COVID-19'un Türkiye'deki Suriyeli İşletmeler Üzerindeki Etkisi: Toparlanma Sürecinin Analizi

Mayıs 2022

Building Markets
Small Business. Big Impact.

ÖNSÖZ VE TEŞEKKÜR

Bu rapor Building Markets tarafından hazırlanmıştır. Rapor için yapılan araştırmalar ve raporun yazımı, Araştırma ve Etki Danışmanı Allison J. Anderson tarafından gerçekleştirilmiştir. Veri Analizi İstatistik Uzmanı Zonglong Chen de araştırmaya katkı sağlamıştır. Türkiye'de nitel ve nicel veri toplama süreci, Ocak-Mart 2022 ayları arasında, Program Hizmetleri Kıdemli Koordinatörü Navar Maarri liderliğindeki Building Markets personeli tarafından yürütülmüştür. Sürece, Küresel Programlar Başkanı Ainsley Butler danışmanlık etmiştir.

Bu rapor, Building Markets'ın Ocak 2021'de hazırladığı, COVID-19'un Türkiye'deki KOBİ'ler üzerindeki erken etkilerini analiz eden çalışmasının bir devamı niteliğindedir. Anket yanıtları, COVID-19'un Türkiye'deki Suriyeli işletmeler üzerindeki etkisine ilişkin aynı anketin Temmuz-Ağustos 2020'de yürütülen versiyonuyla kıyaslandı. Veriler ayrıca, Building Markets'ın Türkiye'deki Suriyelilere ait ve diğer yerel küçük ve orta ölçekli işletmeler (KOBİ'ler) ile devam eden çalışmalarının bir parçası olarak 2017 ve 2022 yılları arasında toplanan temel anket verileriyle de karşılaştırıldı. Building Markets, bu raporun hazırlanmasını mümkün kılan iki bağışçıya, 2016 ve 2018 yılları arasında Türkiye programını finanse eden Global Affairs Canada'ya ve Eylül 2018'den bugüne kadar fon sağlayan Amerika Birleşik Devletleri Hükümeti'ne, destekleri için minnettar olduğunu ifade etmek ister.

Building Markets, istihdam yaratmayı ve kapsayıcı büyümeyi destekleyerek, baskı yaratan sosyal zorlukların üstesinden gelmek için küçük işletmelerin dönüştürücü gücünü açığa çıkarıyor. 2004 yılında kurulan Building Markets, rekabetçi yerel KOBİ'leri buluyor, geliştiriyor ve tedarik zincirleri ve yatırımla buluşturuyor. Building Markets, bu modeli kullanarak 26.700'den fazla KOBİ'yi destekledi, bu işletmelerin 1,36 milyar dolarlık ihale kazanmasına, 21 milyon dolarlık kredi alabilmesine ve Türkiye, Ürdün, Myanmar, Afganistan, Liberya ve Haiti gibi çeşitli pazarlarda 73.500'ün üzerinde iş imkânı yaratılmasına yardımcı oldu.

Kapak fotoğrafı 2022'de Elendulus Photos tarafından çekildi. Bu rapordaki diğer fotoğraflar Elendulus Photos (Efkar Design) ve Osman Örsal (Gıdabest) tarafından çekilmiştir. Bunlar dışındaki fotoğraflar bizim kullanımımıza yönelik olarak doğrudan işletmeler tarafından sağlanmıştır.

Building Markets, bu rapora zaman ayırarak, deneyimlerini ve görüşlerini aktararak katkıda bulunan tüm bu kişi ve kuruluşlara minnetle teşekkür eder. Geri bildirimlerinizi veya sorularınızı newyork@buildingmarkets.org adresinden bize iletebilirsiniz.

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ VE TEŞEKKÜR 2
İÇİNDEKİLER 3
1. ARKA PLAN ve İÇERİK 4
1.1 COVID-19'un Türkiye'deki KOBİ'ler Üzerindeki Etkisine İlişkin Mevcut Literatür 6
2. YÖNTEM 7
3. BULGULAR – TOPARLANMAYA YÖN VERMEK 7
3.1 KOBİ Ağı 7
3.2 İşletme Faaliyetleri ve Görüşleri 8
3.3 Müşteriler ve Gelir 10
3.4 İthalat, İhracat ve Tedarik Zincirleri 11
3.5 Dijitalleşme 12
3.6 COVID-19'la Başa Çıkma ve Mevcut Zorluklar 14
3.7. Politikalara İlişkin Görüşler 19
4. SONUÇ ve ÖNERİLER 22
EK 1: KOBİ ANKETİ 24
EK 2: PAYDAŞLARLA YAPILAN GÖRÜŞMELERDE YÖNELTİLEN SORULAR 29
EK 3: ÖNE ÇIKAN ŞİRKETLER 30
EK 4: KAYNAKÇA 31

1. ARKA PLAN ve İÇERİK

Mart 2020'de Türkiye'nin ilk COVID-19 vakası bildirildiğinde, devlet virüsle başa çıkmak için hızlıca harekete geçti. Türkiye Nisan 2021'e kadar ülke çapında bir eve kapanma kararı almamasına rağmen virüsü kontrol altına alma yeteneği nedeniyle başlangıçta bir başarı örneği olarak takdir edildi.[1] Bununla birlikte, diğer birçok ülkede olduğu gibi Türkiye'de de o zamandan bu yana pandemi çeşitli dalgalar halinde tecrübe edildi ve bunu kısıtlamaların kaldırılması ve hafifletilmesi izledi. Sonuç olarak, küçük ve orta ölçekli işletmeler (KOBİ'ler), pandemiye ilişkin farklı müdahale ve iyileşme aşamalarına sürekli olarak uyum sağlamak zorunda kaldı. Son iki yılda KOBİ'ler, devletin zorunlu kıldığı hareketlilik kısıtlamalarından ve kapatmalardan, tedarik zinciri aksamalarından ve talep krizinden etkilendi.[2] Yirmi altı ay sonra, Türkiye bir toparlanma aşamasına girerken, kısıtlamalar kaldırılırken ve COVID-19 vakaları azalırken bile,[3] işletmeler pandeminin etkilerini hissetmeye devam ediyor ve işletmelerin COVID-19 ile yeni bir yaşam biçimine uyum sağlamaları gerekiyor.

COVID-19 pandemisi ve ekonomi üzerindeki etkileri, Türkiye'de ekonomik büyümeyi ve yoksulluğun azaltılmasını yavaşlattı ve ülke, pandemi başlamadan önce bile var olan ve yaygın şekilde hissedilen ekonomik zorluklarla karşı karşıya kalmış durumda. Ülke, artan işsizlik ve yüksek genç işsizliği, yüksek yaşam maliyetleri, Türk lirasında değer kaybı ve yükselen enflasyonla mücadele ediyor.[4] Ekonomi, pandeminin ardından girilen toparlanma sürecinin yarattığı zorluklar ve ekonomik istikrarsızlıkla cebelleşirken, küçük işletmeler istihdam ve gelir getirme konusunda önemli bir itici güç olabilir. KOBİ'ler Türkiye'deki istihdamın %70'inden fazlasını oluşturmakta ve GSYİH'ya yaklaşık %50 oranında katkıda bulunmaktadır.[5] KOBİ'ler, Türkiye'nin ekonomik açıdan toparlanmasının, istihdam yaratmanın, istikrarın ve kendi kendini idame ettiren bir büyüme sürecinin önemli bir bileşeni olacaktır.

Türkiye'de COVID-19'un ardından toparlanma süreci ile ilgili önemli bir sosyoekonomik unsur da, ülkede 3,6 milyonu Suriyeli olmak üzere dört milyondan fazla mülteci ve sığınmacının varlığıdır. Son on yılda Suriyeliler, tüketici, iş arayan, çalışan ve girişimci olarak ekonomik hayata daha fazla entegre olmuşlardır. Building Markets'ın araştırmasının ortaya koyduğu gibi, Suriyeliler girişimcilik yeteneklerini ve sermayelerini Türkiye'ye taşıyarak ağımızda bulunan ve her biri ortalama yedi kişi istihdam eden 2.800'den fazla KOBİ'yi faaliyete geçirdiler ve bu da Suriyelilere ait olan ve Suriyelileri istihdam eden işletmelerin dayanıklılığının ve toparlanmasının önemini vurguluyor. Building Markets, pandeminin bu girişimcileri nasıl etkilediğini daha iyi anlamak için Türkiye'deki iş ağıyla randomize bir anket yürüttü.

---

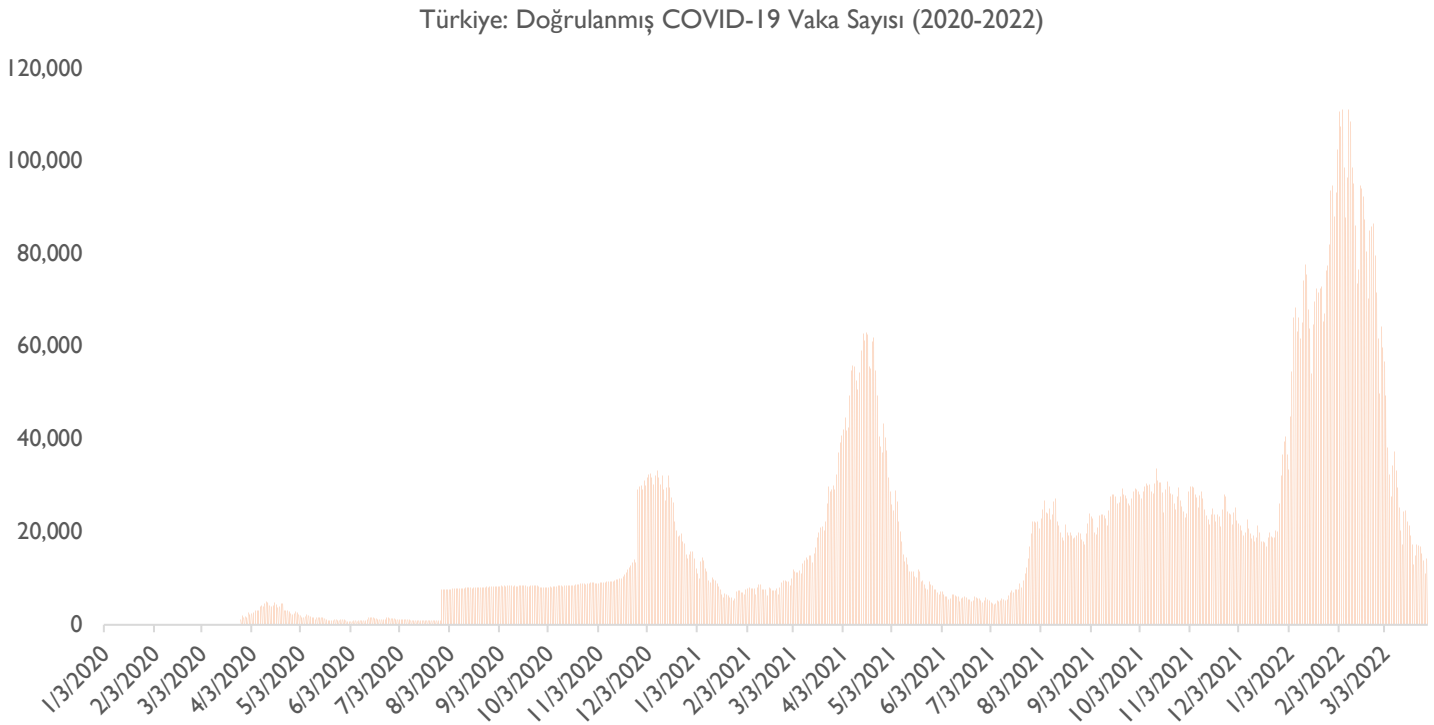
[1] BBC News. 2021. "Covid: Turkey enters first full lockdown." 29 Nisan. https://www.bbc.com/news/world-europe-56912668.
[2] International Trade Center. 2020. "Blog: From shutdown to recovery: unraveling the impact of COVID-19 on small firms." https://intracen.org/news-and-events/news/blog-from-shutdown-to-recovery-unraveling-the-impact-of-covid-19-on-small.
[3] Mart 2022 itibarıyla nüfusun %63,49'u tam doz aşılandı. Bkz.: Johns Hopkins University. 2022. Coronavirus Resource Center. https://coronavirus.jhu.edu/region/turkey.
[4] Cohen, Patricia. 2021. "How Did Turkey's Economy Go So Wrong?" *The New York Times*, 14 Aralık. https://www.nytimes.com/2021/12/14/business/economy/turkey-inflation-economy-lira.html.
[5] Avrupa Komisyonu. 2021. "2021 SME Country Fact Sheet: Turkey." https://ec.europa.eu/neighbourhood-enlargement/system/files/2021-09/turkey_-_sme_fact_sheet_2021.pdf.

Takvim: Türkiye'de COVID-19'la Mücadele[6]

Mart 2020	Aralık 2020	Mart Sonu 2021	Mayıs 2021	Kasım 2021	Mart 2022
• Türkiye'de kayıtlara geçen ilk COVID-19 vakası • İç hat ve dış hat seferlerinin kısıtlanması • Okulların kapatılması • Kısmi sokağa çıkma yasakları ve hafta sonu eve kapanma uygulamaları	Eğitim, yeme-içme ve hizmet sektöründe hizmet veren işletmelerin kapatılması veya faaliyetlerinin sınırlandırılması	• Kısıtlamaların Ramazan ayı için tekrar yürürlüğe konması • Nisan ayı itibarıyla restoranların yalnızca paket servis hizmeti vermesine izin verildi • Ramazan ayında düzenlenen kitlesel etkinliklerin yasaklanması	Eve kapanma uygulamasının kaldırılması	İç hat ve dış hat seferlerinin kısıtlanması	Kapalı ve açık mekanlarda maske takma zorunluluğunun kaldırılması

Haziran 2020	Mart Başı 2020	Nisan 2021	Temmuz 2021	Ocak 2022
Yeniden açılma • İşletmelerin ve okulların yeniden açılması • Turizm için kısıtlamaların hafifletilmesi	Bazı kısıtlamaların hafifletilmesi • Hafta sonu eve kapanma uygulamasının kaldırılması • Bar ve restoranların yarı kapasite ile çalışmak üzere açılmasına izin verilmesi • Okulların kısmen yüz yüze eğitime geçmesi	İlk ülke çapında tam kapanma kararı • Temel alışveriş ve tıbbi yardım gerekleri dışında evde kalma uygulamasına geçilmesi • Şehirler arası seyahatler için ilgili makamlardan onay alma zorunluluğu getirilmesi • Okulların kapatılması • Alkol satışlarının kısıtlanması • Toplu taşıma kapasitesinin sınırlandırılması	Türkiye'nin COVID-19 kısıtlamalarına ve sokağa çıkma yasaklarına son vermesi • Sokağa çıkma yasaklarının son bulması • Toplu taşıma kapasitesindeki sınırlamanın kaldırılması	Aşısı olmayanların pek çok yere girebilmek için PCR testi gösterme zorunluluğunun kaldırılması

[6] Arab News. 2021. "Tourism to Turkey under threat due to rising coronavirus cases." 20 Mart. https://www.arabnews.com/node/1828746/middle-east.; Arab News. 2021. "Turkey reimposes restrictions after sharp rise in infections." 30 Mart. https://www.arabnews.com/node/1834646/middle-east.; BBC News. 2021. "Covid: Turkey enters first full lockdown." 29 Nisan. https://www.bbc.com/news/world-europe-56912668.



Kaynak: Dünya Sağlık Örgütü[7]

[7] Dünya Sağlık Örgütü. 2022. "Türkiye." https://covid19.who.int/region/euro/country/tr.

1.1 COVID-19'un Türkiye'deki KOBİ'ler Üzerindeki Etkisine İlişkin Mevcut Literatür

Hedefler için İş Dünyası platformu[8] COVID-19'un Türk işletmeler üzerindeki etkisini anlamak için Mart 2020 ile Ocak 2021 arasında mikro, küçük ve orta ölçekli işletmelerle bir dizi anket gerçekleştirdi. Pandeminin Türkiye'yi de etkisi altına aldığı Mart 2020'de, ankete katılan 780 şirketin yarısından fazlasının gelirinde %50'nin üzerinde düşüş yaşanmıştı ve işletmelerin %62'si pandemiden "önemli ölçüde etkilendiklerini" söyledi. İşletme büyüklüğüne ve sektöre bağlı olarak çarpıcı farklar oluştu ve daha büyük işletmeler daha az etkilenirken küçük işletmelerde ciddi aksamalar yaşandı.[9]

Hedefler için İş Dünyası, Mart 2020'de işletmelerin %85'inin pandemiden olumsuz etkilendiğini belirttiğini, Mayıs 2020'de bu oranın %78'e düştüğünü tespit etti. Anket ayrıca, Suriyelilere ait işletmelerin pandemiden daha fazla etkilendiğini, Mayıs 2020'de Türkiye'deki tüm işletmelerin %22'sinin, Suriyelilere ait işletmelerinse %38'inin faaliyetlerini tamamen durdurduğunu ortaya koydu.[10]

Haziran 2020'de Türkiye kısıtlamaları gevşetmeye, işletmeleri yeniden açmaya başladı ve vakalarda azalma gözlemledi. Building Markets, Temmuz-Ağustos 2020 arasında işletmelerin pandemiden nasıl etkilendiğini ve kısa vadeli görüşlerini belirlemek için Türkiye ağındaki KOBİ'lerle anket yaptı. Building Markets, ağındaki neredeyse tüm KOBİ'lerin 2020 yazına kadar açık olduğunu tespit etti. Ancak çok sayıda işletme, gelirinde önemli düşüşler yaşadığını ifade etti ve çoğu acilen sermayeye ve başka desteklere ihtiyaç duyuyordu. KOBİ'lerin yalnızca %3,5'i o sıralar dijital eğitim ve araçlara erişimi olduğunu bildirdi ki bu, müşterilere ve pazarlara erişmek için önemli bir fırsatın kaçırılmış olduğu anlamına gelebilir.[11]

Hedefler için İş Dünyası'nın Eylül 2020 ve Ocak 2021'de yaptığı üçüncü[12] ve dördüncü[13] anketler, işletmelerin pandemiden hâlâ büyük ölçüde etkileniyor olduğunu ancak COVID-19'un iş yaşamının düzenli bir parçası haline geldiğini ortaya koydu. Mikro ve küçük ölçekli işletmelerin pandemiden büyük ölçekli kuruluşların etkilendiğinden daha olumsuz şekilde etkilenmeye devam ettiğini tespit etti.[14]

Building Markets tarafından yapılan daha önceki çalışma da dahil olmak üzere, COVID-19'un Türkiye'deki KOBİ'ler üzerindeki etkisi hakkında bugüne kadar yayınlanan çoğu çalışma, pandeminin ilk aylarına veya ilk yılına (2020-2021) odaklanmıştı. Bu rapor ise bunun yerine, virüs endemik hale gelirken ve işletmeler bu yeni gerçeklikle hayata uyum sağlamayı öğrenirken, COVID-19'un iki yıldan uzun süredir devam eden toparlanma evresinde KOBİ'ler üzerindeki etkilerini ele alıyor. Bu rapor, Türkiye'deki Suriyelilere ait KOBİ'lerin ihtiyaçlarını ve yaşadıkları benzersiz zorlukları tanımayı ve Türkiye ekonomisine katkılarını artırmak için toparlanmalarına yardımcı olacak stratejiler belirlemeyi amaçlamaktadır.

---

[8] Hedefler için İş Dünyası Platformu, bir TÜRKONFED, Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı Türkiye ve TÜSİAD işbirliğidir.
[9] Hedefler için İş Dünyası. 2020. "Survey on Impact of COVID-19 on Enterprises and Needs – Turkey." https://www.business4goals.org/wp-content/uploads/2020/04/B4G-Covid-19-survey-ENG.pdf.
[10] Hedefler için İş Dünyası. 2020. "Survey on Impact of COVID-19 on Enterprises in Turkey: Report on Results of Second Survey." https://www.business4goals.org/wp-content/uploads/2020/06/B4G_COVID-19_Second_Survey_Analysis_ENG_Final.pdf.
[11] Building Markets. 2021. *The Impact of COVID-19 on Syrian Businesses in Turkey*. https://buildingmarkets.org/wp-content/uploads/2021/08/building_markets_turkey_covid-19_assessment_210105_compressed-1.pdf.
[12] Hedefler için İş Dünyası. 2020. "Survey on Impact of COVID-19 on Enterprises in Turkey: Report on Results of Third Survey." https://www.business4goals.org/wp-content/uploads/2020/11/B4G-Report-on-Results-of-Third-Survey.pdf.
[13] Hedefler için İş Dünyası. 2021. "Impact of COVID-19 Crisis on Enterprises: Final Report." https://www.business4goals.org/wp-content/uploads/2021/03/B4G_Covid-19-Q4-Survey-Report_ENG.pdf.
[14] Ocak 2021'de, büyük ölçekli işletmelerin %38'ine karşın mikro ölçekli işletmelerin %51'i "yüksek oranda etkilendi".

2. YÖNTEM

Building Markets, salgının girişimcileri nasıl etkilediğini daha iyi anlamak için Temmuz-Ağustos 2020 arasında Türkiye'deki iş ağıyla ilgili randomize bir anket çalışması gerçekleştirdi. Suriyelilere ait 348 işletmeye ilişkin veriler, Building Markets tarafından COVID-19 başlamadan önce toplanan temel verilerle karşılaştırılarak analiz edildi ve bulgular, Ocak 2021'de, COVID-19'un Türkiye'deki Suriyelilere Ait İşletmeler Üzerindeki Etkisi başlıklı raporda yayınlandı.[15]

Building Markets, Ocak 2022'den Mart 2022'ye kadarki süreçte COVID-19 pandemisinin seyrini göz önüne alarak, pandeminin devam eden etkilerini ve işletmelerin toparlanma sürecinden geçerken karşılaştıkları zorlukları ve fırsatları anlamak için 2020'de ulaştığımız işletmelerle yeniden anket yaptı. Telefonla yürütülen anketler Building Markets personeli tarafından KOBİ'nin tercihine göre İngilizce, Arapça ve Türkçe olarak yapıldı. 396 işletmeyi aradık, bunlardan 296'sına ulaştık ve ulaştıklarımızın 276'sı (%93'ü) araştırmaya katılmayı kabul etti.

Bu ankette kullanılan KOBİ anketi, Ocak 2021 raporunda kullanılan orijinal anketin yanı sıra, sürmekte olan COVID-19 pandemisinin değişen doğasını, ticari dijitalleşmeyle ilgili ihtiyaçları ve Türkiye ekonomisindeki fırsat ve zorlukları yansıtan ek soruları içeriyordu. Anket, Building Markets'ın standart işletme doğrulama anketinden türetilen nitel ve nicel sorulardan oluşuyordu. Bu araç, Building Markets'ın birlikte çalıştığı tüm işletmelerle, bu işletmelerin yeteneklerini ve büyüme kısıtlarını anlamak için ilk temas noktası olarak kullanılır ve sonuçta ortaya çıkan profiller rehberde gösterilir. Tipik olarak, iş değişikliklerini ve kuruluşun etkisini ölçmek için altı ay ila bir yıllık aralıklarla yeniden doğrulama yapılır. Bu araştırma için, IGC – Innovations for Poverty Action'ın açık kaynak COVID-19 Ekonomik Etki anketinden[16] ek sorular alındı; diğer sorular ise Building Markets'ın Institut d'Etudes Politiques de Paris (Sciences Po) ve Columbia Üniversitesi bünyesindeki akademik işbirlikçileri ile birlikte tasarlandı.[17]

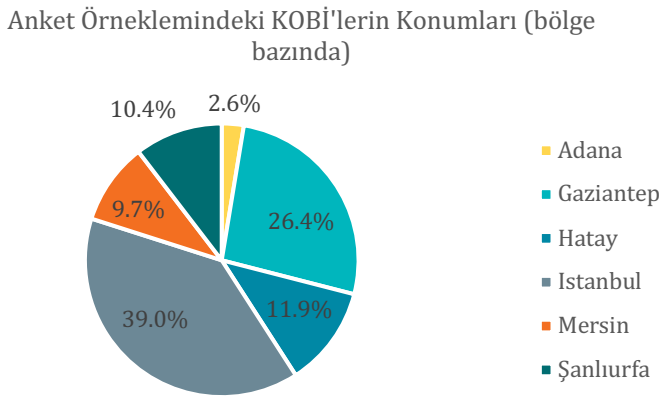
KOBİ anketine ek olarak, Türkiye'de KOBİ gelişimine odaklanan beş yerel paydaş kurumla da nitel kilit bilgi kaynağı görüşmeleri yapıldı. Bu görüşmelerde yöneltilen sorular Ek 2'de bulunmaktadır.

3. BULGULAR – TOPARLANMAYA YÖN VERMEK

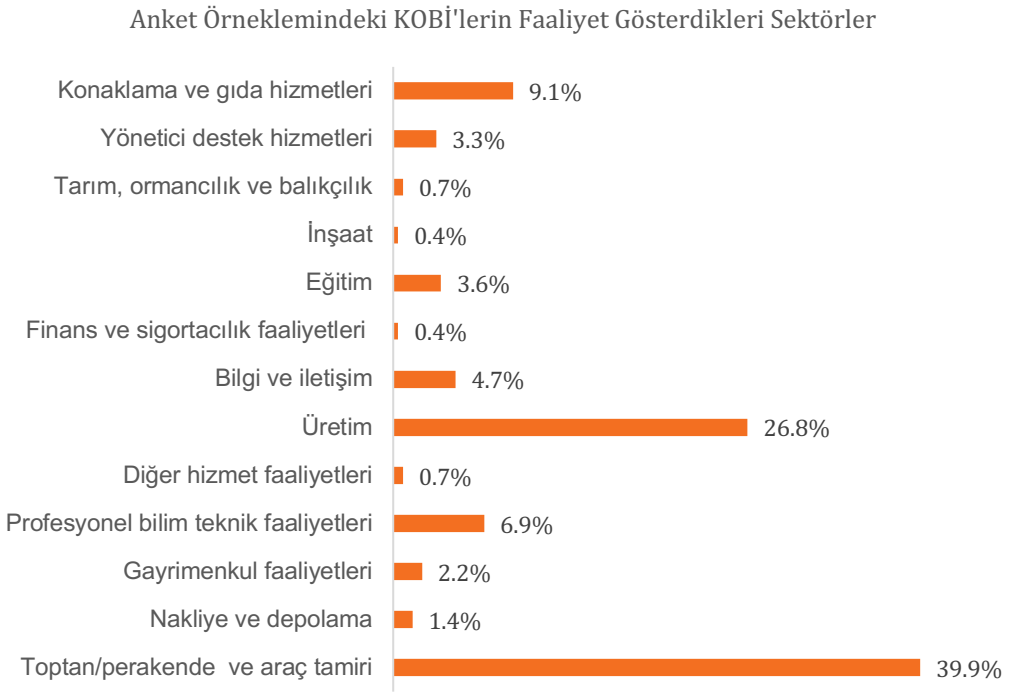
3.1 KOBİ Ağı

Building Markets'ın Türkiye'deki ağı temelde en az bir Suriyeliye veya mülteciye ait olan KOBİ'lerden oluşmaktadır. Ankete katılan 276 KOBİ'nin %97,5'inin Türkiye'de yaşayan Suriyeli veya göçmen olan bir veya daha fazla sahibi var. İşletmeler ayrıca müşteri (%87), distribütör (%69,9), tedarikçi (%66,7) ve yönetici (%81,9) düzeyinde Suriyelilerle etkileşimde bulunmaktadır. Building Markets, Suriyeli mültecilerin yoğun olarak bulunduğu illerdeki pazarlara odaklanmakta, Adana, Ankara, Gaziantep, Hatay, İstanbul, İzmir, Mersin ve Şanlıurfa'da kayıtlı KOBİ'lerle çalışmaktadır. Bu çalışmadaki KOBİ'ler ağırlıklı olarak ülkenin en büyük şehri olan İstanbul'da bulunmaktadır.

[15] Building Markets. 2021. *The Impact of COVID-19 on Syrian Businesses in Turkey*. https://buildingmarkets.org/wp-content/uploads/2021/08/building_markets_turkey_covid-19_assessment_210105_compressed-1.pdf.
[16] Innovations for Poverty Action. 2020. "Introducing the IPA-IGC COVID-19 Economic Impact Surveys". https://www.poverty-action.org/blog/introducing-ipa-igc-covid-19-economic-impact-surveys.
[17] Soruların tam listesi için, bkz. Ek 1.



Örneklemdeki KOBİ'ler toptan/perakende sektöründe yoğunlaşmıştır.[18] Anket örnekleminde yer alan sektör dağılımı, Building Markets'ın bu ülkedeki geniş ağını temsil etmektedir ve belirli bir sektör veya bölgedeki işletmelerin ankete yanıt verme veya pandemide ayakta kalmış olma olasılığının daha yüksek olduğunu göstermez. Örneklemdeki KOBİ'lerin %1'inden azı COVID-19'la ilişkili bir ürün (ör. kişisel koruyucu ekipman, dezenfektan vb.) satmaktadır.



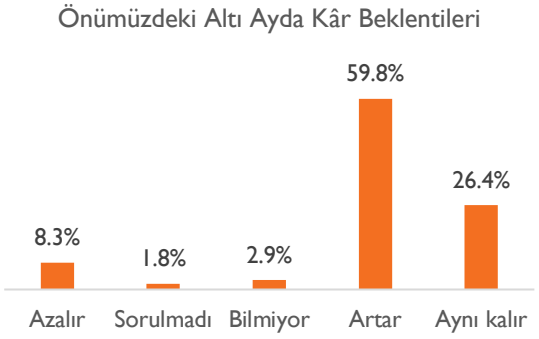
3.2 İşletme Faaliyetleri ve Görüşleri

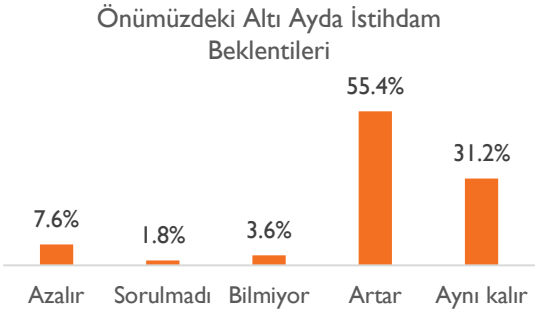
Temmuz ve Ağustos 2020'de Building Markets, COVID-19 karantinalarının hemen ardından işletmelerin %95'inin büyük ölçüde yeniden açıldığını ve orta ve uzun vadeli sürdürülebilirliğin risk altında olduğunu tespit etti. Aynı süreçte, KOBİ'lerin %57'si faaliyete daha ne kadar süre devam edebileceklerinden emin olmadıklarını bildirdi. İlk örneklemdeki 100 işletmeye ulaşılamadığı düşünülürse, bu KOBİ'lerin birçoğunun 2020 ortasında yapılan anket ile 2022 başında yürütülen anket çalışması arasında kalan süreçte kapanmış olmaları olasıdır.

[18] "Araç tamiri" de bu sektöre girse de, bu örneklemdeki işletmeler tarafından verilen hizmetlerden biri değildir.

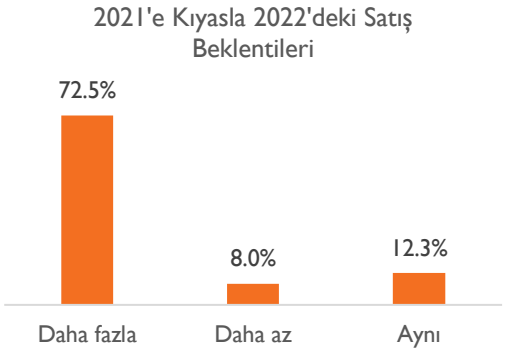
Bu çalışmada, ankete katılım gösteren işletmelerin %90'ı açık kalırken, %3'ü COVID-19 ile ilgili zorluklar nedeniyle kalıcı olarak, %3'ü COVID-19 ile ilgili zorluklar sebebiyle geçici olarak ve %4'ü pandemi ile ilgili olmayan zorluklar sebebiyle geçici veya kalıcı olarak kapatılmıştır.

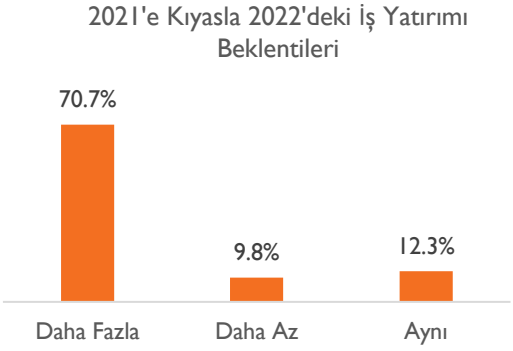
KOBİ'lerin çoğu, şirketlerinin önümüzdeki altı ayına ilişkin olumlu görüşlere sahip. Ankete katılanların %59,8'i şirketlerinin kârının artacağını, %55,4'ü ise ek personel istihdam edeceğini öngörüyordu.





Ayrıca, işletmelerin %72,5'inden fazlası, 2022'de satışlarının 2021'e göre daha çok, yatırımlarının bir önceki yıla göre daha yüksek olacağını düşünüyordu.

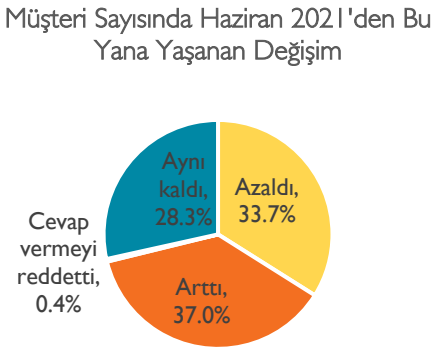


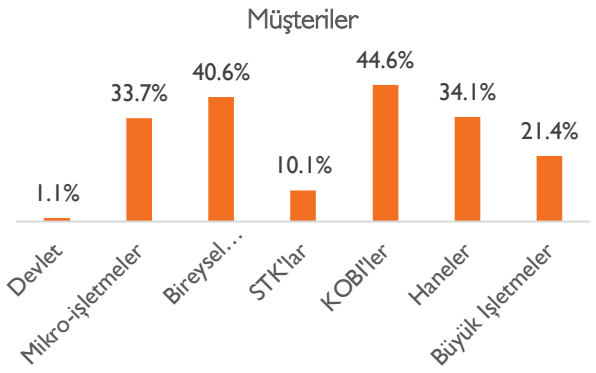


İyimser görüşlerine rağmen KOBİ'lerin sadece %81,5'i tedarikçilerine 30 gün içinde, %13'ü de 60 gün içinde ödeme yapabildi. Bu oranlar, KOBİ'lerin %93,9'unun tedarikçilerine 30 gün içinde ödeme yapabildiğini bildirdiği Temmuz ve Ağustos 2020'ye göre önemli ölçüde düşük. Bu muhtemelen hem mevcut ekonomik krizden hem de pandeminin yarattığı etkilerden kaynaklanıyor. KOBİ'lerle çalışan paydaşlar, işletmelerin nakit sıkıntısını ve işletme maliyetlerini karşılayacak yeterli nakit akışına ulaşamadıklarını dile getirdi. Paydaşlar, KOBİ'lerin pandemi döneminde yaşanan satış kayıpları, kur dalgalanmaları ve ekonomik krizden dolayı yerel talebin baskılanması nedeniyle önemli finansal zorluklarla karşı karşıya kaldıklarını belirttiler. Aynı zamanda, KOBİ'ler için artan enerji fiyatları ve hiperenflasyon sebebiyle operasyonel maliyetler artıyor.

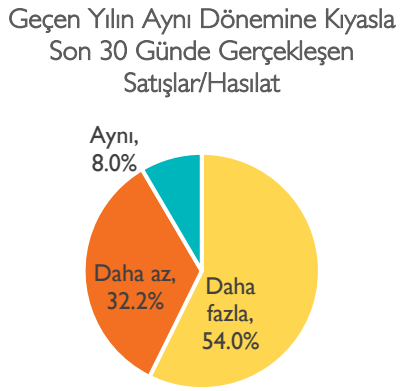
3.3 Müşteriler ve Gelir

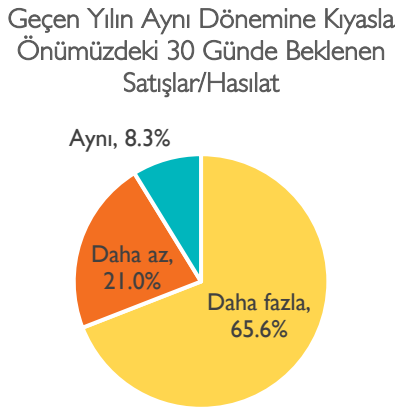
Suriyelilere ait KOBİ'ler, çok çeşitli müşterilere hizmet verdiklerini belirtmişlerdir, ancak ağırlıklı olarak bireysel müşterilere, hanelere, mikro-işletmelere ve KOBİ'lere satış yapmaktadırlar. Bir önceki yıl müşterilerde ve ürünlerde meydana gelen değişiklikler sorulduğunda, pek çok KOBİ'nin tutarlı sayıda müşterisi olduğu (%28,3) veya müşteri sayısında artış yaşadığı (%37) görülmüştür. Bu oranlar, Building Markets'ın 2020'de yürüttüğü, KOBİ'lerin %77'sinin Mart 2020 ile pandemi sonrası toparlanma sürecinde yeni bir aşamaya işaret eden Temmuz-Ağustos 2020 arasında müşteri sayısında düşüş meydana geldiğini belirttiği anketteki verilerden ciddi ölçüde farklıdır.





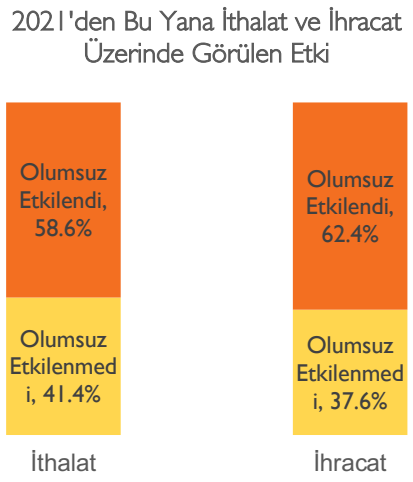
Benzer şekilde, KOBİ'lerin çoğu (%54), geçen yılın aynı dönemine kıyasla son 30 günde daha fazla satış ve daha yüksek gelir bildirdi ve önümüzdeki 30 günde daha da olumlu olacağı yönünde öngörüye sahipti. KOBİ'lerin %65,6'sı geçen yılın aynı dönemine kıyasla önümüzdeki 30 günde daha fazla satış ve daha yüksek gelir beklediğini ifade etti.





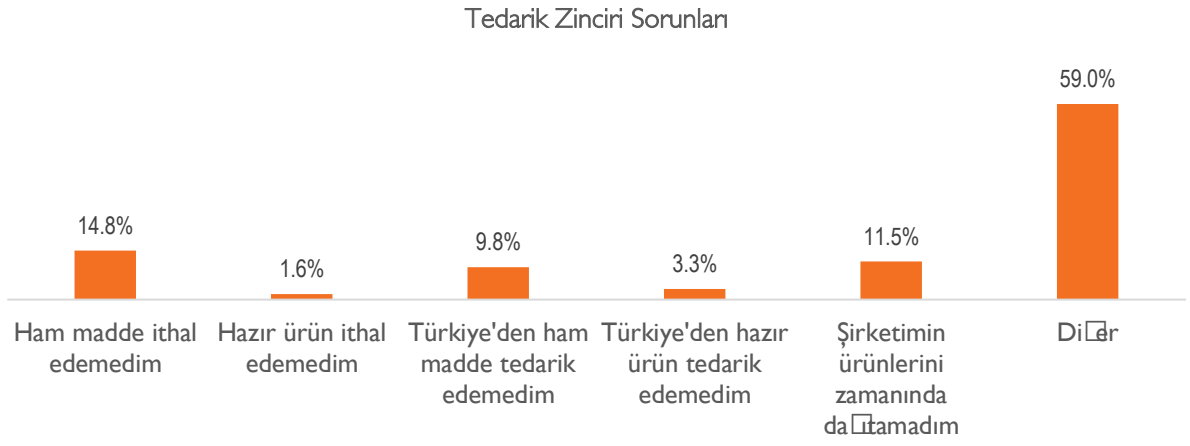
3.4 İthalat, İhracat ve Tedarik Zincirleri

Ankete katılan KOBİ'lerin %89,1'i doğrudan mal ithal etmemekte, %10,5'i ise mal ithal etmektedir. Mal ithal edenlerin çoğu (%58,6) ithalatın 2021'in başından itibaren olumsuz etkilendiğini belirtti. Bu, KOBİ'lerin yalnızca %11,7'sinin ithalatta zorluklar yaşadığını ilettiği 2020 yılından bu yana önemli bir artışa işaret ediyor. KOBİ'ler, ithal mallara olan talebin azalması, teslimat gecikmeleri, nakliye maliyetlerinin artması ve Türk lirasının değer kaybetmesi nedeniyle ithalatlarının olumsuz etkilendiğini bildirmektedir.



Ankete katılan KOBİ'lerin çoğu (%59,4) ürün veya hizmet ihraç etmezken, önemli bir kısmı ise (%39,5) ihracat yapmaktadır. İhracat yapan KOBİ'lerin %62,4'ü, 2021'in başından itibaren ihracatlarının olumsuz etkilendiğini ifade etti. KOBİ'ler ihracatlarının liranın değer kaybetmesi, ihracat pazarlarında azalan talep, uzun teslimat süreleri ve yüksek nakliye maliyetleri nedeniyle olumsuz etkilendiğini belirtti. Buna ek olarak, Suriyelilere ait KOBİ'ler genellikle Arapça konuşulan ülkelere ihracat yapıyor ve işletme sahipleri, Türkiye ile Basra Körfezi, özellikle de Suudi Arabistan arasındaki ihracatın siyasi nedenlerle azaldığını bildirdi. Türkiye şu anda Basra Körfezi ülkeleriyle bölgesel bağları geliştirmeye ve ülke ekonomisini desteklemek için hayati ticari bağlantılarını restore etmeye odaklanmış durumda.[19]

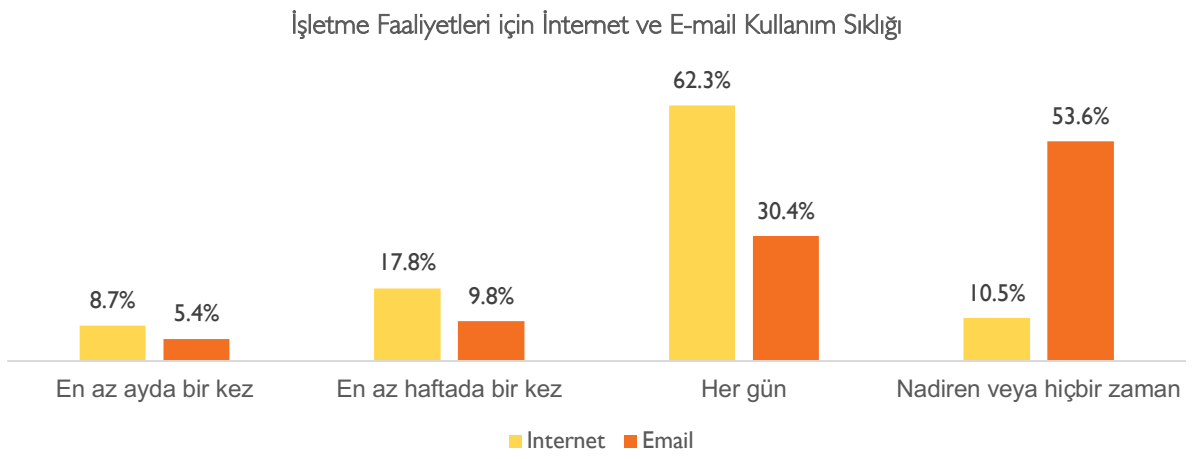
Ankete katılan KOBİ'lerin %18,8'i son 12 ayda işletmelerinin tedarik zincirlerinin olumsuz etkilendiğini belirtirken, %80,1'i olumsuz etkilenmediğini ifade etti. Ayrıca KOBİ'lerin %86,2'si tedarik zincirlerinin önümüzdeki yıl olumsuz etkileneceğini öngörmüyordu. Olumsuz etkilenenlerin %71,2'si ciddi şekilde etkilendiklerini, yani işletmelerinin hizmet vermekte zorlandığını söyledi. İşletmeler, Türkiye'de bulunmayan gerekli ham maddeleri ithal edememekten, ürünlerini zamanında dağıtamamaktan ve ham madde fiyatlarının yüksek olmasından etkilendi.



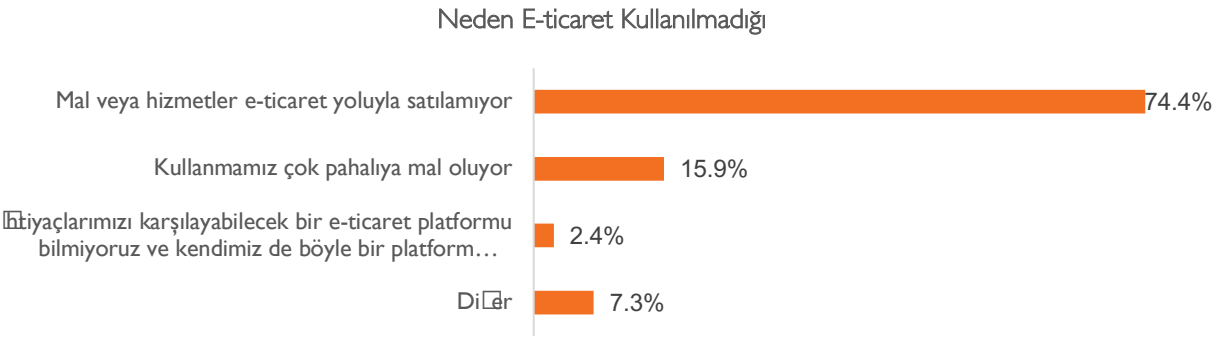
[19] Cook, Steven. 2022. "Why Turkey is Resetting Relations with Saudi Arabia." Dış İlişkiler Konseyi, 4 Mayıs. https://www.cfr.org/in-brief/why-turkey-resetting-relations-saudi-arabia.

3.5 Dijitalleşme

Birçok KOBİ, işletmenin çevrim içi sipariş, araştırma gibi olağan faaliyetlerini yürütmek için düzenli olarak internete ve dijital araçlara; iletişim ve pazarlama için Facebook'a erişim sağlamaktadır. KOBİ'lerin toplamda %62,3'ü her gün, %17,8'i ise haftada en az bir kez internete erişmektedir. KOBİ'ler internete erişmek için hem mobil cihaz ya da telefon (%93) hem de bilgisayar/dizüstü bilgisayar (%46,4) kullanmaktadır. İşletme faaliyetleri için e-posta kullanımı, internet erişimine göre daha az yaygın olup iki uçta seyrediyor; işletmelerin %30,4'ü her gün e-posta kullanırken, %53,6'sı nadiren kullanmakta veya hiç e-posta kullanmamaktadır. E-posta kullanıldığında, alıcılar ve müşterilerle iletişim kurma olasılığı daha yüksektir, ancak katılımcıların %12,7'si personelle iletişim kurmak için e-posta kullanmaktadır.

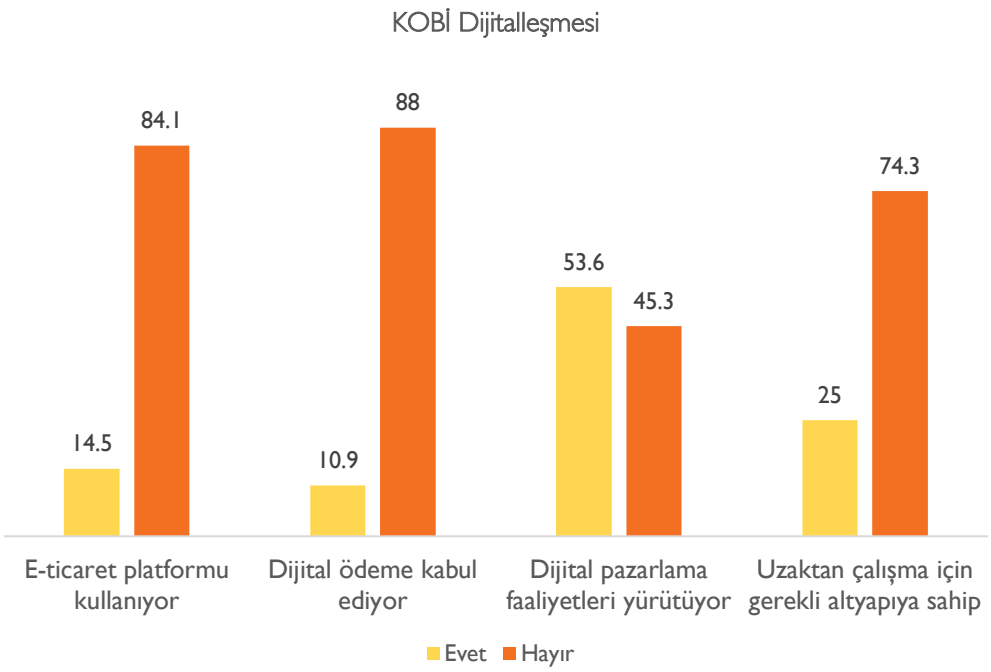


Ankete katılan işletmelerin yaklaşık %15'i satış yapmak için bir e-ticaret platformu kullanırken, çoğunluğu mal ve hizmet satmak için e-ticaret platformu kullanmamaktadır. E-ticaret platformu kullanmayanların çoğu (%74,4) sattıkları mal veya hizmetlerin e-ticaret yoluyla satılamayacağını belirtirken, işletmelerin yaklaşık %16'sı e-ticaretin çok pahalı olduğunu paylaşmıştır. Diğer nedenler arasında KOBİ'lerin, sık dalgalandığı zamanlarda fiyatları çevrim içi yayınlamaktan çekinmeleri, teslimat hizmetlerinin yüksek maliyeti veya yalnızca toptan alıcılarla çalışmaları sayılabilir. Bu araştırma için görüşülen paydaşlar, döviz dalgalanmaları göz önüne alındığında ürünleri fiyatlandırmanın mevcut zorluklarını da vurguladılar ve KOBİ'lerin daha büyük işletmelere kıyasla fiyatlandırmada esneklikten yoksun olduğunu ifade ettiler. Paydaşlar ayrıca işverenlerin ve personelin dijital zorluklarla başa çıkarak mal ve hizmetlerini nasıl sağlayacaklarını ve pazarlayacaklarını anlamaları için daha fazla kapasite geliştirmeye ve eğitime ihtiyaç duyduklarını belirttiler.



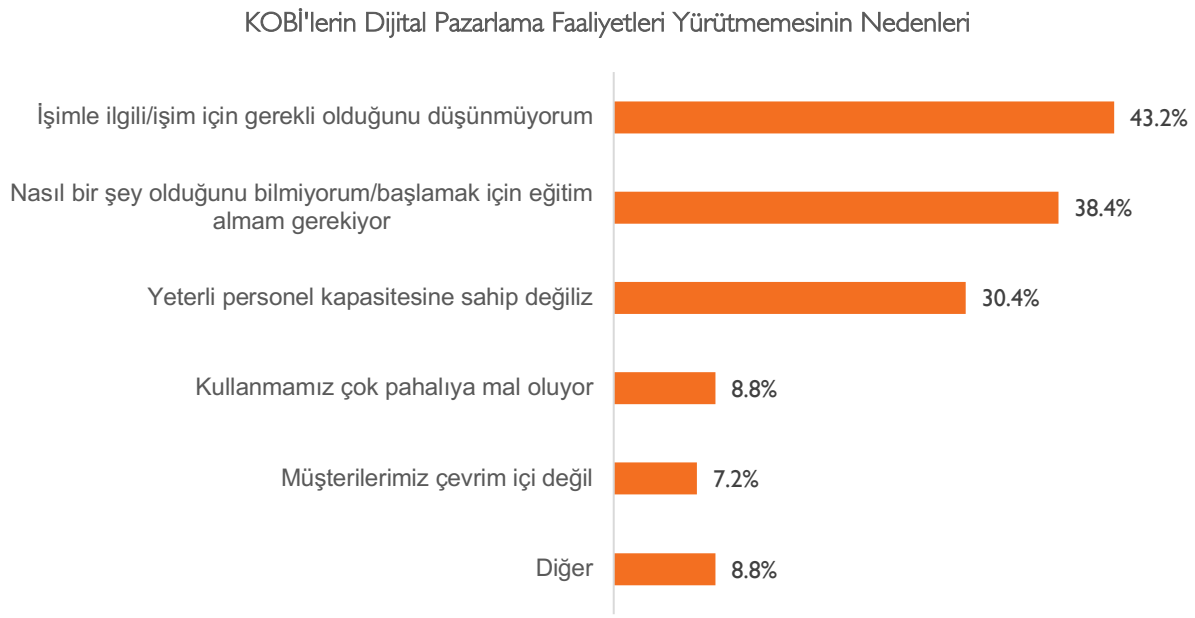
Mal ve hizmet satmak için e-ticaret kullanan işletmelerin %77,5'i COVID-19 pandemisinden önce de bir e-ticaret platformu kullanırken, %22,5'i pandemi sırasında e-ticaret kullanmaya başladı. Pandemi sırasında e-ticaret kullanmaya başlayanlar, pandemi kısıtlamalarına ve müşteri isteklerine uyum sağlamak için başladıklarını paylaştı. E-ticaret kullanan işletmelerin %62,5'i pandeminin başlangıcından bu yana satışlarında artış yaşadı.

Benzer şekilde, KOBİ'lerin ortalama %11'i dijital ödeme kabul ederken, çoğu (%88) kabul etmemektedir. Dijital ödeme kabul edenlerin %83,3'ü bunu pandemiden önce de yaparken, %13.3'ü pandemi başladığından beri oluşan uluslararası ve ülke içi müşteri taleplerini karşılamak için bu uygulamayı başlattı.



E-ticaret ve dijital ödemelerden yararlanan KOBİ'ler azınlıkta olmasına rağmen, ankete katılan KOBİ'lerin çoğu (%53,6) dijital pazarlamayla ilgileniyor ve bu işletmelerin %93,2'si pandemi başlamadan önce de dijital pazarlama ile ilgileniyordu. KOBİ'lerin %6,8'i pandemi başlangıcından sonra dijital pazarlamaya başladı. Pandemi sırasında başlayanlar, daha fazla müşteriye ulaşmak için çevrim içi satışa geçmenin gerekli hale geldiğini belirtti.

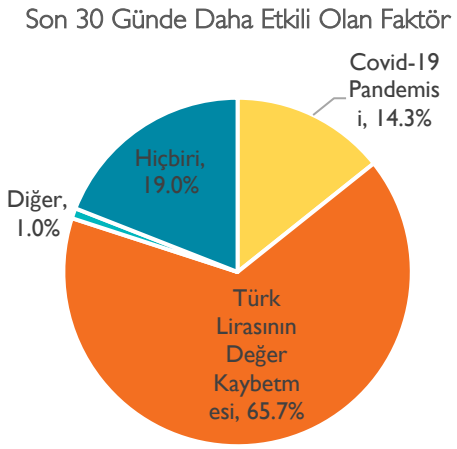
KOBİ'lerin dijital pazarlamaya başlamamalarının temel nedeni, bunun işletmeleri için gerekli veya işletmeleriyle ilgili olmadığına inanmalarıdır (%43,2). KOBİ'ler ayrıca başlamak için eğitim almaya ihtiyaç duyduklarını (%38,4) ve personel kapasitesi eksikliği olduğunu (%30,4) dile getirdiler. Diğerleriyse, çok spesifik müşterileri olduğunu, bu nedenle dijital pazarlamaya ihtiyaç duymadıklarını ifade etti.



KOBİ'lerin çoğunluğu uzaktan çalışma için yeterli altyapıya veya dijital araçlara sahip değil (%74,3); bu altyapıya sahip olanların (%25) yaklaşık %40'ı pandeminin başlangıcından bu yana bunu yapmalarına imkân verecek araçlara kavuşmuştur.

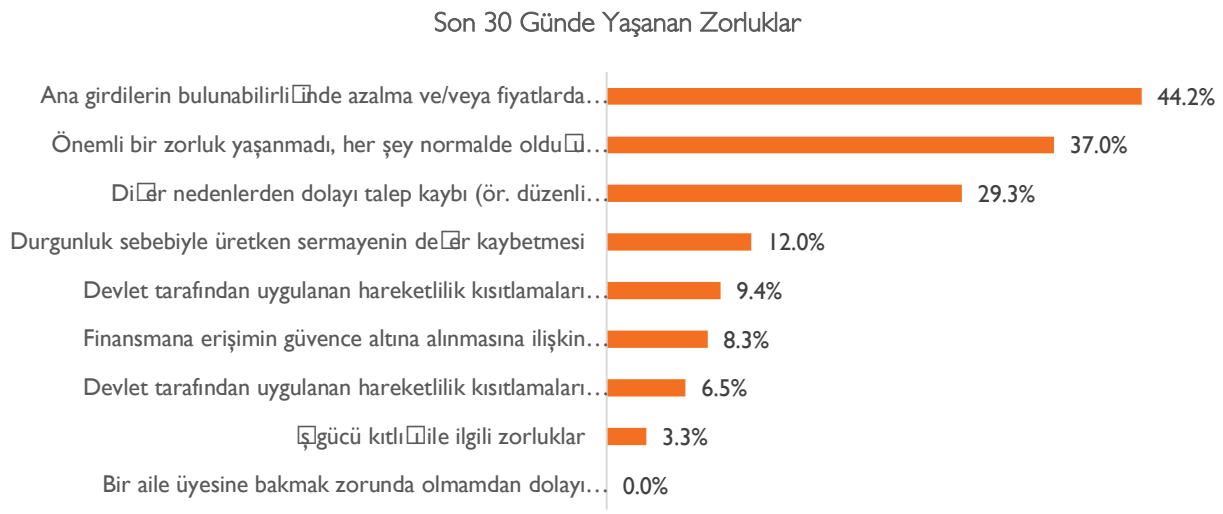
3.6 COVID-19'la Başa Çıkma ve Mevcut Zorluklar

Bu araştırma COVID-19'dan kaynaklanan zorlukları ve pandemiden kurtulma sürecinde KOBİ'lerin neler yaşadığını anlamak için yola çıkmış olsa da, bugün Türkiye'deki işletmelerin önündeki en önemli engelin liranın değer kaybetmesi olduğunu tespit ettik. Benzer şekilde, Hedefler için İş Dünyası, 2021'in başlarında, işletmelerin enflasyonu işletmeleri için en sınırlayıcı faktör olarak bildirdiğini ortaya koydu.[20] İşletmelerin %65'inden fazlası, son 30 gün içinde para krizinin pandemiden daha büyük bir olumsuz etkisi olduğunu söyledi. Yaklaşık %50'si bunun önümüzdeki ay sınırlayıcı bir faktör olmasını öngördüğünü belirtirken, yalnızca %10,5'i önümüzdeki ay pandeminin daha belirgin bir olumsuz etki yaratmasını bekliyor.



İşletmelerinin geçen ay ne tür zorluklarla karşı karşıya kaldığı sorulduğunda, katılımcıların %44,2'si, KOBİ'lerin tedarik zinciri ve ithalat-ihracatla ilgili zorluklarına paralel olarak, fiyatlara ve girdilerin kullanılabilirliğine vurgu yaptı ve %29,3'ü talep kaybını işaret etti. KOBİ'ler, ham madde fiyatlarının arttığı, bunun kendi fiyatlarının da artmasına ve satışların düşmesine neden olduğu gerçeğini dile getirdi. Bazıları da pandemi nedeniyle turizmdeki düşüşün işlerini aksattığını ifade etti. Ankete katılan işletmelerin %37'si özel bir zorluk yaşamadıklarını söyledi.

[20] Hedefler için İş Dünyası. 2021. "Impact of COVID-19 Crisis on Enterprises: Final Report." https://www.business4goals.org/wp-content/uploads/2021/03/B4G_Covid-19-Q4-Survey-Report_ENG.pdf.



İşletmelerin çoğu (%82,2) müşterileriyle fiziksel yakınlığı azaltmak için iş modellerini değiştirmemiştir; ancak %7,6'sı pazarlama, sipariş alma vb. amaçlarla telefon kullanımlarını ve %6,9'u internet, sosyal medya ve dijital platform kullanımlarını artırmıştır. Ancak, katılımcıların yarısından fazlası (%53,3) mal ve hizmetlerine olan talebi sürdürmek için hedef müşterilerini değiştirmiştir.

Son 60 günde, KOBİ'lerin yaklaşık dörtte biri (%24,7) geçimlerini karşılamak için birikimlerinden harcadıklarını, borç aldıklarını veya varlık sattıklarını bildirdi. Bu, KOBİ katılımcıların %71,6'sının son 60 gün içinde yaşam giderlerini karşılamak için birikimlerinden harcamak, borç almak veya varlık satmak zorunda kaldıklarını belirttiği pandeminin erken dönemlerine (2020) kıyasla belirgin bir gelişmeye işaret etti.

Muhammed Enver Kattan, Efkar Design (Gaziantep, Türkiye)

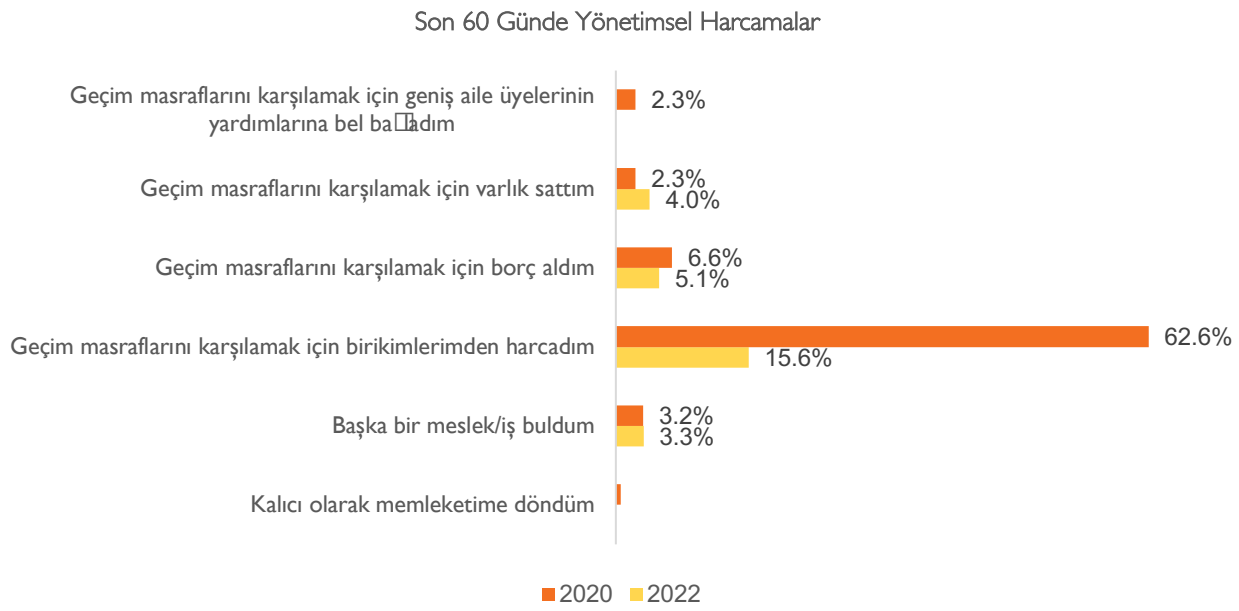
Gaziantep'te bulunan ve bir internet sitesi olan Efkar Design, dekorasyon, reklamcılık, kırtasiye ve daha fazlası için özel seçilmiş parçalardan oluşan geniş bir seçki satıyor.

Mimarlık eğitimi alan Enver Bey, 2018 yılında Türkiye'ye yerleşmiş ve uzmanlık alanındaki pazar fırsatlarını belirlemeye başlamış. Kapsamlı bir araştırma sürecinin ardından Enver Bey, şehirdeki güçlü sanayi sektörü ve işini oradaki Suriyeli topluma açabilmesine olanak tanıması nedeniyle işletmesini Gaziantep'te kurmaya karar vermiş. Gaziantep'te, ambalaj malzemeleri, dekoratif parçalar, duvar saatleri, hediyelik eşyalar, kırtasiye malzemeleri, reklam malzemeleri ve mimari modeller gibi geniş bir ürün yelpazesinin üreticisi, toptancısı ve perakendecisi olarak şirketi Efkar Design için verimli bir zemin bulmuş. Ayrıca 3D baskı ve lazer kesim hizmetleri de sunmaktadır.

Başlangıçta evde faaliyete geçen şirket, COVID-19 salgını başladığında 2020'de resmi olarak kayıt yaptırmış ve fiziki olarak bir mağaza açmış. Enver Bey, "Hüsranla dolu bir dönemdi. Bilinmeyen bir geleceği bekliyorduk ve şirketi geçici olarak kapatmayı düşünüyorduk. Ancak devam etmeye ve pazar trendlerini belirleyip bunlara uyum sağlayarak ve çok segmentli çalışmalarımızdan yararlanarak işimizde esnekliği benimsemeye karar verdik. Örneğin, aynı makineleri ve aynı ham maddeleri kullanarak sınırsız sayıda ürün üretebiliriz." Şirket, dijital ödeme kabul etmeye başladı, teslimat hizmeti sağladı ve iş faaliyetlerini COVID-19 kısıtlamalarına uygun hale getirmek için bir dijital pazarlama stratejisi geliştirdi.

Enver Bey, şimdilerde beş tam zamanlı çalışanıyla şirketin görünürlüğünü artırdıklarını, faaliyetlerini ölçeklendirmelerini ve Gaziantep'teki sanayi bölgesindeki diğer işletmelerle daha fazla rekabet etmelerini sağlayacak uzun vadeli bir yatırım veya krediden yararlanmak için gerekli hazırlıkları yaptıklarını ifade ediyor.

"Building Markets ihale eğitimine katılmak ihale dünyasına girmek için teşvik edici oldu ve farklı sektörlerde birkaç ihaleye başvurduk. Ayrıca ithalat ve ihracat gibi girişimciler için önemli olan birçok konuda eğitimler veren Building Markets online eğitim platformundan da faydalandım."



Ankete katılan KOBİ'lerin küçük bir kısmı (%8,6) pandemi sırasında artan iç talep (%3,6) ve artan uluslararası talep (%2,2) dahil olmak üzere bazı fırsatlar elde ettiklerini veya yeni ürün veya hizmetler tanıttıklarını (%1,4) belirtti. Bazı katılımcılar, çevrim içi satışa geçerek veya çevrim içi hizmetler (ör. çevrim içi kurslar) sağlayarak talebi nasıl artırdıklarını anlatırken, bazılarıysa iş modellerini evden çalışma modeline dönüştürmenin operasyonel maliyetleri azalttığını ifade etti.

Marwan Alhamed, Dizayn Soğuk Hava (Adana, Türkiye)

Adana'da bulunan Dizayn Soğuk Hava, temel olarak klima sistemleri ve diğer soğutma cihazlarının ithalat ve ihracatına odaklanmaktadır.

Bay Alhamed, Türkiye'ye Halep'ten gelmiş. İklimlendirme ve soğutma alanında geniş deneyime sahip olan Bay Alhamed, daha önce Suriye ile iklimlendirme sistemleri, soğutma cihazları, endüstriyel su soğutucuları ve soğuk oda ithalat ve ihracatıyla ilgilenmiş. 2018 yılında Türkiye'de kendi işini kurdu ancak aynı alanda çalışan büyük şirketlerle rekabet etmesi zor olmuş. Ayrıca Türkiye'deki yasalar ve yönetmeliklerle ilgili bilgi eksikliği ve dil engeli ile cebelleşmiş.

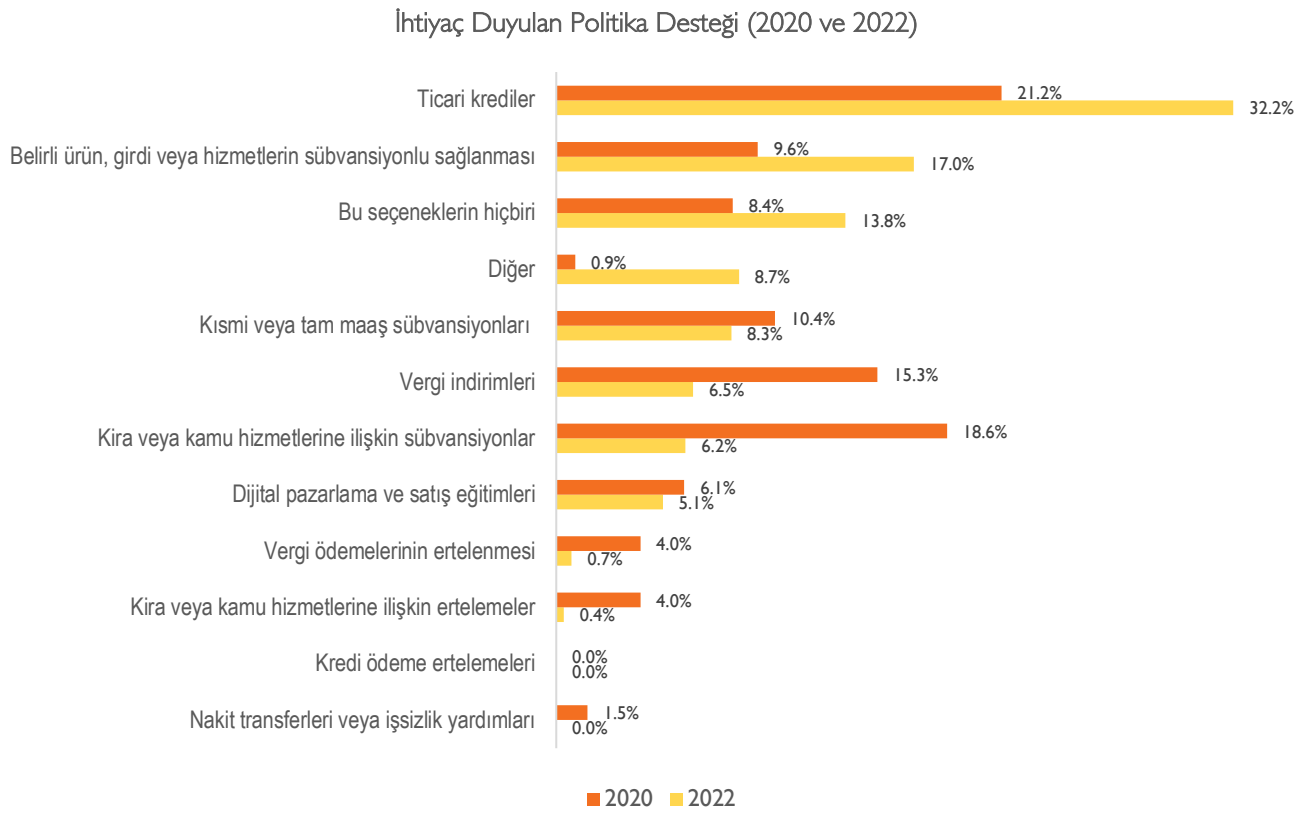
Bu zorlukların üstesinden gelmek için, bu alandaki pratik deneyiminden yararlanmaya odaklanmış ve Building Markets ihale hizmetleri aracılığıyla ihalelere başvurmaya başlamış. Şirket, Suriye'de çalışan bir STK ile, ülke şartlarına uygun benzersiz özelliklerde soğuk odalar tasarlama ve üretme projesi için ihale kazanmayı başardı. Bay Alhamed, Suriye'deki ihtiyaca dayanarak, endüstriyel ve ticari kullanım için büyük buz blokları ve küçük buz küpleri üreten makineler imal etmek amacıyla yeni bir şube açtı.

Türkiye'deki ticari ve endüstriyel fırsatlar sebebiyle şirket, 2020 yılında evaporatör, su soğutma ve kondansör gibi soğutma ekipmanlarının üretimi ve ihracatı için bir tesis açmayı düşünmüş. Ancak COVID-19 salgını ve beraberinde getirilen kısıtlamalar ile Türk lirasının değerindeki dalgalanma işletmeyi olumsuz etkilemiş. İthalat ve nakliye ücretlerinin üç kattan fazla artması işinin ticari yönünü etkilemiş.

Bay Alhamed, 2022'nin daha iyi olacağına inanıyor. Şirket hem uluslararası hem de yerel pazarlara odaklanacak, bir pazarlama planı geliştirecek ve dijital ticaret platformlarından yararlanacak. Bay Alhamed, **"Sahip olduğunuz uzmanlık ve bilgi alanlarına odaklanmalı ve Türkiye'deki tüm fırsatlardan, özellikle küresel pazarlara açık olmasından, yararlanmalısınız"** şeklinde tavsiye veriyor.

3.7. Politikalara İlişkin Görüşler

Esnek finansmana anında erişim, KOBİ'ler için bir önceliktir. KOBİ'lerin %30'undan fazlası (%32,2) COVID-19 krizinde işletmelerini desteklemek için en çok ihtiyaç duyulan politikanın ne olduğu sorulduğunda, iş kredilerine ihtiyaç duyduklarını ifade etti. Bu, KOBİ'lerin %21,2'sinin krediye ihtiyaç duyulduğunu belirttiği 2020'ye göre ciddi bir artış anlamına geliyor. Bu veri, nakit sıkıntısı çeken işletmelerle ilgili olarak paydaşlardan elde edilen bulgularla da örtüşüyor. 2020'ye (%9,6) kıyasla daha fazla KOBİ (%17) sübvansiyonlu ürünlere, girdilere ve hizmetlere ihtiyaç duyduğunu bildirdi. Ancak, ödeme ertelemelerine, kira veya kamu hizmeti sübvansiyonlarına veya vergi indirimlerine, 2020'ye kıyasla daha az ihtiyaç vardı.



KOBİ'ler, işletmelerinin daha verimli bir şekilde faaliyet göstermesine yardımcı olması açısından işletme eğitiminin değeri konusunda iyimserdi ve %55,3'ü işletme eğitiminin değerli olacağını ifade etti. Ankete katılan işletmelerin çoğu satış ve pazarlama (%32,6) ile satın alma ve teklif verme (%12,1) konularında destek almak istedi. KOBİ'ler ayrıca başka konularla birlikte yöneticilik, insan kaynakları, finans yönetimi, e-ticaret, proje yönetimi ve ithalat ve ihracat konularında eğitimlerle ilgiliydiler. Uluslararası işletmelerden, STK'lardan veya devletlerden daha fazla ihale kazanmak için şu alanlarda hizmet ve destek istediklerini bildirdiler: eşleştirme hizmetleri, danışmanlık hizmetleri, teklif verme konusunda destek, ihalelere ve ihracata erişim, çalışanlar için kurslar, müşterilere erişim ve finansmana erişim.

2020'de, pandeminin başlangıcında, salgının ülke ekonomisi üzerindeki etkilerini hafifletmek için KOBİ'lere yönelik çeşitli teşvik paketleri ve destek önlemleri hayata geçirildi. Mart 2020'de açıklanan 15 milyar dolarlık Ekonomik İstikrar Kalkanı programı, işletmelere istihdamı sürdürmeleri için koşullu krediler sağladı ve pandemiden olumsuz etkilenen KOBİ'lere yönelik kredilere öncelik veren Kredi Garanti Fonu'nu artırdı.[21]

[21] Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı, Yatırım Ofisi. tarih yok "COVID-19 Updates and Support". https://www.invest.gov.tr/en/Pages/covid19-updates-support.aspx.

Nisan 2020'de Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği, KOBİ'lere yönelik 859 milyon dolar tutarında bir kredi paketi oluşturmak için özel kredi kuruluşu DenizBank ve Kredi Garanti Fonu ile işbirliği yaptı. Mayıs ve Temmuz 2020 arasında, Avrupa İmar ve Kalkınma Bankası, İslam Kalkınma Bankası ve Asya Altyapı Yatırım Bankası da dahil olmak üzere birçok kalkınma bankası, KOBİ'leri desteklemek için krediler ve politikalar oluşturdu. Eş zamanlı olarak, Türkiye'de devlete ait bir KOBİ geliştirme kuruluşu olan ve girişimcilik inisiyatiflerini destekleyen KOSGEB de kredileri erteledi.[22] Dünya Bankası, özel KOBİ'lerin finansmana erişimini sağlamak için 2024'e kadar 500 milyon dolar[23] ve COVID-19'dan ekonomik olarak etkilenen veya COVID-19'un ekonomik etkisine uyum sağlayan mikro ve küçük işletmeleri desteklemek için 300 milyon dolar sağladı.[24]

Building Markets araştırması, pandemiden etkilenen KOBİ'leri destekleyen önemli devlet fonlarına ve uluslararası fonlara rağmen, çoğu KOBİ'nin desteğe nasıl erişeceğini bilmediğini ortaya koydu. Hedefler için İş Dünyası da Suriyelilere ait işletmelerin %81'inin kısa çalışma ödeneği de dahil olmak üzere teşvik programlarının sunduğu bazı imkanlardan haberdar olmadığını tespit etti.[25] Ankete katılan KOBİ'lerin %80,8'i, işletmelerini desteklemek için oluşturulan herhangi bir devlet programına başvurmamış veya bu programlardan destek almamıştır. Devlet programlarına başvurmayanların %36,3'ü programlardan haberdar olmadığını, %2,7'si ise programlardan destek göreceğini düşünmediğini belirtmiştir. Paydaşlar, bu programların genellikle kulaktan kulağa yayıldığını, bu nedenle Suriyelilere ait KOBİ'lerin iş ağlarının bir parçası olmaması durumunda bu fırsatlardan haberdar olamayabileceklerini ifade ettiler. Ayrıca, dil bariyeri nedeniyle başvurmamış olmaları da mümkündür çünkü örneklemdeki tüm KOBİ'lerin Türkçe bilen bir çalışanı olmaması devlet destek programlarından haberdar olmayı ve bu programlara başvurmayı zorlaştırmaktadır. COVID-19 ile başa çıkmak için devlet yardımına başvuran veya devlet yardımı alanların destek talep ettiği temel başlıklar maaş veya kira/kamu hizmeti sübvansiyonlarıydı. Birkaç katılımcı fon için başvurduğunu ancak başarılı olamadıklarını bildirdi.

[22] OECD. 2020. *Coronavirus (COVID-19): SME Policy Responses*. https://read.oecd-ilibrary.org/view/?ref=119_119680-di6h3qgi4x&title=Covid-19_SME_Policy_Responses.
[23] Dünya Bankası. 2020. "Emergency Firm Support Project." https://projects.worldbank.org/en/projects-operations/project-detail/P174112.
[24] Dünya Bankası. 2021. "Turkey Rapid Support for Micro and Small Enterprises during the COVID-19 crisis." https://projects.worldbank.org/en/projects-operations/document-detail/P174144?type=projects.
[25] Hedefler için İş Dünyası. 2020-2021. "Survey on Impact of COVID-19 on Enterprises and Needs – Turkey." https://www.business4goals.org/en/publications/.

Ghazvan Khudari, Gıdabest (Mersin, Türkiye)

Mersin'de bulunan Gıdabest, çeşitli yüksek kaliteli dondurulmuş gıda ürünleri üretmektedir.

Bay Khudari, 2014 yılında Suriye'den Türkiye'ye taşınmadan önce kamu sektöründe bilgi teknolojileri (BT) alanında sözleşmeli olarak çalışmış ve su ve elektrik şirketleri için otomasyon yazılım sistemleri uygulamış. Türkiye'ye geldiğinde meyve ve sebze ticaretinde çalışmaya başlamış ve işletmesi ile ilgili fikri kök salmış. Bu proje için pazar araştırması ve ekonomik fizibilite çalışması yürütmüş ve 2018'de patates kızartması, patates cipsi, kuru yemiş ve patates unun da aralarında bulunduğu çeşitli yüksek kaliteli dondurulmuş gıda ürünleri üretmek için bir iş kurmuş. Önceleri Türkiye'de yerel pazara satış yapan firma, kısa sürede Irak, Suriye, Ukrayna, Libya gibi birçok ülkeye ihracat yapmaya başlamış.

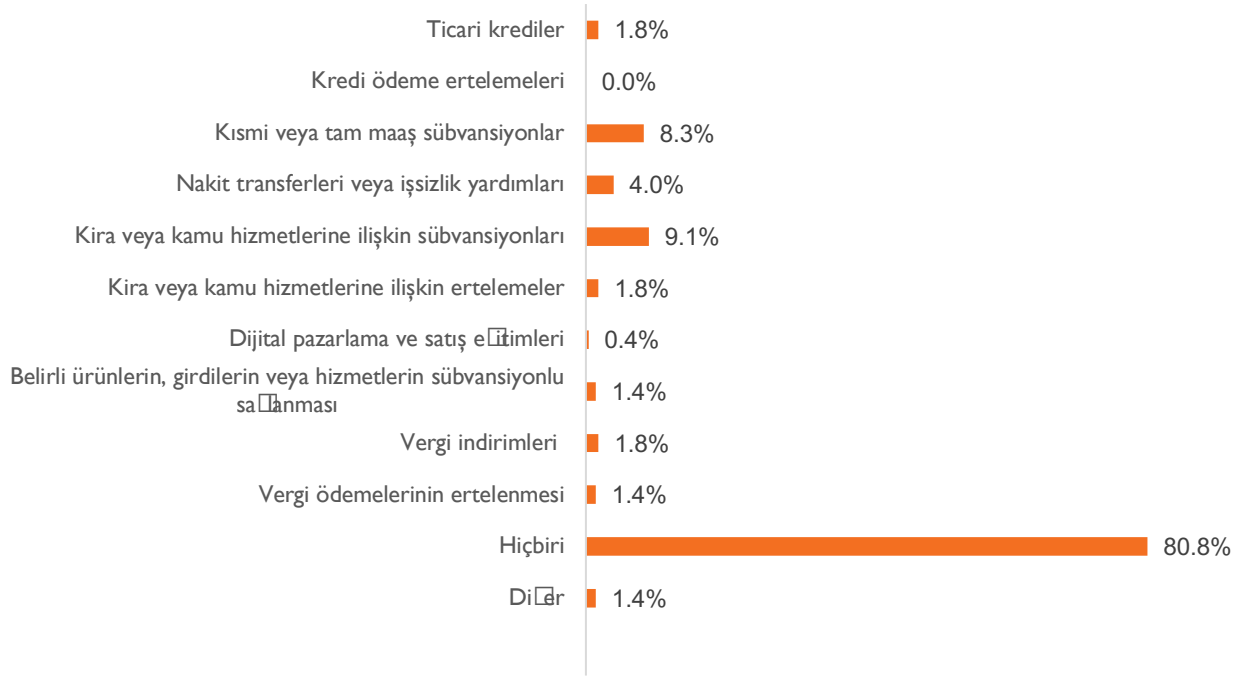
Pandemi başlayana kadar işler iyi gidiyormuş. Gıdabest, olağanüstü hızla artan nakliye maliyetleri ve uygun nakliye konteynırları bulmaktaki zorluklar nedeniyle fiyatlarını artırmak zorunda kalmış ve bu da talebin düşmesine neden olmuş. Buna Türkiye pazarındaki daha büyük şirketlerle rekabet etmenin zorluğu da eklenmiş.

Kredi alamayan Bay Khudari, işini kendi kendine finanse etmeye başlamış, ancak 20'nin üzerinde çalışanının maaşını ve sosyal güvenlik primini ödemek ekonomik bir zorluk halini almış. Ürünlerini satmak için Rusya ve Moldova gibi yeni pazarlar bulmaya çalışmış ancak farklı ülkelerin getirdiği kısıtlamalar ve yüksek nakliye ücretleri bunu zorlaştırmış.

Bay Khudari'nin dediği gibi, **"Building Markets hizmetleri değerlidir, özellikle uzman mentorlarla yapılan danışma oturumları ve şirketin geniş çapta yeni alıcılarla bağlantı kurmasını sağlayan ihale ve ihracat talepleri dağıtım hizmeti. Fakat bizim için zorluklar daha da büyüktü, bu yüzden işletmemiz şimdilerde kapanmak üzere."**

Gıda işletmesi başarılı olsun ya da olmasın, Bay Khudari tutkusunu kaybetmedi. Yakın zamanda BT alanında yeni bir şirket kurdu ve şu anda çeşitli sözleşmelerle farklı ülkelerden şirketlerle çalışıyor.

COVID-19 ile Başa Çıkmak için Devlet Yardımına Başvurma veya Devlet Yardım Alma



4. SONUÇ ve ÖNERİLER

Bu çalışma, Building Markets ağındaki KOBİ'lerin, COVID-19'un ardından toparlanma döneminde, pandeminin erken evrelerine kıyasla daha olumlu görüşler sunmalarına rağmen, Türkiye'deki ekonomik kriz göz önüne alındığında yeni zorluklarla karşılaştıklarını göstermektedir. KOBİ'ler, artan fiyatlar, daha yüksek maliyetli girdiler ile ithalat ve ihracat zorlukları ile enflasyonun etkisini tecrübe ediyor. KOBİ'ler, dijital eğitim ve araçlara erişim, tedarik kapasitesinin artırılması, satış ve pazarlamanın iyileştirilmesi ve finans ve işletme kredilerine erişim de dahil olmak üzere çeşitli ihtiyaçları olduğundan bahsediyor.

Bu araştırma, tüm işletmelerin COVID-19'dan etkilendiğini ortaya koydu. Suriyeli işletmeler, Türklere ait KOBİ'lerin deneyimlerine benzer deneyimler dile getirmektedir. Ancak, kriz sırasında artan rekabet dezavantajları da göz önünde alındığında, Suriyelilere ait şirketler ek zorluklarla karşı karşıyadır. Bu zorluklar arasında, mevcut sermaye eksikliği, destek programlarına erişimi sınırlayan bilgi boşlukları ve dil bariyerleri, ticaret ve tedarik zincirlerindeki aksaklıklar ve dijital kaynakları kapsamayan operasyonel modeller bulunmaktadır. Öte yandan, Suriyelilere ait KOBİ'ler, zorlukların üstesinden gelme kapasiteleri, sürekli ekonomiye katılımları ve Türkiye ekonomisine yapmaya devam edebilecekleri olağanüstü katkılar dahil olmak üzere çeşitli şekillerde dayanıklılıklarını da gösteriyorlar.

Aşağıdaki öneriler, mülteci ve ev sahibi toplulukların işletmelerinin dayanıklılığını ve büyümesini sağlamayı, nihayetinde herkes için kapsayıcı büyümeyi teşvik etmek üzere istihdam ve gelir yaratmayı amaçlamaktadır.

BAĞIŞÇILARA VE FİNANSÖRLERE ÖNERİLER:

Tüm KOBİ'lere finansal destek sağlayın – Esnek finansmana anında erişim, KOBİ'ler için bir önceliktir. KOBİ'ler birikimlerini işletme maliyetlerini karşılamak için harcadılar ve şu anda nakit sıkıntısı çekiyorlar. KOBİ'lerin yüksek bir yüzdeye tekabül eden kısmı (%32) işletme kredilerine ihtiyaç duyduklarını, ancak geleneksel kredilere erişimde zorluk

yaşadıklarını bildirdi. Paydaşlar, KOBİ'leri finansman başvurusunda bulunmak için ihtiyaç duyulan bilgi gereksinimlerini karşılamaya hazırlamak ve uygun maliyetli finansman ağlarına entegre etmek için çalışabilirler. Finansörler, yatırım portföylerini çeşitlendirdiği ve yerel KOBİ'lere kıyasla Arapça konuşulan ülkelere ihracat yapma potansiyeli daha yüksek olan bir grup işletmeye erişim sunduğu için Suriyeli KOBİ'lerle çalışarak fayda sağlayabilirler.

Tüm KOBİ'lerin teşviklere erişmesini sağlayın – Ankete katılan KOBİ'lerin %80,8'i işletmelerini desteklemek için herhangi bir devlet programına başvurmamış veya bu programlardan destek almamıştır. Suriyelilere ait işletmelerin çoğu, dil bariyeri veya uygun personel eksikliği sebebiyle, bu teşviklerden haberdar değil veya bu teşvikleri takip edebilecek becerilere sahip değil. Paydaşlar, KOBİ'lerin programlarla ilgili farkındalığını artırarak, kendi çalışma dillerinde bilgiye erişmelerine yardımcı olarak ve başvuru için tavsiye ve destek sağlayarak bu fırsatlara erişmelerine yardımcı olabilir.

Dijitalleşme için teknik destek sağlayın – Bazı KOBİ'er, COVID-19 salgını süresince dijital kapasitelerini genişletirken, birçoğu bu trendden yararlanmak ve etkili bir şekilde dijitalleşmeye geçmek için gerekli kapasiteye veya donanımlı personele sahip değildi. Eğitim ve araçlara erişimleri olsa KOBİ'lerin çok daha yüksek bir yüzdeye tekabül eden kısmı dijital dönüşümden yarar sağlayabilir. Paydaşlar, KOBİ'lerin yeni piyasa koşullarına uyum sağlamasına yardımcı olmak için dijitalleşme desteğine öncelik vermelidir.

KOBİ'LERE ÖNERİ:

Alternatif finansman kaynaklarına erişin – KOBİ'ler ayrıca kitlesel fonlama gibi alternatif finansman kaynaklarına yönelebilir ve işletmeleri için devlet teşvikleri arayabilirler. KOBİ'ler, ya kendi kendilerine ya da piyasada bulunan, özellikle başvurularda KOBİ'lere yardımcı olan danışmanlık şirketleri aracılığıyla bu devlet teşviklerini takip etmeye öncelik vermelidirler.

Dijital dayatmayı fırsata çevirin – Bazı paydaşlar KOBİ'lerin yeni piyasa koşullarına uyum sağlamasına yardımcı olmak için dijitalleşme desteği vermeye başlıyor veya buna öncelik verdi; ayrıca, günümüzde küçük işletmeleri desteklemek için ücretsiz ve halka açık bazı hizmetler de mevcut. Benzer şekilde Building Markets, çevrim içi öğrenme, sınıf içi eğitim ve bire bir koçluk da dahil olmak üzere çeşitli dijitalleşme yolları sunuyor. KOBİ'ler, mevcut eğitim ve araçlardan yararlanarak dijital dönüşümden fayda sağlayabilirler. KOBİ'ler, bu hizmetler aracılığıyla dijitalleşmeye dahil olmak için ortak bir çaba göstermelidirler.

Yeni pazarlar arayın – KOBİ'lerin büyük işletmelere, devletlere ve STK'lara satış yapması daha az yaygın olmaya devam ediyor. Bu, yeni pazarlara ve müşterilere ulaşmak için bir fırsat anlamına geliyor. Bunu yapmak, ihale bilgilerine kolay ve düzenli erişim ve ihalelere nasıl yanıt verileceği konusunda eğitim gerektirir. Building Markets, ihale dağıtım hizmeti ve eğitim sunar ve KOBİ'ler bu hizmetlerden ücretsiz olarak yararlanabilirler. KOBİ'ler, ihaleleri takip etmeye ve potansiyel müşterilerini genişletme konusuyla daha fazla ilgilenmeye teşvik edilir. Türkiye'deki zor ekonomik durum ve Türk lirası kurunun dalgalılığı nedeniyle daha istikrarlı bir gelir elde etmek için ihracat pazarlarına yönelmeye de öncelik vermelidirler.

EK 1: KOBİ ANKETİ

Soru Metni	Cevap Stili/Seçenekleri
Bölüm 1: Görüşme Ayrıntıları	
İşletmeye özgü kimlik numarasını girin	metin
Ticari isim	metin
Görüşmeyi yapan Building Markets personelinin tam adını girin	metin
Görüşmenin yapıldığı tarih	tarih
İşletme ile irtibata geçilebildi mi?	ÇSS (Evet/Hayır)
Hayır ise neden?	ÇSS (Telefon düşmedi, Telefona cevap verilmedi, Telefon numarası görüşülmek istenen kişiye ait değildi, Diğer)
Diğer ise lütfen açıklayın	metin
Bölüm 2: Görüşme Doğrulama	
Ankete Katılım için Rıza Beyanı: Building Markets'ın verilerinizi bütünlüklü bir grup içinde (bunu özellikle belirtmeden) analiz etmesine ve pazardaki işletmeler hakkında genel bir rapor yayınlamasına olanak tanıyacak olan bu ankete katılmak için rızanız gereklidir. Katılmayı reddetmekte veya herhangi bir şeyden rahatsızlık duyarsanız dilediğiniz kısmı atlamakta özgürsünüz. Katılımınızı onaylıyor musunuz?	ÇSS (Evet/Hayır)
Görüşülen kişinin adı	metin
Görüşülen kişinin işletme veya kuruluştaki pozisyonu	ÇSS (Sahibi, Yöneticisi, Çalışanı, Diğer)
Görüşülen kişinin birincil telefon numarası	sayı
Görüşülen kişinin birincil e-posta adresi	e-posta adresi
Bölüm 3: İş Durumu	
İşletmenizin mevcut durumu nedir?	ÇSS ("Devlet yetkisiyle geçici olarak kapatıldı, COVID-19 salgınıyla ilgili zorluklar nedeniyle geçici olarak kapatıldı, COVID-19 salgınıyla ilgili zorluklar nedeniyle kalıcı olarak kapatıldı, COVID-19 salgınıyla ilgili olmayan faktörler nedeniyle geçici veya kalıcı olarak kapatıldı, İşletme açık, Bilmiyor)
Kapatıldıysa, ne zaman kapatıldı?	tarih
Kapatıldıysa, ne zaman yeniden faaliyete geçmesini umuyorsunuz?	tarih
Kapatıldıysa, yeni bir iş kurdunuz mu?	ÇSS (Evet/Hayır)
İşletmeniz açıksa, mevcut koşullarda işletmenizi ne kadar süre daha açık tutabileceğinizi düşünüyorsunuz?	ÇSS (2 haftadan az, 2 ila 4 hafta arası, 1 ila 2 ay arası, 2 ila 6 ay arası, 6 aydan fazla, Bilmiyorum (belirsiz))
Bölüm 4: İstihdam	
Son 30 gün içinde, koronavirüs/COVID-19 salgını ve salgınla ilgili kısıtlamalar nedeniyle çalışanlarınızdan kaçı aşağıdakilerden herhangi birini tecrübe etti?:	
Geçici olarak işten çıkarma/işin askıya alınması (ücret almadan)	sayı
Kalıcı olarak işten çıkarma/işin askıya alınması (ücret almadan)	sayı
İşten elde edilen kazançta düşüş veya ücret ödemesinde gecikmeler	sayı
Bölüm 5: Müşteriler ve Ürünler	
Aşağıdaki kuruluş türlerinden hangileri alıcılarınızı/müşterilerinizi tanımlar?:	
Müşterileriniz Devletler mi?	ÇSS (Evet, Hayır, Bilmiyor)

Müşterileriniz Mikro-işletmeler mi?	ÇSS (Evet, Hayır, Bilmiyor)
Müşterileriniz Bireysel Müşteriler mi?	ÇSS (Evet, Hayır, Bilmiyor)
Müşterileriniz STK'lar mı?	ÇSS (Evet, Hayır, Bilmiyor)
Müşterileriniz KOBİ'ler mi?	ÇSS (Evet, Hayır, Bilmiyor)
Müşterileriniz Haneler mi?	ÇSS (Evet, Hayır, Bilmiyor)
Müşterileriniz Büyük İşletmeler mi?	ÇSS (Evet, Hayır, Bilmiyor)
Lütfen varsa bunlar dışındaki alıcı/müşteri türlerini listeleyin.	metin
Haziran 2021'den bu yana toplam müşteri sayısının arttığını mı, azaldığını mı yoksa aynı kaldığını mı ifade ederdiniz?	ÇSS (Arttı, azaldı, aynı kaldı)
Tipik olarak, işletmenizin tedarikçilerine ödeme yapması ne kadar sürer?	ÇSS (30 gün içinde, 60 gün içinde, 90 gün içinde, 90 günden uzun)
Haziran 2021'den bu yana bu sürenin arttığını mı, azaldığını mı, yoksa aynı kaldığını mı ifade ederdiniz?	ÇSS (Arttı, azaldı, aynı kaldı)
Şu anda en çok satan ürününüz/hizmetiniz nedir?	metin
COVID-19'la ilgili herhangi bir ürün (kişisel koruyucu ekipman, dezenfektan vb.) satıyor musunuz?	ÇSS (Evet, Hayır, Bilmiyor)
Evet ise lütfen bu ürünleri listeleyin.	metin
Bölüm 6: Gelir ve Kazançlar	
Son 30 gündeki satışlarınız/hasılatınız, geçen yılın aynı dönemindeki satışlarınıza/hasılatınıza göre daha mı yüksek, daha mı düşük?	ÇSS (Daha Yüksek, Daha Düşük)
Satışlarınızın/hasılatınızın, geçen yılın aynı dönemindeki satışlarınıza/hasılatınıza kıyasla önümüzdeki 30 gün içinde daha yüksek mi, daha düşük mü olacağını öngörüyorsunuz?	ÇSS (Daha Yüksek, Daha Düşük)
Bölüm 7: İthalat	
İşletmeniz doğrudan mal ithal ediyor mu?	ÇSS (Evet, Hayır, Bilmiyor, Cevap vermeyi reddediyor, Sorulmadı)
2021 başından itibaren ithalatınız olumsuz etkilendi mi?	ÇSS (Evet, Hayır, Bilmiyor, Cevap vermeyi reddediyor, Sorulmadı)
Evet ise nasıl?	metin
Bölüm 8: İhracat	
İşletmeniz ürün veya hizmet ihraç ediyor mu?	ÇSS (Evet, Hayır, Bilmiyor, Cevap vermeyi reddediyor, Sorulmadı)
2021 başından itibaren ihracatınız olumsuz etkilendi mi?	ÇSS (Evet, Hayır, Bilmiyor, Cevap vermeyi reddediyor, Sorulmadı)
Evet ise nasıl?	metin
Bölüm 9: Tedarik Zincirleri	
Son 12 ayda işletmenizin tedarik zinciri olumsuz etkilendi mi?	ÇSS (Evet, Hayır, Bilmiyor, Cevap vermeyi reddediyor, Sorulmadı)
Evet ise nasıl?	metin
Diğer ise lütfen açıklayın	metin
Evet ise işletmeniz üzerindeki etkisini, 1 "işletme faaliyetleri minimum düzeyde etkilendi" ve 5 "işletme faaliyet gösteremedi" anlamına gelecek şekilde ölçekte 1 ile 5 arasında puanlayın.	ÇSS (1, 2, 3, 4, 5)
İşletmeniz azalan arzla nasıl başa çıktı?	metin
Önümüzdeki yıl tedarik zincirlerinizin olumsuz etkileneceğini öngörüyor musunuz?	ÇSS (Evet, Hayır, Bilmiyor, Cevap vermeyi reddediyor, Sorulmadı)
Evet ise işletmeniz üzerinde yaratması beklenen etkiyi, 1 "işletme faaliyetleri minimum düzeyde etkilenmiştir" ve 5 "işletme faaliyetleri önemli ölçüde etkilenmiştir" anlamına gelecek şekilde ölçekte 1 ile 5 arasında puanlayın.	ÇSS (1, 2, 3, 4, 5)
Bölüm 10: Dijitalleşme	

İşletme faaliyetleri için internete ne sıklıkla giriyorsunuz (ör. çevrim içi sipariş, araştırma, Skype, Facebook)?	ÇSS (Her gün, Haftada en az bir kez, Ayda en az bir kez, nadiren veya hiçbir zaman, Bilmiyor, cevap vermeyi reddediyor, sorulmadı)
İnternete hangi cihaz(lar)dan giriyorsunuz?	ÇSS (Bilgisayar veya Dizüstü Bilgisayar, Telefon veya Mobil Cihaz, Tablet, Bilmiyor, cevap vermeyi reddediyor, sorulmadı)
E-postanızı işletme faaliyetleri için ne sıklıkla kullanıyorsunuz?	ÇSS (Her gün, Haftada en az bir kez, Ayda en az bir kez, nadiren veya hiçbir zaman, Bilmiyor, cevap vermeyi reddediyor, sorulmadı)
E-posta ile kimlerle iletişim kuruyorsunuz?	ÇSS (Yerli alıcılar konumundaki işletmeler, Uluslararası alıcılar konumundaki işletmeler, Yerli bireysel müşteriler, Uluslararası bireysel müşteriler, İşletme personeli, Diğer, Bilmiyor, cevap vermeyi reddediyor, sorulmadı)
İşletmeniz satış yapmak için bir e-ticaret platformu kullanıyor mu?	ÇSS (Evet, Hayır, Bilmiyor, Cevap vermeyi reddediyor, Sorulmadı)
Hayır ise neden? [uygun olan tüm seçenekleri işaretleyin]	ÇSS (Mal veya hizmetler e-ticaret yoluyla satılamıyor, Kullanmamız çok pahalıya mal oluyor Platformların nasıl çalıştığı hakkında yeterince bilgimiz yok, Yeterli personel kapasitesine sahip değiliz, İhtiyaçlarımızı karşılayabilecek bir e-ticaret platformu bilmiyoruz ve kendimiz de böyle bir platform geliştiremiyoruz, Diğer)
Diğer ise lütfen açıklayın	metin
Evet ise işletmeniz COVID-19 pandemisinden önce bir e-ticaret platformu kullanıyor muydu?	ÇSS (Evet, Hayır, Bilmiyor, Cevap vermeyi reddediyor, Sorulmadı)
Evet ise pandemi başladığından bu yana e-ticaret kanalıyla satışlarınız arttı mı?	ÇSS (Evet, Hayır, Bilmiyor, Cevap vermeyi reddediyor, Sorulmadı)
Hayır ise e-ticarete başlamaya nasıl karar verdiniz?	metin
İşletmeniz dijital ödeme kabul ediyor mu?	ÇSS (Evet, Hayır, Bilmiyor, Cevap vermeyi reddediyor, Sorulmadı)
Evet ise işletmeniz COVID-19 pandemisinden önce dijital ödeme kabul ediyor muydu?	ÇSS (Evet, Hayır, Bilmiyor, Cevap vermeyi reddediyor, Sorulmadı)
Hayır ise şimdi dijital ödeme kabul etmenize ne sebep oldu?	metin
İşletmeniz dijital pazarlama faaliyetleri yürütüyor mu?	ÇSS (Evet, Hayır, Bilmiyor, Cevap vermeyi reddediyor, Sorulmadı)
Hayır ise neden? [uygun olan tüm seçenekleri işaretleyin]	ÇSS (İşimle ilgili/işim için gerekli olduğunu düşünmüyorum, Nasıl bir şey olduğunu bilmiyorum/başlamak için eğitim almam gerekiyor, Yeterli personel kapasitesine sahip değiliz, Kullanmamız çok pahalıya mal oluyor, Müşterilerimiz çevrim içi değil, Diğer)
Diğer ise lütfen açıklayın	metin
Evet ise işletmeniz COVID-19 pandemisinden önce dijital pazarlama faaliyetleri yürütüyor muydu?	ÇSS (Evet, Hayır, Bilmiyor, Cevap vermeyi reddediyor, Sorulmadı)
Hayır ise şimdi dijital pazarlamaya faaliyetlerine başlamanıza ne sebep oldu?	metin
E-ticaret faaliyetlerinizi ve dijital varlığınızı nasıl geliştireceğiniz konusunda bir uzmandan yardım almak ister misiniz?	ÇSS (Evet, Hayır, Bilmiyor, Cevap vermeyi reddediyor, Sorulmadı)
Evet ise Building Markets'ın dijitalleşme için sunduğu eğitim ve mentorluk kaynaklarından kısaca bahsedin.	
İşletmenizin altyapısı ve dijital araçları uzaktan çalışma için elverişli mi?	ÇSS (Evet, Hayır, Bilmiyor, Cevap vermeyi reddediyor, Sorulmadı)
Evet ise pandemiden önce de böyle miydi?	ÇSS (Evet, Hayır, Bilmiyor, Cevap vermeyi reddediyor, Sorulmadı)
Bölüm 11: Suriyelilerle İlişkiler	
Lütfen işletmenizin Suriyelilerle nasıl ilişki kurduğunu seçin	ÇSS (Müşteriler, Distribütörler, Tedarikçiler, Yöneticiler, Diğer)
Diğer ise lütfen belirtin	metin
Suriyeli İşletme Sahiplerinin Sayısı (yoksa sıfır şeklinde cevap verin)	sayı

Suriyeli Tam Zamanlı Çalışan Sayısı (yoksa sıfır şeklinde cevap verin)	sayı
Suriyeli Yarı Zamanlı Çalışan Sayısı (yoksa sıfır şeklinde cevap verin)	sayı
Suriyeli çalışanlar için Çalışma İzni alma deneyiminiz nasıldı? (işletmenin Suriyeli çalışanı yoksa atlayın)	metin
Bölüm 12: COVID-19 ile Baş Etme	
Son 30 gün içinde, işletmeniz üzerinde daha büyük olumsuz etkisi olan salgın mı, liranın değeri mi?	ÇSS (COVID-19 Pandemisi, Liranın Değer Kaybetmesi, Bilmiyor, Diğer, Hiçbiri)
Önümüzdeki 30 gün içinde, işletmeniz üzerinde pandeminin mi yoksa liranın değer kaybetmesinin mi daha büyük olumsuz etki yaratacağını öngörüyorsunuz?	ÇSS (COVID-19 Pandemisi, Liranın Değer Kaybetmesi, Bilmiyor, Diğer, Hiçbiri)
Nasıl olduğunu açıklayın	metin
İşletmeniz son 30 gün içinde koronavirüs/COVID-19 salgını ve salgınla ilgili kısıtlamalar nedeniyle aşağıdaki zorluklardan herhangi biriyle karşılaştı mı? [uygun olan tüm seçenekleri işaretleyin]	ÇSS (Devlet tarafından uygulanan hareketlilik kısıtlamaları nedeniyle müşterilere erişmede yaşanan zorluklar, Diğer nedenlerden dolayı talep kaybı (ör. düzenli müşterilerin ürün ve hizmetlerimizi satın almaya artık gücü yetmiyor veya düzenli müşteriler siparişlerini iptal ettiler), Devlet tarafından uygulanan hareketlilik kısıtlamaları nedeniyle tedarikçilere erişmede yaşanan zorluklar, Ana girdilerin bulunabilirliğinde azalma ve/veya fiyatlarda artış, Devlet tarafından getirilen hareketlilik kısıtlamalarından kaynaklanan çalışan devamsızlığı ile ilgili zorluklar, Diğer nedenlerden kaynaklanan çalışan devamsızlığı ile ilgili zorluklar (ör. çalışanların hasta olması veya çocuklarına bakacak kimsenin olmaması), Finansmana erişimin güvence altına alınmasına ilişkin zorluklar (ör. bankalar veya yatırım fonu kurumlarının kapalı olması veya sınırlı kapasitede çalışması), Bir aile üyesine (ör. çocuklar, hasta akrabalar vb.) bakmak zorunda olmamdan kaynaklanan işletmemle ilgili zorluklar, Durgunluk sebebiyle üretken sermayenin değer kaybetmesi, Önemli bir zorluk yaşanmadı, her şey normalde olduğu şekilde devam etti)
İşletmeniz, müşterilerle doğrudan fiziksel yakınlığı azaltmak için iş modelini değiştirdi mi?	ÇSS (Pazarlama, sipariş verme vb. için telefon kullanımı, İnternet kullanımı, çevrim içi sosyal medya, özel uygulamalar veya dijital platformlar, Anahtarlamalı ürün, Diğer, Değişiklik Yaşanmadı)
Diğer ise lütfen belirtin	metin
İşletmeniz krize başka bir şekilde uyum sağladı mı?	ÇSS (Taleple ilgili: satış yaptığımız özneler değişti, Üretim: yeni mal üretilmeye/satılmaya başlandı, Finans: COVID ile ilgili fonlara başvuruldu)
Nasıl olduğunu açıklayın	metin
Son 60 gün içinde aşağıdakilerden herhangi birini yapmak zorunda kaldınız mı? [uygun olan tüm seçenekleri işaretleyin]	ÇSS (Geçici olarak memleketime döndüm, Kalıcı olarak memleketime döndüm, Başka bir meslek/iş buldum, Geçim masraflarını karşılamak için birikimlerimden harcadım, Geçim masraflarını karşılamak için borç aldım, Geçim masraflarını karşılamak için varlık sattım, Geçim masraflarını karşılamak için geniş aile üyelerinin yardımlarına bel bağladım, Geçimimi sağlamak için kısıtlama önlemlerini ihlal ettim, Hiçbiri)
Sizinki gibi işletmeleri destekleyen herhangi bir devlet programına başvurdunuz mu veya şu anda böyle bir destek alıyor musunuz? [uygun olan tüm seçenekleri işaretleyin]	ÇSS (Ticari krediler, Kredi ödeme ertelemeleri, Kısmi veya tam maaş sübvansiyonlar, Nakit transferleri veya işsizlik yardımları, Kira veya kamu hizmetlerine ilişkin sübvansiyonları, Kira veya kamu hizmetlerine ilişkin ertelemeler, Dijital pazarlama ve satış için eğitimler, Belirli ürünlerin, girdilerin veya hizmetlerin sübvansiyonlu sağlanması, Vergi indirimleri, Vergi ödemelerinin ertelenmesi, Herhangi bir programa başvurmadım)
Diğer ise lütfen belirtin	metin
Neden hiçbir devlet programına başvurmadınız?	ÇSS (Bu tür programlardan haberim yok, İnternet/akıllı telefon gerektiriyor ve bende yok, Başvursam bile bu

	programlardan destek alacağımı sanmıyorum, Bu programlara başvurmak için rüşvet ödemem gerekecek, Diğer)
Diğer ise lütfen belirtin	metin
COVID-19'un bir sonucu olarak şirketiniz aşağıda bahsi geçen fırsatlardan herhangi birini tecrübe etti mi? [uygun olan tüm seçenekleri işaretleyin]	ÇSS (İç talepte artış, Uluslararası talepte artış, Yeni ürün veya hizmetlerin tanıtılması, Yeni bir teslimat şekli sunulması, Hızlandırılmış iş iyileştirmeleri, İşletme için her zamanki gibi güvenli finansman, Büyüme için güvenli finansman, Kalifiye çalışanları elde tutma/işe alma becerisinde artış, Diğer, Hiçbiri)
Diğer ise lütfen açıklayın	metin
Evet ise COVID-19 salgınının şirketinizi olumlu yönde nasıl etkilediğine dair bir örnek verebilir misiniz?	metin
Bölüm 13: Görüşler	
Önümüzdeki altı ay içinde şirketinizin kârının artmasını mı, azalmasını mı, aynı kalmasını mı öngörüyorsunuz?	ÇSS (Artar, azalır, aynı kalır, bilmiyor, sorulmadı, cevap vermeyi reddediyor)
Önümüzdeki altı ay içinde şirketinizin istihdam ettiği kişi sayısının artmasını mı, azalmasını mı, aynı kalmasını mı öngörüyorsunuz?	ÇSS (Artar, azalır, aynı kalır, bilmiyor, sorulmadı, cevap vermeyi reddediyor)
Önümüzdeki 6 ay içinde, koronavirüs/COVID-19 salgını ve salgınla ilgili kısıtlamalar nedeniyle kaç çalışanınızın aşağıdakilerden herhangi birini tecrübe edeceğini öngörüyorsunuz?:	
Geçici olarak işten çıkarma/işin askıya alınması (ücret almadan)	sayı
Kalıcı olarak işten çıkarma/işin askıya alınması (ücret almadan)	sayı
İşten elde edilen kazançta düşüş veya ücret ödemesinde gecikmeler	sayı
2022'de işletmenizin toplam satışlarının 2021'e kıyasla daha yüksek olmasını mı, daha düşük olmasını mı bekliyorsunuz?	ÇSS (Daha Yüksek, Daha Düşük)
2022'de işletmenizin toplam yatırımının 2021'e kıyasla daha yüksek olmasını mı, daha düşük olmasını mı bekliyorsunuz?	ÇSS (Daha Yüksek, Daha Düşük)
Covid-19/koronavirüs veya ilgili kısıtlamalar nedeniyle önümüzdeki iki hafta içinde aşağıdakilerden herhangi birini yapmanız gerekeceğini düşünüyor musunuz? [Uygun olan tüm seçenekleri işaretleyin]	ÇSS (Geçici olarak memleketime döndüm, Kalıcı olarak memleketime döndüm, Başka bir meslek/iş buldum, Geçim masraflarını karşılamak için birikimlerimden harcadım, Geçim masraflarını karşılamak için borç aldım, Geçim masraflarını karşılamak için varlık sattım, Geçim masraflarını karşılamak için geniş aile üyelerinin yardımlarına bel bağladım, Geçimimi sağlamak için kısıtlama önlemlerini ihlal ettim, Hiçbiri)
Bölüm 14: Building Markets aktiviteleri ve politikalara ilişkin görüşler	
Hangi tür hizmetler işletmenizin uluslararası işletmeler, STK'lar veya Devlet ile daha fazla ihale kazanmasına en çok yardımcı olur?	metin
İşletme eğitimlerinin işinizi daha verimli bir şekilde yürütmenize yardımcı olabileceğini düşünüyor musunuz?	ÇSS (Evet, Hayır, Bilmiyor, Sorulmadı, Cevap vermeyi reddediyor)
Hangi eğitim seansı daha çok ilginizi çeker?	Building Markets'ın kapsamlı eğitim tekliflerini paylaşın
Diğer ise lütfen belirtin	metin
COVID-19 krizinde işletmenizi desteklemek için en çok ihtiyaç duyacağınız politika ne olurdu?	ÇSS (Ticari krediler, Kredi ödeme ertelemeleri, Kısmi veya tam maaş sübvansiyonları, Nakit transferleri veya işsizlik yardımları, Kira veya kamu hizmetlerine ilişkin sübvansiyonlar, Kira veya kamu hizmetlerine ilişkin ertelemeler, Dijital pazarlama ve satış için eğitimler, Belirli ürünlerin, girdilerin veya hizmetlerin sübvansiyonlu sağlanması, Vergi indirimleri, Vergi ödemelerinin ertelenmesi)
Diğer ise lütfen belirtin	metin
Bölüm 15: Görüşülen Kişiye Yöneltilecek Soruların Sonu	
Görüşmeci olarak yorumlarınızı girmek için bu alanı kullanın.	metin

EK 2: PAYDAŞLARLA YAPILAN GÖRÜŞMELERDE YÖNELTİLEN SORULAR

1. Görüşme Tarihi
2. Görüşmecinin Adı
3. Kuruluş Adı
4. Paydaş Türü
5. Bu kuruluş ülkede ne kadar süredir faaliyet göstermektedir?
6a. STK ise kuruluşun misyonu nedir? (Kısaca)
6b. Kamu sektörü veya özel sektör ise lütfen işletme/devlet faaliyetlerini kısaca açıklayın.
7. Adı (Görüşülen Kişinin)
8. Soyadı (Görüşülen Kişinin)
9. Titr/Unvanı (Görüşülen Kişinin)
10. İş Unvanı/Pozisyonu (Görüşülen Kişinin)
11. E-posta (Görüşülen Kişinin)
12. Telefon (Görüşülen Kişinin)
13. Cinsiyet (Görüşülen Kişinin)
14. GM Adresi (Merkez Ofis)
15. Şehir/Kasaba (Merkez Ofis)
16. Ülke (Merkez Ofis)
17. Sizce yerel işletmelerin COVID-19 nedeniyle karşılaştığı en büyük zorluklar nelerdir?
18. COVID-19'dan en çok hangi sektör veya endüstri etkilendi?
19. Pandemi sırasında en dirençli olan veya en iyi uyum sağlayabilen sektör veya endüstri hangisidir?
20. İthalat pandemiden nasıl etkilendi?
21. İhracat pandemiden nasıl etkilendi?
22. Yerel tedarik/yerelden satın alma nasıl etkilendi?
23. Pandemi KOBİ'ler için yeni fırsatlar yarattı mı? Evet ise lütfen detaylandırın.
24. Pandeminin ardından toparlanma sürecinde hangi sektörler veya endüstriler iyi gidiyor?
25. Kuruluşunuz bu ülkedeki KOBİ'leri destekliyor ise nasıl destekliyor?
26. Sizce pandeminin başından bu yana KOBİ'lere destek sağlamanın zorlukları nelerdir?
27. COVID-19'la ilgili olarak KOBİ'ler tarafından en çok ne tür desteğe ihtiyaç duyulmaktadır?
28. Ülkedeki KOBİ'ler bu desteğe erişebiliyor mu? Hayır ise lütfen detaylandırın. Evet ise bu desteği kim sağlıyor?
29. Kuruluşunuz/işletmeniz mültecilerle çalışıyor mu?
30. Evet ise - ülkedeki mülteci topluluğunu nasıl destekliyorsunuz?
31. Mültecilerin iş dünyası, Covid-19 pandemisinden genel nüfusa göre daha şiddetli şekilde mi etkilendi?
32. Evet ise karşılaşılan bazı özel zorluklar nelerdir?

EK 3: ÖNE ÇIKAN ŞİRKETLER

1. Efkar Design (Gaziantep, Türkiye) https://buildingmarkets.org/listings/efkar-design/
2. Gıdabest (Mersin, Türkiye) https://buildingmarkets.org/listings/gidabest/
3. Dizayn Soğuk Hava (Adana, Türkiye) https://buildingmarkets.org/listings/dizayn-soguk-hava/

EK 4: KAYNAKÇA

Arab News. 2021. "Tourism to Turkey under threat due to rising coronavirus cases." 20 Mart. https://www.arabnews.com/node/1828746/middle-east.

Arab News. 2021. "Turkey reimposes restrictions after sharp rise in infections." 30 Mart. https://www.arabnews.com/node/1834646/middle-east.

BBC News. 2021. "Covid: Turkey enters first full lockdown." 29 Nisan. https://www.bbc.com/news/world-europe-56912668.

Hedefler için İş Dünyası. 2020. "Survey on Impact of COVID-19 on Enterprises and Needs – Turkey." https://www.business4goals.org/wp-content/uploads/2020/04/B4G-Covid-19-survey-ENG.pdf.

Hedefler için İş Dünyası. 2020. "Survey on Impact of COVID-19 on Enterprises in Turkey: Report on Results of Second Survey." https://www.business4goals.org/wp-content/uploads/2020/06/B4G_COVID-19_Second_Survey_Analysis_ENG_Final.pdf.

Hedefler için İş Dünyası. 2020. "Survey on Impact of COVID-19 on Enterprises in Turkey: Report on Results of Third Survey." https://www.business4goals.org/wp-content/uploads/2020/11/B4G-Report-on-Results-of-Third-Survey.pdf.

Hedefler için İş Dünyası. 2021. "Impact of COVID-19 Crisis on Enterprises: Final Report." https://www.business4goals.org/wp-content/uploads/2021/03/B4G_Covid-19-Q4-Survey-Report_ENG.pdf.

Building Markets. 2021. The Impact of COVID-19 on Syrian Businesses in Turkey. https://buildingmarkets.org/wp-content/uploads/2021/08/building_markets_turkey_covid-19_assessment_210105_compressed-1.pdf.

Cohen, Patricia. 2021. "How Did Turkey's Economy Go So Wrong?" The New York Times, 14 Aralık. https://www.nytimes.com/2021/12/14/business/economy/turkey-inflation-economy-lira.html.

Cook, Steven. 2022. "Why Turkey is Resetting Relations with Saudi Arabia." Dış İlişkiler Konseyi, 4 Mayıs. https://www.cfr.org/in-brief/why-turkey-resetting-relations-saudi-arabia.

Avrupa Komisyonu. 2021. "2021 SME Country Fact Sheet: Turkey." https://ec.europa.eu/neighbourhood-enlargement/system/files/2021-09/turkey_-_sme_fact_sheet_2021.pdf.

Innovations for Poverty Action. 2020. "Introducing the IPA-IGC COVID-19 Economic Impact Surveys". https://www.poverty-action.org/blog/introducing-ipa-igc-covid-19-economic-impact-surveys.

International Trade Center. 2020. "Blog: From shutdown to recovery: unraveling the impact of COVID-19 on small firms." https://intracen.org/news-and-events/news/blog-from-shutdown-to-recovery-unraveling-the-impact-of-covid-19-on-small.

Johns Hopkins University. 2022. Coronavirus Resource Center. https://coronavirus.jhu.edu/region/turkey.

OECD. 2020. Coronavirus (COVID-19): SME Policy Responses. https://read.oecd-ilibrary.org/view/?ref=119_119680-di6h3qgi4x&title=Covid-19_SME_Policy_Responses.

Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı, Yatırım Ofisi. tarih yok "COVID-19 Updates and Support". https://www.invest.gov.tr/en/Pages/covid19-updates-support.aspx.

Dünya Bankası. 2020. "Emergency Firm Support Project." https://projects.worldbank.org/en/projects-operations/project-detail/P174112.

Dünya Bankası. 2021. "Turkey Rapid Support for Micro and Small Enterprises during the COVID-19 crisis." https://projects.worldbank.org/en/projects-operations/document-detail/P174144?type=projects.

Dünya Sağlık Örgütü. 2022. "Türkiye." https://covid19.who.int/region/euro/country/tr.