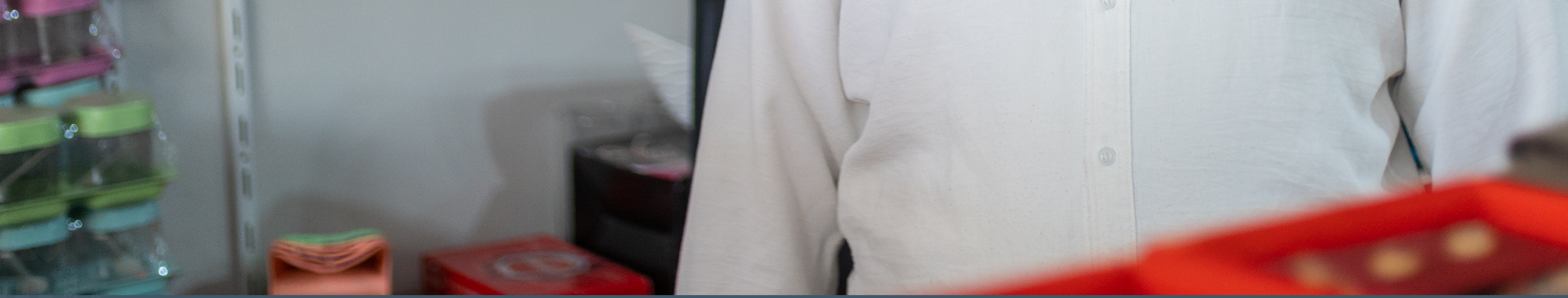


لمحة عن الشركات الصغيرة والمتوسطة: خلق فرص عمل بين الشركات السورية في تركيا

كانون الثاني 2022



عمليات خلق فرص العمل

خالقي فرص العمل في غازي
عنتاب

توصيات

طريقة عملنا

أبرز النقاط

المحور الأساسي: خلق فرص عمل
بين الشركات السورية في تركيا

بيئة خلق فرص العمل

تحديات خلق فرص العمل
والتوقعات المستقبلية

تسلط هذه اللحة الضوء على موضوع خلق فرص العمل من قبل الشركات الصغيرة والمتوسطة (KOBIs) في شبكة Building Markets في تركيا، وتحديدًا بين الشركات المملوكة من قبل السوريين والتي تقدم فرص عمل. الغالبية العظمى (98%) من أكثر من 2500 شركة تم التحقق منها في هذه الشبكة مملوكة من قبل السوريين وتوظفهم.[1] على الرغم من التحديات الفريدة التي تواجهها هذه الشركات، قد أثبتت قدرتها على أن تكون مصدرًا وظيفيًا ناجحًا. وهذا يشمل توفير الوظائف للأفراد من الفئات الهشة وكذلك المجتمع المضيف، مما يجلب المزيد من الناس إلى سوق العمل الرسمي وتبعدهم عن ظروف العمل التي من الممكن أن تكون غير قانونية واستغلالية أو خطيرة.

تستند هذه اللحة على تحليل البيانات التي تم جمعها من خلال استطلاع خلق فرص العمل الذي نفذه فريق Building Markets في تركيا. تم إجراء الاستطلاع مع جميع الشركات التي كسبت العقود أو القروض أو المنح أو الاستثمارات من خلال دعم Building Markets لها. جمع الاستطلاع معلومات عن التوظيف، بما في ذلك الوظائف التي تم خلقها حديثًا وتلك التي تم الحفاظ عليها، ومعلومات حول النوع الاجتماعي ومستوى مهارات الموظفين. أكد الاستطلاع أنه تم خلق 2777 وظيفة متكافئة بدوام كامل (FTE) بين كانون الثاني 2018 وأيلول 2021. وكانت غالبية الوظائف (97%) مرتبطة بعقود. لذلك، ستوفر هذه اللحة فهمًا أفضل لتأثير هذه العقود.[2]

تم إنشاء التحليل التالي من خلال بيانات Building Markets الفريدة والرؤى وإمكانية الوصول إلى هذه الأنشطة التجارية. يقدم لحة عامة عن البيئة التشغيلية للشركات الصغيرة والمتوسطة، وأنواع الوظائف التي تم خلقها، وتحديات الأعمال والتوقعات. تمت صياغة توصيات للشركات التي تتطلع إلى تنمية عملياتها وخلق فرص عمل في تركيا. يمكن الحد من الفقر وزيادة التماسك الاجتماعي بين اللاجئين ومجموعات الوافدين الجدد والمجتمع المضيف عبر خلق المزيد من فرص العمل.

لمعرفة المزيد حول عمل Building Markets في تركيا ولقراءة المنشورات الأخرى، انقر [هنا](#).

تتقدم مؤسسة Building Markets بخالص الشكر لجميع الشركات التي شاركت في هذا الاستطلاع.

1 خلال عملية التحقق التي تجريها Building Markets، يتم جمع معلومات حول كيفية تعريف أصحاب الأعمال والموظفين بأنفسهم - ما إذا كانوا سوريين تحت الحماية المؤقتة، أو مواطن تركي سوري مزدوج الجنسية، أو مواطن تركي، أو سوري ولكن دون معلومات مفصلة عن حالة الجنسية. في هذه النظرة الواقعية، تشير كلمة "سوري" إلى السوريين تحت الحماية المؤقتة، ومزدوجي الجنسية، والأفراد السوريين الذين لم يزودونا بأي جنسية أخرى

2 العقود هي أي معاملات يتم تيسيرها بين شركة ومشتري، وتشمل شراء طويل الأجل قد تمتد لعدة أشهر

ع استمرار الأزمة الاقتصادية ومستويات البطالة المرتفعة باستمرار والأثر الإضافي لوباء كوفيد-19، تواجه تركيا التحدي الاقتصادي والاجتماعي المتمثل في دمج أكبر عدد من اللاجئين في العالم. تعتبر الشركات الصغيرة والمتوسطة، بما فيها تلك التي يملكها ويديرها السوريون وغيرهم من الوافدين الجدد، ضرورية لخلق فرص العمل وتحسين سبل العيش في جميع أنحاء البلاد. توفر تركيا بيئة مناسبة لتطوير الأعمال التجارية، وهذا ما أثبتته آلاف الشركات التي بدأها اللاجئون السوريون منذ وصولهم إلى البلاد. أظهرت الأبحاث التي أجرتها Building Markets أنه في عام 2017، استثمر السوريون أكثر من 330 مليون دولار كرأس مال في البلاد، وأنشأوا أكثر من 6000 شركة جديدة وظفت كل منها عشرة أشخاص في المتوسط. [3]

على الرغم من هذه الإنجازات، تواجه الشركات المملوكة لسوريين في تركيا تحديات فريدة يمكن أن تؤثر سلباً على نموهم وإمكاناتهم الوظيفية، فضلاً عن استدامتهم في البلاد. تشمل هذه التحديات النقص العام في معلومات السوق والتدريب المرتبط باحتياجاتهم، فضلاً عن صعوبة الوصول إلى فرص التمويل والأعمال والشراكة. تشكل العديد من هذه التحديات أيضاً مخاطر للأفراد الذين قد يكونون أكثر استعداداً لقبول العمل في الاقتصاد غير النظامي، مما قد يؤدي إلى العمل في بيئات خطيرة والاستغلال. وهذا أمر مثير للقلق لأنه يُقدر حالياً أن 90% من المليون سوري يعملون في الاقتصاد غير النظامي. [4][5]

في الوقت الذي تواجه فيه تركيا صعوبات اقتصادية كبيرة، يمكن أن تؤدي معالجة التحديات التي يواجهها رواد الأعمال والشركات هؤلاء إلى تعزيز خلق فرص العمل وجلب المزيد من الأفراد إلى الاقتصاد النظامي، مما يسمح لهم بتحسين سبل عيشهم والمساهمة في التماسك الاجتماعي والاقتصادي في جميع أنحاء البلاد.

لمزيد من المعلومات حول خدمات Building Markets التي يمكن أن تدعم خلق فرص العمل، راجع التوصيات أدناه.

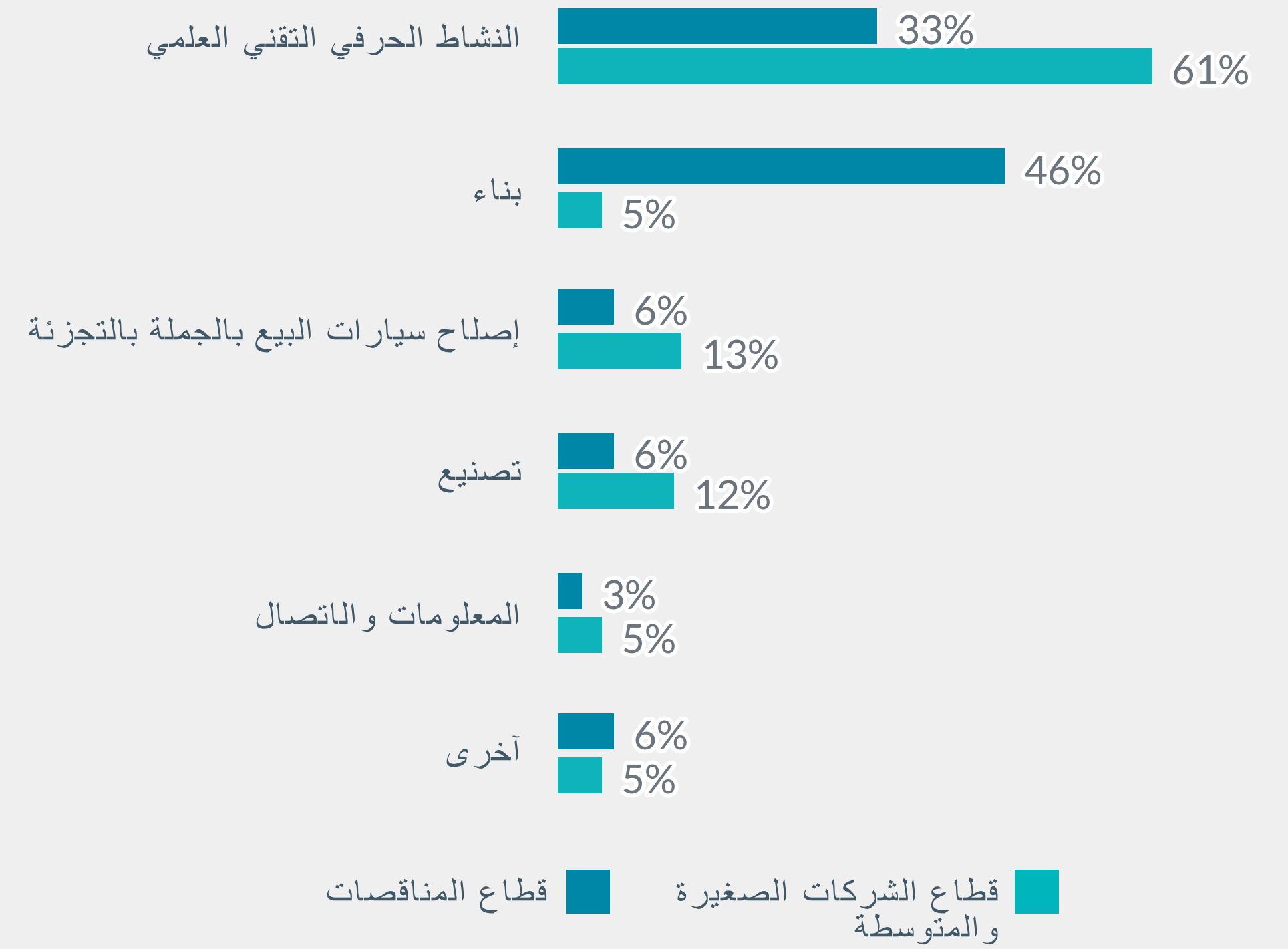
3 Building Markets. 2017. "Another Side to the Story: An Assessment of Syrian-owned SMEs in Turkey." [متاح هنا](#).

4 Leghtas, I. 2019. "Insecure Future: Deportations and Lack of Legal Work for Refugees in Turkey." Refugees International. [متاح هنا](#).

5 Caro, L. 2020. "Syrian Refugees in the Turkish Labor Market." ILO Office in Turkey. [متاح هنا](#).

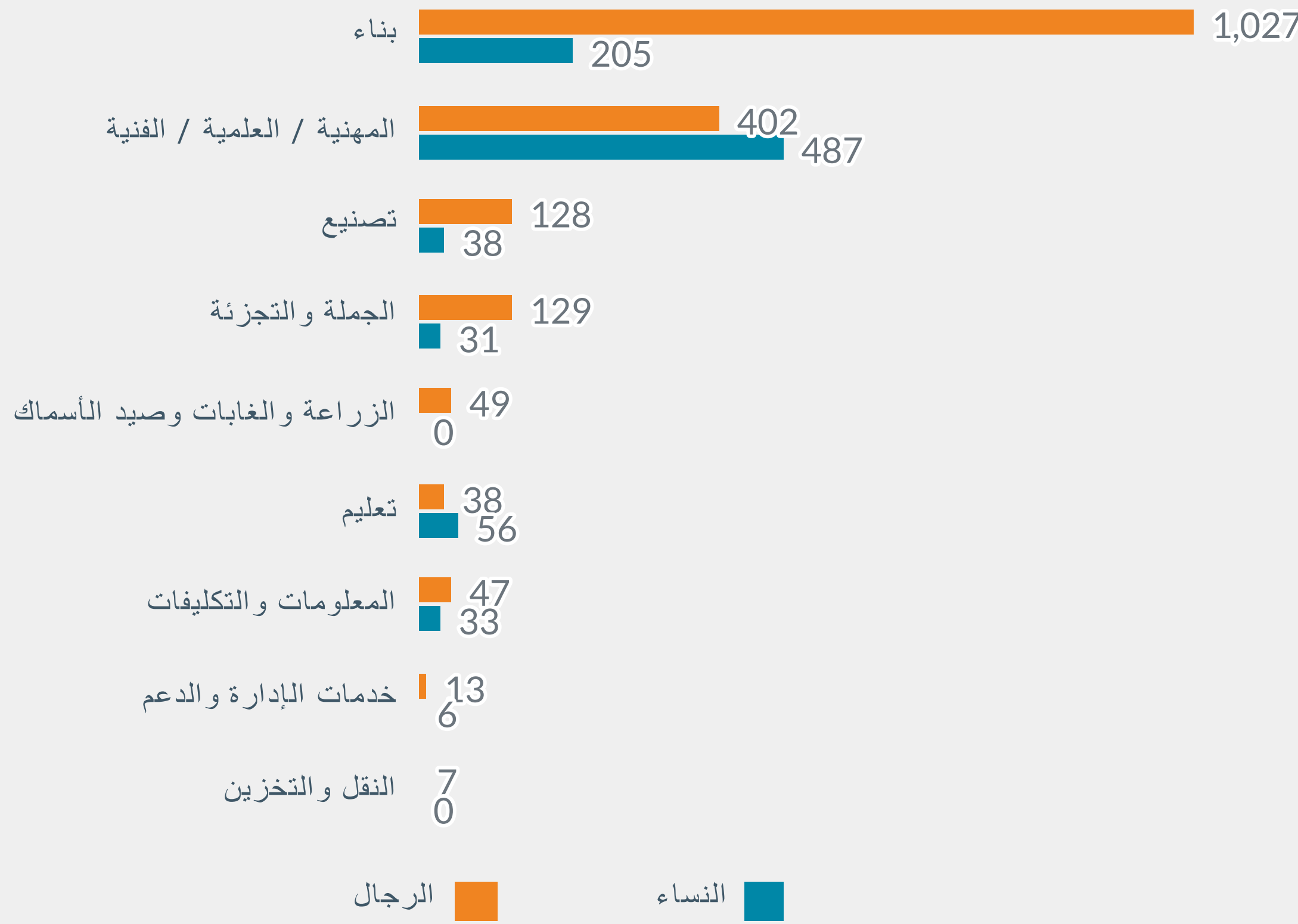
بين كانون الثاني 2018 وأيلول 2021، فازت 44 شركة فردية في شبكة Building Markets في تركيا بـ 257 عقدًا من خلال المناقصات في قطاعات أعمال مختلفة. خلقت العقود في قطاع البناء ما يقارب نصف الوظائف. ومع ذلك، لم تكن شركات المقاولات وحدها هي التي تقدم للمناقصات هذه وتفوز بها. خلقت الأعمال في قطاع النشاط الحرفي / العلمي / التقني (أي الهندسة والاستشارات والهندسة المعمارية) 57% من الوظائف، في حين كانت شركات البناء مسؤولة عن 4.7% من الوظائف المستحدثة. من بين وظائف عقود البناء التي تم إنشاؤها، كانت 42% للعمالة العامة غير الماهرة. بشكل عام، شكلت العمالة غير الماهرة 20% فقط من الوظائف التي تم استحداثها.

النسبة المئوية للوظائف المستحدثة، مصنفة حسب القطاع



خصائص الأعمال التي تخلق الوظائف

عدد الوظائف التي تم إنشاؤها حسب الجنس والقطاع



حجم العمل

تمثل المؤسسات المتناهية الصغر (الشركات التي يعمل بها أقل من 10 موظفين) ما يقارب 80% من الشركات التي تم التحقق منها في شبكة Building Markets في تركيا. فازت هذه الشركات بنسبة 55% من العقود المسجلة. كانت الشركات الصغيرة (الشركات التي يعمل بها أقل من 50 موظفًا) والتي تشكل 20% من شبكة Building Markets مسؤولة عن خلق 40% من الوظائف. تشكل المؤسسات المتوسطة الحجم (الشركات التي يعمل بها أقل من 250 موظفًا) جزءًا صغيرًا جدًا من شبكة Building Markets (أقل من 1%) ولكنها كانت مسؤولة عن نسبة 5% المتبقية من الوظائف المسجلة.

توظيف النساء وملكية الأعمال

ذهب ما يقارب واحدة من كل ثلاث وظائف (32%) إلى النساء. معظم هذه الوظائف كانت في القطاع المهني / العلمي / التقني. في الواقع، تم الإبلاغ عن وظائف للنساء في هذا القطاع أكثر من الرجال (487 و 402، على التوالي). وكان ثاني أعلى قطاع لوظائف النساء هو البناء (والقطاعات الفرعية المرتبطة به) بنسبة 24%. على الرغم من أن قطاع التعليم يمثل 1% من جميع الوظائف المحددة في هذا الاستطلاع، إلا أنه يمثل أيضًا قطاعًا تم فيه خلق وظائف للنساء (56 وظيفة) أكثر من الرجال (38 وظيفة).

يتحدثون الانكليزية

75%

يتحدثون التركية

73%



لم تحصل أي شركة على قرض، ولكن 50% مهتمون بالحصول على واحد.



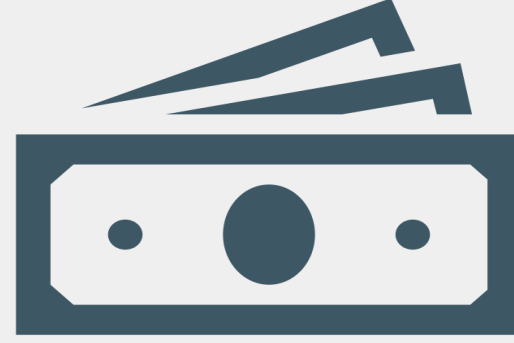
تبحث الشركات عن قروض بقيمة 228.000 دولار أمريكي وسطيًا.



يهتم حوالي 43% من الشركات بالمستثمر أو الشريك.



من بين الشركات التي شملها الاستطلاع، كان لدى 66% منها خطة عمل لمدة 6 أشهر مقبلة على الأقل.



يعتقد حوالي 64% من الشركات أن أرباحهم سترتفع خلال الأشهر الستة المقبلة، بينما يعتقد 36% أنها ستبقى كما هي.

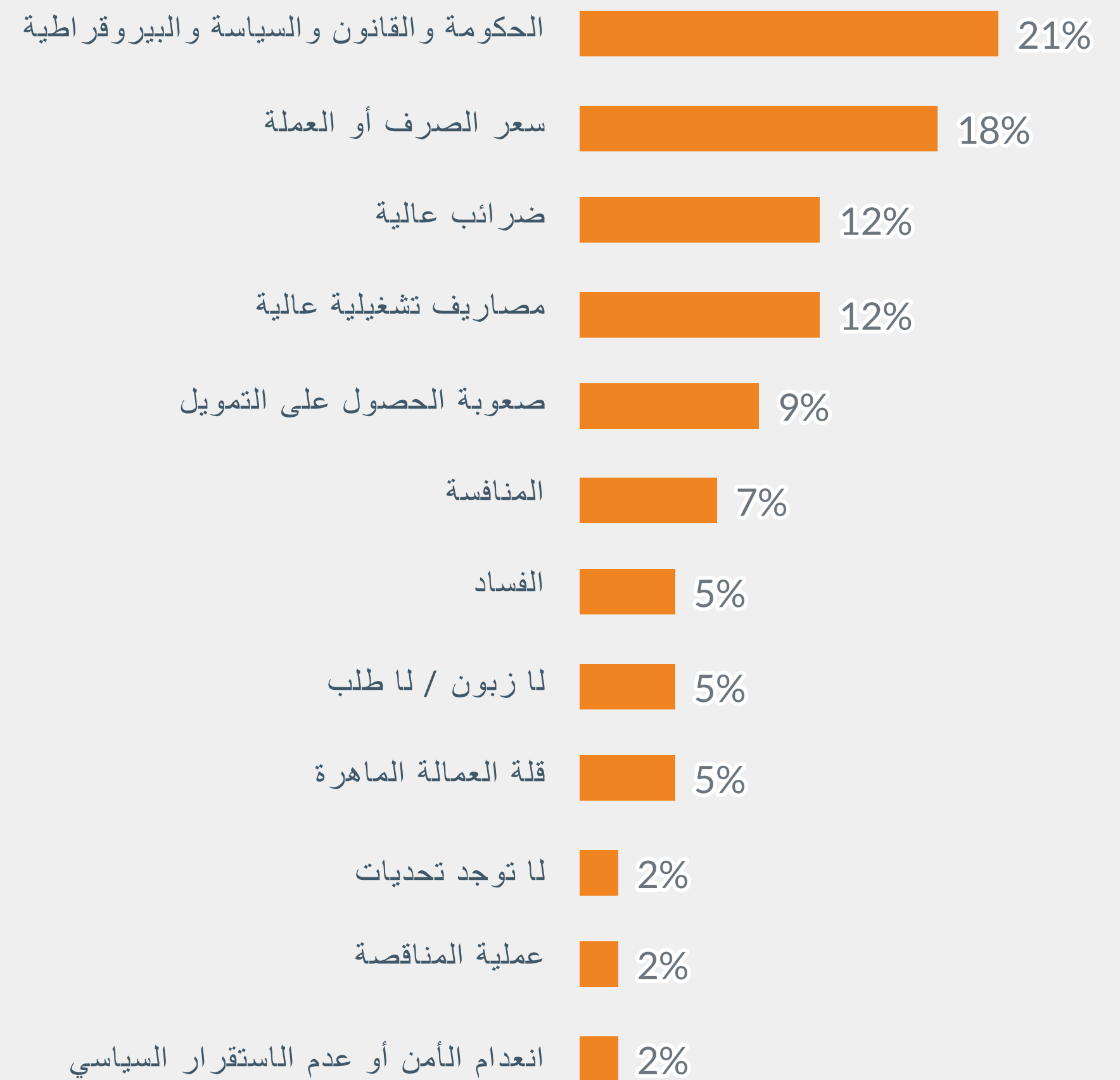


يعتقد أكثر من نصف الشركات (59%) أن العدد الإجمالي للموظفين سيرتفع خلال الأشهر الستة المقبلة، ويتوقع 41% منهم عدم وجود تغييرات.

عربت نصف الشركات التي شملها الاستطلاع عن اهتمامها بالمشاركة في التدريب. كانت هذه الشركات أكثر اهتمامًا بحضور تدريب حول المبيعات والتسويق (20%)، وحول التسويق الاستراتيجي (16%)، وحول المشتريات أو تقديم عرض للمناقصات (11%) - كل الموضوعات التي يمكن أن تساعد في زيادة ظهورها وتوسيع قاعدة عملائها وتحسين فهم العمل في السوق المحلي.

أدت الأزمة الاقتصادية المستمرة في تركيا، بما في ذلك الانخفاض الحاد في قيمة العملة، إلى خلق بيئة تشغيل صعبة للشركات. في هذا السياق، أفادت معظم الشركات الصغيرة والمتوسطة التي شملها الاستطلاع أن التحدي الأكبر الذي يتوقعونه في الأشهر الستة التالية للاستطلاع هو الروتين، بما في ذلك التغييرات في القوانين والسياسات الحكومية والبيروقراطية. قد ينتج هذا عن نقص المعلومات أو الإرشادات المتاحة حول العمل في الاقتصاد التركي، فضلاً عن وجود حاجز لغوي لمن لا يتحدث التركية.

أهم التحديات في الأشهر الستة المقبلة



6 تزود المبيعات والتسويق المتدربين بالمعلومات الأساسية حول كلا الموضوعين، بينما يراجع التسويق الاستراتيجي خطة التسويق الكاملة للشركات، بما في ذلك تطوير المنتجات والتسعير ووضع العلامة التجارية والميزة التنافسية وعوامل أخرى.

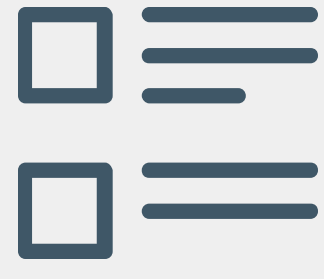
عمل سعد الناصيف في الأعمال الحجرية في مسقط رأسه في مدينة الرقة في سوريا قبل قدومه إلى تركيا. بعد أن اكتشف أن هذه الصناعة آخذة في التراجع في تركيا، بدأ شركة البناء الخاصة به في عام 2018. مع كل عقد تفوز به الشركة، يتم إنشاء وظائف للعمال المحليين. بحلول أيلول 2021، كانت شركة SMM قد أوجدت ما يقارب 200 فرصة عمل - العديد منها للسوريين الذين يعيشون في غازي عنتاب. وأوضح السيد الناصيف أن توظيف الحرفيين السوريين ذوي الخبرة كان وسيلة فعالة لدعم الإنتاج المستمر لأسلوب البناء الفريد من نوعه. أحد هؤلاء الحرفيين هو زكريا عبد الرحيم.

عندما أتى السيد عبد الرحيم إلى تركيا، أراد العثور على وظيفة دائمة في الأعمال الحجرية والبناء تسمح له بإعالة أسرته، لكن العثور على وظيفة كان صعباً. عمل في العديد من الوظائف المؤقتة مع شركات المقاولات التركية قبل أن يجد شركة SMM، حيث اكتسب مهارات وخبرات جديدة. في عام 2021، انضم السيد عبد الرحيم رسمياً إلى فريق شركة SMM في منصب دائم. لم تعمل الوظيفة على تحسين وضعه المالي فحسب، بل أعطته أيضاً إحساساً بالانتماء. "لقد كنت محظوظاً بمصادفة SMM والبدء في العمل في مشاريع مختلفة معهم" كما يقول، "أصبحت شركة عائلتي الأكبر".



SMM Taşçılık ve Restarsyon Team

من الآن فصاعداً، تخطط الشركة لتوفير تدريب عملي للعمال السوريين والأتراك المهتمين بالأعمال الحجرية. يهدف هذا التدريب أيضاً إلى تشجيع موظفيهم على مواصلة العمل في المهنة لإبقاء الحرفة على قيد الحياة. يمكن رؤية عمل SMM في جميع أنحاء المنطقة الجنوبية من تركيا، حيث تشكل أبراج الساعة المشغولة بدقة في حديقة بلدية "شهيد كامل" شهادة دائمة على مساهمة المجتمع السوري في البلاد.



من بين الشركات التي فازت بالعقود، 52% ذكرت أنها حددت هذه الفرص عبر خدمات توزيع المناقصات لـ Building Markets.



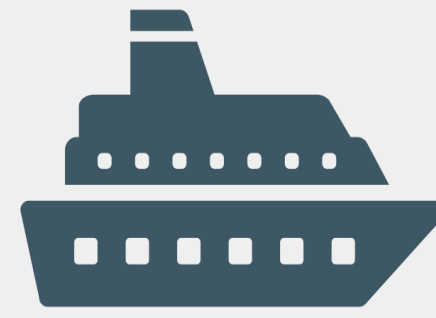
شكلت الشركات التي لديها مالكة أنثى واحدة على الأقل 9% من الشركات الصغيرة والمتوسطة التي شملها الاستطلاع



من بين الشركات التي شملها الاستطلاع، كان لدى 20% منها فرع إضافي واحد على الأقل.



أدى حضور تدريب Building Markets إلى 32% من العقود التي فازت بها الشركات



خلقت الشركات التي تصدر المنتجات 89% من الوظائف، على الرغم من أن العقود التي تم الفوز بها لم تتطلب بالضرورة التصدير



تمتلك حوالي 68% من الشركات مواقع ويب و 43% تستخدم خدمة تسويق احترافية أو استراتيجية إنترنت.

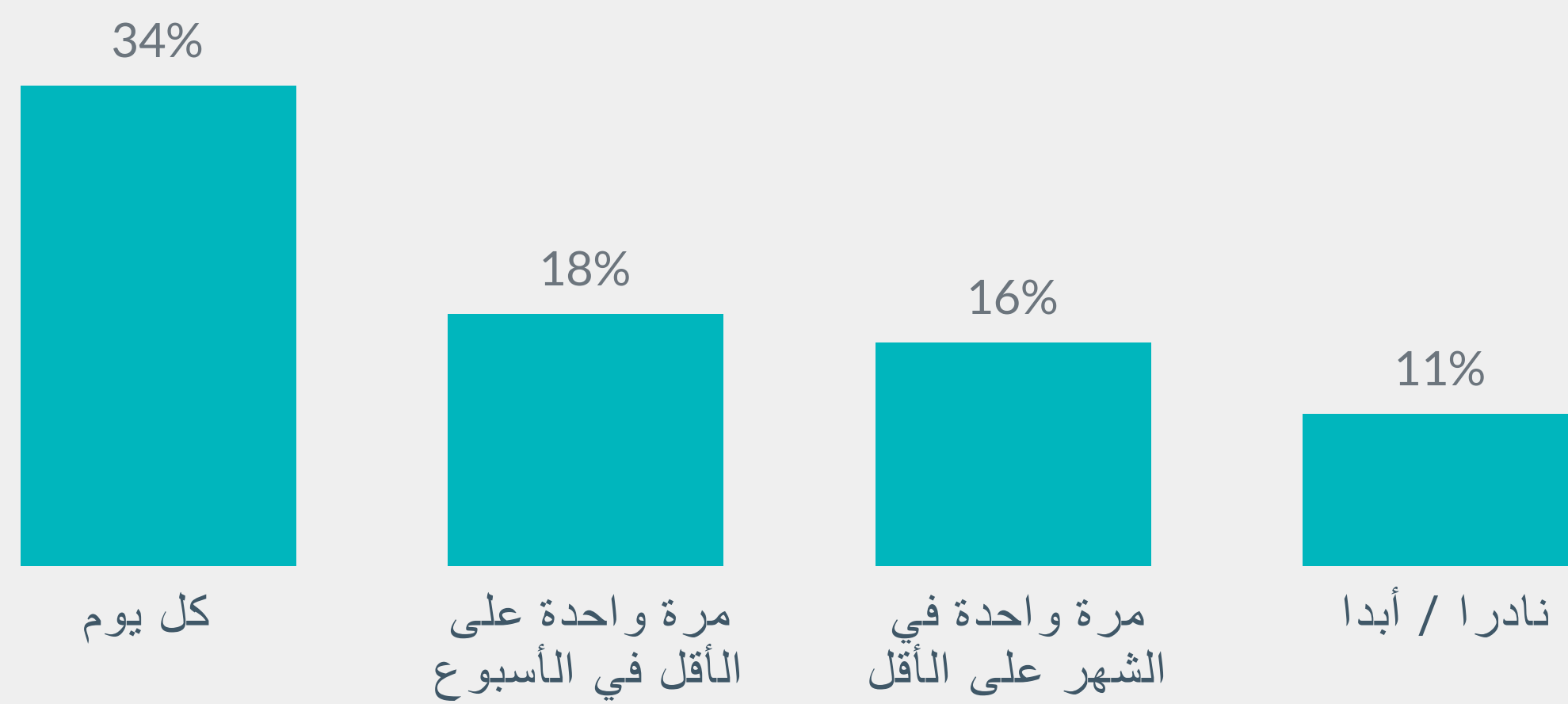
خدمة توزيع المناقصات

كانت الشركات الصغيرة والمتوسطة التي تخلق فرص العمل هي أكثر من يبحث عن مصادر المناقصات المختلفة كل يوم (34%). أكثر من نصف العطاءات المقدمة (63%) كانت مناقصات لمنظمات غير حكومية

في الأشهر الستة السابقة للاستطلاع، قدمت الشركات عروض للمناقصات كالتالي:

مناقصة القطاع الخاص 45 مناقصة حكومية 66 مناقصة لمنظمات المجتمع المدني 186

نسبة طلب التقديم لمناقصات التي تأتي للشركات المشمولة في الاستطلاع

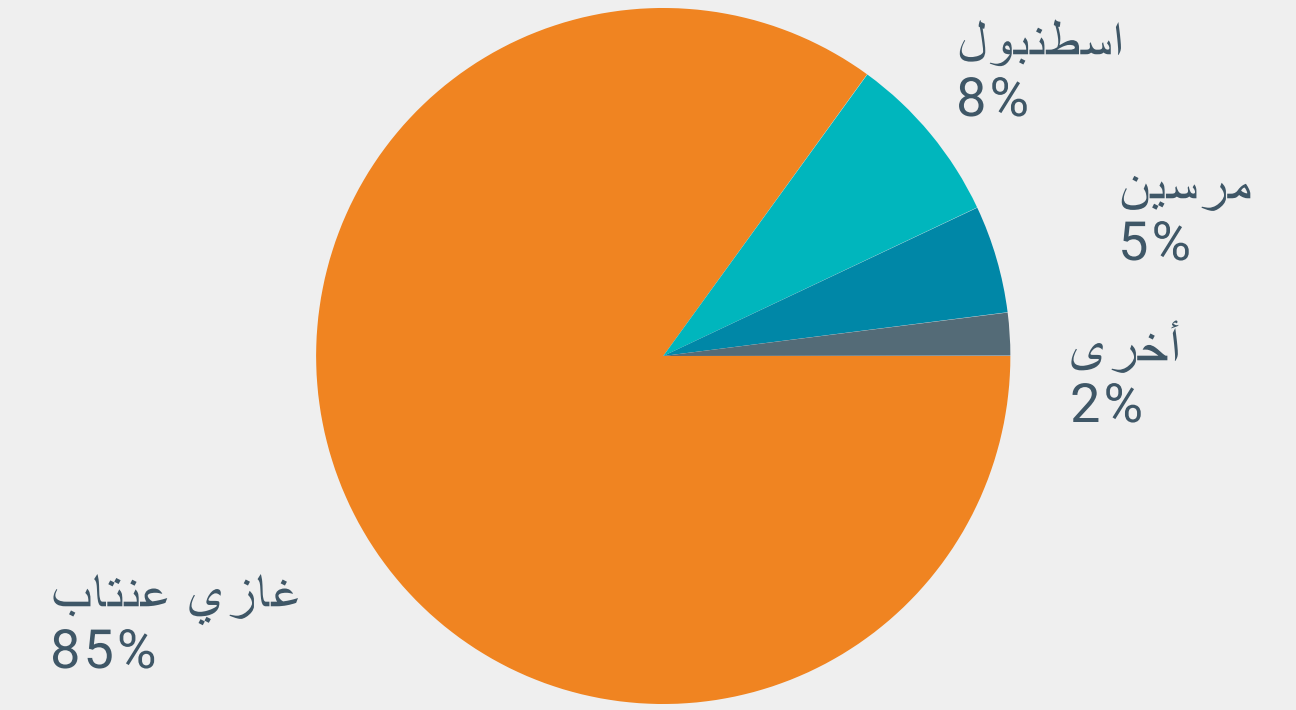


في شبكة Building Markets، يوجد 24% من الشركات في غازي عنتاب و 45% منها في اسطنبول. [7] خلقت الشركات التي تتخذ من غازي عنتاب مقراً لها 85.3% من جميع الوظائف التي تم الإبلاغ عنها من خلال هذا الاستطلاع.

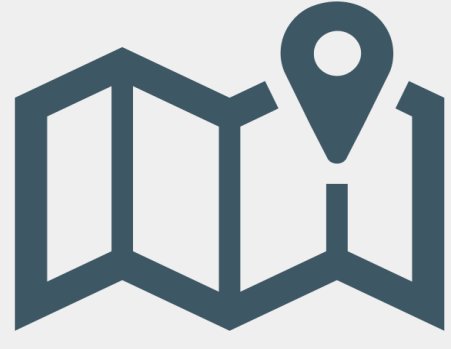
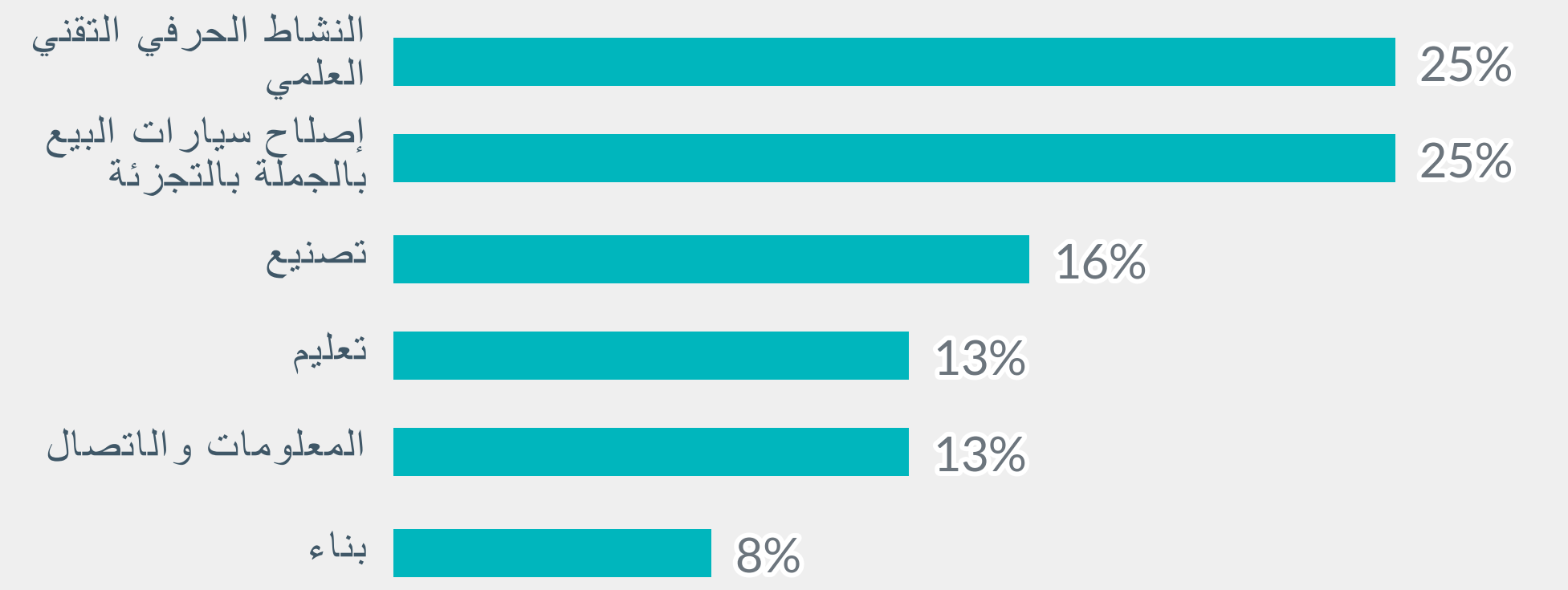
من بين هذه الشركات، يصدر 79% منها المنتجات أو الخدمات، بما في ذلك أجهزة الكمبيوتر ومواد وأدوات البناء وخدمات التسويق عبر الإنترنت، بينما يستورد حوالي 21% منها السلع، مثل المستلزمات الطبية والكاميرات وأجهزة الكمبيوتر وبطاريات السيارات. أفادت خمس من هذه الشركات أن الصادرات تمثل 80% على الأقل من إجمالي إيرادات أعمالها. تصدر هذه الشركات بشكل أساسي إلى سوريا والعراق.

على غرار الشركات الصغيرة والمتوسطة الموجودة في أجزاء أخرى من البلاد، سلطت الشركات في غازي عنتاب الضوء على القانون الحكومي والسياسة والبيروقراطية وقضايا سعر الصرف أو العملة باعتبارها تحديات رئيسية.

نسبة فرص العمل المستحدثة وفقاً لمناطق الشركات الصغيرة والمتوسطة



القطاعات الرئيسية لخلق فرص العمل في غازي عنتاب



يقع مقر معظم الشركات (83%) في غازي عنتاب ولكنها توفر السلع والخدمات في جميع أنحاء تركيا، و 25% منها لديها فروع أخرى.



حضر أكثر من 60% من الشركات تدريبات على شكل فصول دراسية مع.



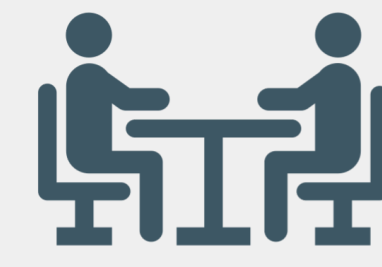
في الأشهر الستة السابقة لإجراء استطلاع إعادة التحقق، أفادت 58% من الشركات بالفوز بالمنافسات.



لم تحصل أي شركة على قرض، لكن 58% منهم مهتمون بالحصول على قرض.



تبحث الشركات عن قروض بقيمة 317000 دولار أمريكي وسطياً.

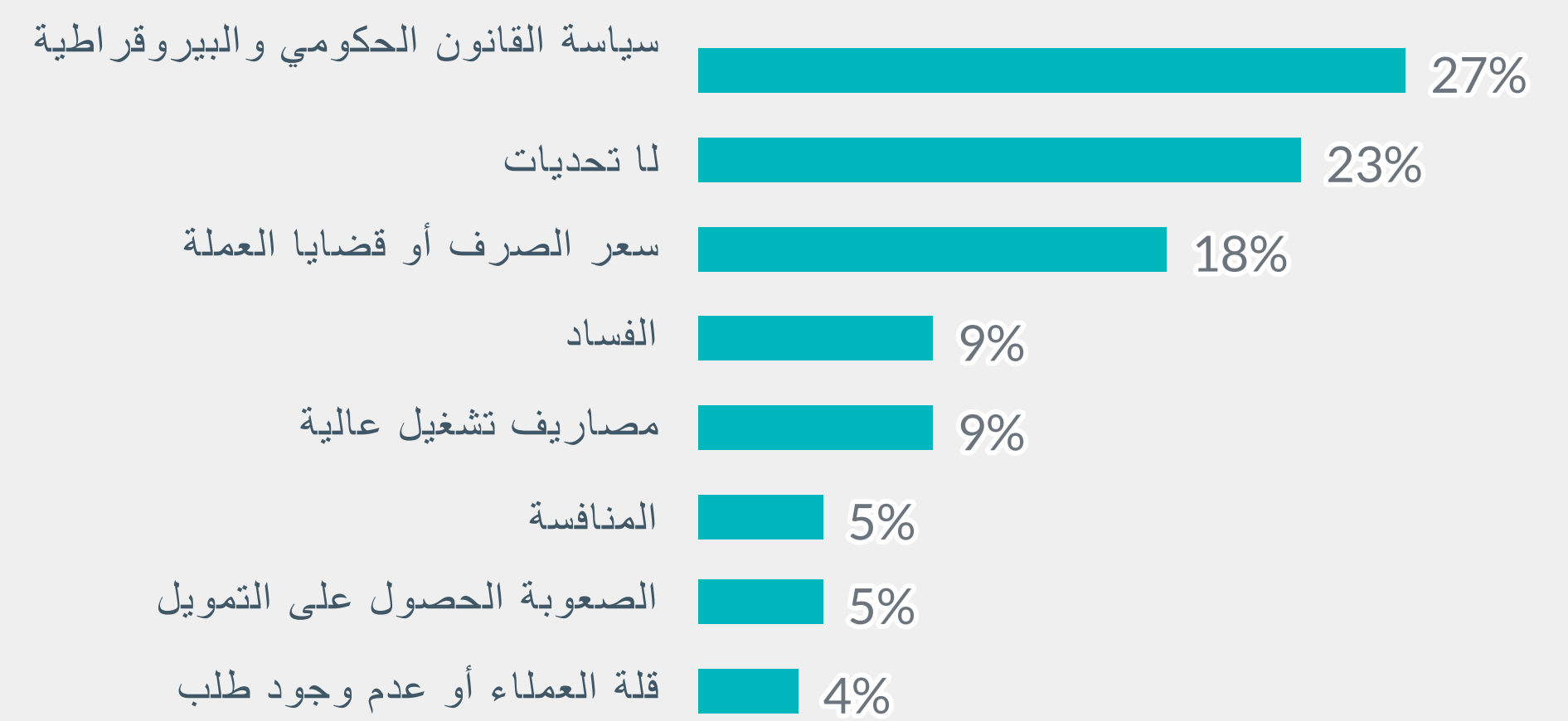


أكثر من نصف الشركات التي شملها الاستطلاع (54%) مهتمة بمستثمر أو شريك.

خدمة توزيع المناقصات

في المتوسط، تقدم الشركات عروض على 13 مناقصة لكل من منظمات المجتمع المدني الدولية / المحلية معظم الشركات لا تقدم عروض لمنافسات القطاع الخاص. ومع ذلك، قدمت شركة واحدة عرضاً لـ 50 مناقصة من القطاع الخاص في الأشهر الستة الماضية من الشركات الصغيرة والمتوسطة تبحث عن مصادر \$ 41.6% مختلفة كل يوم للمنافسات الجديدة، و 20.8% تبحث مرة واحدة على الأقل في الأسبوع

أهم التحديات في الأشهر الستة المقبلة



توصيات للشركات

يحدد هذا التحليل الاتجاهات بين الشركات التي فازت بالعقود من خلال خدمات Building Markets وقامت بخلق فرص العمل. تشمل الخدمات الوصول إلى المناقصات والمشاركة في التدريب المستهدف. يمكن أن تؤدي معالجة الفجوات والتحديات التالية إلى زيادة إمكانات خلق فرص العمل.

التوصيات التالية مخصصة للشركات الصغيرة والمتوسطة التي ترغب في تعقب فرص العمل التي ستمكنها من النمو وزيادة قدرتها على توظيف المزيد من الموظفين:

المشاركة في التدريب والندوات عبر الإنترنت المتعلقة بفرص الأعمال المتاحة في تركيا - تقدم Building Markets تدريباً دورياً حول كيفية التقديم على المناقصات بما في ذلك الندوات الشهرية عبر الإنترنت التي تعرض متطلبات التقدم للمناقصات للمنظمات المحلية والدولية. يمكن أن تساعد فرص التعلم هذه الشركات على فهم الأنواع المختلفة من المناقصات المتاحة، وتطوير مناقصات أكثر تنافسية والفوز بمزيد من العقود.

الاستفادة من خدمات توزيع المناقصات في Building Markets - تنتشر Building Markets بانتظام مجموعة واسعة من فرص الأعمال في دليل المناقصات الخاص بها. تقوم المنظمة أيضاً بتوزيع المناقصات على الشركات الصغيرة والمتوسطة من خلال قنوات الاتصال الأخرى، بما في ذلك مجموعة WhatsApp. تساعد هذه الموارد الشركات الصغيرة والمتوسطة على تحديد الفرص المرتبطة بصناعاتها بسرعة.

تطوير التواجد عبر الإنترنت وخطة التسويق الرقمي - في اقتصاد سريع التغير ومتغير، يمكن أن تساعد زيادة الرؤية عبر الإنترنت والناخرط في التسويق الرقمي المستهدف الشركات على النمو والوصول إلى المزيد من العملاء. يتم إنشاء ملفات تعريف الأعمال لجميع الشركات التي تم التحقق منها في دليل الأعمال عبر الإنترنت ل Building Markets. يمكن للشركات الصغيرة والمتوسطة إجراء تعديلات على صفحاتهم واستخدامها كأداة تسويق مجانية. بالإضافة إلى ذلك، تقدم Building Markets تدريباً على التسويق الرقمي وتقديم إرشاد بشكل فردي لمساعدة الشركات على تحسين خطط أعمالها وتنفيذها، ومعالجة التحديات الأخرى.

التواصل والتعرف على مشترين جدد - تُعد فرص التواصل مثل الفعاليات التي تستضيفها Building Markets طريقة رائعة لزيادة الوعي بالعلامة التجارية وإبرازها والعثور على مشترين جدد.

الحصول على التمويل - الحصول على القروض ورأس المال يمكن أن يكون عائقاً كبيراً لنمو الأعمال التجارية. من خلال التقييم والمساعدة الفنية، تعمل Building Markets بشكل وثيق مع الشركات الصغيرة والمتوسطة لتحسين جاهزيتها للائتمان والاستثمار.

توصيات للمشترين

يمكن للمشترين أيضاً لعب دور رئيسي في دعم خلق فرص العمل بين الشركات الصغيرة والمتوسطة في تركيا من خلال الإجراءات التالية:

زيادة وضوح فرص المناقصات - من خلال إتاحة المناقصات بسهولة أكبر، يمكن للمشترين العثور على موردين جدد ومتنوعين يمكنهم تلبية الطلبات بشكل أكثر فعالية وكفاءة. يمكن للمشترين إرسال المناقصات إلى Building Markets، والتي سيتم نشرها في دليل المناقصات الخاص بنا وتوزيعها على شبكتنا من الشركات الصغيرة والمتوسطة.

الاستفادة من خدمات المواءمة - يمكن للمشترين البحث في دليل أعمال Building Markets عن الموردين حسب القطاع والخدمة والموقع وحجم الأعمال والمعايير الأخرى، ويمكنهم طلب تقارير مواءمة مصممة بناءً على متطلبات المشتري المحددة.

تأسست Building Markets عام 2004 ومقرها في مدينة نيويورك؛ توفر Building Markets فرص العمل وتشجع على النمو الاقتصادي من خلال إيجاد وبناء وربط الشركات الصغيرة والمتوسطة المحلية المنافسة بسلاسل التوريد والاستثمار. من خلال نموذجها، دعمت المنظمة أكثر من 26,500 شركة صغيرة ومتوسطة، وساعدت تلك الشركات في الفوز بعقود بقيمة 1.36 مليار دولار أمريكي، والحصول على قروض بقيمة 21 مليون دولار أمريكي، كما ساعدت على خلق 73 ألف وظيفة بدوام كامل.

أنشأت Building Markets في تركيا شبكة فريدة من نوعها تضم أكثر من ألفي شركة صغيرة ومتوسطة مملوكة لسوريين. يمكن للشركات المعترف بها الوصول إلى الخدمات التي تزيد من ظهورها وتحسن أدائها وإيصالها لفرص جديدة. منذ عام 2017، أدت برامجنا في تركيا إلى فوز الشركات الصغيرة والمتوسطة بأكثر من 16.7 مليون دولار أمريكي من العقود الجديدة ورأس المال.

هل أنت مشروع صغير يعمل في تركيا؟

الوصول إلى الفرص



تحديد العطاءات المتعلقة بقطاعك
والفوز بالعقود الجديدة ورأس
المال

الحصول على التدريب



التسجيل في الدورات التدريبية
الإلكترونية أو وجها لوجه والتي
تهدف إلى نمو شركتك

زيادة الظهور



التحقق من المشروع وصناعة ملف
مميز في دليل الأعمال لدينا

هل أنت مهتم بمعرفة المزيد؟ يرجى التواصل مع الخبراء الماليين وسلاسل الموردين
لدينا

WhatsApp: +90 536 734 38 56
Email: turkey@buildingmarkets.org