checkbox"/> 7 → Birimin el değiştirdiği tarih Devralan Vergi Kimlik Numarası |
| Başka bölge müdürlüğüne transfer edildi | <input type="checkbox"/> 8 → Transfer edildiği bölge kodu |
| Diğer (Belirtiniz.....) | <input type="checkbox"/> 98 |

AÇIKLAMA

Adres

Telefon No

e-posta

ANKETÖR

Ad Soyad

TC Kimlik No

Tarih

İmza

KONTROLÖR

Ad Soyad

TC Kimlik No

Tarih

İmza

Ek-4: Girişimlerde Bilişim Teknolojileri Kullanımı İstatistikleri Soru Formu, 2017



GİRİŞİMLERDE BİLİŞİM TEKNOLOJİLERİ KULLANIM İSTATİSTİKLERİ SORU FORMU, 2017

| | | | | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| | | | | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|

 Soru formu kodu

| | | | | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| | | | | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|

 İstatistik birim no

KİMLİK ve İLETİŞİM BİLGİLERİ

| | | | |
|-----------------------|------|------------|--|
| Yasal Unvanı | | | |
| Tabela Unvanı | | | |
| Vergi Kimlik Numarası | | | |
| Adres | | | |
| İl | | | |
| İlçe | | | |
| Köy | | | |
| Mahalle | | | |
| Cadde / Sokak | | | |
| Dış kapı no | | İç kapı no | |
| Posta kodu | | | |
| Adres kodu | | | |
| İletişim Bilgileri | | | |
| Telefon (Sabit) | | Faks | |
| Telefon (GSM) | | e-posta | |
| WEB Adresi | www. | KEP | |

Araştırmanın Amacı: Bilişim teknolojileri ile ilgili istatistikler, bilgi toplumunda son yıllarda meydana gelen gelişmeleri anlamak, bu konuda uygulanan politikaları takip etmek ve piyasaların etkin çalışmasını sağlamak gibi nedenlerle büyük önem kazanmıştır. Bu araştırma, girişimlerin bilgisayar, internet ve diğer bilişim teknolojileri kullanımları, teknolojik yeterlilik ve entegrasyonları hakkında bilgi derlemek amacıyla 2005 yılından itibaren yürütülmekte olup, girişimlerde söz konusu teknolojilerin kullanımı hakkında bilgi veren temel veri kaynağıdır.

Kapsamı: Bu soru formu sanayi ve hizmet sektöründe faaliyet gösteren girişimlerden örnekleme yöntemi ile seçilen girişimlere uygulanmaktadır.

Yöntemi: Bu soru formu yıllık olarak uygulanmakta olup, girişimler tarafından kullanıcı adı ve şifre kullanılarak İnternet üzerinden doldurulmaktadır.

Gizlilik: Bu bilgiler, sadece istatistiksel çalışmalarda kullanılmak amacıyla toplanmaktadır. Elde edilen bilgilerin gizliliği 5429 Sayılı Kanununun 13. ve 14. maddesi gereği teminat altına alınmıştır. Vereceğiniz bilgiler, idari, adli ve askeri hiçbir organ, makam, merci veya kişiye verilemez, istatistik amacı dışında kullanılamaz ve ispat aracı olamaz.

Bu bilgiler 10.11.2005 tarih ve 5429 sayılı Türkiye İstatistik Kanunu'nun "7., 8., 9. ve 10. maddeleri" uyarınca toplanmaktadır. Soru formunun istenilen zamanda doldurulmaması, eksik veya yanlış cevaplanması durumunda ilgili Kanunun 53.ve 54. maddelerine göre 2.752 (iki bin yediyüzelli iki) TL idari para cezası uygulanır. İdari para cezası ve diğer cezaların uygulanması, istatistik biriminin bilgi verme yükümlülüğünü ortadan kaldırmaz.

Açıklamalar doğrultusunda soru formunun doğru ve eksiksiz doldurulmasını önemle rica eder, araştırma kapsamında vereceğiniz bilgiler ve işbirliğiniz için teşekkür ederim.

Mehmet AKTAŞ
Başkan V.

BU SORU FORMUNUN EN GEÇ 15 GÜN İÇERİSİNDE <https://harzemli.tuik.gov.tr/ed/EdUygulamaDis/> LİNKİ ARACILIĞI İLE İNTERNET ÜZERİNDEN DOLDURULMASI GEREKMEKTEDİR.

Soru formu ile ilgili her türlü sorunuz için bulunduğunuz ilin bağlı olduğu TÜİK Bölge Müdürlüğü'ne başvurabilirsiniz. Bölge Müdürlükleri ve sorumluluk alanına giren iller son sayfada verilmiştir.

Türkiye İstatistik Kurumu
Devlet Mahallesi Necatibey Cad. No: 114 06420 Çankaya/ANKARA
www.tuik.gov.tr

SORU FORMUNUN DOLDURULMASINA YÖNELİK AÇIKLAYICI BİLGİLER

Bu araştırma sanayi ve hizmet sektöründe faaliyet gösteren 10 ve daha fazla çalışanı olan girişimlerden örnekleme yöntemi ile tespit edilen girişimlere uygulanmaktadır. Soru formu, birden fazla birimi olan girişimlerin merkezlerinde, bağlı tüm yerel birimlerin bilgilerini kapsayacak şekilde **bilgi teknolojilerinden sorumlu bir yönetici tarafından** doldurulmalıdır.

Soru formunun doldurulmasına ilişkin genel açıklamalar

I. Bu soru formunda yer alan 'kullanım' ifadeleri 'sahiplik' ifadesine karşılık gelmemektedir. Örneğin, bilgisayarın girişim bünyesinde kullanılıyor olması (kiralama vb. yollarla) bilgisayar kullanımı ile ilgili sorulan soruların yanıtlanabilmesi için yeterlidir.

II. Sorulan teknolojiler, girişim adına başka kişi ya da girişimler tarafından kullanılıyorsa (örneğin sorulan teknoloji, işlemi girişim adına yapan ancak girişim dışında faaliyet gösteren bir muhasebeci tarafından yapılıyorsa) cevaplayıcı girişimin ilgili teknolojiyi kullanmadığı anlaşılmamıştır.

Ancak bazı durumlarda sorulan teknoloji hem cevaplayıcı birim, hem de başka bir kişi ya da girişim tarafından kullanılıyor olabilir. Bu durumda aşağıdaki kriterler esas alınmalıdır:

a. Çoğu kez web hizmetler dışından satın alınır/kiralanır ve yönetilir. Bu durumda, yukarıda belirtilen kriterden farklı olarak girişimin söz konusu web sitesinin içeriği üzerinde "kontrol ve sorumluluk" hakkının olması yeterlidir.

b. E-ticaret konusunda da benzer durumlar olabilir. Örneğin hizmet online marketler üzerinden (bu siteler başka bir girişime aittir) yapılsa bile, cevaplayıcı birimin kendine ayrılmış bölümde ürünlerini pazarlaması ve satış yapması e-ticaret için yeterlidir.

III. Soru formunda yer alan bazı tanımlar aşağıda verilmiştir.

Girişim: Birinci derecede karar alma özelliğini kullanarak, mal veya hizmet üreten bir organizasyon biçimidir. Girişim bir veya birden fazla faaliyeti yürütebilir. Girişim ve yasal birim arasındaki ilişki şu tanımla doğrudan ifade edilir: Bir girişim ya yasal birime ya da yasal birimlerin birleşimine karşılık gelmektedir.

Bilgisayar: Masaüstü bilgisayar, laptop, tablet, akıllı telefon (smartphone) bu çalışma kapsamında bilgisayar olarak değerlendirilmelidir. Yazarkasalar, POS cihazları ve bilgisayar kontrollü makineler bilgisayar kapsamında değildir.

Akıllı telefon (Smartphone): Normal cep telefonlarından daha gelişmiş bilgisayar işlevleri ve bağlantı özellikleri bulunan cihazlardır. Örneğin iPhone, Samsung Galaxy gibi.

Bilişim (ICT/IT) Uzmanı: Ana işi bilişim teknolojileri olan ve bilişim sistemleri ve uygulamalarının kurulması, işletilmesi ve geliştirilmesi süreçlerinde görev alan kişidir. Genel olarak; veritabanı, yazılım, bilişim destek gibi bir alanda profesyonel meslek sahipleri kastedilmektedir.

3G: Üçüncü kuşak mobil iletişim teknolojilerine verilen kısaltmadır.

ERP (Kurumsal Kaynak Planlaması) Yazılımı: Girişimlerin muhasebe, satın alma, üretim planlama, finans, stok yönetimi gibi birimlerini kaynakların verimli kullanılması için entegre eden sistemlere verilen genel addır. Genellikle girişimlerin farklı birimlerine yönelik modüller (tedarik zinciri, üretim, finansal yönetim, proje yönetimi gibi) halinde çalışır. Her girişimde tüm modüllerin bulunmasına gerek yoktur.

Türkiye'de genellikle SAP, LOGO ERP, Mikro ERP, Likom Gusto ERP, Microsoft Dynamics ERP, Netsis ERP, IAS Canias ERP, Oracle gibi ERP ürünleri kullanılmaktadır.

Müşteri İlişkileri Yönetimi (CRM) Yazılımı: Genel olarak tüm müşteri bilgilerini, firma çalışanlarının yetkileri dahilinde ulaşabilecekleri merkezi bir veritabanında tutar. CRM uygulamaları müşterilere ilişkin verilerin farklı müşterilerle temas noktalarından elde edilmesi ve bu veriler doğrultusunda müşterilerin tanımlanması, sınıflandırılması (demografik özelliklerine ya da satın alma tiplerine göre), hedef pazarlarını hangi müşteri grubuna ne hizmet vereceğinin saptanması ve karlılık analizlerinin yapılması gibi alanları içerir.

Radyo Frekanslı İletim (RFID): Mikroçip ile donatılmış etiket (tag) taşıyan bir nesnenin, bu etikette taşıdığı bilgiler ile hareketlerinin izlenebilmesine imkan veren, radyo frekansları ile çalışan otomatik tanıma sistemidir. Diğer bir otomatik tanıma sistemi olan barkod sistemi bu kapsamda değildir. Barkod teknolojisinde okuyucunun etiketi görmesi gerekirken, RFID teknolojisinde ise okuyucu etiketi görmeden de, üzerindeki bilgiyi okuyabilmektedir.

RFID teknolojisi; üretim tedarik zinciri, hastanelerde hasta ve ilaç takibi, büyükbaş hayvancılık sektöründe hayvan takibi, kargo ve nakliye hizmetleri, otoyollarda araç takibi (örneğin OGS), perakende sektöründe özellikle yüksek miktarlarda stok hareketlerinin olduğu alanlarda, stok giriş ve çıkışları, stok kontrolü gibi pek çok amaç için kullanılmaktadır. RFID teknolojisinin temel kullanım alanları: Depo / stok sistemleri, tedarik ve stok takibi, mağaza yönetimi, demirbaş takibi, otomatik geçiş sistemleri, lojistik takip sistemleri, personel takip sistemleri, ürün için güvenlik kontrolleri vb.

Elektronik Veri Aktarımı (EDI): Ticari partnerler arasında, standartları uluslararası kurumlarca belirlenen formatlarla ticari belge akışının (sipariş, fatura, irsaliye vb.) değişimidir. EDI uygulamalarında veri, yapısal bir formatta transfer edilmektedir. Bu formata EDIFACT (İdari, Ticaret ve Nakliyataya İlişkin Elektronik Veri Değişimi) denilmektedir. Ticaret alanında; endüstri, üretim, finans, bankacılık, sigortacılık, ulaştırma alanında; kara, demir, hava ve denizyolu, dağıtım, yer hizmetleri ve depolama, kamu sektöründe; gümrük, uluslararası ve ulusal ticaret alanlarında EDI kullanılmaktadır.

e-Ticaret: İşletmeler, haneler, kişiler, kamu veya özel sektör kurum ve kuruluşları arasında bilgisayar ağları üzerinden bir malın alış veya satışının gerçekleşmesi olarak tanımlanmaktadır. e-posta ile alınan siparişler kapsam dışındadır.

Ücretli Çalışan: Maaşlı ve ücretli çalışanlar sayısı, maaş, ücret, komisyon, ikramiye, parça başı ödeme veya aynı karşılıklar şeklinde yapılan ödemeleri alan, iş akdine sahip ve işveren için çalışan kişiler olarak tanımlanır. Maaşlı ve ücretli çalışanlar sayısında, kısmi çalışanlar, evde çalışanlar, mevsimlik çalışanlar, grevde olanlar veya kısa dönemli ayrıntılar içerilir. Ancak uzun süreli ayrıntılar kişiler hariç tutulur. Maaşlı ve ücretli çalışanlar sayısında gönüllü çalışanlar kapsamaz.

İş Sahibi ve Ortak: Zamanının çoğunu işyerinde çalışarak geçiren iş sahibi ve ortakları ifade eder. Bu kişilerden kar dışında emeği karşılığı ücret alanlar varsa çalışanlar sayısına dahil edilir.

Ücretsiz Çalışan Aile Fertleri: Birimin sahibi ile birlikte yaşayan ve düzenli olarak birim için çalışan, ancak çalışmalarını için sabit bir ücret almayan ve hizmet anlaşması olmayan kişiler kapsanır. Bu kişilere, başka bir işyerinde sürekli çalışanlar dahil değildir.

Bölüm I: Bilgisayar kullanımı

1.1 Girişiminizde bilgisayar kullanılıyor mu?

(Masasüstü bilgisayar, laptop, tablet, akıllı telefon (smartphone) bilgisayar olarak değerlendirilmelidir.)

Evet 1 Hayır 2 → Soru 8.1'e geçiniz.

Bölüm II: Bilişim (ICT/IT) uzmanlığı

2.1 Girişiminiz bilişim (ICT/IT) uzmanı istihdam ediyor mu?

Evet 1 Hayır 2

2.2 Girişiminiz tarafından 2016 yılında çalışanlarınızın bilişim teknolojileri ile ilgili becerilerini geliştirmek için herhangi bir eğitim verildi mi? (Her satırda bir kutuyu işaretleyiniz.)

| | Evet | Hayır |
|------------------------------------|----------------------------|----------------------------|
| 1. Bilişim (ICT/IT) uzmanları için | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 2. Diğer personel için | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |

2.3 Girişiminiz 2016 yılında bilişim (ICT/IT) uzmanı işe aldı mı veya almayı denedi mi?

Evet 1 Hayır 2 → Soru 3.1'e geçiniz.

2.4 Girişiminiz 2016 yılında bilişim uzmanlığı gerektiren pozisyonlar için personel alırken güçlükle karşılaştı mı?

(Karşılaşılan güçlükler; bilişim uzmanlığına sahip adayların olmaması veya çok az olması, bilişim ile ilgili eğitim ve/veya öğretim yetersizliği, adayların yüksek ücret talep etmesi, bilişim alanındaki iş tecrübesi yetersizliği gibi.)

Evet 1 Hayır 2

Bölüm III: İnternet Erişimi ve Kullanımı

3.1 Girişiminizin İnternet erişimi var mı?

Evet 1 Hayır 2 → Soru 4.1'e geçiniz.

3.2 Kaç çalışmanız iş amaçlı olarak internete bağlı bilgisayar (tablet ve akıllı telefonlar dahil) kullanmaktadır?

Kişi

3.3 Girişiminizde DSL (ADSL, SHDSL vb.) ya da başka bir sabit genişbant bağlantı (fiber, kablo vb.) kullanılıyor mu?

Evet 1 Hayır 2 → Soru 3.6'ya geçiniz.

3.4 Girişiminizin abone olduğu en yüksek bağlantı hızı nedir?

(Yalnızca bir seçenek işaretlenmelidir.)

(Birden fazla bağlantı tipi varsa, lütfen en yüksek hızı seçiniz.)

2 Mbit/s'den az 1 10-29 Mbit/s 3 100 Mbit/s ve üzeri 5
2-9 Mbit/s 2 30-99 Mbit/s 4

3.5 Girişiminizin ihtiyaçları için mevcut internet hızınız genel olarak yeterli midir?

Evet 1 Hayır 2

Mobil genişbant bağlantı

Soru 3.6 ve 3.7 yalnızca iş amaçlı olarak İnternete **mobil genişbant bağlantıyı (3G, 4.5G)** kapsamaktadır. Mobil genişbant bağlantı ile, cep telefonu şebekesi üzerinden gerçekleştirilen 3G ya da 4.5G bağlantı kastedilmektedir. Girişiminiz tarafından çalışanlarınıza sağladığınız cihazın mülkiyetinin kimde olduğu, faturaların tamamen veya kısmen tarafınızdan ödenmesi vb. hususları dikkate almaksızın cevaplayınız.

3.6 Girişiminizde mobil genişbant bağlantı (3G, 4.5G) ile internete bağlanabilmek için taşınabilir cihaz (akıllı telefon, tablet, taşınabilir bilgisayar vb.) kullanılıyor mu?

Evet 1 Hayır 2 → Soru 3.8'e geçiniz.

3.7 Kaç çalışanınıza iş amaçlı olarak internete mobil genişbant (3G, 4.5G) bağlanabilmeleri için taşınabilir cihaz sağlıyorsunuz?

Kişi Yalnızca mobil bağlantılı taşınabilir cihaz sağlanan çalışanları dikkate alınız.

Web sayfası

3.8 Girişiminizin aktif olarak kullanılan bir web sitesi veya sayfası var mı?

DİKKAT: Girişiminizin Facebook gibi sosyal medya uygulamalarında kendisine ait bir hesabı var ise lütfen bu soruyu **Evet** olarak işaretleyiniz.

Evet 1 Hayır 2 → Soru 3.10'a geçiniz.

Girişiminizin web sitesinde sadece unvan ve/veya iletişim bilgileriniz yer alıyor ise; bu soru **Hayır** olarak işaretlenmelidir.

Distribütör, bayi, franchise vb. şekilde başka bir firmanın ürünlerinin satış/dağıtımını yapıyorsanız, ana firma web sitesini dikkate alarak cevaplayınız.

3.9 Web sayfanızda aşağıdakilerin hangileri mevcuttur?

(Her satırda bir kutuyu işaretleyiniz.)

| | Evet | Hayır |
|---|----------------------------|----------------------------|
| 1. Ürün/ hizmetler hakkında bilgi ve fiyat listesi | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 2. Çevrimiçi (online) sipariş, rezervasyon ya da kayıt (örn. alışveriş sepeti) | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 3. Online ürün ve hizmetlerin siteyi ziyaret eden müşterilerin arzusuna göre tasarlanması ya da kişiselleştirilmesi | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 4. Online sipariş takibi | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 5. Düzenli/sürekli ziyaretçiler için web sitesinin içeriğinin kişiselleştirilebilmesi | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 6. Girişimin sosyal medya hesaplarına link | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |

e-Devlet

3.10 Girişiminiz 2016 yılında aşağıdaki faaliyetlerden hangileri için kamu kuruluşlarıyla İnternet yoluyla iletişim kurdu?

(Her satırda bir kutuyu işaretleyiniz.)

Yerel yönetimler ile kamu hastaneleri, devlet üniversiteleri gibi kurumlar da kapsama dahildir. e-posta yoluyla yapılan işlemleri hariç tutunuz.

| | Evet | Hayır |
|--|----------------------------|----------------------------|
| 1. Kamu kurum/kuruluşlarının web sayfalarından bilgi almak | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| DİKKAT: Aşağıdaki maddeler girişim dışından muhasebeci, SMMM vb. tarafından yapılıyor ise "Hayır" seçeneği işaretlenmelidir. | | |
| 2. Kamu kurum/kuruluşlarının web sayfasından form almak/indirmek (Adres Beyan Formu, SGK bildirim formları, vb.) (Herhangi bir formatta) | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 3. Web üzerinden resmi formları doldurmak (Bilgisayara indirdiğiniz ya da çıktı alıp doldurduğunuz formları hariç tutunuz.) (TÜİK anketleri, Adres Beyan Formu, vb.) | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 4. KDV beyanamesi vermek (Kağıt üzerinde herhangi bir işlem gerekmez, ödeme gerekiyorsa ödemenin de elektronik ortamda yapılması) | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 5. SGK beyanları (Kağıt üzerinde herhangi bir işlem gerekmez, ödeme gerekiyorsa ödemenin de elektronik ortamda yapılması) | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |

4

Sayfa 5'e geçiniz.

Sosyal medya

Bu bölümde Facebook, Twitter gibi sosyal medya uygulamalarının müşteriler, iş ortakları, tedarikçiler vb. ile bilgi paylaşımı için kullanımı sorgulanmaktadır. Sosyal medya uygulamalarının yalnızca reklam vermek için kullanılması ve girişimin kendine ait bir hesabının bulunmaması halleri kapsam dışındadır.

3.11 Girişiminiz aşağıdaki sosyal medya uygulamalarını kullanıyor mu? (Her satırda bir kutuyu işaretleyiniz.)

Sosyal medyanın yalnızca reklam vermek için kullanımı hariçtir.

| | Evet | Hayır |
|---|----------------------------|----------------------------|
| 1. Sosyal ağlar (Facebook, LinkedIn, Xing, vb.) | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 2. Bloglar ve Twitter gibi mikro bloglar | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 3. Multimedya paylaşım siteleri (YouTube, Instagram, Flickr, Picassa vb.) | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 4. Wiki bazlı bilgi paylaşım siteleri | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |

3.12 Sosyal medya uygulamalarını hangi amaçlarla kullanıyorsunuz?

(Her satırda bir kutuyu işaretleyiniz.)

| | Evet | Hayır |
|--|----------------------------|----------------------------|
| 1. Girişimi tanıtmak (imajını geliştirmek)/ ürünlerini pazarlamak | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 2. Müşterilerin görüş, öneri ve şikayetlerini almak ve yanıtlamak | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 3. Müşterileri ürünlerin geliştirilmesi ve yenilik (inovasyon) süreçlerine dahil etmek | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 4. İş ortakları (örneğin tedarikçiler) ve diğer kuruluşlarla (kamu kurumları, sivil toplum kuruluşları vb.) işbirliği yapmak | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 5. Personel alımı yapmak | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 6. Girişim içinde görüş alışverişi ve bilgi paylaşımı yapmak | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |

Bölüm IV: Girişim İçinde Otomatik Bilgi Paylaşımı

Bu bölümde girişimlerin farklı birimlerinin entegrasyonunun ölçümü amaçlanmaktadır. Girişimin farklı birimlerinin elektronik ve otomatik olarak bilgi paylaşımı;
- Girişimin farklı birimlerini birbirine bağlayabilen yazılımlar,
- Farklı birimlerdeki yazılımların ortak bir veri tabanı ya da veri havuzu kullanması,
- Girişim içinde otomatik olarak işlenebilen, birimler arası bilgi alışverişinin mümkün olması
yolları ile yapılabilir.
Kurumsal Kaynak Planlaması (ERP) yazılımları otomatik bilgi paylaşımı uygulamalarından biridir.

4.1 Girişiminizde Kurumsal Kaynak Planlaması (ERP) yazılımı kullanılıyor mu?

Evet 1 Hayır 2

4.2 Girişiminizde aşağıdaki işlevleri yapabilen bir Müşteri İlişkileri Yönetimi (CRM) yazılımı kullanılıyor mu?

(Her satırda bir kutuyu işaretleyiniz.)

| | Evet | Hayır |
|--|----------------------------|----------------------------|
| 1. Müşterilerinize ilişkin bilgileri diğer işlerinizde kullanılacak şekilde toplama, saklama ve kullanıma hazır halde tutulabilme amacıyla | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 2. Müşterilerinize ilişkin bilgileri pazarlamaya yönelik amaçlarla analiz edebilme (Fiyat belirlenmesi, satış promosyonları, dağıtım kanallarını seçme vb.) amacıyla | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |

Bölüm V: Bilgilerin Elektronik Olarak Tedarik Zinciri Yönetimi (SCM) Üzerinden Paylaşılması

Bu bölümde girişimin iş süreçlerinin, tedarikçi ve müşterileri ile ne düzeyde entegre olduğu sorgulanmaktadır. Bilgilerin elektronik olarak Tedarik Zinciri Yönetimi (SCM) üzerinden paylaşılması ile; tedarikçiler ve/veya müşteriler ile ürün ve hizmetlerin üretim, geliştirme, stok ve dağıtımına ilişkin her tür bilginin elektronik yollarla paylaşılması kastedilmektedir. Bu paylaşım; web siteleri, ağlar (network) ya da diğer elektronik veri transferi yolları ile yapılabilir.
e-posta mesajları kapsam dışıdır.

5.1 Girişiminiz Tedarik Zinciri Yönetimi'ne (SCM) dayalı bilgileri diğer girişimler ile (müşteri veya tedarikçiler) ile elektronik olarak paylaşıyor mu?

Stok düzeyleri, üretim planları, talep tahminleri, ürünlerin dağıtım ve teslimat durumu gibi konulara ilişkin bilgilerin elektronik yollarla paylaşılması anlaşılmalıdır.

Evet 1 Hayır 2 → Soru 6.1'e geçiniz.

5.2 Bu bilgiler hangi yollarla paylaşılıyor?

(Her satırda bir kutuyu işaretleyiniz.)

| | <u>Evet</u> | <u>Hayır</u> |
|--|----------------------------|----------------------------|
| 1. Web siteleri üzerinden (Girişimin web sitesi, tedarikçi ya da müşterinin web sitesi ya da web portalları üzerinden) | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 2. Otomatik işlemeye uygun elektronik veri alışverişi ile (EDI sistemleri) | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |

BÖLÜM VI: Radyo Frekansı ile Tanımlama (RFID) Teknolojilerinin Kullanımı

6.1 Girişiminiz Radyo Frekansı ile Tanımlama (RFID) teknolojileri kullanıyor mu?

Evet 1 Hayır 2 → Bölüm VII'ye geçiniz.

6.2 Radyo Frekansı ile Tanımlama (RFID) teknolojileri hangi amaçlar için kullanılıyor?

(Her satırda bir kutuyu işaretleyiniz.)

| | <u>Evet</u> | <u>Hayır</u> |
|---|----------------------------|----------------------------|
| 1. Personel tanımlama ve giriş kontrolü için | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 2. Üretim ve hizmet teslim sürecinin bir parçası olarak (Üretimin kontrol ve takibi, tedarik ve stok takibi, servis, bakım ve varlık yönetimi vb.) | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 3. Üretim süreci sonrasındaki ürün tanımlama için (Ürün için güvenlik kontrolleri, ürünün taklit edilmesinin engellenmesi vb.) | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |

Bölüm VII: E-ticaret

Web satışları

7.1 Girişiminiz 2016 yılında web sitesi ya da mobil uygulamalar üzerinden ürün/ hizmet siparişi aldı mı?

Online mağazalar, kendi web siteniz ya da mobil uygulamalar üzerinden alınan siparişleri **dahil** ediniz.

e-posta, telefon ve faks ile alınan siparişleri **hariç** tutunuz.

Evettir 1 Hayır 2 ➔ Soru 7.7'ye geçiniz.

7.2 Girişiminiz 2016 yılında web sitesi ya da mobil uygulamalar üzerinden aldığı siparişlerin toplam cironuz içindeki oranı ne kadardı?

%

7.3 Girişiminiz 2016 yılında web sitesi ya da mobil uygulamalar üzerinden aldığı siparişlerin müşteri gruplarına göre yüzdesini belirtiniz.

| | | | | |
|--|---|----------------------|----------------------|----------------------|
| 1. Nihai tüketiciler (B2C) | % | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
| 2. Diğer girişimler (B2B) ve kamu kurum/ kuruluşları (B2G) | % | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
| Toplam | % | 1 | 0 | 0 |

7.4 Girişiminiz 2016 yılında hangi web siteleri ya da mobil uygulamalar üzerinden sipariş aldı? (Her satırda bir kutuyu işaretleyiniz.)

| | Evettir | Hayır |
|---|----------------------------|----------------------------|
| 1. Girişimin kendi web sayfası ya da mobil uygulaması üzerinden (bağlı ya da ortak girişimlerinkiler dahil) | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 2. Farklı girişimlerin satış yapabildiği online mağazalar ve pazar yerleri ile mobil uygulamalar üzerinden (Gittigidiyor, N11, Booking, Yemeksepeti, Markafoni, Trendyol, Hepsiburada vb.) | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |

7.5 Girişiminiz 2016 yılında farklı web sitesi ya da mobil uygulamalar üzerinden aldığı siparişlerin yüzdesini belirtiniz.

| | | | | |
|--|---|----------------------|----------------------|----------------------|
| 1. Girişimin kendi web sayfası ya da mobil uygulaması üzerinden | % | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
| 2. Farklı girişimlerin satış yapabildiği online mağazalar ve pazar yerleri ile mobil uygulamalar üzerinden | % | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
| Toplam | % | 1 | 0 | 0 |

7.6 Girişiminiz 2016 yılında web sitesi ya da mobil uygulamalar üzerinden aldığı siparişleri veren müşterilerin buldukları ülkeler hangileridir? (Her satırda bir kutuyu işaretleyiniz.)

| | Evettir | Hayır |
|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| 1. Türkiye | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 2. Avrupa Birliği ülkeleri | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 3. Diğer ülkeler | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |

EDI satışları

7.7 Girişiminiz 2016 yılında Elektronik Veri Alışverişi (EDI) aracılığıyla ürün/ hizmet siparişi aldı mı?

Evet 1 Hayır 2 → Soru 8.1'e geçiniz.

7.8 Girişiminiz 2016 yılında Elektronik Veri Alışverişi (EDI) aracılığıyla aldığı siparişlerin toplam cironuz içindeki oranı ne kadardı?

%

7.9 Girişiminiz 2016 yılında Elektronik Veri Alışverişi (EDI) aracılığıyla aldığı siparişleri veren müşterilerin buldukları ülkeler hangileridir? (Her satırda bir kutuyu işaretleyiniz.)

| | Evet | Hayır |
|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| 1. Türkiye | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 2. Avrupa Birliği ülkeleri | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 3. Diğer ülkeler | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |

Bölüm VIII: Girişim Hakkında Genel Bilgiler

8.1 Girişiminiz 2016 yılı ortalama çalışan sayısı kaçtır?

Kişi

(Ücretli çalışanlar, iş sahibi ve ortaklar ile ücretsiz çalışan aile fertleri dahil, aktif çalışmayan ortaklar hariç)

TÜRKİYE İSTATİSTİK KURUMU BÖLGE MÜDÜRLÜKLERİ

| BÖLGE MÜDÜRLÜĞÜ ADI | SORUMLU OLDUĞU İLLER | TELEFON NO | ADRES |
|---------------------|---|---------------|--|
| ADANA | ADANA, MERSİN | (322) 4576556 | DÖSEME MAH. TURHAN CEMAL BERİKER BULVARI NO:140 SEYHAN / ADANA |
| ANKARA | ANKARA | (312) 4819400 | HARBİYE MAH.NAKIŞ SOKAK NO:41 06460 ÇANKAYA / ANKARA |
| ANTALYA | ANTALYA, ISPARTA, BURDUR | (242) 2434560 | KIŞLA MAH. 53. SOKAK NO:8 07040 MURATPAŞA / ANTALYA |
| BALIKESİR | BALIKESİR, ÇANAKKALE | (266) 2449945 | ESKİ KUYUMCULAR MAH. ÇANKAYA SOKAK NO:15 10100 MERKEZ / BALIKESİR |
| BURSA | BURSA, ESKİŞEHİR, BİLECİK | (224) 3617525 | YAVUZSELM MAH. ANKARAYOLU CAD. NO:257 16290 YILDIRIM / BURSA |
| DENİZLİ | DENİZLİ, AYDIN, MUĞLA | (258) 2666522 | KERVANSARAY MAH. BARBAROS BULVARI NO:108/2 20160 PAMUKKALE / DENİZLİ |
| DIYARBAKIR | DIYARBAKIR, ŞANLIURFA | (412) 2238024 | İSKENDER PAŞA MAH. İNÖNÜ CAD. NO:65 KAT: 3-4 21300 SUR / DIYARBAKIR |
| EDİRNE | EDİRNE, TEKİRDAĞ, KIRKLARELİ | (284) 2253147 | İSTASYON MAH. SEDİR YAPRAĞI SOK. NO:3 22100 EDİRNE |
| ERZURUM | ERZURUM, ERZİNCAN, BAYBURT | (442) 2352015 | LALA PAŞA MAH. 1. KAZIM KARABEKİR CAD. NO:20 25100 YAKUTİYE/ ERZURUM |
| GAZİANTEP | GAZİANTEP, ADIYAMAN, KİLİS | (342) 3369400 | ÖĞRETMENLERİ MAH. GÜNAYDIN SOKAK NO:43 27060 ŞAHİNBEY / GAZİANTEP |
| HATAY | HATAY, KAHRAMANMARAŞ, OSMANİYE | (326) 2254400 | HARAPARASI MAH. 105. SOK. NO:20 MEHMET CEVRI CİVELEK İŞHANI KAT:1 31060 ANTAKYA /HATAY |
| İSTANBUL | İSTANBUL | (212) 2589296 | CİHANHÜMA MAH. BARBAROS BULVARI NO:53 34353 BEŞİKTAŞ / İSTANBUL |
| | İSTANBUL | (216) 4692202 | EK HİZMET BİNASI: ZUMRÜTEVLER MAH. URAL SOK. A BLOK NO:22 HAS PLAZA 34852 MALTEPE / İSTANBUL |
| | İSTANBUL | (212) 5800783 | EK HİZMET BİNASI: CENNET MAH. YEŞİLOVA YAHYOL CAD. NO:108 34290 KUÇUKÇERMECE / İSTANBUL |
| İZMİR | İZMİR | (232) 4838561 | İSMET KAPTAN MAH. 1370. SOKAK NO:38 35230 KONAK / İZMİR |
| KARS | KARS, AĞRI, İĞDIR, ARDAHAN | (474) 2232602 | MERKEZ MAH. DAVUT AKSU CAD. NO:95 36100 MERKEZ / KARS |
| KASTAMONU | KASTAMONU, ÇANKIRI, SİNOP | (366) 2155092 | KUZEYKENT MAH. MİRALAY HALİTBAY CAD. NO:10/D 37100 MERKEZ/KASTAMONU |
| KAYSERİ | KAYSERİ, SIVAS, YOZGAT | (352) 2334232 | ALPASLAN MAH. FARABI CAD. NO: 5 38030 MELİKGAZI / KAYSERİ |
| KOCAELİ | KOCAELİ, SAKARYA, DÜZCE, BOLU, YALOVA | (262) 3005601 | YEHİ VALİLİK YERLEŞKESİ KORFEZ MAH. ANKARA KARAYOLU CAD. NO:129 D-E BLOK KAT:1-2 İZMİT / KOCAELİ |
| KONYA | KONYA, KARAMAN | (332) 3532560 | ŞEYH SADRETTİN MAH. VALİ CEMAL KELEŞOĞLU SOK. NO:17 42040 MERAM/KONYA |
| MALATYA | MALATYA, ELAZIĞ, BİNGÖL, TUNCELİ | (422) 3233041 | CEVATPAŞA MAH. TURGUT ÖZAL BULVARI NO:22/A YEŞİLYURT / MALATYA |
| MANİSA | MANİSA, AFYONKARAHİSAR, KÜTAHYA, UŞAK | (236) 2325164 | PEKER MAH. CUMHURİYET CAD. NO: 15/1 45020 MANİSA |
| NEVŞEHİR | NEVŞEHİR, AKSARAY, NIĞDE, KIRIKKALE, KIRSEHIR | (384) 2128223 | RAŞİTBAY MAH. VAİZ OSMAN HOCA BULVARI NO:7 50200 MERKEZ / NEVŞEHİR |
| SAMSUN | SAMSUN, TOKAT, ÇORUM, AMASYA | (362) 4312508 | BELEDİYE EVLERİ MAH. GİRNE SOKAK NO:38 55080 CANIK / SAMSUN |
| SİİRT | SİİRT, MARDİN, BATMAN, ŞIRNAK | (484) 2234900 | KOOPERATİF MAH. HÜKÜMET BLV. NO: 100/A KAT:3/334 MERKEZ / SİİRT |
| TRABZON | TRABZON, ORDU, GİRESUN, RİZE, ARTVİN, GÜMÜŞHANE | (462) 3215749 | İSKENDERPAŞA MAH. ATATÜRK MEYDANI NO:3 61100 ORTAHİSAR / TRABZON |
| VAN | VAN, MUŞ, BİTLİS, HAKKARİ | (432) 2142511 | VALİ MİTHAT BEY MAH. HASTANE CAD. HANÇİLİŞ MERKEZİ NO:19 KAT:3-4 65100 İPEKYOLU / VAN |
| ZONGULDAK | ZONGULDAK, KARABÜK, BARTIN | (372) 2537970 | MİTHAT PAŞA MAH. GÜVEN SOK. NO:3 KAT:3-4 67100 MERKEZ / ZONGULDAK |

CEVAPLAYICI

| | | | |
|----------|--|--------------|------------|
| Ad Soyad | | Cadde /Sokak | |
| Görevi | | Dış kapı no | İç kapı no |
| İl | | Telefon | / |
| İlçe | | Faks | |
| Köy | | e-posta | @ |
| Mahalle | | Tarih | / / |
| | | İmza | |

İKİNCİ CEVAPLAYICI (varsa)

| | | | |
|----------|--|---------|--|
| Ad Soyad | | Telefon | |
| Görevi | | İmza | |

ANKETÖR

| | |
|--------------|-----|
| Ad Soyad | |
| TC Kimlik No | / / |
| Tarih | / / |
| İmza | |

KONTROLÖR

| | |
|----------------------------|--------------------------|
| Ad Soyad | |
| TC Kimlik No | / / |
| Tarih | / / |
| Soru formunu kontrol ettim | <input type="checkbox"/> |
| İmza | |

**GİRİŞİMLERDE BİLİŞİM TEKNOLOJİLERİ
KULLANIMI ARAŞTIRMASI CEVAPSIZLIK
FORMU, 2017**

Soru formu kodu

İstatistik birim no

KİMLİK ve İLETİŞİM BİLGİLERİ

Bölge Müdürlüğü Adı

Yasal Unvanı

Tabela Unvanı

Vergi Kimlik Numarası Vergi Dairesi Kodu

Adres

İl Cadde/Sokak

İlçe Dış kapı no İç kapı no

Köy Posta Kodu

Mahalle Adres Kodu

Cevapsızlık nedenleri

- 1 Birim kapandı
- 2 Referans dönemde faal değildi
- 3 Birim yetkilisi cevap vermeyi reddetti
- 4 Birim bulunamadı
- 5 Birim araştırmanın kapsamı dışında
- 6 → Mükerrer birim no.
- 7 → Birimin el değiştirdiği tarih
Devralan Vergi Kimlik Numarası
- 8 → Transfer edildiği bölge kodu
- 98 Diğer (Belirtiniz.....)

AÇIKLAMA

/ /

Adres

Telefon No

e-posta

ANKETÖR

Ad Soyad

TC Kimlik No

Tarih / /

İmza

KONTROLÖR

Ad Soyad

TC Kimlik No

Tarih / /

İmza

Ek-5: Girişimlerde Bilişim Teknolojileri Kullanımı İstatistikleri Soru Formu, 2018

Bölüm I - Bilgisayar Kullanımı

1.1 Girişiminizde bilgisayar kullanılıyor mu?
(Masaüstü bilgisayar, laptop, tablet, akıllı telefon, smartfon) bilgisayar olarak değerlendirilmelidir.)

Evet 1 Hayır 2 ➔ Soru 9.1'e geçiniz.

Bölüm II - Bilişim (ICT/IT) Uzmanlığı

2.1 Girişiminiz bilişim (ICT/IT) uzmanı istihdam ediyor mu?

Evet 1 Hayır 2

2.2 Girişiminiz tarafından 2017 yılında çalışanlarınızın bilişim teknolojileri ile ilgili becerilerini geliştirmek için herhangi bir eğitim verildi mi? *(Her satırda bir kutuyu işaretleyiniz.)*

| | <u>Evet</u> | <u>Hayır</u> |
|------------------------------------|----------------------------|----------------------------|
| 1. Bilişim (ICT/IT) uzmanları için | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 2. Diğer personel için | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |

2.3 Girişiminiz 2017 yılında bilişim (ICT/IT) uzmanı işe aldı mı veya almayı denedi mi?

Evet 1 Hayır 2 ➔ Soru 2.5'e geçiniz.

2.4 Girişiminiz 2017 yılında bilişim uzmanlığı gerektiren pozisyonlar için personel alırken güçlüklerle karşılaştı mı?

(Karşılaşılan güçlükler; bilişim uzmanlığına sahip adayların olmaması veya çok az olması, bilişim ile ilgili eğitim ve/veya öğretim yetersizliği, adayların yüksek ücret talep etmesi, bilişim alanındaki iş tecrübesi yetersizliği gibi.)

Evet 1 Hayır 2

2.5 2017 yılında girişiminizde, aşağıda yer alan bilişim fonksiyonlarının çoğunlukla kimin tarafından gerçekleştirildiğini belirtiniz. *(Her satırda bir kutuyu işaretleyiniz.)*

| | Çoğunlukla kendi personeli ile (girişimin, girişim grubunun, ortak girişimlerin personeli) | Çoğunlukla dışardan hizmet alınarak | Böyle bir bilişim fonksiyonu/uygulaması yok |
|--|--|-------------------------------------|---|
| 1. Bilişim altyapısının yönetilmesi <i>(serverlar, bilgisayarlar, yazıcılar ve ağlar)</i> | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 90 |
| 2. Ofis yazılımları için destek sağlanması <i>(word, excel vb.)</i> | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 90 |
| 3. İş / Yönetim sistemleri ve yazılımlarının geliştirilmesi <i>(ERP, CRM, İnsan kaynakları veri tabanı vb.)</i> | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 90 |
| 4. İş / Yönetim sistemleri ve yazılımları için destek sağlanması <i>(ERP, CRM, İnsan kaynakları veri tabanı vb.)</i> | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 90 |
| 5. Web çözümleri geliştirilmesi <i>(web siteleri, e-ticaret çözümleri vb.)</i> | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 90 |
| 6. Web çözümleri için destek sağlanması <i>(web siteleri, e-ticaret çözümleri vb.)</i> | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 90 |
| 7. Bilişim güvenliği ve veri koruma <i>(güvenlik yazılımları, güvenlik testleri vb.)</i> | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 90 |

1

Sayfa 4'e geçiniz. ➔

Bölüm III - İnternet Erişimi ve Kullanımı

3.1 Girişiminizin İnternet erişimi var mı?

Evet 1 Hayır 2 ➡ Soru 5.1'e geçiniz.

3.2 Kaç çalışmanız iş amaçlı olarak internete bağlı bilgisayar (tablet ve akıllı telefonlar dahil) kullanmaktadır?

Kişi

Sabit internet bağlantısı

3.3 Girişiminizde DSL (ADSL, SDSL, VDSL, SHDSL vb.) ya da başka bir sabit internet bağlantısı (fiber, kablo vb.) kullanılıyor mu?

Evet 1 Hayır 2 ➡ Soru 3.5'e geçiniz.

3.4 Girişiminizin abone olduğu en yüksek bağlantı hızı nedir? (Yalnızca bir seçenek işaretlenmelidir.)

(Birden fazla bağlantı tipi varsa, lütfen en yüksek hızı seçiniz.)

2 Mbit/s'den az 1 10-29 Mbit/s 3 100 Mbit/s ve üzeri 5
2-9 Mbit/s 2 30-99 Mbit/s 4

Mobil internet bağlantısı

Soru 3.5, 3.6 ve 3.7 yalnızca iş amaçlı olarak internete mobil bağlantıyı kapsamaktadır. Mobil bağlantı ile, cep telefonu yebekesi üzerinden gerçekleştirilen bağlantı kastedilmektedir. Girişiminiz tarafından çalışanlarınıza sağladığınız cihazın mülkiyetinin kimde olduğu,aturaların tamamen veya kısmen tarafından ödemesi vb. hususları dikkate almaksızın soruları cevaplayınız.

3.5 Girişiminizde mobil bağlantı ile internete bağlanabilmek için taşınabilir cihaz (akıllı telefon, tablet, taşınabilir bilgisayar vb.) kullanılıyor mu?

Evet 1 Hayır 2 ➡ Soru 3.8'e geçiniz.

3.6 Kaç çalışınıza iş amaçlı olarak internete mobil bağlanabilmeleri için taşınabilir cihaz sağlıyorsunuz?

Kişi

Yalnızca mobil bağlantı için taşınabilir cihaz sağlanan çalışanları dikkate alınız.

3.7 Çalışanlarınıza bu taşınabilir cihazları hangi amaçlarla sağlıyorsunuz? (Her satırda bir kutuyu işaretleyiniz.)

| | Evet | Hayır |
|--|----------------------------|----------------------------|
| 1. Girişimin e-postalarına erişim | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 2. Girişimin dokümanlarına erişim ve düzenleme | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 3. Bir iş yazılımı uygulamasını kullanma (Sipariş takip, ERP vb.) | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |

Web sayfası

3.8 Girişiminizin aktif olarak kullanılan bir web sitesi veya sayfası var mı?

DİKKAT: Girişiminizin Facebook gibi sosyal medya uygulamalarında kendisine ait bir hesabı var ise lütfen bu soruyu Evet olarak işaretleyiniz.

Evet 1 Hayır 2 ➡ Soru 3.10'a geçiniz.

Girişiminizin web sitesinde sadece urvan ve/veya iletişim bilgileriniz yer alıyor ise; bu soru Hayır olarak işaretlenmelidir.

Distribütör, bayı, franchise vb. şekilde başka bir firmanın ürünlerinin satış/dağıtımını yapıyorsanız, ana firma web sitesini dikkate alarak cevaplayınız.

3.9 Web sayfanızda aşağıdakilerin hangileri mevcuttur? (Her satırda bir kutuyu işaretleyiniz.)

| | Evet | Hayır |
|---|----------------------------|----------------------------|
| 1. Ürün/ hizmetler hakkında bilgi ve/veya fiyat listesi | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 2. Çevrimiçi (online) sipariş, rezervasyon ya da kayıt (örn. alışveriş sepeti) | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 3. Online ürün ve hizmetlerin siteyi ziyaret eden müşterilerin arzusuna göre tasarlanması ya da kişiselleştirilmesi | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 4. Online sipariş takibi | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 5. Düzenli/sürekli ziyaretçiler için web sitesinin içeriğinin kişiselleştirilebilmesi | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 6. Girişimin sosyal medya hesaplarına link | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |

4

Sayfa 5'e geçiniz. ➡

Diğer İnternet Kullanım Amaçları

3.10 Girişiminiz İnternet üzerinde ücretli reklam veriyor mu?
(Google reklamları, sosyal medya reklamları, başka web sayfalarına reklam verme vb.)

Evet 1 Hayır 2 → Soru 4.1'e geçiniz.

3.11 Girişiminizin İnternet reklamlarında aşağıdaki yöntemlerden biri kullanılıyor mu?
(Her satırda bir kutuyu işaretleyiniz.)

| | <u>Evet</u> | <u>Hayır</u> |
|---|----------------------------|----------------------------|
| 1. Web sayfasının içeriği ya da kullanıcının aradığı kelimeleri esas alma | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 2. İnternet kullanıcısının önceki faaliyetleri ya da profilini esas alma | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 3. İnternet kullanıcılarının coğrafi konumlarını esas alma | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 4. Yukarıda sayılanlar dışında bir yöntem kullanılıyor | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |

Bölüm IV - Bulut Bilişim

4.1 Girişiminiz ücretli bir Bulut Bilişim hizmeti kullanıyor mu?

Evet 1 Hayır 2 → Soru 5.1'e geçiniz.

4.2 Girişiminiz aşağıdaki ücretli Bulut Bilişim hizmetlerini kullanıyor mu?
(Her satırda bir kutuyu işaretleyiniz.)

| | <u>Evet</u> | <u>Hayır</u> |
|--|----------------------------|----------------------------|
| 1. e-posta | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 2. Ofis yazılımları (word, excel vb.) | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 3. Girişimin veri taban(lar)ının işletilmesi | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 4. Dosyaların saklanması, depolanması | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 5. Muhasebe / finans yazılımları ve uygulamaları | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 6. Müşteri İlişkileri Yönetimi (CRM) uygulamaları | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 7. Girişimin kendi uygulamalarının çalıştırılması için işlemci güç desteği | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |

4.3 Satın alınan Bulut Bilişim hizmetleri girişiminize ne şekilde sunulmaktadır?
(Her satırda bir kutuyu işaretleyiniz.)

| | <u>Evet</u> | <u>Hayır</u> |
|--|----------------------------|----------------------------|
| 1. Hizmet sağlayıcıların paylaşımlı sunucuları (server) üzerinden | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 2. Hizmet sağlayıcıların girişiminize tahsis edilen sunucuları üzerinden | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |

Bölüm V - Üç Boyutlu Yazıcı Kullanımı

Bu bölümde dijital teknoloji imkanları dahilinde fiziksel objelerin üç boyutlu olarak basılması için kullanılan üç boyutlu yazıcılar sorgulanmaktadır. Üç boyutlu yazıcı, girişimin kendisi tarafından ya da başka bir girişim aracılığıyla kullanılmış olabilir.

5.1 2017 yılında girişiminizin üç boyutlu yazıcı kullanımı durumunu belirtiniz.

| | <u>Evet</u> | <u>Hayır</u> |
|---|----------------------------|----------------------------|
| 1. Girişimin kendi üç boyutlu yazıcıları kullanıldı (kiralananlar dahil) | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 2. Diğer girişimlerden üç boyutlu yazıcı hizmeti alındı (bağlı şirketler ve ortaklar dahil) | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |

5.1 sorusundaki tüm seçeneklere "Hayır" yanıtını verdiyseniz Bölüm VI'ya geçiniz.

5.2 2017 yılında girişiminiz üç boyutlu yazıcıları hangi amaçlarla kullanmıştır?

(Her satırda bir kutuyu işaretleyiniz.)

| | <u>Evet</u> | <u>Hayır</u> |
|--|----------------------------|----------------------------|
| 1. Satış amaçlı prototip veya modellerin oluşturulması | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 2. Dahil kullanım amacıyla prototip veya modellerin oluşturulması | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 3. Satış amacıyla mal üretimi (prototip veya modeller hariç; kalıp, yan mamül vb.) | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 4. Üretim aşamasında kullanılacak mal üretimi (prototip veya modeller hariç; kalıp, yan mamül vb.) | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |

Bölüm VI - Robot Teknolojisi Kullanımı

* Endüstriyel robotlar, endüstriyel uygulamalarda (imalat, kontrol, montaj, paketlenme vb.) kullanılan, sabit veya taşınabilir, üç veya daha fazla eksenle programlanabilir eksenlere sahip, otomatik kontrollü, yeniden programlanabilir çok amaçlı manipulatördür.
* Hizmet robotu bir dereceye kadar otomatik olarak çalışır ve insan emriyle hareket eder. Endüstriyel otomasyon uygulamalarında kullanılan robotlar hariçtir.
* Yazılım robotları (bilgisayar programları) ve üç boyutlu yazıcılar bu bölümdeki sorular için kapsam dışıdır.

6.1 Girişiminiz aşağıda yer alan robot çeşitlerinden hangilerini kullanmaktadır?

| | <u>Evet</u> | <u>Hayır</u> |
|---|----------------------------|----------------------------|
| 1. Endüstriyel robot (kaynak, montaj, boyama, taşıma, yapıştırma, paketlenme, döküm vb. görevlerini yapan robotlar) | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 2. Hizmet robotu (endüstriyel uygulamalar hariç, temizlik, ulaşım, güvenlik vb. alanlarda kullanılan robotlar) | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |

Bölüm VII - Fatura

Faturalar elektronik fatura (e-fatura ve e-arşiv fatura) ve normal (kağıt) fatura olarak düzenlenebilir.
397 sıra no.lu VUK tebliğine ile hayata geçirilen ve 5 Mart 2010 tarihinden itibaren uygulamaya geçen e-fatura uygulaması, e-fatura portalı ya da bilgi işlem sistemlerinin entegrasyonu yolu ile, mevzuatın gerektirdiği koşullar sağlanarak kullanılabilir. e-Arşiv Uygulaması ise 433 Seri No.lu Vergi Usul Kanunu Genel Tebliği ile yürürlüğe girmiştir. Her iki uygulamada da faturaların elektronik ortamda oluşturulması, muhafazası, ibraz ve raporlanması düzenlenmektedir. e-fatura ya da e-arşiv fatura kapsamında olmayan faturalar kural olarak kağıt olarak düzenlenir. Bu faturaların kağıt olarak muhafazası ve ibraz zorunludur. Diğer yandan, bazı hallerde kağıt olarak düzenlenen faturalar alıcıya elektronik ortamda (e-posta yoluyla) pdf vb. formatlarda da iletilir. Kağıt ortamında düzenlenen faturaların elektronik ortamda gönderilmesi, bunların e-fatura ya da e-arşiv fatura kapsamında elektronik fatura olduğu anlamına gelmez.

7.1 Girişiminiz 2017 yılında aşağıda yer alan fatura türlerinden herhangi birini düzenledi mi?

(Her satırda bir kutuyu işaretleyiniz.)

| | <u>Evet</u> | <u>Hayır</u> |
|--|----------------------------|----------------------------|
| 1. e-fatura / e-arşiv fatura | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 2. Kağıt fatura olarak düzenlenip e-posta ekinde gönderilen fatura | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 3. Kağıt fatura | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |

6

Sayfa 7'ye geçiniz.

Bölüm VIII - E-ticaret

Web satışları

8.1 Girişiminiz 2017 yılında web sitesi ya da mobil uygulamalar üzerinden ürün/ hizmet siparişi aldı mı?

Online mağazalar, kendi web siteniz ya da mobil uygulamalar üzerinden alınan siparişleri dahil ediniz.

e-posta, telefon ve faks ile alınan siparişleri hariç tutunuz.

Evet 1 Hayır 2 → Soru 8.6'ya geçiniz.

8.2 Girişiminizin 2017 yılında web sitesi ya da mobil uygulamalar üzerinden aldığı siparişlerin toplam cironuz içindeki oranı ne kadardı?

%

8.3 Girişiminizin 2017 yılında web sitesi ya da mobil uygulamalar üzerinden aldığı siparişlerin müşteri gruplarına göre yüzdesini belirtiniz.

| | | | | |
|--|---|----------------------|----------------------|----------------------|
| 1. Nihai tüketiciler (B2C) | % | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
| 2. Diğer girişimler (B2B) ve kamu kurum/ kuruluşları (B2G) | % | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
| Toplam | % | 1 | 0 | 0 |

8.4 Girişiminizin 2017 yılında hangi web siteleri ya da mobil uygulamalar üzerinden sipariş aldı? (Her satırda bir kutuyu işaretleyiniz.)

| | Evet | Hayır |
|--|----------------------------|----------------------------|
| 1. Girişimin kendi web sayfası ya da mobil uygulaması üzerinden (bağlı ya da ortak girişimlerinkiler dahil) | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 2. Farklı girişimlerin satış yapabildiği online mağazalar ve pazar yerleri ile mobil uygulamalar üzerinden (Gittigidiyor, N11, Booking, Yemeksepeti, Markafoni, Trendyol, Hepsiburada vb.) | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |

8.4 sorusundaki seçeneklerden en az birine "Hayır" yanıtını verdiyseniz Soru 8.6'ya geçiniz.

8.5 Girişiminizin 2017 yılında farklı web sitesi ya da mobil uygulamalar üzerinden aldığı siparişlerin yüzdesini belirtiniz.

| | | | | |
|--|---|----------------------|----------------------|----------------------|
| 1. Girişimin kendi web sayfası ya da mobil uygulaması üzerinden | % | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
| 2. Farklı girişimlerin satış yapabildiği online mağazalar ve pazar yerleri ile mobil uygulamalar üzerinden | % | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
| Toplam | % | 1 | 0 | 0 |

EDI satışları

8.6 Girişiminiz 2017 yılında Elektronik Veri Alışverişi (EDI) aracılığıyla ürün/ hizmet siparişi aldı mı?

Evet 1 Hayır 2 → Soru 9.1'e geçiniz.

8.7 Girişiminizin 2017 yılında Elektronik Veri Alışverişi (EDI) aracılığıyla aldığı siparişlerin toplam cironuz içindeki oranı ne kadardı?

%

Bölüm IX - Girişim Hakkında Genel Bilgiler

9.1 Girişiminizin 2017 yılı ortalama çalışan sayısı kaçtır?

Kişi

(Ücretli çalışanlar, iş sahibi ve ortaklar ile ücretsiz çalışan aile fertleri dahil, aktif çalışmayan ortaklar hariç)

7

SORU FORMU BİTMİŞTİR.

Ek-6: Girişimlerde Bilgi Teknolojileri Kullanımı Kriterleri Değerlendirme Anketi



TUSIAD



BİLGİ TOPLUMU FORUMU
Information Society Forum
Bilkent Üniversitesi - TÜSİAD

GİRİŞİMLERDE BİLGİ TEKNOLOJİLERİ KULLANIMI KRİTERLERİ DEĞERLENDİRME ANKETİ

| Firma Bilgileri | |
|---|---|
| Firma Adı | Firmanın Faaliyet Gösterdiği Sektör |
| Çalışan Sayısı <input type="checkbox"/> 1-9 <input type="checkbox"/> 10-99 <input type="checkbox"/> 100-249 <input type="checkbox"/> 250+ | <input type="checkbox"/> İmalat Sanayi |
| Adres | <input type="checkbox"/> Elektrik, gaz, buhar ve havalandırma sistemi üretim ve dağıtım ve Su temini; kanalizasyon, atık yönetimi ve iyileştirme faaliyetleri |
| İlçe | <input type="checkbox"/> İnşaat |
| Şehir | <input type="checkbox"/> Toptan ve perakende ticaret; Motorlu kara taşıtlarının ve motosikletlerin onarımı |
| Telefon | <input type="checkbox"/> Ulaştırma ve depolama |
| Web Site | <input type="checkbox"/> Konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyetleri |
| Firma Teknoloji Geliştirme Bölgesinde mi yer alıyor? <input type="checkbox"/> Evet <input type="checkbox"/> Hayır | <input type="checkbox"/> Bilgi ve İletişim |
| İlgili kişi | <input type="checkbox"/> Gayrimenkul faaliyetleri |
| Görevi | <input type="checkbox"/> Mesleki, bilimsel ve teknik faaliyetler |
| E-Mail | <input type="checkbox"/> İdari ve destek hizmet faaliyetleri |
| Açıklamalar | <input type="checkbox"/> Bilgisayarların ve iletişim araç ve gereçlerinin onarımı |

Değerlendirme

Girişimlerde Bilgi Teknolojileri Kullanımı hakkındaki aşağıda belirtilen kriterlerin "**Şirket Karlılığınızın Artırılması**" na olan katkısını çok önemsiz gördüğünüz kriteri "1", çok önemli gördüğünüz kriteri "5" olacak şekilde lütfen sınıflandırınız.

| | 1 = Çok Önemsiz | 2 = Önemsiz | 3 = Orta | 4 = Önemli | 5 = Çok Önemli |
|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1 Girişimin bilişim (ICT/IT) uzmanı istihdam ediyor olması | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2 Çalışanlara bilişim teknolojileri ile ilgili eğitim verilmesi | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3 Bilişim altyapısının yönetilmesinin (serverlar, bilgisayarlar,yazıcılar ve ağlar) çoğunlukla kimin tarafından (kendi personeli ile ya da dışarıdan hizmet alarak) gerçekleştirildiği | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 4 Ofis yazılımları için destek sağlanmasının (word, excel vb) çoğunlukla kimin tarafından (kendi personeli ile ya da dışarıdan hizmet alarak) gerçekleştirildiği | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 5 İş/Yönetim sistemleri ve yazılımlarının (ERP, CRM, insan kaynakları veri tabanı vb) geliştirilmesinin çoğunlukla kimin tarafından (kendi personeli ile ya da dışarıdan hizmet alarak) gerçekleştirildiği | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 6 İş/Yönetim sistemleri ve yazılımları için destek sağlanmasının (ERP, CRM, insan kaynakları veri tabanı vb) çoğunlukla kimin tarafından (kendi personeli ile ya da dışarıdan hizmet alarak) gerçekleştirildiği | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |



| | | 1 = Çok Önemsiz | 2 = Önemsiz | 3 = Orta | 4 = Önemli | 5 = Çok Önemli |
|----|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 7 | Web çözümleri geliştirilmesinin (web siteleri, e-ticaret çözümleri vb.) çoğunlukla kimin tarafından (kendi personeli ile ya da dışardan hizmet alarak) gerçekleştirildiği | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 8 | Web çözümleri için destek sağlanmasının (web siteleri, e-ticaret çözümleri vb.) çoğunlukla kimin tarafından (kendi personeli ile ya da dışardan hizmet alarak) gerçekleştirildiği | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 9 | Bilişim güvenliği ve veri korumanın (güvenlik yazılımları, güvenlik testleri vb) çoğunlukla kimin tarafından (kendi personeli ile ya da dışardan hizmet alarak) gerçekleştirildiği | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 10 | Girişimin internet erişiminin olması | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 11 | Girişimde iş amaçlı olarak internete bağlı bilgisayar (tablet ve akıllı telefonlar dahil) kullanan çalışan sayısının çok olması | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 12 | Girişimde kullanılan internet bağlantı tipi | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 13 | Girişimin abone olduğu bağlantı hızı | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 14 | Girişimin, iş amaçlı internete mobil genişbant (3G) bağlanabilmeleri için taşınabilir cihaz sağladığı çalışan sayısının çok olması | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 15 | Girişimin aktif olarak kullanılan bir web sayfası olması | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 16 | Girişimin web sayfasında, ürün/hizmetler hakkında bilgi ve fiyat listesi bulunması | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 17 | Girişimin web sayfasında, çevrimiçi (online) sipariş, rezervasyon ya da kayıt (örn. Alışveriş sepeti) bulunması | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 18 | Girişimin web sayfasında, online ürün ve hizmetlerin siteyi ziyaret eden müşterilerin arzusuna göre tasarlanması ya da kişiselleştirilmesi | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 19 | Girişimin web sayfasında online sipariş takibi bulunması | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 20 | Düzenli/Süreklili ziyaretçiler için girişimin web sayfasının içeriğinin kişiselleştirilmesi | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 21 | Girişimin web sayfasında sosyal medya hesaplarına link bulunması | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 22 | Girişimin, kamu kurum/kuruluşlarının web sayfalarından bilgi alması | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 23 | Girişimin, kamu kurum/kuruluşlarının web sayfasından form alması/indirmesi (Adres Beyan Formu, SGK bildirim formları, vb) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |



| | | 1 = Çok Önemsiz | 2 = Önemsiz | 3 = Orta | 4 = Önemli | 5 = Çok Önemli |
|----|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 24 | Girişimin, web üzerinden resmi formları doldurması (TUIK anketleri vb) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 25 | Girişimin, web üzerinden KDV beyannamesi vermesi (ödeme gerekiyorsa ödemeninde elektronik olarak yapılması) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 26 | Girişimin, web üzerinden SGK beyanları vermesi (ödeme gerekiyorsa ödemeninde elektronik olarak yapılması) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 27 | Girişimin hangi sosyal medya uygulamalarını kullandığı | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 28 | Girişimin sosyal medya uygulamalarını hangi amaçla kullandığı | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 29 | Girişimde Kurumsal Kaynak Planlaması (ERP) yazılımı kullanılması | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 30 | Girişimde Müşteri İlişkileri Yönetimi (CRM) yazılımı kullanılması | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 31 | CRM yazılımının, girişimin müşterilerine ilişkin bilgileri diğer işlerde kullanılabilecek şekilde toplama, saklama ve kullanıma hazır halde tutabilmesi | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 32 | CRM yazılımının, girişimin müşterilerine ilişkin bilgileri pazarlamaya yönelik amaçlarla analiz edebilmesi | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 33 | Girişimin Tedarik Zinciri Yönetimi'ne (SCM) dayalı bilgileri müşteri veya tedarikçileri ile elektronik olarak paylaşması | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 34 | Girişimin Tedarik Zinciri Yönetimi'ne (SCM) dayalı bilgileri müşteri veya tedarikçileri ile hangi yolla paylaştığı | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 35 | Girişimin belirli/ tanımlanmış bir bilişim güvenliği politikası olması | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 36 | Girişimin bilişim güvenliği politikasının bir saldırı ya da beklenmeyen bir olay nedeniyle veri kaybı riskini kapsamaması | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 37 | Girişimin bilişim güvenliği politikasının gizli verilerin ifşası (sahte siteye yönlendirme, kimlik çalınması, güvenliğin kırılması vb.) riskini kapsamaması | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 38 | Girişimin bilişim güvenliği politikasının dışarıdan gelen bir saldırı nedeniyle bilişim hizmetlerinin sunulmaması riskini kapsamaması | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 39 | Girişimin bilişim güvenliği politikasının ne zaman oluşturulduğu ya da en son ne zaman güncellendiği | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 40 | Girişimin web sitesi ya da mobil uygulama üzerinden ürün/hizmet siparişi alması | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

**TÜSİAD****BTF****BİLGİ TOPLUMU FORUMU**
Information Society Forum
Bilkent Üniversitesi - TÜSİAD

| | | 1 = Çok Önemsiz | 2 = Önemsiz | 3 = Orta | 4 = Önemli | 5 = Çok Önemli |
|----|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 41 | Girişimin, web sitesi ya da mobil uygulama üzerinden aldığı siparişlerin toplam cirosu içindeki oranı | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 42 | Girişimin web sitesi ya da mobil uygulama üzerinden aldığı siparişlerin müşteri gruplarına göre yüzdesi | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 43 | Girişimin web sitesi ya da mobil uygulama üzerinden aldığı siparişleri veren müşterilerin buldukları ülkeler | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 44 | Girişimin Elektronik Veri Alışverişi (EDI) aracılığıyla ürün/hizmet siparişi alması | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 45 | Girişimin, Elektronik Veri Alışverişi (EDI) aracılığıyla aldığı siparişlerin toplam cirosu içindeki oranı | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 46 | Girişimin Elektronik Veri Alışverişi (EDI) aracılığıyla aldığı siparişleri veren müşterilerin buldukları ülkeler | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 47 | Girişimin web siteleri ya da Elektronik Veri Alışverişi (EDI) sistemleri üzerinden ürün/hizmet siparişi vermesi | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 48 | Girişimin, web siteleri ya da Elektronik Veri Alışverişi (EDI) sistemleri aracılığıyla verdiği siparişlerin toplam satın alımları içindeki oranı | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Ek Açıklamalar

Doldurmuş olduğum anketteki cevaplarn Bilkent Üniversitesi TÜSİAD Bilgi Toplumu Forumu tarafından yapılacak araştırmalarda kullanılmasını kabul ediyorum.

Anketi dolduran kişi _____ Tarih _____

İmza _____

Ek-8: Ölçütlere ait faktör değerlerinin belirlenmesinde kullanılan soruların alternatif cevapları ve cevapların değerleri

Çalışanlar

- F1 Girişiminiz bilişim (ICT/IT) uzmanı istihdam ediyor mu?
Evet 1
Hayır 0
- F2 Geçtiğimiz yıl çalışanlara bilişim teknolojileri ile ilgili bir eğitim verildi mi?
Evet 1
Hayır 0

İnternet Altyapısı

- F10 Girişiminizin İnternet erişimi var mı?
Evet 1
Hayır 0
- F13 Girişiminizin abone olduğu en yüksek bağlantı hızı nedir?
2 Mbit/s 0.2
2-9 Mbit/s 0.4
10-29 Mbit/s 0.6
30-99 Mbit/s 0.8
100 Mbit/s ve üzeri 1

E-Devlet

- F22 Girişiminiz geçtiğimiz yıl kamu kurum/kuruluşlarının web sayfalarından bilgi aldı/indirdi mi?
Evet 1
Hayır 0
- F23 Girişiminiz geçtiğimiz yıl kamu kurum/kuruluşlarının web sayfalarından form aldı/indirdi mi?
Evet 1
Hayır 0
- F24 Girişiminiz geçtiğimiz yıl kamu kurum/kuruluşlarının web sayfaları üzerinden form doldurdu mu? (TÜİK anketleri, Adres Beyan Formu, vb)
Evet 1
Hayır 0
- F25 Girişiminiz geçtiğimiz yıl web sayfaları üzerinden KDV beyannamesi verdi mi?
Evet 1
Hayır 0
- F26 Girişiminiz geçtiğimiz yıl web sayfaları üzerinden SGK beyannamesi verdi mi?
Evet 1
Hayır 0

Sosyal Medya

- F21 Girişiminizin web sayfasında girişiminizin sosyal medya hesaplarına link bulunuyor mu?
Evet 1
Hayır 0
- F27 Girişiminiz Facebook, LinkedIn gibi sosyal ağlar, bloglar ve twitter gibi mikrobloglar, Youtube, Instagram, Flickr gibi multimedya paylaşım siteleri ya da Wiki bazlı bilgi paylaşım siteleri gibi sosyal medya uygulamalarından herhangi birini kullanıyor mu?
Evet 1
Hayır 0

Bilgi Paylaşımı

- F29 Girişiminizde Kurumsal Kaynak Planlaması (ERP) yazılımını kullanılıyor mu?
Evet 1
Hayır 0

F31 Girişiminizin Müşteri İlişkileri Yönetimi (CRM) yazılımı, müşterilerinize ilişkin bilgileri diğer işlerinizde kullanabilecek şekilde toplama, saklama ve kullanma hazır halde tutabiliyor mu?

Evet 1

Hayır 0

F32 Girişiminizin Müşteri İlişkileri Yönetimi (CRM) yazılımı, müşterilerinize ilişkin bilgileri pazarlamaya yönelik amaçlarla analiz edebiliyor mu?

Evet 1

Hayır 0

F33 Girişiminiz tedarik Zinciri Yönetimi'ne (SCM) dayalı bilgileri müşteri veya tedarikçileri ile elektronik olarak paylaşıyor mu?

Evet 1

Hayır 0

E-Ticaret

F15 Girişiminizin aktif olarak kullanılan bir web sayfası var mı?

Evet 1

Hayır 0

F16 Girişiminizin web sayfasında ürün/hizmetler hakkında bilgi ve fiyat listesi var mı?

Evet 1

Hayır 0

F17 Girişiminizin web sayfasından çevrimiçi (online) sipariş, rezervasyon ya da kayıt alınabiliyor mu?

Evet 1

Hayır 0

F18 Girişiminizin web sayfasında online ürün ve hizmetlerinizin siteyi ziyaret eden müşterilerin arzusuna göre tasarlanması ya da kişiselleştirilmesi mevcut mu?

Evet 1

Hayır 0

F19 Girişiminizin web sayfası üzerinden online sipariş takibi yapılabilir mi?

Evet 1

Hayır 0

F20 Girişiminizin web sayfasında düzenli/sürekli ziyaretçileriniz için web sayfanızın içeriği kişiselleştirilebiliyor mu?

Evet 1

Hayır 0

F40 Girişiminiz geçtiğimiz yıl web siteniz ya da mobil uygulamanız üzerinden ürün/hizmet siparişi aldı mı?

Evet 1

Hayır 0

F44 Girişimin geçtiğimiz yıl Elektronik Veri Alışverişi (EDI) aracılığıyla ürün/hizmet siparişi aldı mı?

Evet 1

Hayır 0

Ek-9: Girişimlerde Bilgi Teknolojileri Kullanımı Kriterleri Değerlendirme Anketine katılan firmalar

S1: İmalat Sanayi

Akdaş Döküm Sanayi ve Ticaret A.Ş., Ankara

Mikropor Makine Sanayi ve Tic. A.Ş., Ankara

Knauf A.Ş., Ankara
Zorlu Holding A.Ş., İstanbul
Arçelik A.Ş., İstanbul
Ultra Basım San. Ve Tic. A.Ş., Ankara
Duygu Makine San. ve Tic Ltd. Şti., Ankara
Man Türkiye A.Ş., Ankara
Centurion Pharma İlaç San. ve Tic. Ltd. Şti., Ankara
FNSS Savunma Sistemleri A.Ş., Ankara
Mundo Kimyevi Maddeler Sanayi ve Ticaret A.Ş., Bursa

S2: Elektrik, gaz, buhar ve havalandırma sistemi üretim ve dağıtımı ve Su temini; kanalizasyon, atık yönetimi ve iyileştirme faaliyetleri

Rönesans Enerji A.Ş., Ankara
Enova Enerji Üretim A.Ş., Ankara
Baymina Enerji A.Ş., Ankara
GAMA Enerji A.Ş., Ankara
Enerjisa enerji A.Ş., Ankara
Çalık Enerji A.Ş., Ankara

S3: İnşaat

Yenigün İnşaat ve Ticaret A.Ş., Ankara
Uskon Mühendislik A.Ş., Ankara
Polimeks İnşaat Taah. Ve San. Tic. A.Ş., İstanbul
Özaltın Holding, Ankara
Nurol İnşaat ve Ticaret A.Ş., Ankara
Koloğlu Holding, Ankara
Tepe Mesa Ortak Girişimi, Ankara
Prokon Müh. Ve Mşv. A.Ş., Ankara
TEPE İnşaat San. A.Ş., Ankara
Bilbak A.Ş., Ankara
Gelişim Teknik A.Ş., Antalya

S4: Toptan ve perakende ticaret; Motorlu kara taşıtlarının ve motosikletlerin onarımı

BR Mağazacılık Tic. A.Ş., İzmir
Emair Havacılık ve Tic. A.Ş., Ankara
Doğuş Otomotiv Servis ve Ticaret A.Ş., İstanbul
Vestel Şirketler Grubu, Ankara

S5: Ulaştırma ve depolama

Expeditors International Taş. Tic. A.Ş., Ankara
Ekol lojistik A.Ş., İstanbul
Doğruer Group, Ankara
Murhak Uluslararası Nakliyat Tic. Ltd. Şti., Ankara

S6: Konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyetleri

Bilintur A.Ş., Ankara
Sheraton Ankara Hotel, Ankara
Infinity Beach Hotel, Antalya
BİLKENT Otel ve Konferans Merkezi, Ankara

S7: Bilgi ve İletişim

Arvento Mobil sistemler A.Ş., Ankara
Noktacom Medya İnternet Hiz. San. ve Tic. A.Ş., Ankara
OBSS Bilişim Bil. Dan. Hiz. Ltd. Şti., İstanbul

Giltaş Genel Pazarlama ve Ticaret A.Ş., İzmir
Siemens San. Ve Tic. A.Ş., İstanbul
Kariyer.net Elektronik Yayıncılık ve İletişim Hizmetleri A.Ş., İstanbul
İnteltek A.Ş., Ankara
Turkcell İletişim Hizmetleri A.Ş., İstanbul
Teracity Yazılım, Bursa

S8: Gayrimenkul faaliyetleri

İncesu Şirketler Grubu, Ankara
Bilfinger Real Estate Türkiye, İstanbul
Tepe Emlak Yatırım İnşaat ve Ticaret A.Ş., Ankara

S9: Mesleki, bilimsel ve teknik faaliyetler

KVM Mühendislik Müşavirlik San. Ve Tic. Ltd. Şti., Ankara
Okutan Mühendislik, Ankara
Brand is You Danışmanlık Hizmetleri, İstanbul
Yapı Kurumsal Akademi Eği. Dan. Ltd. Şti., Ankara

S10: İdari ve destek hizmet faaliyetleri

Bosfor Turizm İşletmecilik A.Ş., Ankara
Star Turizm, Ankara
Alabanda Turizm İnş Tic. A.Ş., Ankara
HRM İnsan Kaynakları Danışmanlığı A.Ş., Ankara
Pragma Finansal Danışmanlık Hizmetleri, İstanbul
SMN Dekorasyon, Ankara

S11: Bilgisayarların ve iletişim araç ve gereçlerinin onarımı

NNG Bilgisayar İletişim İth. İhr. Tic.Ltd. Şti., Ankara
Eliz Bilişim İletişim Ve Elektronik Güv. Sist. Ltd.Şti, Ankara
Messi Bilişim Tekno. Ltd. Şti., Ankara

ISBN: 978-605-165-040-1