



KOBİ'lerin Dijital ve Finansal Karnesi

Finansal Okuryazarlık ve Olgunluk Göstergeleri

Kantitatif Araştırma Raporu | Mayıs 2021

2

TURKONFED ve Paynet Resmi yayınıdır. Her hakkı saklıdır.

TURKONFED Adres: Refik Saydam Cad. Akarca Sok. No.41 Tepebaşı Beyoğlu/İstanbul
+90 212 251 73 00 / +90 212 251 58 77 / info@turkonfed.org / turkonfed.org

 /turkonfed

Paynet Adres: Maslak Mah. Büyükdere Caddesi No:245 Uso Center Kat:17 Maslak-Sarıyer/İstanbul
444 7 729 / 0850 339 77 29 / destek@paynet.com.tr / paynet.com.tr

 /paynetodeme

Yayın / Editoryal Hazırlık

Doç. Dr. Nazlı Karamollaoğlu
Serra Yılmaz
Erhan Arslan
Nihan Türen
H. Pınar Yıldız

Grafik Tasarım

Osman Balaban

Yasal Uyarı: Bu raporda yer alan yazı, resim ve fotoğraflar izin alınmadan yayımlanamaz, çoğaltılamaz. Kaynak gösterilmek kaydıyla yayımlanabilir.

KOBİ'lerin Dijital ve Finansal Karnesi

Finansal Okuryazarlık
ve Olgunluk Göstergeleri

2

İçindekiler

İçindekiler Tablosu	4
Grafik Listesi	5
Yönetici Özeti	8
Genel Çerçeve (Araştırma Konusu ve Araştırma Yaklaşımı)	12
1. Demografik Özellikler	13
2. Finansal Çözüm Tercihleri	16
3. Finansal Olgunluk Seviyesi	22
4. Sonuç ve Stratejiler	29

Grafik Listesi

Grafik 1. Firmanın Ortaklık Türü	13
Grafik 2. Firmaların Faaliyet Gösterdiği Ana Sektör	14
Grafik 3. Firmaların Faaliyet Gösterdiği Alt Sektör	14
Grafik 4. Toplam Çalışan Sayısı	14
Grafik 5. 2019 Yılı Net Satış Hasılatı	15
Grafik 6. Görüşülen Kişilerin Unvanı	15
Grafik 7. 2020 Senesinde Tahsilat/Ödeme Alma Yolları	16
Grafik 8. 2020 Senesinde Tahsilat/Ödeme Yapma Yolları	17
Grafik 9. Firmaların Fiziki POS'u Tercih Etme Nedenleri	18
Grafik 10. Firmaların Sanal POS'u Tercih Etme Nedenleri	18
Grafik 11. Finansal Çözüm Alternatiflerinin Geliştirilmesi İçin Bankalardan Beklentiler	19
Grafik 12. Finansal Çözüm Alternatiflerinin Geliştirilmesi İçin Ödeme Kuruluşlarından Beklentiler	20
Grafik 13. Finansal Çözüm Alternatiflerinin Geliştirilmesi İçin Kamudan Beklentiler	21
Grafik 14. Çalışan Finans Personeli Sayısı	22
Grafik 15. 2020 Yılında Bankalardan En Çok Alınan Hizmetler	23
Grafik 16. Şirketin Finansal Konulardaki Bilgi Seviyesi	23
Grafik 17. Şirketin Finansal Konulara Verdiği Önem Seviyesi	25
Grafik 18. 2017'den Beri Şirketin Finansal Konularda Yaptığı Uygulamalar	25
Grafik 19. Gelecek Üç Yıl İçerisinde Şirketin Finansal Konularda Yapmayı Planladığı Uygulamalar	25
Grafik 20. 2017'den Beri Şirketin Yatırım Yaptığı Alanlar	26
Grafik 21. Gelecek Üç Yıl İçerisinde Şirketin Yatırım Yapmayı Planladığı Alanlar	26
Grafik 22. Şirketin Finansal Olgunluk Düzeyi	27
Grafik 23. Sektöre Göre Şirketin Finansal Olgunluk Düzeyi	28



Orhan Turan

TÜRKONFED Yönetim Kurulu Başkanı

Türkiye'de sanayi ve hizmet sektöründe faaliyet gösteren **7 bin büyük şirkete** kıyasla **3,2 milyon KOBİ** bulunuyor. Ülkemizde ekonominin ana dinamosu olan KOBİ'lerimiz istihdamın yüzde 72'sini, toplam cironun yarısını ve toplam ihracatın yüzde 37'sini gerçekleştiriyor. Ülkemizin sürdürülebilir kalkınmasının yolu da ekonomimizde önemli bir özgül ağırlık oluşturan KOBİ'lerimizin, her anlamda kapasitelerinin geliştirilmesinden geçiyor. **TÜRKONFED olarak son dönemde KOBİ'lerimizin kapasitelerinin gelişimi için çalışıyoruz.**

KOBİ'lerimizin rekabet güçlerini artırabilmeleri ancak içinde bulunduğumuz teknolojik dönüşüme adapte olabilmeleri ile mümkün görünüyor. **Nitelikli insan kaynağından yüksek teknoloji kullanımına, yüksek katma değerli üretimden yüksek katma değerli ihracata KOBİ'lerin yetkinliklerini geliştirmek için aradığımız kaldıraç da dijitalleşme olarak karşımıza çıkıyor.** Özellikle COVID-19 pandemisi ile beş yıl erkene çekilen dijitalleşme gündemi, gelişmekte olan ülkelerin yarışa aynı kulvardan başlaması için zamanın tam da bu zaman olduğunu işaret ediyor.

TÜRKONFED olarak KOBİ'lerimizin dijitalleşme yolculuklarına son dört yıldır rehberlik ederken, ihtiyaç ve beklentilerini tespit etmek için yol haritamızı da oluşturan saha araştırmaları gerçekleştiriyoruz. Bu araştırmalar, KOBİ'lerin geleceğin büyük oyuncularını olmaları için hazırlayacağımız projelere ve politika önerilerine de hayat veriyor. **KOBİ'lerin Dijital ve Finansal Karnesi Araştırması**, işte bu doğrultuda hazırlanan, COVID-19'un işletmelerimiz üzerinde

yarattığı etkiyi de inceleyen yönüyle yeni bir yol haritası da sunuyor.

TÜRKONFED ve **Paynet** paydaşlığında gerçekleştirilen **KOBİ'lerin Dijital ve Finansal Karnesi Araştırması**, işletmelerimizin **dijitalleşmenin** henüz ilk fazında olduğunu gösteriyor. Dijital ekonominin bir parçası olan **veri odaklı** stratejilerden henüz tam olarak yararlanamayan KOBİ'lerin, dönüşüm yolculuğu hem üretim süreçlerinin verimliliği hem de ürün ve iş modellerini yenileyebilme kabiliyetleri için büyük fırsatlar sunuyor.

Teknolojik ve dijital yatırımların veri analitiği düzeyine, yani ikinci faza erişmesi için önemli aksiyonların alınması gerekiyor. KOBİ'lerin farklı dijital teknolojilerden yararlanma oranının düşük olmasının altında yatan en önemli neden, **finansal kaynak yetersizliği ile altyapı eksikliği olarak karşımıza çıkıyor.** Bu nedenle KOBİ'ler ağırlıklı olarak iş hayatlarını devam ettirecek genel donanım ve teknolojik ekipmana öncelik verebiliyor.

STK – özel sektör – kamu paydaşlığında KOBİ'lerin dijitalleşme düzeylerinin geliştirilmesi için yönlendirici ve düzenleyici mekanizmalara ihtiyaç duyuluyor. Özellikle finansman kanalının çeşitlendirilmesi, eğitim ve mentorluk süreçlerinin yanı sıra danışmanlık desteğinin de verilmesi öne çıkıyor. Her şeyden önce dijitalleşme kültürel ve zihinsel bir değişimi gerekli kılıyor. Zaman kaybetmeden, kapsayıcı iş birlikleri ile KOBİ'lerimizi dijitalleşme süper ligine taşımamız gerekiyor.



Serkan Çelik

Paynet Yönetim Kurulu Başkanı

Finansal ödeme teknolojileri sektörünün Türkiye'deki lider kuruluşlarından biri olarak ülkemiz ekonomisinin belkemiğini oluşturan KOBİ'lere, dijital dönüşüm süreçlerinde rehberlik ediyoruz. Şirketlerin değişen ihtiyaçlarına uygun olarak, bugüne kadar farklı sektörlerde faaliyet gösteren yaklaşık 20 binden fazla işletmenin tahsilat ve ödemelerine aracılık ederek finansal süreçlerini dijitalleştirdik.

Öte yandan tüm yaşamımızı olumsuz etkileyen COVID-19, dijital dönüşümde adeta milat olarak kabul edilirken, pandemi koşullarına yönelik geliştirilen önlemler tüm dünyada dijitalleşme süreçlerini hızlandırdı. Hem pandeminin derinleştirdiği bu değişimi daha iyi anlamak hem Türkiye ekonomisinin sürdürülebilir büyümeye ulaşabilmesi için biz de KOBİ'leri çok yakından takip ediyoruz.

Paynet olarak TÜRKONFED iş birliğinde gerçekleştirdiğimiz "KOBİ'lerin Dijital ve Finansal Karnesi" araştırması KOBİ'lerin ihtiyaçlarını daha iyi anlamak ve bu segmentteki ürün ve hizmet stratejimizi güncellemek açısından çok önemli. Araştırmaya katılan KOBİ'lerin çoğu pandemi döneminde ciro kaybı yaşadıklarını ve beklentilerinin kötümser olduğunu ifade ediyor. KOBİ'lerde iş hacmi büyümesinin ancak dijital dönüşüm ile sağlanacağını düşünüyoruz; araştırma sonuçlarında ortaya çıkan dijital olgunluk ve finansal olgunluk seviyesindeki pozitif ilişki de bu görüşümüzü destekliyor.

"KOBİ'lerin Dijital ve Finansal Karnesi" araştırmasının, kapsamı ve sonuçları itibarıyla bugün Türkiye'de ekonominin geleceğine ışık

tutacak çok değerli bir çalışma olduğunun özellikle altını çizmek isterim. KOBİ'lerimizin ihtiyaç ve beklentilerini tespit etmek için bir rehber görevi görecektir bu araştırma, ilgili segmente yönelik ürün ve hizmet stratejilerinin güncellenmesi açısından da çok kıymetli.

Tüm bu sonuçları Paynet açısından değerlendirdiğimizde geliştirdiğimiz ürün ve çözümlerin KOBİ'lere pek çok açıdan gerçek anlamda değer yarattığını görmüş olduk. Paynet olarak kullanıcı dostu finansal teknolojilerimizle KOBİ'lerimize rehberlik ediyor, onların ihtiyaçları doğrultusunda ürün ve hizmet geliştirmeye devam ediyoruz. Rassal olarak seçilen örneklerde finansal teknolojileri kullanan KOBİ'lerin Paynet'i ilk sırada tercih etmiş olduğunu görmek de bu çalışmalarımızın karşılık bulduğunu ortaya koyuyor. Ancak bu teknoloji kullanımının ve dijital yatırımların henüz çok alt seviyede olduğunu fark etmemiz bizim açımızdan hem ürün ve çözümlerimizi pozisyonlamamız için bir fırsat doğuruyor hem de KOBİ'lerin bu alandaki farkındalığını artırmak üzere yeni bir strateji ortaya koymak zorunda olduğumuz mesajını veriyor.

Önümüzdeki dönemde KOBİ'lerin nakit akışı yönetimlerini ek bir yatırım maliyeti olmadan, tek bir anlaşma ile tek bir platform üzerinden Paynet hizmet modeli ile dijitalleştirebileceklerini daha sık vurgulayacağız. TÜRKONFED ile birlikte bu farkındalığı artırmak üzere yakın çalışmayı planlıyoruz. KOBİ'lerin büyüme yolculuklarını desteklemek amacıyla 2021 yılında da dijital dönüşüm süreçlerine katkı sağlayacak yeni finansal ürün ve çözümlerimizi hızla devreye alacağız.

Yönetici Özeti

“KOBİ'lerin Dijital ve Finansal Karnesi” başlıklı araştırmanın ikinci fazını oluşturan bu raporda KOBİ'lere ilişkin finansal çözüm tercihleri, finansal yönetim ve finansal olgunluk seviyelerine ilişkin sonuçlar paylaşılmaktadır.

PAYNET-TURKONFED iş birliğinde gerçekleştirilen “KOBİ'lerin Dijital ve Finansal Karnesi” başlıklı araştırmanın ikinci fazını oluşturan bu raporda KOBİ'lere ilişkin finansal çözüm tercihleri, finansal yönetim, yatırım ve finansal olgunluk seviyelerine ilişkin sonuçlar paylaşılmaktadır.

Yapılan çalışmanın sonuçları aşağıda özetlenmektedir:

8

- ▶ Finansal çözüm tercihleri incelendiğinde KOBİ'lerin ödeme alma (%81,3) ve yapma (%79,5) yolları arasında en çok hesaba ödemeler gibi geleneksel yöntemleri tercih ettikleri görülmektedir. Ödeme alma yollarında fiziki POS, ödeme yapma yollarında ise ticari kart ikinci sırada bulunmaktadır.
- ▶ Sanal POS, tahsilat/ödeme alma yöntemi olarak firmaların %32'si tarafından kullanılmaktadır.
- ▶ Fiziki POS ve sanal POS kullanım nedenleri arasında çeşitli motivasyonlar bulunmaktadır. Fiziki POS tercih nedenleri arasında ödeme kolaylığı sağlaması öne çıkarken, kullanım kolaylığı ve müşteri isteğinin de tercihlerde etkili olduğu görülmektedir. Sanal POS tercih nedenlerine

bakıldığında ise kullanım kolaylığı ilk sırada yer alırken, internet üzerinden satış yapılabilmesi ve müşteri isteği tercihleri belirleyen diğer önemli unsurlardır.

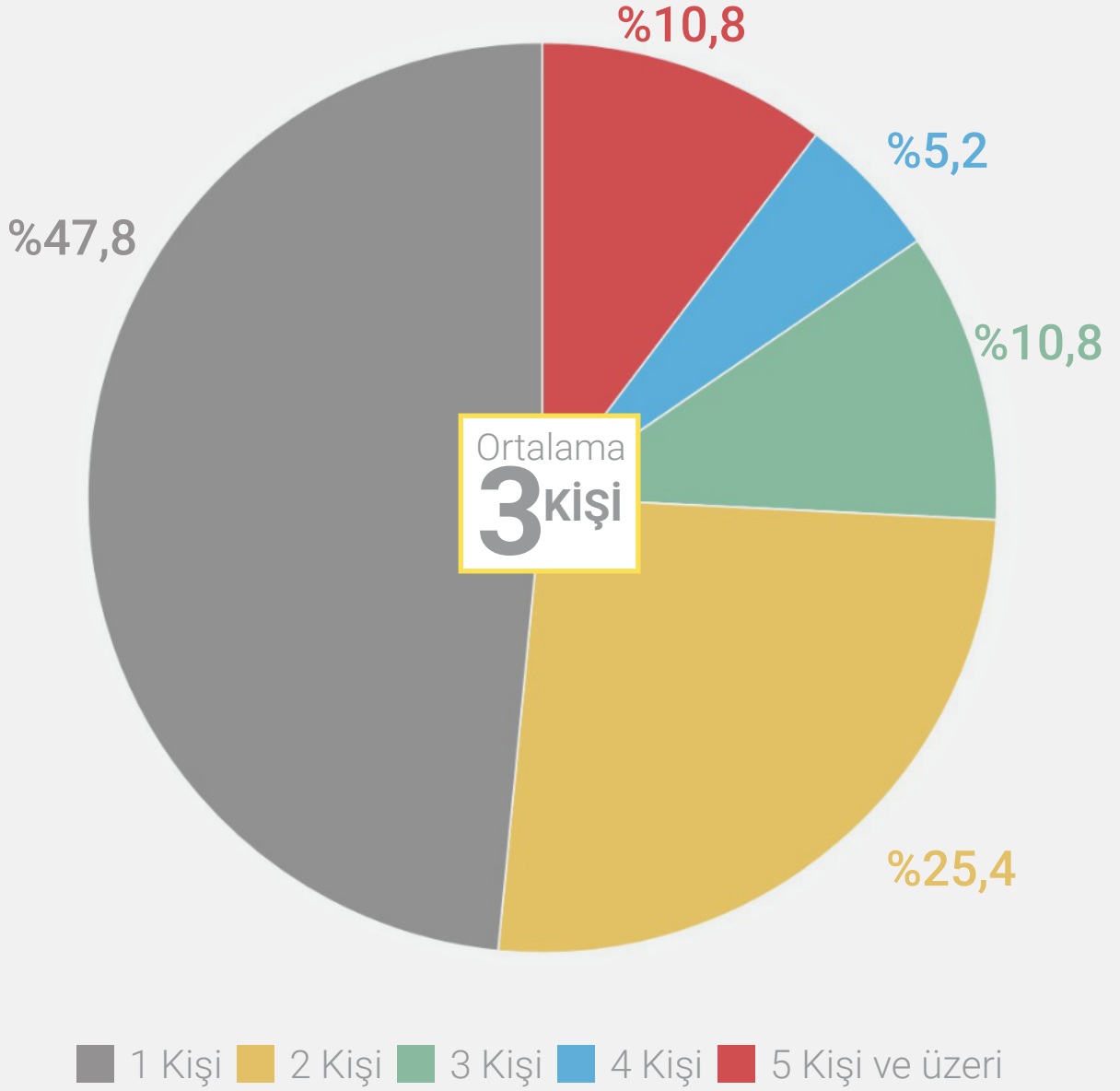
- ▶ Çalışmada yatırım, ödeme planı oluşturulması ve sigorta, şirketler arasında en fazla önem verilen finansal konular olarak tespit edilmektedir. Şirketin finansal konulardaki bilgi seviyesi incelendiğinde ise sigorta ile yatırım konularında bilgi sahipliğinin öne çıktığı görülmektedir. Şirketlerin finansal konularda gelişime açık alanlarını gösteren önem ve bilgi düzeyi arasındaki en büyük fark “sermaye piyasası sistemi ve finansal kurumları tanıma” alanında ortaya çıkmaktadır.
- ▶ Şirketlerin 2017 yılından bu yana finansal konularda yaptığı uygulamalar arasında sigorta, ödeme planı oluşturma, nakit yönetimi ve sürekliliği sağlama konularının öne çıktığı görülmektedir.
- ▶ 2017 yılından beri şirketlerin çeşitli alanlarda yaptığı yatırımların oranlarının oldukça düşük olduğu görülmektedir. Şirketlerin %44,1'inin üretim, %43'ünün ürün geliştirme, %35,9'unun insan kaynağı, %32,4'ünün dijital/teknoloji ve %30,7'sinin tesis yatırımı yaptığı gözlenmektedir. Gelecek üç yıl

içerisinde şirketlerin yatırım yapmayı planladıkları alanlara bakıldığında da benzer bir tablo ortaya çıkarken, mevcut ekonomik görünüme paralel yatırım yapma oranlarında düşüş söz konusudur.

- ▶ Her 100 KOBİ'den 61'i finansal olgunluk derecesini orta, 20'si üst, 19'u alt olarak değerlendirmektedir. Finansal olgunluk düzeyi sektörlere göre farklılık göstermektedir. Sanayi sektöründe üst düzey olgunluğa sahip olanların oranı alt düzey olgunluğa sahip olanlardan daha fazladır. Hizmetlerde ise tam tersi bir tablo mevcuttur.
- ▶ Firmaların finansal çözüm alternatiflerinin geliştirilmesine yönelik kamu kuruluşlarından beklentileri destek planlarının oluşturulması, teşviklerin artırılması ve devlet destekli kredilerin verilmesi olarak sıralanmaktadır. KOBİ'ler; finans kuruluşlarından ise en çok uygun kredi koşullarını talep etmektedir.

Finansal olgunluk düzeyi sektörlere göre farklılık göstermektedir. Detay kırılımda sanayi sektöründe üst düzey olgunluğa sahip olanlar, oransal olarak çoğunluktadır. Hizmetlerde ise tam tersi bir tablo mevcuttur.

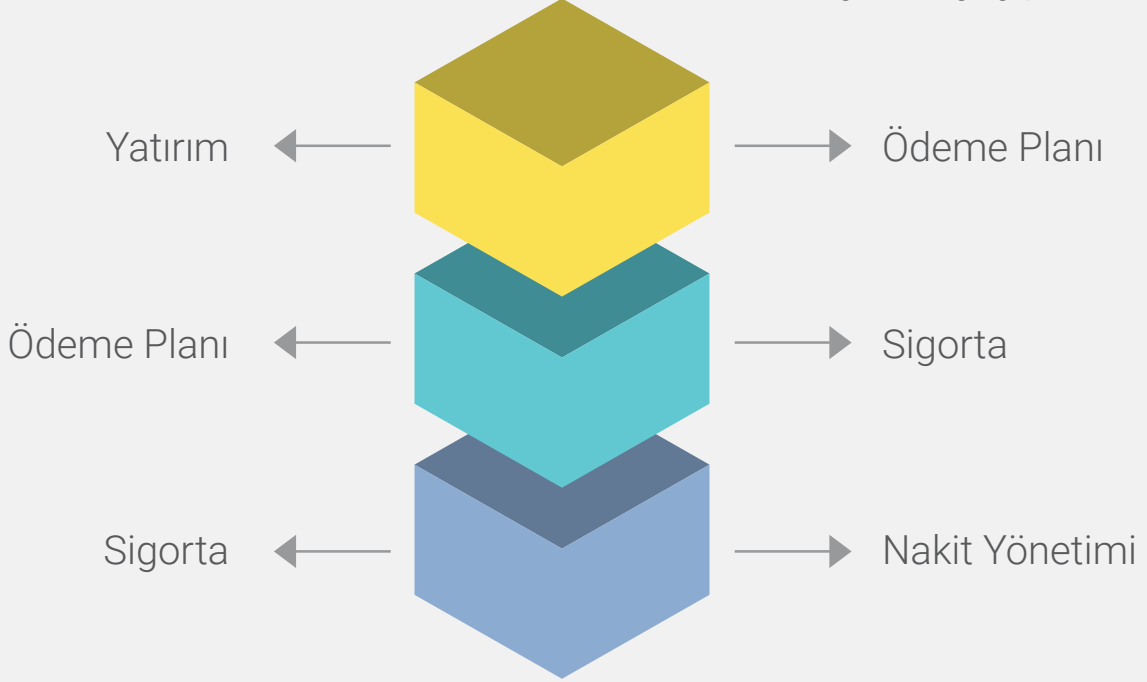
Çalışan Finans Personeli Sayısı



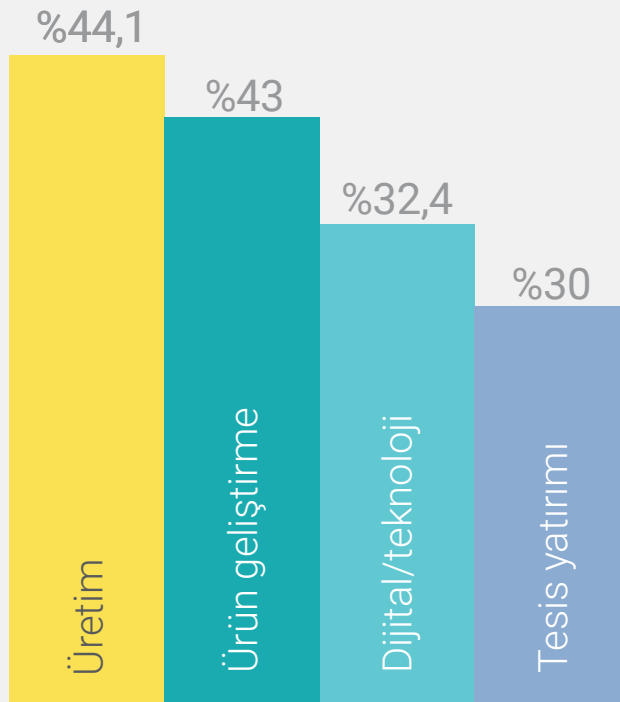
Çalışan finans personeli sayısının ortalama üç olduğu araştırmada, firmaların neredeyse yarısının bir finans personeline sahip olduğu (%47,8) görülmektedir. Beş ve üzeri finans personelinin bünyesinde barındıran firmaların oranı ise %10,8 olarak tespit edilmiştir.

Sırasıyla en fazla önem verilen finansal

Finansal konularda sırasıyla en yaygın



Şirketlerin 2017'den beri yaptıkları yatırım uygulamaları



Genel Çerçeve (Araştırma Konusu ve Araştırma Yaklaşımı)

"KOBİ'lerin Dijital ve Finansal Karnesi" araştırmasının ikinci fazını oluşturan bu çalışmada KOBİ'lere ilişkin finansal çözüm tercihleri, yatırım, finansal yönetim ve finansal olgunluk seviyelerine ilişkin bulgular paylaşılmaktadır.

Çalışma, kantitatif araştırma yöntemleri kullanılarak saha çalışmasının yanı sıra yüz yüze görüşme tekniği, online anket ve telefon görüşmeleri ile desteklenmiştir. 2020 yılının son çeyreğinde 1000 KOBİ ile gerçekleştirilen araştırma kapsamında KOBİ'ler, işletme sahipleri ya da C seviye yöneticileri (CEO ve CFO) ile görüşülmüştür. Araştırmaya, 10 ve altı çalışanı olan ve cirosu 3 milyon TL'nin altında kalan mikro işletmeler dahil edilmemiştir.

Araştırmaya ağırlıklı olarak 11 şehirden işletmelerimiz katılırken, %57,1'lik oranla İstanbul, KOBİ'lerin katılımının en yoğun olduğu şehir olarak öne çıkmıştır. Ankara, İzmir ve Bursa gibi ekonomik aktivitelerin yoğun olduğu büyük şehirlerimizden araştırmaya katılan firmaların payı orta seviyede kalırken, Adana, Tekirdağ, Erzurum, Kayseri ve Malatya gibi illerimizden katılan şirketlerin payı düşüktür.

Araştırmaya Katılan Şehirlerin Oranı (%)

11 Şehir

%57,1 İstanbul

%15,6 Ankara

%11,9 İzmir

%9,3 Bursa

%1,9 Gaziantep

%1,7 Samsun

%0,7 Adana

%0,6 Tekirdağ

%0,5 Erzurum

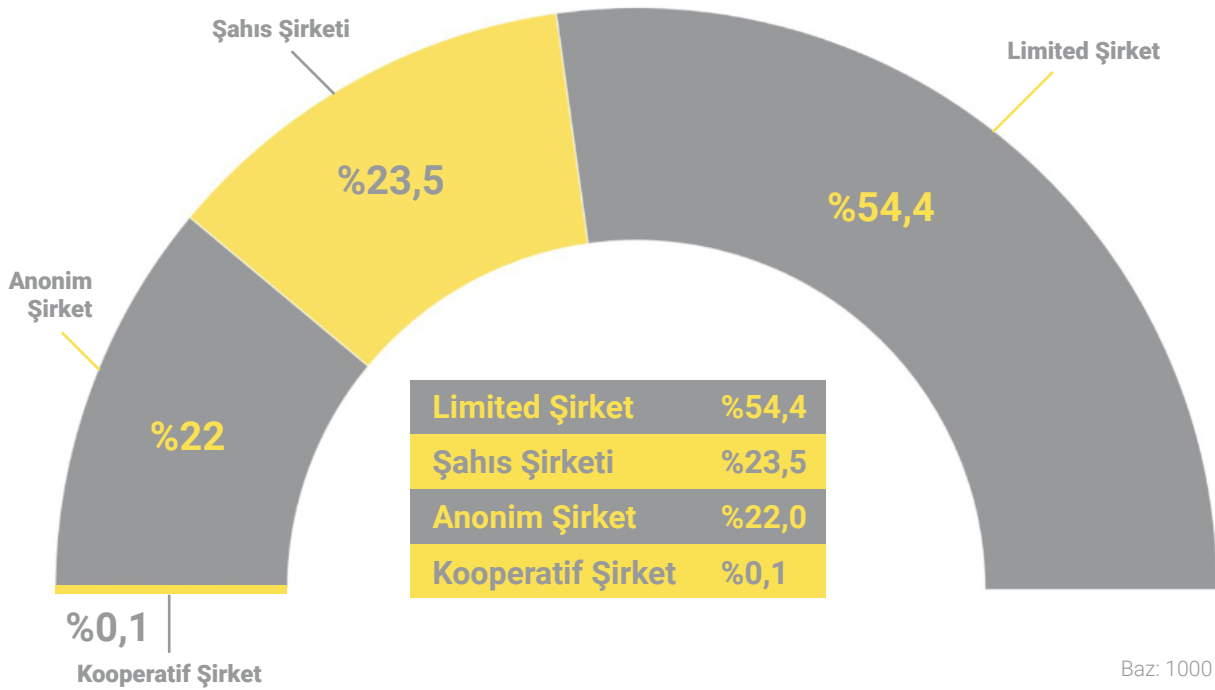
%0,4 Kayseri

%0,3 Malatya

1 Demografik Özellikler

Araştırmaya katılan firmaların ortaklık türlerine bakıldığında limited şirketlerin %54,4'lük bir oran ile en yüksek paya sahip olduğu görülmektedir. Şahıs şirketleri (%23,5) ve anonim şirketlerin (%22,0) araştırmaya katılan şirketler içindeki payları birbirine yakın sonuçlar ortaya koyarken, payı en az olan grup kooperatif şirketler olmuştur.

Grafik 1: Firmanın Ortaklık Türü



Firmaların faaliyet gösterdiği sektörler incelendiğinde hizmet ve sanayinin ağırlıkta olduğu gözlenirken, 7 farklı alt sektör de öne çıkmıştır. Perakende ve toptan ticaret (%35,8) alt sektörler arasında ilk sırada yer alırken, imalat

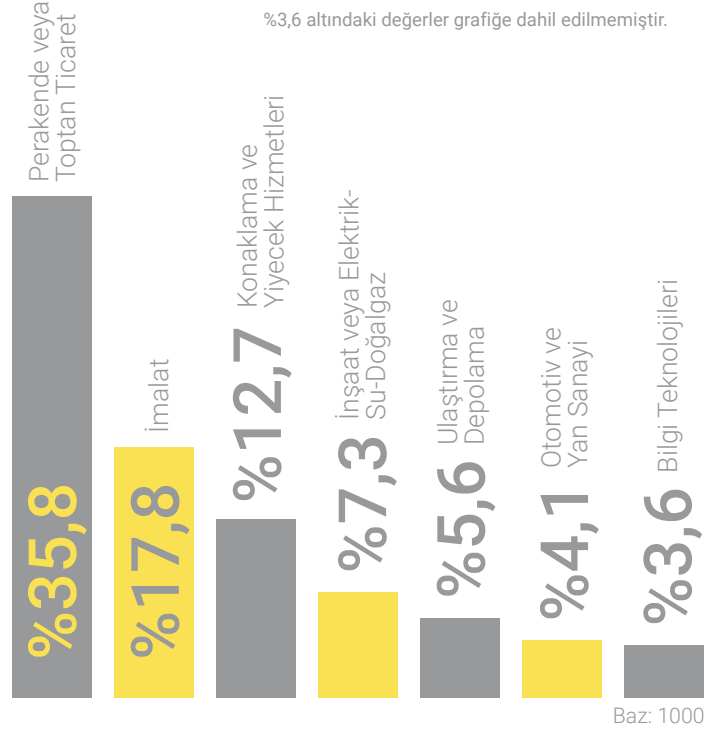
(%17,8) ile konaklama ve yiyecek hizmetleri (%12,7) de araştırmada yüksek paya sahip olan sektörlerdir. (Firmaların faaliyet gösterdiği ana sektör ve alt sektör detayları Grafik 2 ve Grafik 3'te detaylandırılmıştır.)¹

¹ Bu kısımda birden fazla sektöre dahil şirketlerin olması sebebiyle çalışma yüzdeler oranları yüz tam puanı aşmaktadır.

Grafik 2: Firmaların Faaliyet Gösterdiği Ana Sektör



Grafik 3: Firmaların Faaliyet Gösterdiği Alt Sektör

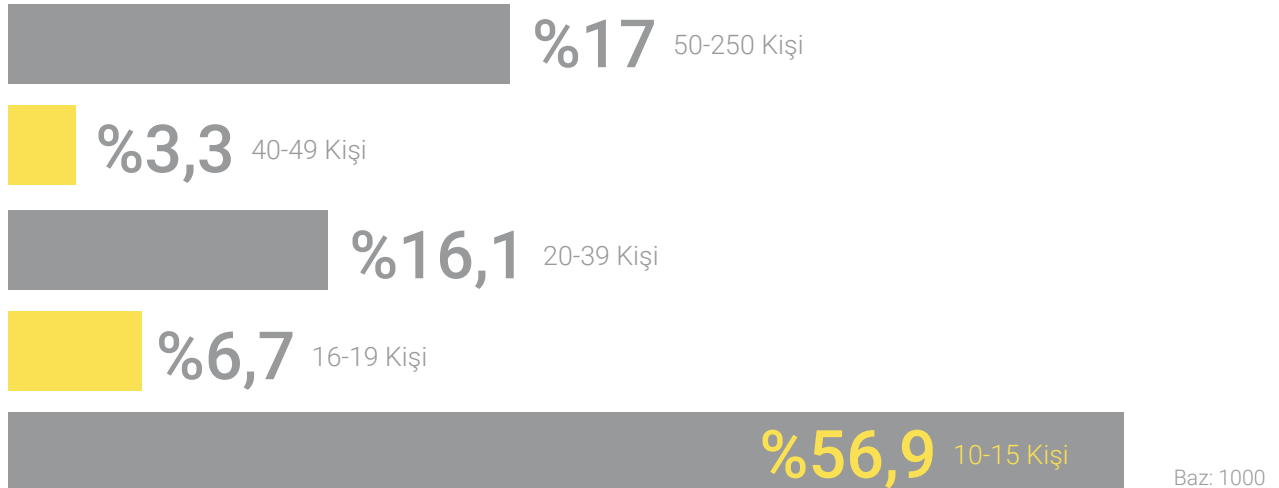


İstihdam dinamiklerine bakıldığında görüülen şirketlerin ortalama 33 kişi çalıştığı tespit edilirken, bu şirketlerden 50 ve altı çalışana sahip olanların oranı toplam firmaların %83'ünü oluşturmuştur.

33 Görüülen şirketlerin ortalama çalıştığı kişi sayısı

%83 50 ve altı çalışana sahip toplam firma sayısı

Grafik 4: Toplam Çalışan Sayısı

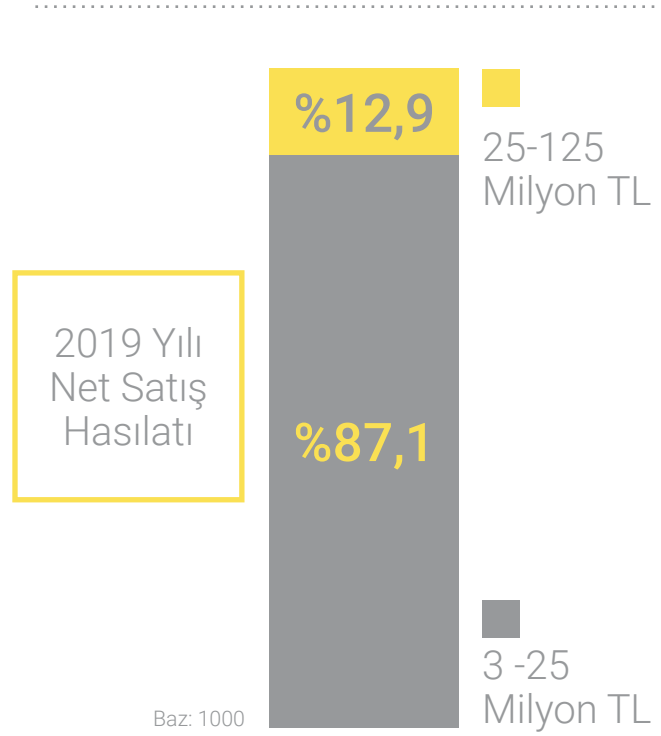


Ciro ve çalışan sayısının belirleyici bir unsur olduğu KOBİ tanımına göre şekillenen araştırmaya 10 ve altı çalışanı olan ve cirosu 3 milyon TL'nin altındaki mikro işletmeler dahil edilmemiştir.

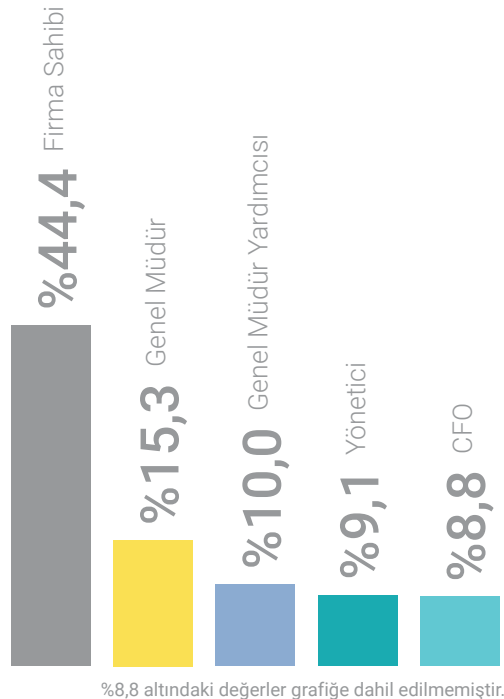
Firmaların 2019 yılı net satış hasılat grafiğini incelediğimizde, çoğunluğunun 3 milyon-25 milyon TL arasında bir hasılat gerçekleştirdiği, %12,9'luk oran içinde yer alan firmaların ise 2019 yılı net satış hasılatının 25 milyon-125 milyon TL arasında olduğu görülmüştür.

Araştırma kapsamında farklı pozisyonlara sahip kişiler ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Firma sahiplerinin ağırlıkta olduğu (%44,4) görüşmelerde, genel müdür (%15,3) ve genel müdür yardımcısı (%10) pozisyonunda çalışan yöneticiler de araştırmaya katılmıştır.

Grafik 5: 2019 Yılı Net Satış Hasılatı



Grafik 6: Görüşülen Kişilerin Unvanı



2 Finansal Çözüm Tercihleri

Firmaların tahsilat/ödeme alma için kullandığı farklı yöntemler bulunmaktadır. Bunlar; hesaba ödemeler, fiziki POS, çek/senet tahsilatları, sanal POS ve doğrudan borçlandırma gibi yöntemlerdir.

Hesaba ödemeler 2020 yılında firmalar tarafından %81,3'lük oranla en çok tercih edilen tahsilat/ödeme alma yöntemi olurken, bunu sırasıyla fiziki POS (%64,4), çek/senet tahsilatları (%41,8) ve sanal POS (%32) takip etmektedir.

Geniş bayi ve satış ağına sahip firmaların satış yaptıkları bayi veya distribütörlerden olan alacaklarının, bayi için tahsis edilen kredi limiti kadar garanti kapsamına alınmasını sağlayan Doğrudan Borçlandırma Sistemi'nin (%19,2) tahsilat/ödeme alma yollarında önemli bir araç olarak kullanıldığı da görülmektedir. Doğrudan Borçlandırma Sistemi ile alacakların tahsil edilememesi riski kredi limiti çerçevesinde ortadan kalkmaktadır.

Grafik 7: 2020 Senesinde Tahsilat/Ödeme Alma Yolları



Hesaba Ödemeler
%81,3



Sanal POS
%32,0



Fiziki POS
%64,4



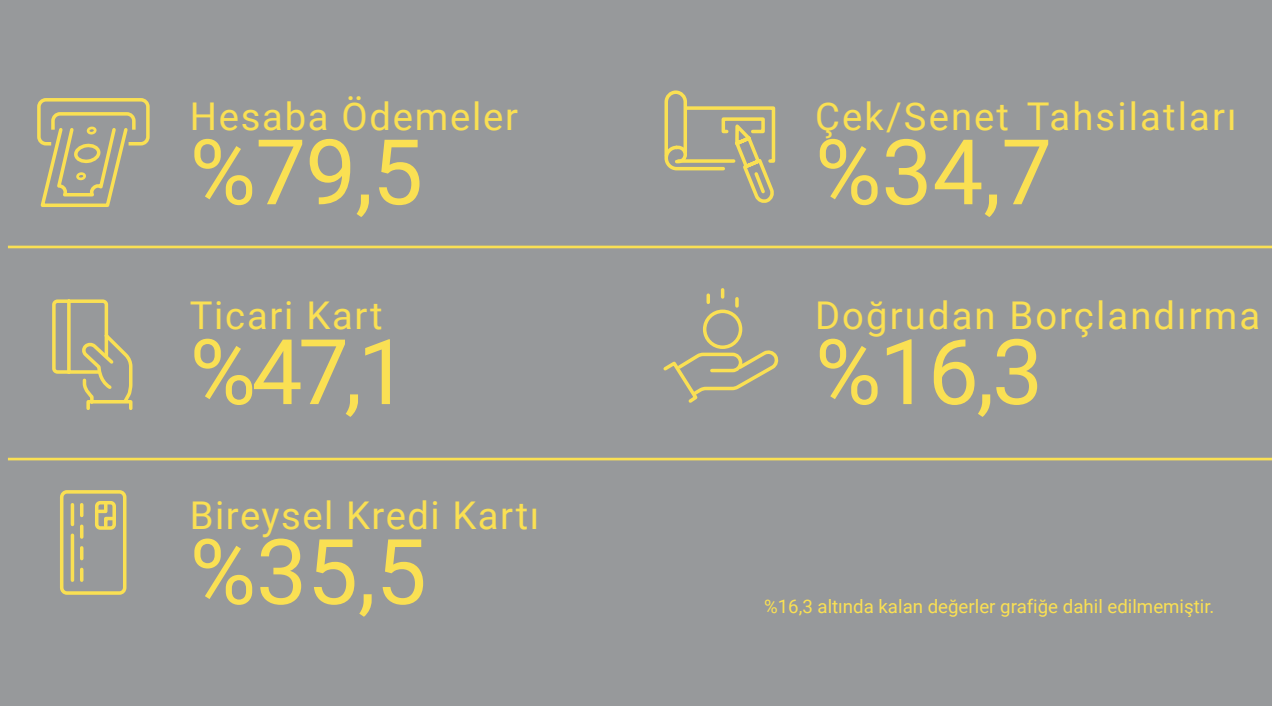
Senet Tahsilatları
%20,5



Çek/Senet Tahsilatları
%41,8



Doğrudan Borçlandırma
%19,2

Grafik 8: 2020 Senesinde Tahsilat/Ödeme Yapma Yolları²

Firmaların tahsilat/ödeme yapma için kullandığı yöntemler hesaba ödemeler, ticari kart, bireysel kredi kartı, çek/senet tahsilatları ve doğrudan borçlanma şeklinde sıralanmaktadır. Hesaba ödemeler (%79,5), 2020 yılında firmalar tarafından en çok tercih edilen tahsilat/ödeme yapma yöntemi olurken; ticari kart (%47,1), bireysel kredi kartı (%35,5), çek/senet tahsilatlarının da (%34,7) tercihler arasında önemli bir ağırlığı olduğu tespit edilmiştir. En az tercih edilen tahsilat/ödeme yapma yöntemi ise %16,3 ile yine doğrudan borçlandırma yöntemidir.¹

Sanal POS, tahsilat/ödeme alma için firmalar tarafından kullanılmakla birlikte firmaların yalnızca ödeme kuruluşuna ait sanal POS kullanma oranı %4,4 olarak gözlemlenmektedir.

¹ Not: Çoklu yanıt olduğundan toplam 100'ü geçmektedir.

² Not: Çoklu yanıt olduğundan toplam 100'ü geçmektedir.

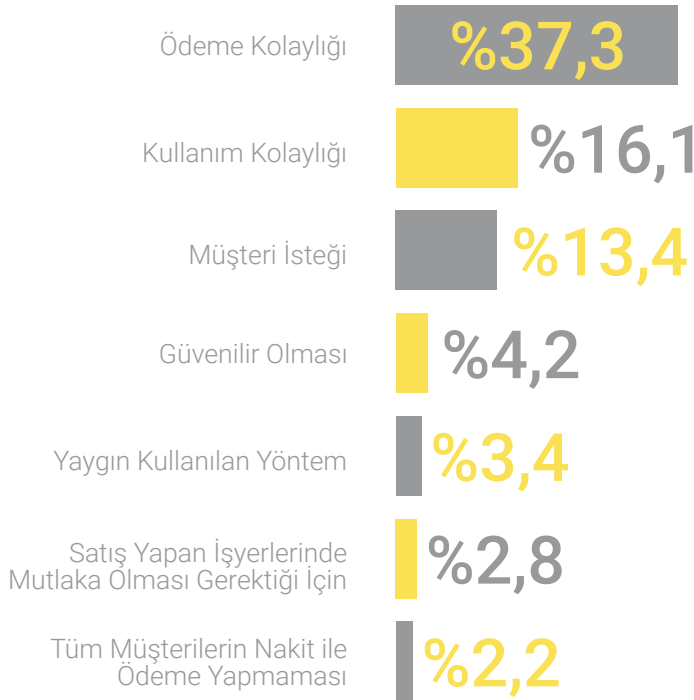
2 KOBİ'lerin Dijital ve Finansal Karnesi

Finansal Okuryazarlık ve Olgunluk Göstergeleri

Firmaların fiziki POS ve sanal POS'u tercih etmelerinin arkasında çeşitli motivasyonlar yatmaktadır. Fiziki POS tercihlerinde ödeme kolaylığı sağlaması (%37,3) öne çıkarken, kullanım kolaylığı (%16,1) ve müşteri isteğinin de (%13,4) tercihlere yön verdiği görülmektedir. (Grafik 10)

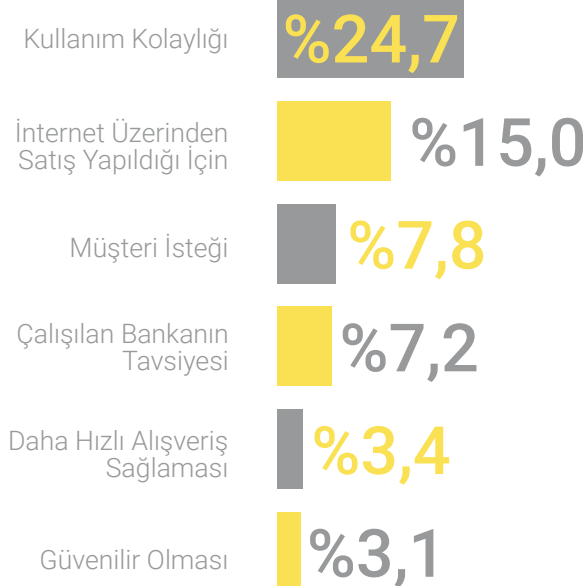
Firmaların sanal POS tercihlerine bakıldığında ise kullanım kolaylığının (%24,7) öne çıktığı tespit edilmiştir. İnternet üzerinden satış yapılabilmesi (%15) ve yine müşteri isteği de (%7,8) tercihleri belirleyen unsurlardır. (Grafik 11)

Grafik 9: Firmaların Fiziki POS'u Tercih Etme Nedenleri



Çoklu Yanıt - Baz: 644 (Ödeme almada fiziki POS kullananlar)

Grafik 10: Firmaların Sanal POS'u Tercih Etme Nedenleri



Çoklu Yanıt - Baz: 320 (Ödeme almada sanal POS kullananlar)

Firmalara işlerinde kolaylık sağlayacağını düşündükleri POS çözümü ve alternatiflerine ilişkin önerileri sorulduğunda öneri bildirmeyen firmaların sayısı çoğunluktadır (%64,1). Firmalar tarafından POS çözümlerine yönelik ifade edilen

öneriler ise ödeme seçeneklerinde kolaylık sağlanması, komisyon oranlarının azaltılması, mobil POS olması, uzun ömürlü şarj özelliğinin olması ve daha hızlı bir sistem olması olarak tespit edilmiştir.

Şekil 1: POS Çözümlerine Yönelik Öneriler

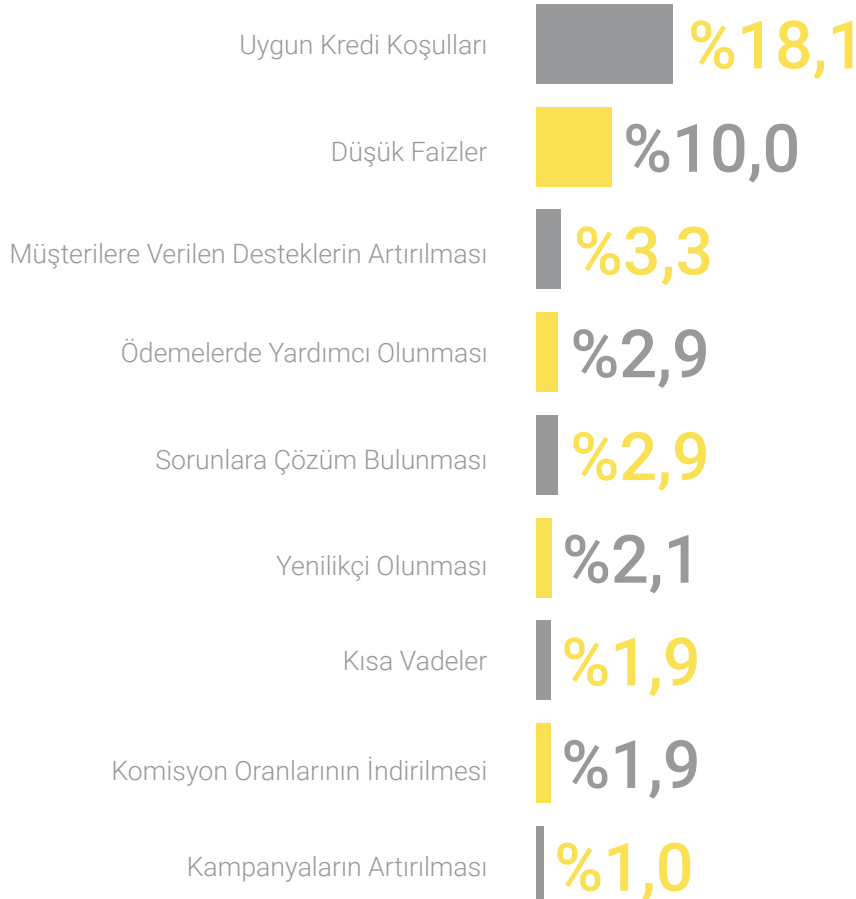


Öneri bildirmeyenler: %64,1 - Memnuniyet bildirenler: %4,5 - Baz: 1000

Pandemi süreci ile artan ekonomik yük sonucu firmalar finansal çözüm alternatiflerinin geliştirilmesine yönelik önceliklerini belirlemektedir. Firmaların bu bağlamda finansal çözüm alternatiflerinin geliştirilmesine yönelik bankalardan çeşitli beklentileri olduğu

görülmüştür. Uygun kredi koşullarının (%18,1) düşük faizlerle (%10) sağlanması ağırlıklı beklenti olarak firmaların finansmana hangi koşullarda erişmek istediklerini de göstermektedir.

Grafik 11: Finansal Çözüm Alternatiflerinin Geliştirilmesi İçin Bankalardan Beklentiler

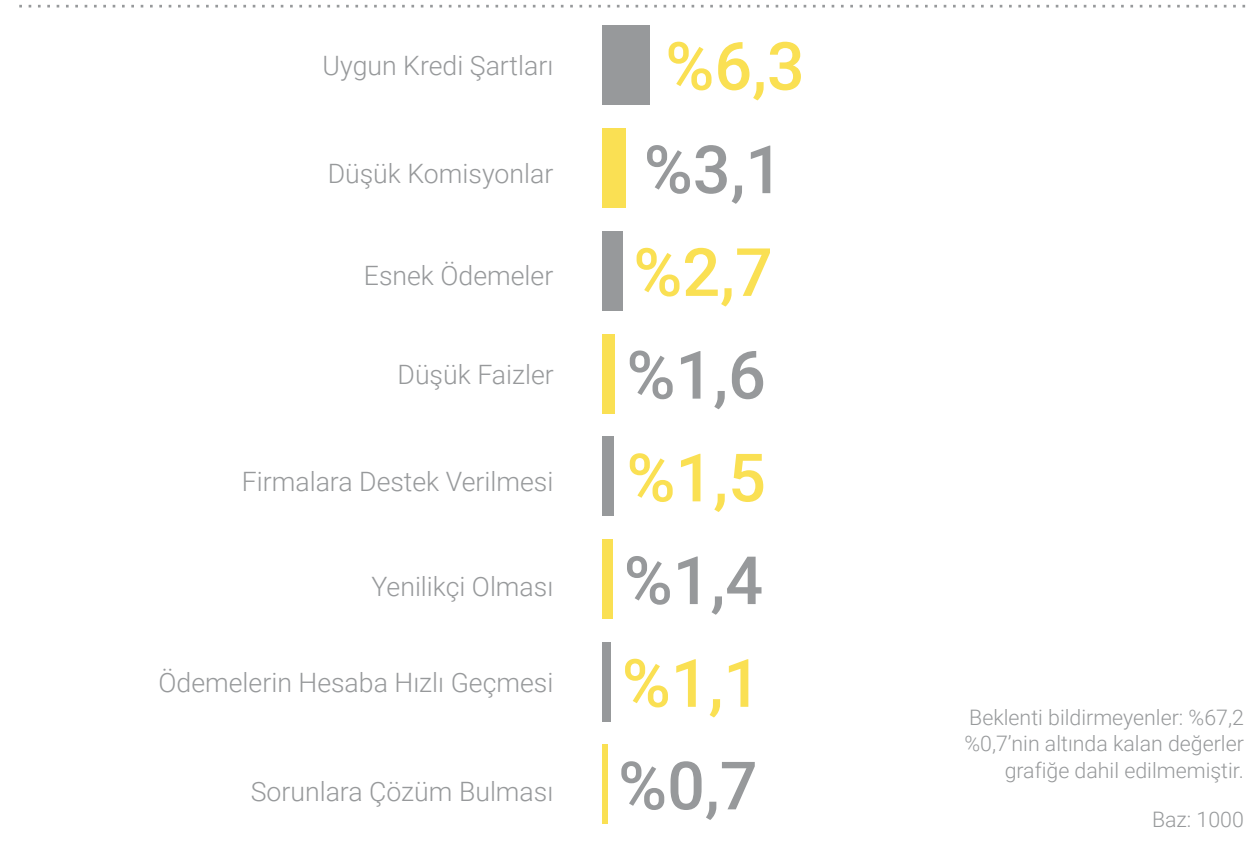


Beklenti bildirmeyenler: %43,8
%1,0'ın altında kalan değerler grafiğe dahil edilmemiştir.

Firmaların finansal çözüm alternatiflerinin geliştirilmesine yönelik, ödeme kuruluşlarından veya finansal teknoloji (fintech) firmalarından da çeşitli beklentileri olduğu görülmüştür. Uygun

kredi şartlarının sağlanması (%6,3) ve düşük komisyonların verilmesi (%3,1), firmaların ekonomik olarak finansmana erişimde beklentilerini yönlendirmektedir.

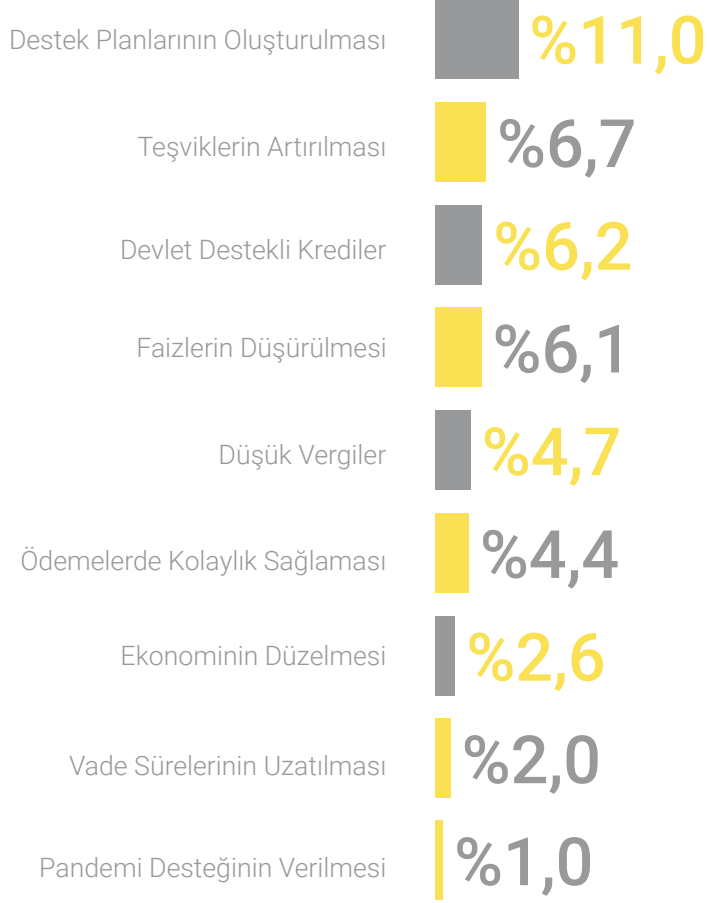
Grafik 12: Finansal Çözüm Alternatiflerinin Geliştirilmesi İçin Ödeme Kuruluşlarından Beklentiler



Firmaların finansal çözüm alternatiflerinin geliştirilmesine yönelik, kamu kuruluşlarından beklentilerinin odağını destek ve teşvikler oluşturmaktadır. Firmalar kamunun destek planı oluşturmasını (%11), teşviklerin artırılmasını (%6,7), devlet destekli kredilerin verilmesini (%6,2) ve faizlerin düşürülmesini (%6,1) öncelikli beklentileri olarak dile getirmektedir.

KOBİ'ler, finansal kuruluşlar uygun kredi koşulları talep ederken, kamudan beklentilerinde ise destek planlarının oluşturulması öne çıkmaktadır. Kamudan ikincil beklentilerin kredi ve destek taleplerine yönelik olması da KOBİ'lerin kronikleşen finansmana erişim sorununa işaret etmektedir.

Grafik 13: Finansal Çözüm Alternatiflerinin Geliştirilmesi İçin Kamudan Beklentiler



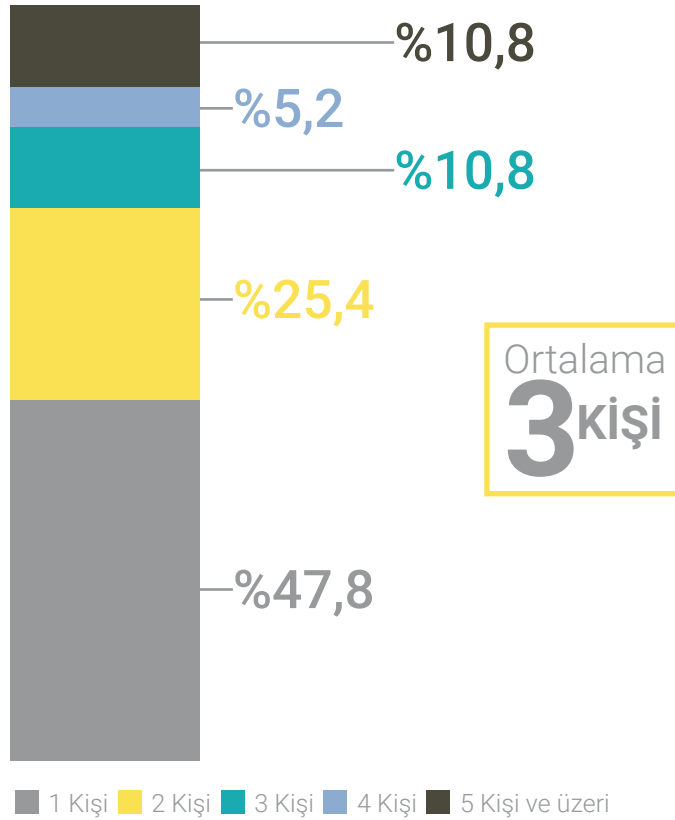
Beklenti bildirmeyenler: %45,7
%1,0'ın altında kalan değerler
grafiğe dahil edilmemiştir.

3 Finansal Olgunluk Seviyesi

KOBİ'lerin finansal olgunluk ve okuryazarlık düzeylerini belirlemede, bu alanda yaptıkları insan kaynağı yatırımlarının önemli bir etkisi söz konusudur. Finans birimi ve finans personeli

sayısının firmaların finansal konulara ilişkin bilgi ve bu konulara verdikleri önem düzeyi ile doğru orantılı olduğu gözlemlenmektedir.

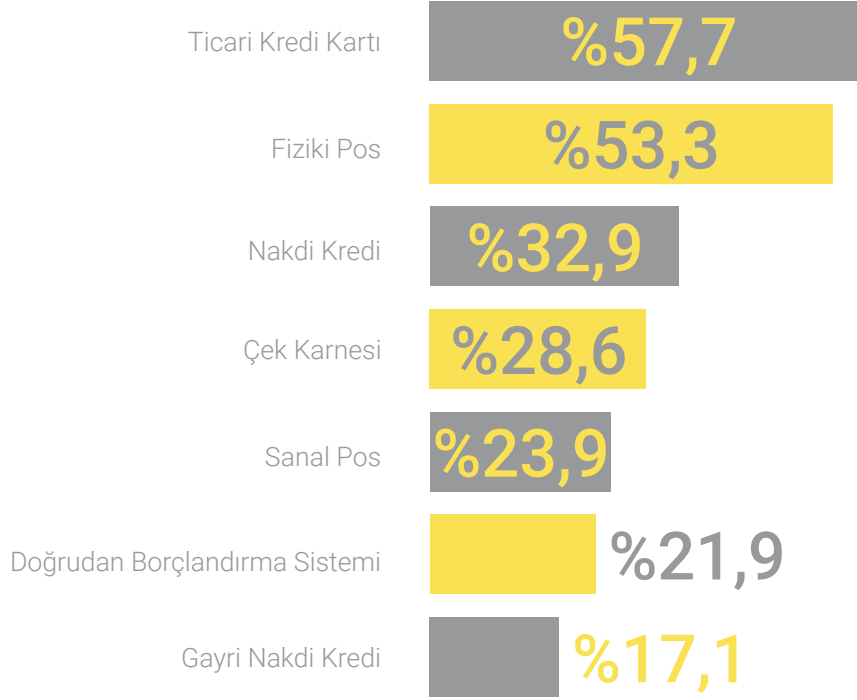
Grafik 14: Çalışan Finans Personeli Sayısı



Çalışan finans personeli sayısının ortalama üç olduğu araştırmada, firmaların neredeyse yarısının bir finans personeline sahip olduğu

(%47,8) görülmektedir. Beş ve üzeri finans personeli bünyesinde barındıran firmaların oranı ise %10,8 olarak tespit edilmiştir.

Grafik 15: 2020 Yılında Bankalardan En Çok Alınan Hizmetler

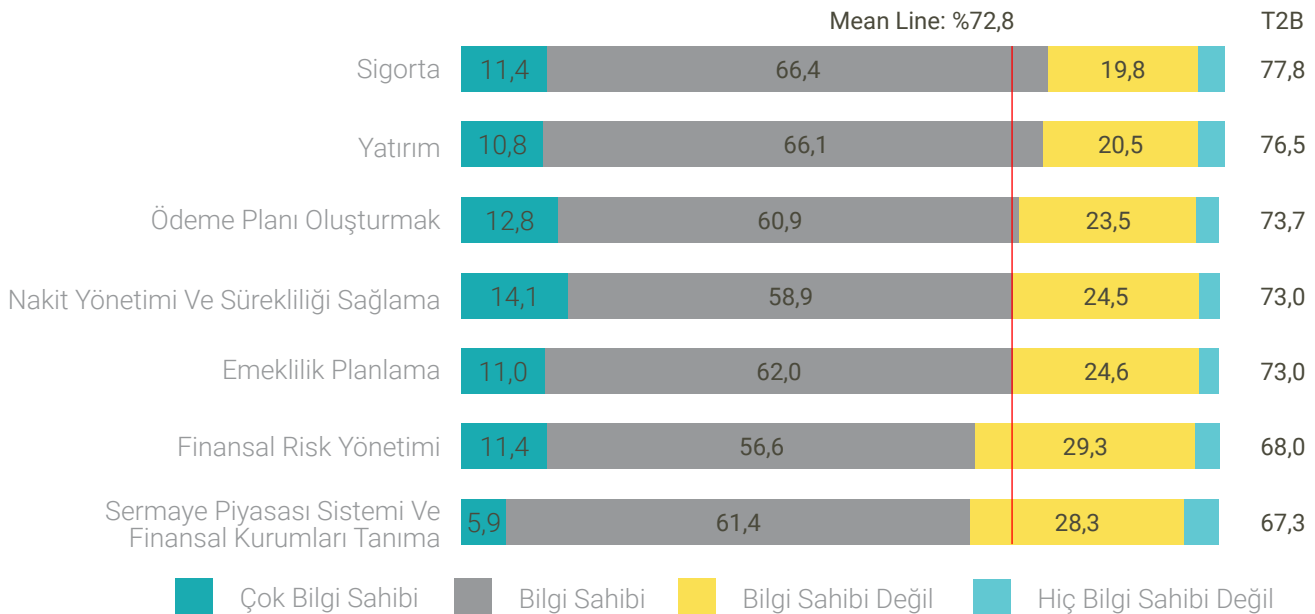


Çoklu Yanıt - Baz: 644 (Ödeme almada fiziki POS kullananlar)

Araştırmaya katılan firmaların yarısı, 2020 yılında bankalardan en çok alınan hizmetlerde ticari kredi kartı (%57,7) ve fiziki POS'u (%53,3) belirtirken, nakdi kredi, çek karnesi ve sanal POS

da tercihler arasında yer almıştır. Doğrudan borçlandırma ve gayri nakdi kredi ise en az alınan hizmetler olmuştur. (Grafik 16)

Grafik 16: Şirketin Finansal Konulardaki Bilgi Seviyesi

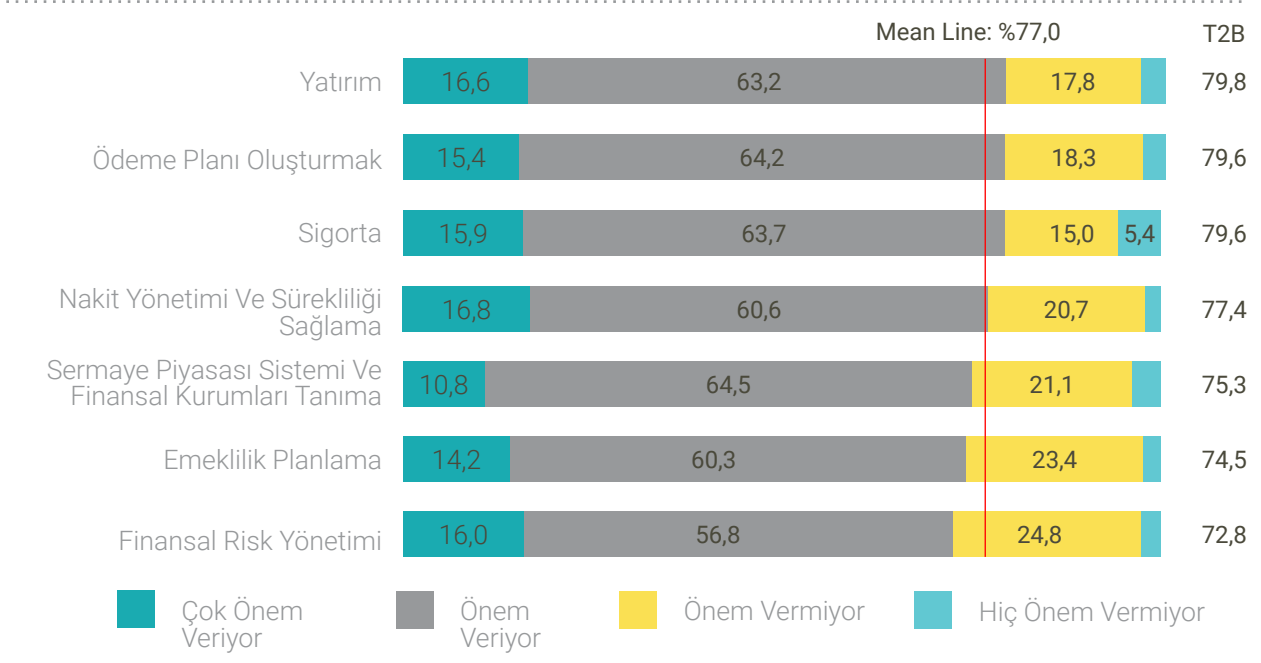


Şirketin finansal konulardaki bilgi seviyesinin ölçülmesinde, şirket temsilcileri kendilerinin, nakit yönetimi ve sürekliliğini sağlamada (%14,1) diğer konulardan daha fazla bilgi sahibi olduklarını belirtmişlerdir.

Şirket temsilcilerinin sigorta (%77,8) ve yatırım (%76,9) konularında ortalamanın (%72,8) üstünde bilgi sahibi oldukları tespit edilmiştir.

KOBİ'lerin yaklaşık üçte biri finansal risk yönetimi ile sermaye piyasası sistemi ve finansal kurumları tanıma konusunda bilgi sahibi olmadığını ifade etmiştir. Bu bulgu, KOBİ'ler için firma temsilcilerinin bilgi düzeyi ile yetkinliklerini geliştirmeleri gereken alanları işaret etmektedir.

Grafik 17: Şirketin Finansal Konulara Verdiği Önem Seviyesi



Şirketin finansal konulara verdiği önem seviyesi ile bilgi seviyesi arasındaki ortak nokta nakit yönetimi ve sürekliliğini sağlamada ortaya çıkmaktadır. Şirket temsilcileri bu alanda kendilerini çok bilgi sahibi olarak değerlendirirken, aynı zamanda çok önem verdiklerini de belirtmişlerdir.

Çok önem verenlerin oranı yüzde 16,8 ile yine KOBİ'ler için kritik bir konu olan nakit akışını işaret etmektedir. Yatırım, ödeme planı oluşturma ve sigorta konularına, şirket temsilcileri tarafından verilen önem oranlarının birbirine yakın olduğu görülmektedir.

Tablo 1: Önem-Bilgi Analizi (GAP Analizi)

	Önem	Bilgi	GAP (Bilgi-Önem)
Sigorta	79,6	77,8	-1,8
Yatırım	79,8	76,9	-2,9
Ödeme planı oluşturmak	79,6	73,7	-5,9
Nakit yönetimi ve sürekliliği sağlama	77,4	73,0	-4,4
Emeklilik planlama	74,5	73,0	-1,5
Finansal risk yönetimi	72,8	68,0	-4,8
Sermaye piyasası sistemi ve finansal kurumları tanıma	75,3	67,3	-8,0
Ortalama	77,0	72,8	

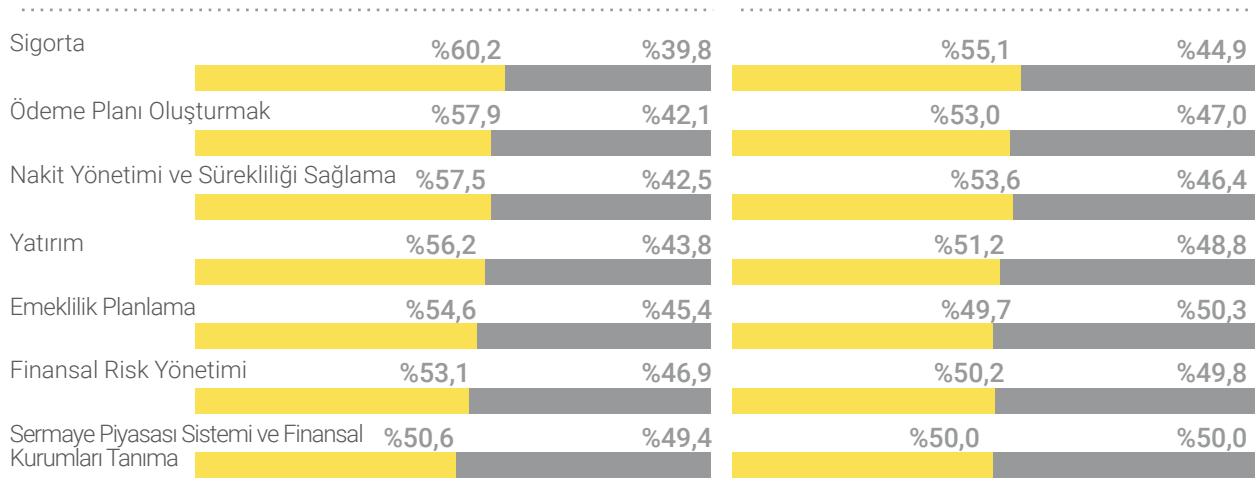
Şirket temsilcilerinin önem-bilgi analizinde, sigorta (-1.8) ve emeklilik planlama (-1.5) konularının birbirine çok yakın sonuçlar verdiği görülmektedir. Önem ve bilgi arasındaki en büyük fark ise (-8.0), "sermaye piyasası sistemi ve finansal kurumları tanıma" olarak ortaya çıkmaktadır.

Ödeme planı oluşturmada bilgi sahibi olanların oranı, önem verenlerden yüzde 5,9 daha az bir sonucu işaret etmekte olup, önem verdiğini belirttiği halde şirket temsilcilerinin bilgi sahibi

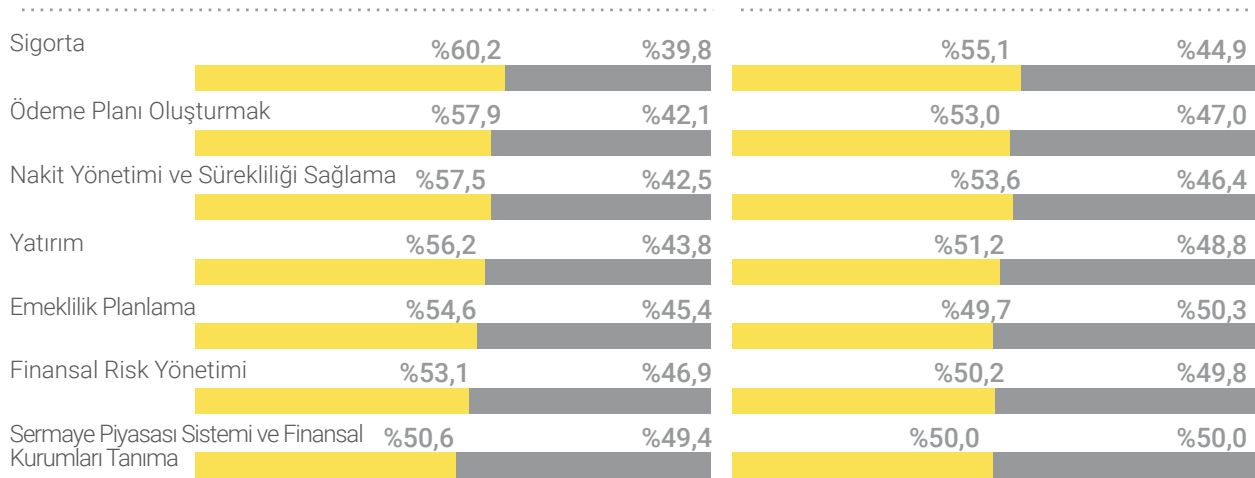
olmadığı da görülmektedir. Finansal risk yönetimi (-4.8) ile nakit yönetimi ve sürekliliğini sağlamada (-4.4) şirketlerin önem-bilgi düzeyi arasındaki fark da dikkate değerdir.

Sigorta, yatırım ve emeklilik planı gibi şirketlerin faaliyetlerinin devamlılığında önceliklendirdikleri alanlarda önem-bilgi arasındaki açıklığın birbirine çok yakın olduğu görülürken; daha kompleks ve stratejik görünen ödeme planı, finansal risk yönetimi ve nakit yönetimi konularında mesafenin açıldığı anlaşılmaktadır.

Grafik 18: 2017'den Beri Şirketin Finansal Konularda Yaptığı Uygulamalar



Grafik 19: Gelecek Üç Yıl İçerisinde Şirketin Finansal Konularda Yapmayı Planladığı Uygulamalar



■ Evet ■ Hayır

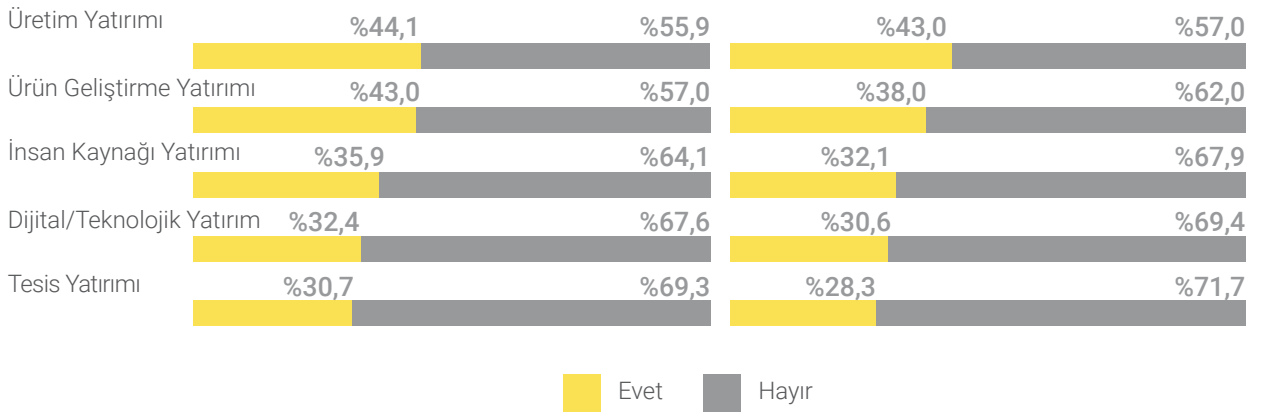
Şirketlerin 2017 yılından bu yana finansal konularda yaptığı uygulamalar değerlendirildiğinde en fazla sigorta (%60,2), ödeme planı oluşturma (%57,9) ile nakit yönetimi ve sürekliliği sağlama (%57,5) konularının gerçekleştirildiği görülmektedir. Yatırımların %56,2 ile dördüncü sırada gerçekleştirilen uygulama olması, ekonomik görünüme paralel şirketlerin ayakta kalmaya odaklandıklarını ortaya koymaktadır. (Grafik 19)

Gelecek üç yıl içinde şirketlerin yapmayı planladığı finansal uygulamalarda da sigorta (%55,1), ödeme planı oluşturma (%53) ile nakit yönetimi ve sürekliliği sağlama (%53,6)

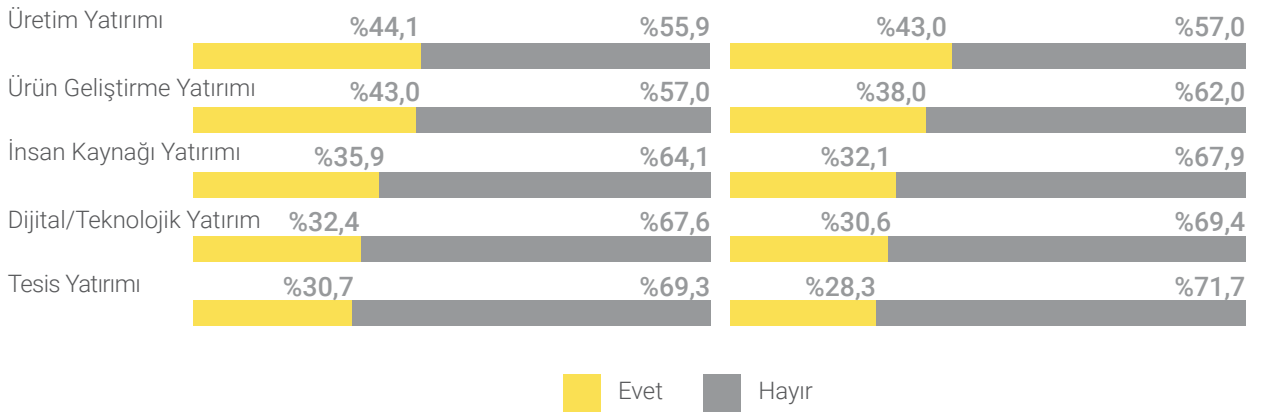
öncelikler arasında öne çıkmaktadır. Yatırımlar kaleminde ise %51,2'lik oran, şirketlerin gelecek üç yılda ekonomik aktiviteye dair endişelerini de yansıtmaktadır. KOBİ'ler için üç yıl öncesinde ve gelecek üç yılda da büyümeden çok, şirketin yaşamasına yönelik gerçekleştirdikleri finansal uygulamalar öne çıkmıştır.

2017 yılından beri şirketlerin çeşitli alanlarda yaptıkları yatırım oranlarının oldukça düşük olduğu görülmektedir. Şirketlerin %44,1'i üretim, %43'ü ürün geliştirme, %35,9'u insan kaynağı, %32,4'ü dijitalleşme/teknoloji ve %30,7'si tesis yatırımı yapmıştır.

Grafik 20: 2017'den Beri Şirketin Yatırım Yaptığı Alanlar



Grafik 21: Gelecek Üç Yıl İçerisinde Şirketin Yatırım Yapmayı Planladığı Alanlar



■ Evet ■ Hayır

Gelecek üç yıl içerisinde şirketlerin yatırım yapmayı planladıkları alanlara bakıldığında da benzer bir tablo ortaya çıkmaktadır. Üretim (%43) ve ürün geliştirme (%38) yatırımlarının düşük seyrettiği, dijitalleşme/teknoloji (%69,4) ve tesis alanlarında (%71,7) yatırım yapmayanların oranının ise yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Şirketlerin geçmiş ve gelecek yatırımları karşılaştırıldığında önceliklerin değişmediği de görülmektedir. Bu durum ülkemizde pandemi öncesi başlayan ekonomik dalgalanma ile KOBİ'lerin yetkinliklerini artırmaktan çok mevcut durumu korumaya yönelik önceliklendirme yaptığını da ortaya koymaktadır.

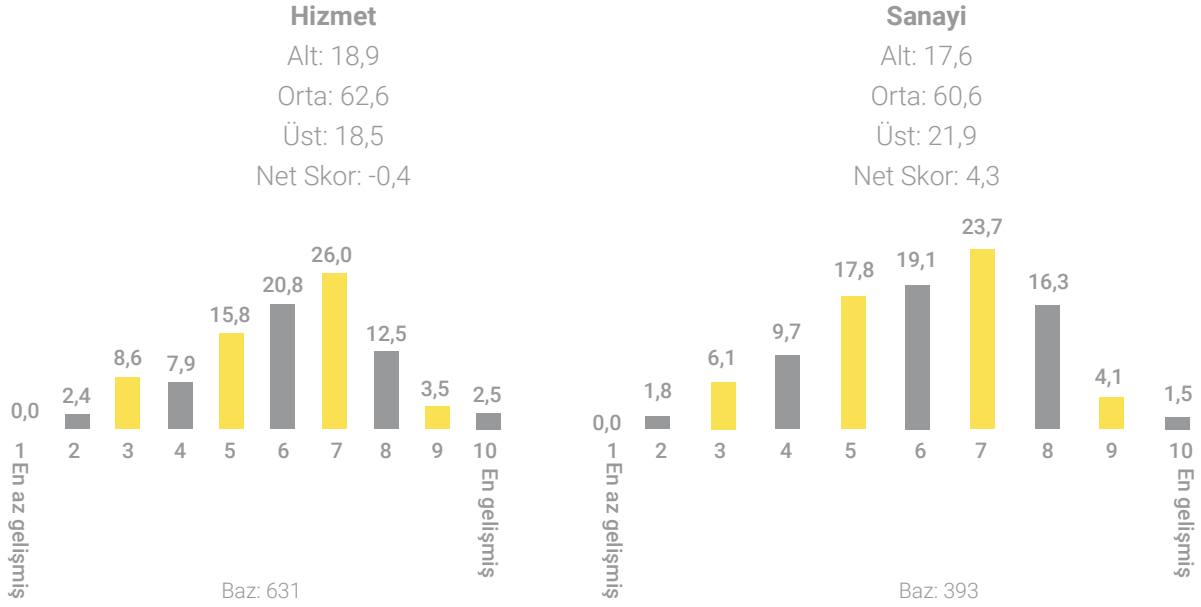
Grafik 22: Şirketin Finansal Olgunluk Düzeyi



Çalışma kapsamında işletmelere kendi finansal olgunluk düzeylerini 1 ile 10 arasında (1 en az gelişmiş, 10 en yetkin-öncü) puanlamaları istenmiştir. Görüşülen kişiler, şirketlerin finansal olgunluk düzeylerini genel olarak geliştirilebilir

seviyede bulmaktadır. KOBİ'lerin %20,4'ü finansal olgunluk açısından kendilerini üst olarak tanımlamaktadır. Bununla beraber firmaların çoğunluğu kendini orta düzey olarak sınıflandırmaktadır.

Grafik 23: Sektöre Göre Şirketin Finansal Olgunluk Düzeyi



Sanayi sektöründe finansal olgunluk düzeyini üst olarak tanımlayanların oranı hizmet sektörüne kıyasla daha fazladır. Ayrıca alt ve üst düzeyde kategorize edilen firmaların oranlarının çıkarılmasıyla oluşan ve olgunluk düzeyinin dağılımı hakkında bilgi veren "net skor", sanayi sektöründe pozitif olarak kaydedilerek üst

seviyede olgunluk düzeyine sahip olan firmaların alt seviyede olanlardan daha fazla olduğunu göstermektedir. Hizmet sektöründe ise net skor -0,4 olarak kaydedilmiştir ve alt düzeyde olgunluğa sahip firma oranının üst seviyedekilerden fazla olduğunu göstermektedir.

4 Sonuç ve Stratejiler

Finansal Konularda Gelişime Açık Alanlar

- ▶ KOBİ'lerin yaklaşık üçte biri finansal risk yönetimi ile sermaye piyasası sistemi ve finansal kurumları tanıma konusunda bilgi sahibi olmadığını ifade etmiştir.
- ▶ Firmaların finansal konulara verdikleri önem ve bilgi seviyesi arasındaki fark bize KOBİ'lerin gelişime açık süreçleri hakkında bilgi vermektedir. Şirketlerin finansal konulara verdikleri önem ve bilgi arasındaki en büyük fark "sermaye piyasası sistemi ve finansal kurumları tanıma" alanında ortaya çıkmaktadır
- ▶ Bu bulgu, KOBİ'lerin sürdürülebilir büyümesinde firma temsilcilerinin bilgi düzeyi ile yetkinliklerini geliştirmeleri gereken alanları işaret etmektedir.

Mevcut Uygulamalar ve Finansal Yatırım

- ▶ 2017 yılından bu yana finansal konularda gerçekleşen uygulamalar arasında sigorta (%60,2), ödeme planı oluşturma (%57,9) ile nakit yönetimi ve sürekliliği sağlama (%57,5) konuları öne çıkarken, yatırımlar dördüncü sırada gerçekleşmiştir.
- ▶ Önümüzdeki 3 yıl boyunca da şirketlerin yaklaşık yarısının planlanan finansal uygulamalarda yatırım seçeneğini belirtmemiş olması mevcut ekonomik koşullarda şirketlerin daha çok ayakta kalmaya odaklandıklarını göstermektedir.

Dijital/teknoloji alanında yatırımlar

- ▶ Şirketlerin daha çok üretim ve ürün geliştirme ile insan kaynağına yatırım yaptıkları dijitalleşme/teknoloji ve tesis alanlarında yatırım yapma oranının düşük olduğu gözlenmektedir. Şirketlerin %32,4'ü

2017-2020 döneminde dijital/teknoloji alanına yatırım yaparken bu oran önümüzdeki üç yıl için %30,4 olarak belirtilmiştir.

- ▶ Şirketlerin geçmiş ve gelecek yatırımları karşılaştırıldığında önceliklerin değişmediği bir tablo mevcuttur. Bu durum ülkemizde pandemi öncesi başlayan ekonomik dalgalanma ile KOBİ'lerin dijital ve teknolojik seviyelerini artırmaktan çok mevcut durumu korumaya yönelik önceliklendirme yaptıklarını ortaya koymaktadır.

Finansal olgunluk konusunda KOBİ'ler kendini yeterli görmüyor

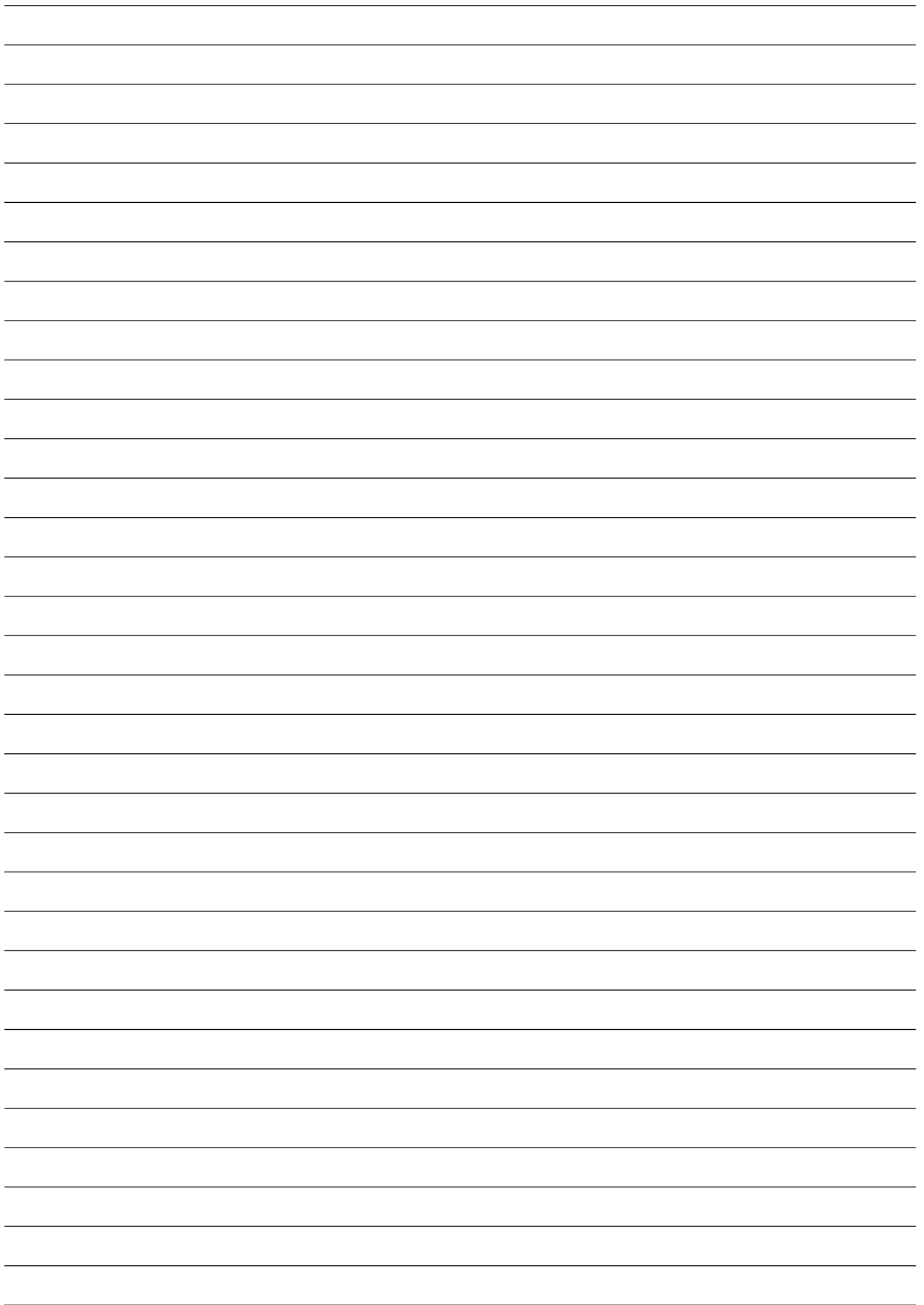
- ▶ Finansal olgunluk konusunda, KOBİ'lerin kendilerini yeterli görmediği tespit edilmektedir. KOBİ'lerin yalnızca %20,4'ü finansal olgunluk düzeylerini üst olarak tanımlamaktadır.
- ▶ KOBİ'lerde finansal olgunluk düzeyinin bir belirleyicisi olan insan kaynağı altyapısının yetersiz olduğu gözlenmektedir. Araştırmaya dahil olan şirketlerin yaklaşık yarısı sadece bir finans personeli bulundurmaktadır.
- ▶ Finansal olgunluk düzeyinin dağılımı sektörler göre değişmektedir. Sanayi sektöründe üst düzey olgunluğa sahip olanların oranı alt düzey olgunluğa sahip olanlardan daha fazladır. Hizmetlerde ise tam tersi bir tablo mevcuttur. Bu durum hizmet sektörünün finansal olgunluk seviyesinin sanayiden daha çok gelişime açık olduğunu göstermektedir.

Beklentiler: Kamudan destek paketi, uygun kredi koşulları, düşük faiz

- ▶ Firmaların finansal çözüm alternatiflerinin geliştirilmesine yönelik kamu

kuruluşlarından beklentileri destek planlarının oluşturulması, teşviklerin artırılması ve devlet destekli kredilerin verilmesi olarak sıralanmaktadır.

- ▶ KOBİ'ler, bankalar ve ödeme kuruluşlarından ise en çok uygun kredi koşullarını, düşük faiz ve komisyonları talep etmektedir.
- ▶ Firmaların finansal çözüm alternatiflerinin geliştirilmesine yönelik kamu kuruluşlarından beklentilerine baktığımızda beklentilerin finansal destek ile sınırlı olduğu gözlenmektedir.
- ▶ Tahsilat/ödeme alma ve yapma yöntemlerine ilişkin veriler incelendiğinde hesaba ödemelerin en çok kullanılan yöntem olduğu görülmektedir. Bu durum geleneksel yöntemlerin yerini alabilecek yeni dijital ürün/enstrümanlara ihtiyacın eksikliğini ortaya koymaktadır. Bu ihtiyaç fintechlere önemli bir fırsat alanı sunmaktadır.



TURKONFED

[f](#) [t](#) [in](#) [@](#) [v](#) /turkonfed

Adres: Refik Saydam Cad. Akarca Sok.
No.41 Tepebaşı Beyoğlu/İstanbul
T: +90 212 251 73 00 - +90 212 251 58 77
E-mail: info@turkonfed.org
turkonfed.org

paynet

[f](#) [t](#) [in](#) [@](#) /paynetodeme

Adres: Maslak Mah. Büyükdere Caddesi No:245
Uso Center Kat:17 Maslak-Sarıyer/İstanbul
T: 444 7 729 - 0850 339 77 29
E-mail: destek@paynet.com.tr
paynet.com.tr