

Türkiye’de Gıda Hizmetleri Sektöründe Hizmet Veren KOBİ’ler

Kobi Snapshot, Temmuz 2023



1 ÖNE ÇIKANLAR

2 Building Markets'ın Türkiye Açındaki Gıda Hizmetleri Sektöründe Hizmet Veren KOBİ'ler

3 GIDA HİZMETLERİ SEKTÖRÜNE GENEL BİR BAKIŞ

4 GIDA HİZMETİ VEREN KOBİ'LERİN İŞLETME FAALİYETLERİ

5 Gıda Hizmetleri Sektöründeki KOBİ Faaliyetlerine İlişkin Göstergeler

6 ÖRNEK DURUM

7 ÖNERİLER

8 NASIL ÇALIŞIYORUZ?

Öne Çıkanlar

Bu Snapshot, Building Markets ağında yer alan ve Türkiye'de gıda hizmetleri sektöründe faaliyet gösteren işletmeleri ele almaktadır. Haziran 2023 itibariyle kuruluş, büyük çoğunluğu (%96) Suriyelilere ait olan ve Suriyelileri istihdam eden 2.586 küçük ve orta ölçekli işletmeyi (KOBİ) doğrulamıştır. Building Markets Türkiye'nin 2.586 KOBİ'den oluşan ağında, 244 KOBİ (%9,4) tam veya yarı zamanlı olarak 1.950 kişiyi istihdam etmekte ve gıda hizmetleri alanında faaliyet göstermektedir.

KOBİ Snapshotlar, kuruluşun Türkiye'deki ekibi tarafından yürütülen iş doğrulama ve yeniden doğrulama anketleri aracılığıyla toplanan verilerin analizini temel almaktadır. Bu anketler, kuruluşun "Bul, Geliştir, Bağla" modelinin bir parçası olarak yürütülen başlıca faaliyetlerden biridir. Anketler düzenli aralıklarla sahiplik durumu, işletme büyüklüğü, ithalat ve ihracat kapasitesi ve karşılaşılan zorluklar da dahil olmak üzere işletme faaliyetleri hakkında bilgi toplamaktadır. Kuruluş bu verileri kullanarak, büyüyen KOBİ ve ortak ağıyla paylaşmak üzere pazar eğilimlerini ve fırsatları belirleyebilmekte ve yerel pazarda faaliyet gösteren girişimcilerin değişen ihtiyaçlarını daha iyi anlayabilmektedir.

Aşağıdaki analiz, kuruluşun bir benzeri olmayan verileri, içgörülerini ve bu işletmelere erişim olanağı kullanılarak oluşturulmuştur. Bu analiz, gıda hizmetleri sektöründeki KOBİ'lerin faaliyet ortamına, karşılaştıkları benzersiz zorluklara ve geleceğe bakışlarına ilişkin genel bir çerçeve sunmaktadır. Suriyeli işletme sahipleri benzersiz zorluklarla karşı karşıya olsa da, istihdam yaratmakta önemli bir potansiyele sahiptirler ve savunmasız nüfusları istihdam etme olasılıkları daha yüksektir; bu da hem yeni gelen hem de ev sahibi topluluklar için geniş ölçüde fayda sağlamaktadır. Bu zorluklara istinaden ve kuruluşun sunduğu hizmet ve fırsatlara dayanarak hem işletmeler hem de alıcılar için öneriler formüle edilmiştir. KOBİ'lerin büyümesiyle ve özellikle yeterince temsil edilmeyen gruplara daha fazla iş fırsatı yaratılmasıyla yoksulluk azaltılabilir ve mülteciler, diğer yeni gelen gruplar ve ev sahibi topluluk arasındaki sosyal uyum artabilir.

Türkiye'deki faaliyetlerimiz hakkında daha fazla bilgi almak ve diğer yayınlarımızı okumak için [buraya](#) tıklayın.

Anketlere katılan tüm işletmelere içtenlikle teşekkür ederiz.

Bu Snapshot, Mohannad Altay (MEAL and Program Sorumlusu), Gamze Çubukçu (MEAL Asistanı), Saeed Eido (Doğrulama ve Bölge Sorumlusu - Gaziantep) ve Nawar Maarri'nin (Program Hizmetleri Kıdemli Koordinatörü) yer aldığı Building Markets ekibi tarafından yapılan araştırma ve yazım süreci neticesinde hazırlanmıştır. Veri analizi Zonglong Chen (Veri Analizi İstatistik Uzmanı) tarafından yapılmıştır.

Building Markets'ın Türkiye Ağındaki Gıda Hizmetleri Sektöründe Hizmet Veren KOBİ'ler

Türkiye'de gıda endüstrisi, ülke kültürünün ayrılmaz bir parçasıdır ve ülkenin sosyo-ekonomik ortamının şekillenmesinde ve gelişmesinde kritik bir rol oynamıştır. Türkiye'nin yemek kültürünün ne kadar önemli olduğu, UNESCO Gastronomi Yaratıcı Şehirler Ağı listesinde Afyonkarahisar, Hatay ve Gaziantep olmak üzere Türkiye'deki üç şehrin yer alması ile vurgulanabilir.

Türkiye'nin coğrafi konumu, dini, ticareti, denizaşırı ve dış ilişkileri ile ülke dışındaki etkisi gibi kendine has çeşitli özellikleri bir araya gelerek seçkin Türk yemek kültürünün oluşmasına yol açmıştır.

Türkiye ekonomisi, 2022 yılında yüzde 5,6 oranında büyümesine rağmen, yüksek işsizlik oranıyla^[1] zor zamanlar geçirmektedir. Emek yoğun bir sektör olduğu göz önüne alındığında gıda hizmetleri sektörü, ülkenin bu kritik sorununa bir çözüm olabilir. Building Markets Türkiye ağındaki 2.586 KOBİ'den 244'ü (%9,4) tam ya da yarı zamanlı olarak 1.950 kişiyi istihdam eden gıda hizmetleri işletmeleridir..

Bu küçük işletmeler Türkiye'de istihdam yaratılması ve geçim kaynaklarının iyileştirilmesi açısından büyük önem taşımaktadır, ancak büyümelerini ve istihdam yaratma potansiyellerini engelleyebilecek benzersiz zorluklarla karşı karşıya kalmaya devam etmektedirler. Bunlar arasında erişilebilir piyasa bilgileri ve ihtiyaçlarına uygun eğitim olanakları eksikliklerinin yanı sıra finans, iş ve ortaklık fırsatlarına erişimde yaşanan zorluklar da yer almaktadır.

Bu zorlukların dikkate alınması, daha fazla kayıtlı iş fırsatı yaratılmasına yardımcı olarak bireylerin geçim kaynaklarını iyileştirmelerine ve ülke genelinde sosyal ve ekonomik uyuma katkıda bulunmalarına olanak sağlayabilir. Building Markets, 2017'den bu yana, istihdam oluşturulmasını desteklemek ve Suriye krizine yönelik yardım müdahalesini yerleştirmek amacıyla Türkiye'deki Suriyelilere ait KOBİ'lere görünürlük ve fırsat yaratmak için çalışıyor.

¹ TÜİK 2023. "İş gücü istatistikleri." [Buradan](#) ulaşılabilir.

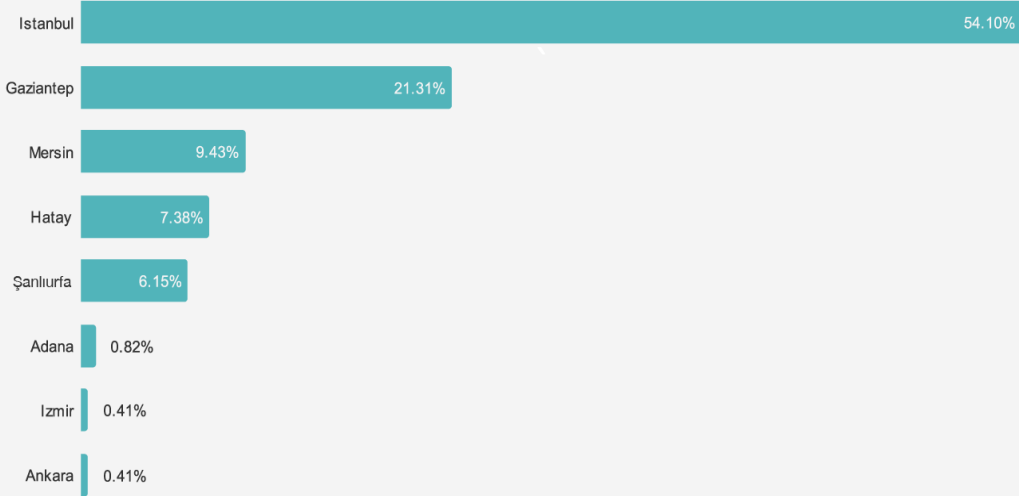
Gıda Hizmetleri Sektörüne Genel Bir Bakış

Building Markets Türkiye'nin 2.586 KOBİ'den oluşan ağı içinde 244 (%9,4) işletme gıda hizmeti sektöründe faaliyet göstermekte ve 1.950 kişiyi tam ya da yarı zamanlı olarak istihdam etmektedir. Bu işletmeler ağırlıklı olarak İstanbul (%54), Gaziantep (%21) ve Mersin'de (%9) yer almaktadır.

İşletmelerden %73'ü mikro işletme (>10 çalışan), %23'ü küçük işletme (>50 çalışan) ve %1'i orta ölçekli işletme (>250 çalışan) olarak sınıflandırılmaktadır.

Ağıdaki KOBİ'ler ortalama 7,8 kişiyi tam zamanlı ve 0,7 kişiyi yarı zamanlı istihdam etmekte, gıda hizmetleri işletmeleri ise 7,3 kişiyi tam zamanlı ve 1,4 kişiyi yarı zamanlı istihdam etmektedir. Gıda hizmetleri işletmelerinin yalnızca %23'ü tam zamanlı olarak en az bir kadın çalışan istihdam ederken, bu oran ağı genelinde %36'dır. Ek olarak, gıda hizmeti işletmelerinin %1,2'sinde en az bir kadın yönetici bulunurken bu oran ağı geneline bakıldığında %1,9'dur. Gıda hizmetleri işletmelerinin yalnızca %2'si en az bir kadını yarı zamanlı olarak istihdam ederken, bu oran ağı genelinde %3 olarak görülmektedir.

KOBİ'LERİN EN ÇOK FAALİYET GÖSTERDİĞİ ŞEHİRLER



İşletmelerin sadece %2'si doğrudan mal ve ürün ithal ederken, %4,5'i ürünlerini "esas olarak tatlı" olarak uluslararası müşterilere ihraç etmektedir.



Satış ve Pazarlama, gıda hizmeti işletmeleri arasında en çok ihtiyaç duyulan (işletmelerin %18,4'ü tarafından talep edilmiştir) eğitim konusudur.

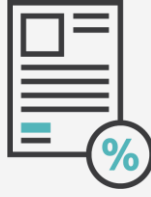


Gıda hizmetleri işletmelerinin çoğu (%95) Arapça konuşan bir personel istihdam ederken yalnızca %24'ü İngilizce konuşan bir personel istihdam etmektedir.

Gıda Hizmeti Veren KOBİ'lerin İşletme Faaliyetleri



Gıda hizmeti veren işletmeler ortalama olarak 18.971,87 ABD Doları tutarında kredi aramaktadır.



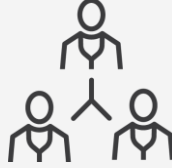
Sektördeki işletmelerin yalnızca %1,6'sı geçmişte resmi bir kredi almıştır, ancak %42'si kredi almakla ilgilenmektedir.



Sektördeki işletmelerin yaklaşık %30'u bir yatırımcı veya iş ortağı ile ilgilenmektedir.



Sektördeki işletmelerin %40'ı önümüzdeki altı ay içinde kârlarının artacağına, %46'sı ise aynı kalacağına inanıyor. İşletmelerin sadece %5'i düşüş öngörüyor.



Sektördeki işletmelerin yarısından fazlası (%55) toplam personel sayılarının önümüzdeki 6 ay boyunca aynı kalacağına, %30'u ise artacağına inanıyor.



Sektördeki işletmelerin yaklaşık %19'u önümüzdeki altı ay içinde karşılaşacakları en büyük zorluklardan birinin rekabet olduğunu, %14'ü ise karşılaşmayı öngördükleri başlıca zorluğun finansmana erişim olduğunu bildirmiştir.

Sektördeki işletmelerin %31'i kuruluş tarafından düzenlenen eğitim oturumlarına katılmak istediklerini ifade etmiştir. İşletmeler öncelikli olarak satış ve pazarlama (%18), stratejik pazarlama (%7), finansal yönetim veya bütçeleme (%7) ve müşteri hizmetleri (%5) ile ilgili eğitimlere katılmakla ilgilenmektedir.

KOBİ Faaliyetlerine İlişkin Göstergeler



Ağıdaki gıda hizmeti veren işletmelerin ortalama olarak 7,3 tam zamanlı çalışanı ve 1,4 yarı zamanlı çalışanı bulunmaktadır.



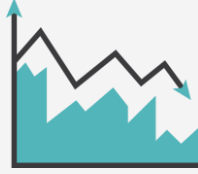
Gıda hizmeti veren işletmelerin %22'si en az bir kadın çalışanı tam zamanlı olarak istihdam etmektedir.



Gıda hizmeti veren işletmelerin yalnızca %16'sının başka şubeleri bulunmaktadır.



Gıda hizmeti veren işletmelerin çoğunluğu (%85) tedarikçilerine 30-60 gün içinde ödeme yapmaktadır.

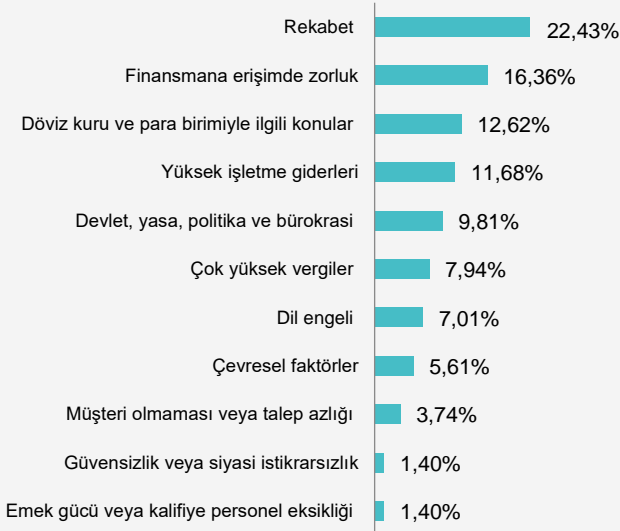


Sektördeki işletmelerin yalnızca %5'i kârlarında ve personel sayılarında düşüş öngörmektedir.



Yarı zamanlı istihdam, gıda hizmeti sektöründe diğer sektörlerle kıyasla önemli ölçüde daha yaygındır. Sektördeki ortalama yarı zamanlı çalışan sayısı işletme başına 1,44 iken, tüm sektörler dikkate alındığında ortalama yarı zamanlı çalışan sayısı işletme başına 0,75 olarak görülmektedir.

GELECEK ALTI AYDA EN ÇOK KARŞILAŞILMASI ÖNGÖRÜLEN ZORLUKLAR



Gıda hizmeti sektöründe faaliyet gösteren işletmeler, rekabeti şu anda karşı karşıya oldukları veya önümüzdeki altı ay içinde karşılaşacakları en büyük zorluk olarak görmektedir. Buna ek olarak, finansmana erişim ikinci en büyük zorluk olarak bildirilmiştir. Bu, genel olarak Suriyeli işletme sahiplerinin karşılaştığı temel sorunlardan biridir (daha fazla bilgi için [bu yayını](#) inceleyebilirsiniz). Esas olarak enflasyona ve döviz kurlarındaki dalgalanmaya bağlı olarak artan üretim maliyetleri, bu sektöre özgü olmayıp Türkiye'deki işletmelerin genel olarak karşılaştığı bir diğer önemli zorluktur. Bu zorluk, işletmelerin üretim kalitesini ve kalifiye personel istihdamını büyük ölçüde etkilemektedir.

Rekabetin yüksek olduğu yerlerde gıda sektöründe hizmet veren KOBİ'ler, öne çıkmak ve müşteriler tarafından tercih edilmek amacıyla yenilikler yapmaya ve yaratıcı olmaya çalışmaktadır. Bu çabaları desteklemek amacıyla Building Markets, bu sektördeki işletmelerin ihtiyaç ve gereksinimlerine özgü konularda eğitimler vermektedir. Sektördeki işletmelerin en çok pazarlama ile ilgili eğitimlere ilgi gösterdiği gözlemlenmiştir.

Bir Dayanıklılık ve Yenilik Yolculuğu: Fadi'nin Gıda Hizmetleri Sektöründeki Yolu

Suriye'nin Halep kentinden gelen 60 yaşındaki girişimci [Solo Lasagna](#)'nın sahibi Fadi Fael ile tanışın. Fadi'nin profesyonel yolculuğu Optometri ve Optik alanında başladı. İtalya'dan optik ve optometri diploması alarak 1987 yılında mezun oldu. 1990 yılında Suriye'de kendi optik merkezini kurarak optik işine başladı. Yıllar geçtikçe uzmanlığı lens üretimi ve göz damlası laboratuvarı işletmeyi de kapsayacak şekilde genişledi.



Ancak kaderi Suriye savaşının başlamasıyla beklenmedik şekilde değişti. Kargaşanın ortasında, Fadi'nin fabrikalarından biri yıkıcı bir yangın geçirdi, diğeri ise bir füze tarafından yok edildi. Güvenlik ve yeni fırsatlar arayışına mecbur kalan Fadi, 2013 yılında Suriye'yi terk etmek gibi zor bir karar verdi ve Türkiye'ye sığındı.

Fadi'ye 2020 yılında beklenmedik bir ilham geldi. Fadi'nin çocukları, kendisinin İtalya'da geçirdiği süre boyunca geliştirdiği lazanya yapma konusundaki mutfak yeteneğine dikkat çekti. Çocuklarının önerisiyle cesaretlenen Fadi, İtalyan mutfağına olan tutkusunu hayata geçirerek bir restoran açma potansiyeli gördü. Vizyon belirlenmişti, ancak zamanlama daha zorlayıcı olamazdı.

Fadi tam da restoran girişimini başlatmaya hazırlanırken, COVID-19 salgını patlak verdi ve dünya çapında geniş çaplı aksaklıklara neden oldu. Pandemi, restoranının açılışıyla aynı zamana denk geldi ve karantinalar ve kısıtlamalar nedeniyle işletme sermayesinin önemli bir kısmını kaybetti.

Restoranını kurma yolculuğu bazı bürokratik engelleri aşmayı gerektiriyordu. Buna rağmen Fadi, Suriyeli şirketler ve diğer STK'larla olan bağlantıları sayesinde ruhsat alma sürecini kolaylaştıran ve vizyonunu gerçekleştirmesine olanak tanıyan yardımlar buldu.

Yeni bir konsept ve pazarda yeni bir marka olduğu düşünüldüğünde, restoranının mülkiyetini korumak Fadi için çok önemliydi. Ancak süreç boyunca bazı engellerle karşılaştı. Başlangıçta bazı Türk müşteriler restoranı İtalyanlara ait olarak algıladı. Ancak, Fadi'nin kendisinin Suriyeli olduğunu öğrendiklerinde geri dönme konusunda isteksiz olduklarını ve hatta dil engelini fark ettiklerinde siparişleri iptal ettiklerini ifade ettiler.

Fadi, Ekim 2020'de Building Markets'tan haberdar oldu ve Building Markets ağına katılarak değerli fırsatlar dünyasına adım attı. Building Markets aracılığıyla, gıda hizmetleri sektöründe faaliyet gösteren çok sayıda başka işletmeyle bağlantı kurma şansını yakaladı. Çeşitli çevrim içi seminerlere ve etkinliklere katılarak değerli kavrayışlar ve bilgiler edindi.

Bir Dayanıklılık ve Yenilik Yolculuğu: Fadi'nin Gıda Hizmetleri Sektöründeki Yolu

Gıda hizmeti sektörüne yeni giren biri olarak pazarlama, Fadi için önemli zorluklar barındıran bir alandı. Markasını oluşturmada etkili pazarlamanın öneminin farkında olan Fadi, becerilerini geliştirmek için pazarlama eğitimi fırsatları aradı. Building Markets tarafından verilen eğitim Fadi için bir dönüm noktası oldu ve onu restoranını tanıtmak konusunda güvenini artıran temel pazarlama bilgileri ve stratejileriyle donattı ve sonuç olarak Fadi, restoranını tanıtmak için sosyal medya platformlarından ve Trendyol, Yemek Sepeti ve Migros gibi dijital satış platformlarından yararlandı. Pazarlama çabalarının satışları artırdığını ve daha geniş çapta potansiyel müşterilere erişim sağladığını fark etti. Ayrıca Building Markets, Fadi'nin peynir tedarikçileri ve paketleme şirketleriyle bağlantı kurmasında önemli bir rol oynadı ve bu da restoranının faaliyetlerini büyüttü.

Fadi Fael'in mutfak yolculuğu ona pazarı incelemenin, hedef kitleyi anlamının ve verimli çalışma mekanizmaları kurmanın hayati önemini öğretti. Kalitede tutarlılık için, gıda sektöründeki istikrarsız performans sorununu ele alarak, yemek tariflerinin doğru şekilde uygulaması için kapsamlı bir el kitabı oluşturdu.

Piyasadaki personel yemeklerine ilişkin talepten ilham alan Fadi, işletmelere günlük olarak hazır yemek tedarik etmek gibi vizyoner bir fikre sahipti. Ancak, bu alanda yıllardır faaliyet gösteren köklü, baskın şirketler nedeniyle zorluklarla karşılaştı.

Ancak Fadi, özellikle Gaziantep'in eşsiz lezzetlerine yönelik yeni bir mobil gıda satışı modeli kavramsallaştırmaya başladı. Şu anda bu fikir üzerinde titizlikle çalışıyor ve fikri teorik olarak şekillendiriyor. Bu yenilikçi projeyi gerçeğe dönüştürmek için Fadi, tutkusunu ve vizyonunu paylaşan bir fon sağlayıcıdan finansman fırsatı arayışını aktif olarak sürdürüyor.

Çeşitli şekillerde endüstriyel ve idari deneyime sahip bir girişimci olarak Fadi Fael, iş dünyasındaki rolünü geliştirme ve sürdürme konusunda benzersiz bir bakış açısı sunuyor. Stratejik olarak Fadi, kapsamlı planlamanın önemini vurguluyor ve bunu yönetimde bir lüksten ziyade bir gereklilik olarak görüyor. İşletmeyi çevreleyen ortamın, uyumlu ve ileri görüşlü bir sistem oluşturmak için stratejik planlamanın önemini kabul etmesi gerektiğine inanıyor.

Ancak Fadi, bazı kişilerin stratejik bir plana göre çalışmaya direnmesi nedeniyle engellerle karşılaşmış. Yılmadan, stratejik düşünme ve kolektif fayda tutkusunu paylaşan, kendisiyle benzer düşünen kişilerle güçlerini birleştirebileceği, iş birliğine dayalı bir çalışma ortamı oluşturmaya çalışıyor.

Bir Dayanıklılık ve Yenilik Yolculuğu: Fadi'nin Gıda Hizmetleri Sektöründeki Yolu

Şubat 2023'te Türkiye'yi vuran yıkıcı depremin ardından Fadi, iş yerinin ve inşaatının ciddi şekilde etkilenmesi ve yeni bir iş yerine taşınmak zorunda kalması nedeniyle önemli zorluklarla karşılaştı. Bu aksiliklere rağmen motivasyonunu ve devam etme kararlılığını koruyor. Fadi için işinin özünde fiziksel boyutun ötesinde; ahlaki yönü, yenilikçi düşünce süreci ve sistematik yaklaşımı yatıyor.

Fadi'nin vizyonu, şirketlerdeki geleneksel karar alma hiyerarşisinin ötesine geçiyor. Fadi, iş birliğini ve ortak sorumluluğu benimseyen yatay bir duruma doğru dönüşümü savunuyor. Genç yetenekleri çekerek ve onların katılımlarını teşvik ederek, kendi kendini yenileyebilen, yaşayan ve uyarlanabilir bir sistem yaratmayı hedefliyor.

Gıda sektöründe finansman elde etmenin kendisi için zorlayıcı olduğu belli oldu. Finansman fırsatlarına başvurma çabalarına rağmen henüz herhangi bir destek alamadı. Finansman sağlayabilirse, bunu yeni bir iş yeri inşa etmek için kullanmayı düşünüyor. Yıkıcı depremden iki hafta önce, Fadi ve ekibi iş yerlerini genişletmek ve çeşitli iyileştirmeler yapmak için gayretle çalışıyorlardı. Havalandırmayı iyileştirmek için hava emiş mekanizmaları planlamış ve tasarlamış, davetkar bir ortam yaratmak için yeni cepheler tasavvur etmiş, restoranın atmosferini güzelleştirmek için yeni aydınlatma aksesuarlarını dikkatle seçmişti. Tüm çabalarına rağmen, deprem büyük bir yıkıma neden oldu ve kurtarmayı başardıkları ekipman dışında her şeylerini kaybettiler.

Gıda sektörüne yansıyan hammadde fiyatlarındaki keskin dalgalanmalar ve artan maliyetler gibi zorluklara rağmen Fadi, bu engelleri etkili bir şekilde yönetebilmek için özenli fiyatlandırma stratejilerinin önemini vurguluyor. Fadi'nin ezber bozan lazanya restoranı açma fikri, özellikle İtalyan arkadaşlarının dikkatini çekmiş. İtalyanlar için bile benzersiz olduğunu düşündükleri bu konseptte hayran kalmışlar ve yarattığı olumlu deneyimi övmüşler.

Fadi ileriye baktığında, kendi çalışma alanında teknolojik gelişmelere ve devrimlere yatırım yapmayı öngörüyor. Hedefi, üretim ve satış operasyonlarını düzenli hale getirmek, maliyetleri etkin bir şekilde yönetirken daha yüksek kalite sunmak. Ayrıca, Türkiye'deki kurumların Suriyeli şirketlere daha fazla ilgi göstermesini ve destek vermesini, iş birliğini ve karşılıklı büyüme fırsatlarını teşvik etmesini umuyor.

İşletmeler için Öneriler

- Bu sektördeki işletmelerin karşılaştığı başlıca zorluk olan rekabetin üstesinden gelmek için, KOBİ'lere pazar farklılaşması ve yeniliğe odaklanmalarını tavsiye etmek büyük ölçüde yardımcı olabilir. KOBİ'ler kendilerine özgü menü öğeleri sunmanın, kültürel özgünlüğü vurgulamanın ve rakiplerden sıyrılmak için olağanüstü müşteri hizmetleri sağlamanın avantajları konusunda eğitilmelidir.
- Gıda hizmetleri sektörü teknolojik ilerleme, araştırma ve geliştirme konularında geri kalmaktadır. Az gelişmiş bir teknolojik yapıya sahiptir. Bununla birlikte, KOBİ'ler için gelişme imkanı bulunmaktadır; gerek yiyecekler gerek siparişlerin işleme alınması olsun, verimliliği artırmak için teknolojinin benimsenmesini sağlamak veya sürdürülebilir uygulamaları dahil etmek, daha fazla müşteri çekmeye ve diğerlerinden farklılaşan bir marka kimliği oluşturmaya da yol açabilir. Paket servise yönelik ambalaj çözümleri de KOBİ imajı üzerinde rol oynamaktadır ve ürünlerinin kötü anılması konusunda etki sahibidir.

Finansmana Erişimi Sağlamak için Yatırım ve Kredi Hazırlığını Geliştirin

- KOBİ'ler, kredi limitleri, banka kredileri, kiralama ve öz sermaye finansmanı yoluyla dış finansman kaynaklarını çeşitlendirmek için kredi geçmişlerini oluşturmalı ve tüm başvuru kriterlerine ve mevzuatla ilgili gerekliliklere uyum konusunda kendilerini geliştirmelidirler. Kuruluş tarafından geliştirilen KOBİ puanlama aracı, işletmelerin uygulama ve mevzuatla ilgili gereksinimlerini karşılamalarına yardımcı olmak için boşlukları ve gelişime açık alanları belirleyerek finansmana erişim yeteneklerini ilerletebilir. Kredi ve yatırım hazırlığını artırmak için teknik destek de verilmektedir.
- İşletmeler için yeni hibeler yıllık olarak duyurulur. KOBİ'lerin genellikle bu hibe programlarına başvurularının bir parçası olarak beş yıllık iş planları sağlamaları gerekmektedir. Kuruluş tarafından sağlanan teknik destek, KOBİ'lere iş planları geliştirme kapasitesi yaratma konusunda yardımcı olabilir.
- Bankacılık ve finansmana erişimle ilgili çeşitli konulardaki eğitim modülleri, [Çevrim İçi Öğrenme](#) Platformu aracılığıyla sunulmaktadır ve periyodik olarak [yüz yüze](#) düzenlenmektedir.

Faaliyetleri Dijitalleştirin ve Dijital Varlık Geliştirin

- İşletmeler, e-ticaret ve dijital pazarlama yoluyla daha büyük ve daha çeşitli pazarlara erişebilirler. Hem [sana!](#) hem de [yüz yüze](#) eğitim, dijital dönüşümde işletmelere yardımcı olabilir.
- Çevrim içi varlık geliştirmek, görünürlüğü artırmaya yardımcı olur. Doğrulanmış tüm işletmelerin Building Markets'ın [Çevrim İçi İşletme Rehberi](#)'nde bir profili vardır. İşletme sahipleri kayıt açabilir, fotoğraf ekleyebilir, bilgileri düzenleyebilir ve sayfayı, pazarlama için ücretsiz bir araç olarak kullanabilir.

Mentorluk, Bilgilendirme Oturumları ve İhale Eğitimlerine Katılın

- Mentorluk hizmetleri, her işletmenin kendine özgü ihtiyaçlarını karşılamaları için tasarlanmış bire bir oturumlar gerçekleştirmek üzere teknik uzmanlarla girişimcileri eşleştirir.
- Türkiye pazarına girmek ve projeleri sanal olarak yönetmek gibi çeşitli konularda bu konuların uzmanlarıyla düzenli aralıklarla web seminerleri ve bilgilendirme oturumları düzenlenir. Daha fazla bilgi için [etkinlikler web sayfasına](#) göz atın.

Karar Vericiler için Öneriler

- Sektörde ortaya çıkan eğilimlere uyum sağlanmasını teşvik etmek amacıyla sektörün ve ilgili sektörlerin gelişimini desteklemek için mevcut düzenlemelerin iyileştirilmesi.
- Sektördeki teknolojik gelişmenin yetersizliğini gidermek adına daha fazla yatırımın teşvik edilmesi; yapısal inovasyon, insan kaynakları (kapasite geliştirme) amaçlı yatırımların ve gelişmiş değer zincirlerinin ihtiyaçlarının karşılanması.
- Uyum sağlamak ve karşılıklı güçlendirici ilişkiler kurmak için ilgili tüm sektörleri (tarım, gıda üretim vb.) ilgilendiren yenilik, yapısal değişim ve kalkınma ile ilgili ulusal düzeydeki plan ve politikaların uyumlaştırılması.

Nasıl Çalışıyoruz:

Building Markets, herkes için çalışan kapsayıcı ekonomileri geliştirerek dünya genelindeki eşitsizliği hedef almaktadır. Bunu, dünyadaki istihdamın %70'inden fazlasını sağlayan küçük işletme sahiplerinin yaşamlarını ve toplumlarını dönüştürmeleri için fırsatlar yaratarak yapıyoruz. 2004 yılından bu yana Building Markets, marjinalleşmeden etkilenen 27.000'den fazla küçük işletme sahibine güven ve güç kazandırmak için derin yerel bilgisini, kapsamlı verilerini ve küresel ağlarını birleştirdi. Building Markets, 1,4 milyar dolarlık sözleşme veya kredi sağlamaktan, en çok ihtiyaç duyulan yerlerde 74.000'den fazla tam zamanlı istihdam yaratmaya kadar çeşitli şekillerde, küçük işletmeleri kalıcı sosyal etki ve ekonomik büyümenin motorları olarak öne çıkarıyor.

Building Markets, Türkiye'de Suriyelilere ait 2.500'den fazla KOBİ'den oluşan benzersiz bir ağ kurdu. Doğrulanmış işletmeler, görünürlüklerini artıran, performanslarını iyileştiren ve onları yeni fırsatlara bağlayan hizmetlere erişebiliyor. 2017'den bu yana, Türkiye'deki programlarımız KOBİ'lerin 41 milyon doların üzerinde yeni sözleşme ve sermaye kazanmasını sağladı.

Türkiye'de faaliyet gösteren küçük bir işletme misiniz?

Görünürlüğü Arttırın



Doğrulayın ve iş rehberimizde benzersiz bir profil oluşturun

Eğitime Erişim



Şirketinizin büyümesini hedefleyen çevrimiçi ve yüz yüze kurslara kaydolun

Fırsatlara Bağlanın



Sektörünüzdeki ihaleleri bulun ve yeni sözleşmeler yaparak gelirinizi arttırın

Daha Fazlasını Öğrenmek İstiyor musunuz?
Tedarik zinciri ve finans uzmanlarımızla iletişime geçiniz

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