



سلسلة "What Works"

أفضل الممارسات في التوجيه للشركات الصغيرة والمتوسطة

يونيو 2023

Building Markets



Building Markets
Small **Business.** Big **Impact.**

تمهيد وشكر

Building Markets هي منظمة غير ربحية تطلق العنان للقوة التحولية للشركات الصغيرة لمواجهة التحديات الاجتماعية الملحة من خلال دفع خلق فرص العمل والنمو الشامل. تأسست في عام 2004، تبحث المنظمة وتبني وتربط الشركات المحلية الصغيرة والمتوسطة الحجم بسلاسل التوريد والاستثمار. باستخدام هذا النموذج، دعمت Building Markets أكثر من 26.700 شركة صغيرة ومتوسطة، وساعدت هذه الشركات في الفوز بعقود بقيمة 1.36 مليار دولار، وقروض بقيمة 21 مليون دولار، وساعدت في خلق أكثر من 23.500 فرصة عمل في أسواق متنوعة مثل الأردن وميانمار وأفغانستان وليبيريا وهايتي.

قدمت منظمة Building Markets في تركيا خدمات تطوير سبل العيش والأعمال المستدامة للشركات الصغيرة والمتوسطة في مجتمعات اللاجئين والمجتمعات المضيفة منذ عام 2018. يعتبر التأثير طويل المدى ودعم سبل عيش مجتمع اللاجئين وأفاق التنمية الاقتصادية ذو أهمية حيوية من منظور الحفاظ على المساهمات الاقتصادية للاجئين وزيادتها في الاقتصاد التركي وتحسين الاندماج الاجتماعي. تحقيقاً لهذه الغاية، تشارك Building Markets في عملية التحسين المستمر، بما في ذلك اختبار الحلول المبتكرة لمراقبة وتقييم خدمات برامجها.

تعتبر خدمات التوجيه والإرشاد في نموذج برنامج "إيجاد-بناء-ربط" ضرورية في Building Markets. طورت Building Markets في نيسان 2020، سلسلة جديدة من الجلسات الفردية والجماعية. ومنذ إطلاقها، تم تقديم هذه السلسلة إلى ما يقرب من 500 شركة صغيرة ومتوسطة مملوكة للاجئين السوريين والمجتمع التركي المضيف. في عام 2022، تعاقدت منظمة Building Markets مع Trust Consultancy and (Trust) Development لإجراء تقييم خارجي لخدمات التوجيه والإرشاد التي تقدمها. تعرض هذه اللوحة العامة نتائج التقييم الذي تم إجراؤه من خلال مقابلة ما يقرب من 150 ممثلاً عن الشركات الصغيرة والمتوسطة التي شاركت في خدمات التوجيه والإرشاد من نيسان 2020 إلى تموز 2022. تم استخدام معايير التقييم الستة لمنظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD) (الملاءمة، والاتساق، والفعالية، والكفاءة، والأثر، والاستدامة) لإجراء التقييم.

جدول المحتويات

2	تمهيد وشكر
4	مقدمة
4	المنهجية
4	خدمات التوجيه والإرشاد في Building Markets للشركات الصغيرة والمتوسطة في تركيا
4	تعريف التوجيه والإرشاد: لماذا التوجيه والإرشاد الفردي؟
5	الاستنتاجات الرئيسية
7	التحديات التي تواجه الشركات الصغيرة والمتوسطة
7	تحديات أمام النمو
8	الخلاصة
9	التوصيات والدروس المستفادة لإمكانية تكرارها
9	فرص للنمو
9	المجالات التي تحتاج إلى التركيز والتحسين
10	توصيات أساسية

مقدمة

منذ بداية الأزمة في سوريا عام 2011، كان السوريون في تركيا لاعباً رئيسياً في الاقتصاد التركي. غادر العديد من رواد الأعمال السوريين بلدهم مع خبراتهم، وبدأوا مجموعة واسعة من الأعمال التجارية في تركيا، وخلقوا فرص عمل لنظرائهم السوريين والمجتمع المضيف. وفقاً لإحصاءات عام 2020، تشير التقديرات إلى أن السوريين أسسوا 14.000 شركة، ويملكون ما لا يقل عن أربعة مليارات ليرة تركية (حوالي 215 مليون دولار أمريكي في أيلول 2022)، ويوظفون ما يقرب من 50.000 عامل.¹ في حين أن الشركات السورية لديها إمكانات كبيرة للمساهمة في الاقتصاد التركي، إلا أنها تواجه تحديات كبيرة، مثل صعوبة تحديد الوجهة في السوق التركية والتكيف مع اللوائح والقوانين التركية، والقيود المفروضة على حركتهم داخل البلاد، والوصول المحدود إلى الخدمات المالية وفرص الشراكة. وفي هذا السياق، تقوم منظمة Building Markets بتقديم خدمات التوجيه والإرشاد التي تستهدف بشكل أساسي الشركات الصغيرة والمتوسطة المملوكة لسوريين أو توظف سوريين في تركيا منذ عام 2018. حيث تتضمن جلسات المنظمة (أو المعسكرات التمهيديّة) بشكل عام مناقشة عامة حول موضوع معين (على سبيل المثال، تطوير الصادرات، والمناقصات، والمشتريات) مع الهدف النهائي المتمثل في توفير نهج إستراتيجي لحل التحديات التي تواجهها الشركات الصغيرة والمتوسطة المشاركة. تتكون خدمات التوجيه والإرشاد الفردي من جلسات فردية لتقديم المشورة وتقديم الحلول وتلبية احتياجات العمل الفريدة للشركات الصغيرة والمتوسطة المشاركة.

المنهجية

من أجل هذا التقييم، قامت Building Markets بتكليف Trust Consultancy and Development (Trust) لقياس تأثير خدماتها التوجيهية والإرشادية، مع الأخذ في الاعتبار مستوى رضا المستفيدين من الشركات الصغيرة والمتوسطة ومواطني القوة والثغرات في تنفيذ الخدمة. قامت Trust بتقييم الخدمات بناءً على معايير تقييم منظمة التعاون والتنمية OECD.²

بين عامي 2020 و 2022، شاركت 190 شركة صغيرة ومتوسطة الحجم في خدمات التوجيه والإرشاد. أجرت Trust استطلاعاً لممثلي 131 شركة عبر الهاتف، باستخدام بيانات الاتصال التي قدمتها Building Markets. أجرت Trust أيضاً مقابلات شبه منظمة مع 15 شركة شاركت في خدمات التوجيه والإرشاد. سمحت هذه المقابلات لـ Trust باكتساب رؤى أكبر حول تأثير الخدمة واكتساب فهم للفرص والتحديات التي تواجهها هذه الشركات الصغيرة والمتوسطة في تركيا. تم دمج دراسات الحالة من هذه المقابلات التفصيلية في هذا التقرير لتقديم أمثلة عن كيفية استفادة الشركات من خدمات التوجيه والإرشاد.

خدمات التوجيه والإرشاد في Building Markets للشركات الصغيرة والمتوسطة في تركيا

تعريف التوجيه والإرشاد: لماذا التوجيه والإرشاد الفردي؟

تقدم Building Markets التوجيه والإرشاد على شكل ثلاث فئات رئيسية. أولاً، تقدم Building Markets سلسلة من الخدمات لتطوير خطة عمل مع متابعة منتظمة بهدف مراقبة التنفيذ على مدار ربع السنة المالية. كما تقدم المنظمة المشورة بشأن التخطيط الاستراتيجي القائم على النتائج والدعم في تحديد حلول التطوير التنظيمي الخاصة بكل شركة. أخيراً، تشمل خدمات التوجيه والإرشاد أيضاً سلسلة من خدمات تشخيص الأعمال لتحديد مجالات التطوير التشغيلي وتحديد أولوياتها وبناء القدرات والقدرة التنافسية في مجالات مثل الموارد البشرية، والمناقصات، والتصدير، ومحو الأمية المالية، وفهم السوق المحلية، والمشاركة.

¹ حردان، محمد. 11 أيار 2021، "كيف ساهم اللاجئين السوريون في الاقتصاد التركي". Al-Monitor. <https://www.al-monitor.com/originals/2021/05/how-syrian-refugees-contributed-turkish-economy>

² <https://www.oecd.org/dac/evaluation/evaluation-criteria-flyer-2020.pdf> منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD)، "معايير أفضل لتقييم أفضل: معايير تقييم منقحة ومحدثة" تم الاسترجاع على الإنترنت: (2020) <https://www.oecd.org/dac/evaluation/evaluation-criteria-flyer-2020.pdf>

يُتيح نهج التوجيه والإرشاد الفردي للموجه تقديم إرشادات خاصة بكل حالة، والاستماع إلى المشكلات والعقبات التي قد يواجهها المستفيد من التوجيه والإرشاد أي المتدرب، ومناقشتها وإيجاد طرق للتخفيف من هذه الحواجز معاً. من خلال برنامج التوجيه والإرشاد الفردي، قدم الخبراء الفنيون الذين تم اختيارهم من قبل Building Markets الدعم والمشورة، وخصص الموجهون وقتاً للمناقشة أو للأسئلة والأجوبة.

كما شاركت الشركات الصغيرة والمتوسطة في جلسات جماعية مصممة لتقديم المشورة الاستراتيجية وبناء القدرات بشأن الموضوعات الفنية.

الاستنتاجات الرئيسية

- وافق غالبية المستفيدين الذين شملهم الاستطلاع (74٪) على أن تلقي خدمات التوجيه والإرشاد كان له تأثير إيجابي على تطوير أعمالهم أو نموها.
- أفاد 31٪ من الشركات الصغيرة والمتوسطة التي شملها الاستطلاع أنها اكتسبت فرص عمل جديدة بسبب التوجيه والإرشاد المقدم. كان هذا المعدل أعلى بالنسبة للشركات التي شاركت أيضاً في جلسات فردية (40٪)، بينما كانت أقل بكثير للشركات التي حضرت جلسات جماعية فقط (معسكرات تدريب) (14٪).
- وأشار المستفيدون إلى التأثير الكبير للمشورة المقدمة بشأن التخطيط واللوجستيات واتخاذ القرار. أفادوا بأنهم رأوا زيادة في وتيرة تطوير الأعمال، على سبيل المثال، من خلال تقديم مناهج تجارية جديدة مثل منصات التجارة عبر الإنترنت المناسبة لأعمالهم، التي تعلموها أثناء التوجيه والإرشاد.

"كان لها فائدة كبيرة علي من خلال تسويق منتجاتي إلكترونياً، والتي من خلالها حققتُ زيادة في المبيعات ودخلت إلى سوق جديد."
مستفيد

- من بين المستجيبين، أفاد 35٪ أنهم نجحوا في الحصول على قرض أو منحة أو مناقصة بفضل التوجيه والإرشاد الذي تلقوه. يعتقد المستفيدون أن هذا يرجع إلى تحسين مهارات التواصل لديهم ومعرفتهم الأكبر بالسوق التركي، والتي تم تطويرها من خلال المعلومات الجديدة التي تلقوها.
- أفادت الشركات المشاركة أن الموجهين قدموا إجابات مرضية لأسئلتهم، مع استجابة الغالبية العظمى من جميع المستفيدين الذين شملهم الاستطلاع (87٪) بشكل إيجابي، مع تصنيف أعلى للمستفيدين من التوجيه الإرشاد الفردي (89٪). أظهرت النتائج أن الموجهين كانوا فعالين للغاية في معالجة القضايا التي أثارها المشاركون.

"كانت معرفتي بكيفية التقدم للمناقصات محدودة. أصبح لدي القدرة على التقديم بفضل هذا التوجيه والإرشاد. أتقدم بطلب للعديد من المناقصات الآن."
مستفيد

- عندما طُلب منهم وصف التأثير العام لخدمة التوجيه والإرشاد على أعمالهم، أجاب 83.2٪ بـ "إيجابية" و "إيجابية للغاية"، بينما أجاب 9.16٪ فقط بالسلبية. أشار أولئك الذين أجابوا بـ "سلبية" إلى وجود العديد من المشكلات التي لم يتمكن الموجهون من حلها، والتي تتعلق بوضعهم القانوني الشخصي أو تعتمد على الإدارات الحكومية، مثل الحصول على تصريح عمل أو تصريح سفر، مما أثر بشكل غير مباشر على نجاح أعمالهم. وجدت Trust أيضاً أن حاجز اللغة التركية والوضع الاقتصادي غير المواتي في تركيا يمثلان تحديات خارجية حالت دون حصول بعض المستفيدين على المنفعة الكاملة من خدمة التوجيه والإرشاد.

قصة سيما - مصممة داخلية وسيدة أعمال



تخرجت سيما من الهندسة المعمارية ولديها 22 عاما من الخبرة في هذا المجال. عندما انتقلت إلى تركيا في عام 2015، أنشأت سيما "More Design Company". وجدت بيئة داعمة لريادة الأعمال في تركيا واستثمرت في قطاع الديكور والبناء. من أجل بدء شركتها، حصلت سيما على جميع التراخيص اللازمة للعمل.

فيما يتعلق بتجربتها مع Building Markets، قالت سيما، "لقد تعرفت على Building Markets من خلال INGEV. لقد التزمت بحضور العديد من المؤتمرات ثم دُعيت إليها لحضور خدمة التوجيه والإرشاد التي كان لها تأثير كبير في تغيير فهمنا للسوق التركي. أصبحت خطتي أكثر وضوحاً من خلال التركيز على التسويق الإلكتروني، وبفضل خدمات التوجيه والإرشاد، تمكنا من فهم وتعلم القوانين واللوائح التركية، وخاصة قانون العمل. كان لهذا أثر إيجابي حيث ساعد على اختراق السوق بثقة من خلال معرفة تفاصيل المنتجات المفضلة للمستهلك التركي والمعرفة العامة بتفضيلاتهم، حتى نتمكن من النمو والتوسع. لا يمكنني حقاً أن أنسى قيمة Building Markets".

في الختام، تنصح سيما أصدقاءها وكل رواد الأعمال بعدم بدء أعمالهم دون إجراء تقييم مفصل للسوق. كما تنصح بعدم الإفراط في الاعتماد على خبرة العمل الأجنبي، بسبب الخصائص الفريدة للسوق التركي.

التحديات التي تواجه الشركات الصغيرة والمتوسطة

تحديات أمام النمو

الوصول إلى المعلومات

كانت إحدى الفرص التي تم توفيرها من خلال برنامج التوجيه والإرشاد هي الوصول إلى المعرفة حول الخدمات المالية والموارد المتاحة للشركات الصغيرة والمتوسطة في تركيا. ساعد الموجهون الشركات الصغيرة والمتوسطة في الوصول إلى موارد مختلفة في جميع مراحل تقديم الخدمة، وفي إرشادهم إلى الجهات الفاعلة الأخرى التي تقدم الدعم عند الحاجة. تتوفر العديد من المنح وفرص الدعم المالي للاجئين، وخاصة من الوكالات الحكومية مثل KOSGEB و TÜBİTAK، وكذلك من وكالات الاتحاد الأوروبي. بالإضافة إلى ذلك، تقدم العديد من المنظمات غير الحكومية الأخرى الاستشارات والتدريب وأنشطة التواصل، وتقدم المؤسسات مثل البنك المركزي الأوروبي الاستشارات للشركات التي تفي بمتطلبات الامتثال، ومع ذلك، فإن الشركات السورية الصغيرة والمتوسطة ليس لديها معلومات عن مدى توفرها ولا تعرف كيفية الوصول إليها.

الامتثال

تواجه الشركات الصغيرة والمتوسطة أيضاً المزيد من المشاكل في الحصول على المنح والدعم المالي على الرغم من توفر هذه الخدمات، نظراً لصعوبة استيفائها لمعايير الامتثال. أبلغت قطاعات معينة ذات تكاليف نقل وشحن ووقود أعلى، مثل الأعمال اللوجستية، عن تعرضها لأضرار جسيمة. علاوة على ذلك، نظراً لأن العديد من الشركات المستفيدة قد تم تأسيسها مؤخراً، فإن الصعوبات المالية تمنعهم من تنمية أعمالهم بعد البداية الأولية، حتى بالنسبة للشركات الصغيرة والمتوسطة ذات الإمكانيات الكبيرة، حيث تواجه تحديات في العثور على مستثمرين يمكنهم دعمهم مالياً. يواجه الأجانب صعوبة أكبر في استيفاء المتطلبات ويقتصرون على لوائح محددة، مثل عدم السماح لهم بالحصول على قروض مصرفية عندما يكون لدى الشركة عمال سوريون فقط، كما هو الحال بالنسبة للعديد من الشركات السورية الصغيرة والمتوسطة.

حاجز اللغة التركية

يؤثر حاجز اللغة سلباً على الشركات المملوكة للاجئين في تركيا من حيث قدرتها على الوصول إلى المعرفة حول الفرص المالية والقوانين واللوائح، مما يؤدي ليس إلى افتقار الشركات إلى الوصول إلى الأموال والمصادر المالية وحسب، ولكن أيضاً يؤدي إلى ضعف الامتثال للوائح أو الشهادات اللازمة في كثير من الحالات، مما يمنعها من التأهل للحصول على التمويل. وبالتالي، فإن العديد من الشركات تقوم بعملها بشكل غير ممتثل تماماً، غالباً عن غير قصد أو بسبب مخاوف وقلق بشأن الإجراءات الإدارية المعنية. لذلك، تم استهداف القوانين واللوائح على وجه التحديد أثناء خدمات التوجيه والإرشاد.

التضخم الاقتصادي

يمثل معدل التضخم الحالي تحدياً آخر يخلق حاجزاً أمام الشركات للاندماج في السوق التركية وإقامة علاقات مع الشركات التركية الأخرى. تتسبب تقلبات الأسعار، ونقص الموارد المالية، وزيادة أسعار المواد الخام، وتكاليف النقل والشحن، وانخفاض المشتريات في صعوبات مالية كبيرة وتعيق النمو، خاصة بالنسبة للشركات الصغيرة المنشأة حديثاً.

هناك شركة أقوم بتقديم خدمة التوجيه والإرشاد لها، صاحبها رائد أعمال سوري، يحصل على طلبات شراء آلات، حتى من ألمانيا. يقوم بتصميم وتصنيع الآلات بنفسه. يتلقى العديد من الطلبات لكنه يحتاج إلى تمويل للتصنيع. لا يمكنه بدء طلب آخر دون تسليمه والحصول على أموال مقابل ذلك. ومع ذلك، لا يمكننا العثور على تمويل لمشروعه، وهو أمر مزعج للغاية".

موجه ومرشد في Building Markets

النقص في الأيدي العاملة

يعتبر النقص العام في العمالة عاملاً مضاعفاً، مع نقص العمال المؤهلين، لا سيما في مجالات التكنولوجيا وبرمجة الكمبيوتر والبناء والتصميم والديكور، وهو عامل يزداد سوءاً بالنسبة للشركات الصغيرة والمتوسطة الجديدة ذات الموارد المحدودة.

قصة فاطمة - من سلالة عريقة من الحلوانيين

تخرجت فاطمة من كلية نظم المعلومات الإدارية في سوريا وحصلت على ماجستير إدارة الأعمال من الجامعة الأمريكية في قبرص. تعمل فاطمة وعائلتها في قطاعات متعددة، بما في ذلك الحلويات، ولديهم أكثر من 40 عاماً من الخبرة في هذا المجال. هي مهنة تقليدية ورثوها عن أجدادهم في مدينة النيبك السورية بريف دمشق، وهي مدينة ذات شهرة واسعة في صناعة الحلويات. بناءً على هذا الإرث الثري عندما انتقلوا إلى تركيا، فتحت فاطمة وعائلتها "حلويات طبية" في عام 2018.



تقول فاطمة عن تجربتها مع Building Markets: "تعرفت على Building Markets من خلال إعلان ممول رأيته على وسائل التواصل الاجتماعي. تواصلنا معهم بسرعة وحصلنا على خدمات التوجيه والإرشاد التي كان لها تأثير إيجابي كبير من خلال زيادة الإنتاج وتطوير المنتجات والمساهمة في زيادة المبيعات. مقارنة بالعمل قبل التوجيه والإرشاد، لاحظت تحسناً كبيراً في عملنا وهو بلا شك بسبب خدمة التوجيه والإرشاد. بالإضافة إلى ذلك، ساعدت خدمات الاستشارة والإحالة الجماعية في توسيع معرفتنا بالسوق ومناقسينا والتواصل معهم. كما زادت هذه الخدمات من التواصل الشبكي لشركتنا مع شركات أخرى لم تكن نعرفها من قبل. كان وجود مرشد يدعمك من خلال مساعدتك في اتخاذ القرار الصحيح مفيداً، يساعد ذلك بشكل خاص على تطوير الأعمال للأفضل".

بفضل خبرتها في العديد من القطاعات، لا سيما في مجال التحكم في المنتجات وتطويرها، وكذلك في تطوير الأداء، تطمح فاطمة لإدارة الشركة عن بعد في مختلف القطاعات. في النهاية، تنصح أصدقاءها ورواد الأعمال بالاهتمام بعلاقاتهم مع المنظمات أو القطاعات التي يعملون فيها، حيث يفتح ذلك آفاقاً جديدة في حياتهم المهنية.

قصة محمد - ربط شمال سوريا بتركيا

بالنسبة لمحمد كشتان، أصبح من الواضح أن هناك فجوة في السوق للمتخصصين في الخدمات اللوجستية في شمال سوريا. قدم محمد فكرته لأصدقائه الذين شجعوه وساعدوه على إطلاق مشروعه الصغير الذي بدأ يتوسع بسرعة. أجبر محمد على الانتقال إلى تركيا في عام 2017 بسبب الحرب وأنشأ شركة Afaq Lojistik. تتوسع الشركة الآن في العديد من المجالات، بما في ذلك الشحن والنقل والتخليص الجمركي وخدمة تخزين البضائع الصغيرة والتعبئة وخدمة التسوق عبر الإنترنت والبناء.



"الإرشاد والخدمات التي حصلت عليها من Building Markets سلطت الضوء على العديد من نقاط الضعف في شركتي. تمكنت من التغلب عليهم من خلال النصيحة التي تم تقديمها لي. لعبت Building Markets دوراً رئيسياً في دعمي في تطوير ونمو عملي. بفضل Building Markets، تمكنت أيضاً من الحصول على مشروع من خلال منشوراتهم على وسائل التواصل الاجتماعي. خدمة الاستشارة والتوجيه والإرشاد أثرت بشكل كبير بمعرفتي بالسوق التركي، وخاصة في مجال العقود. كما قدمت Building Markets لنا نصائح جيدة للتوسع أكثر والنمو لاستهداف شريحة أكبر من المجتمع. إذا استشرت شخصاً لديه رأي جيد، يمكنني الاستفادة من عقله وخبرته الجيدة".

يأمل محمد في استمرار الفرص في تركيا للاجئين والمجتمعات المضيفة. نصيحة محمد لرواد الأعمال في المستقبل هي التأكد من إجراء دراسة جدوى شاملة قبل البدء في أي مسعى تجاري. بالإضافة إلى ذلك، يؤكد على المثابرة والشغف وبذل أقصى جهد في العمل.

الخلاصة

التوصيات والدروس المستفادة لإمكانية تكرارها

انعكاساً للنظام الإيكولوجي للشركات الصغيرة والمتوسطة في تركيا، يأتي المشاركون في الجلسات من خلفيات متنوعة ويستهدفون أسواقاً مختلفة جداً. في حين أن هذا التباين يمكن أن يكون مفيداً في فعاليات التواصل، للتعلم من بعضنا البعض، على سبيل المثال، فإنه يطرح تحديات عند العثور على المناهج المناسبة لصالح الغالبية. نتيجة لذلك، يجب على Building Markets القيام بمسح على الشركات الصغيرة والمتوسطة مسبقاً وتصنيفها وفقاً للحجم وإمكانات النمو والمجال. هذا من شأنه أن يستهدف بشكل أفضل مجموعات محددة بالبرنامج الصحيح ويوحد توقعات كلا الطرفين منذ البداية. فيما يتعلق بالنتائج الرائعة التي تم الحصول عليها من خلال جلسات التوجيه والإرشاد الفردية، يجب على Building Markets زيادة الوصول إلى هذه الخدمة وتطوير طرق مباشرة للتواصل بين الشركات الصغيرة والمتوسطة والمتدربين، مثل الخطوط الساخنة، على سبيل المثال. سيؤدي ذلك إلى تحسين الاتصال بشكل ملحوظ وضمان أقصى قدر من الحافز والمشاركة. فيما يتعلق بالمناهج في حد ذاتها، فيما يتعلق بالرقمنة السريعة في النظام الإيكولوجي للشركات الصغيرة والمتوسطة في تركيا، يمكن ل Building Markets زيادة انتشارها ونشر المزيد من الوعي بخدماتها من خلال توسيع المكونات الرقمية لبرامجها التدريبية، وخاصة فيما يتعلق بوسائل التواصل الاجتماعي. ومع ذلك، وعلى نفس المنوال، فإن توفير البرامج بلغة المستفيدين حصرياً يمكن أن يسهل بشكل كبير الفهم ويتجنب الترجمات غير الضرورية.

فرص للنمو

بشكل عام، تُظهر الشركات السورية الصغيرة والمتوسطة إمكانات كبيرة للاقتصاد التركي من خلال التجارة مع منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا وكذلك مع الدول الأجنبية الأخرى، بسبب القرب الثقافي واللغة العربية. على الصعيد المحلي، تجد الشركات السورية الصغيرة والمتوسطة العاملة في قطاع الأغذية سوقاً جيدة في تركيا، حيث تجذب المنتجات السورية المستوردة الأنواع التركية وتصل بسهولة إلى المستهلكين. في الواقع، بعد المشاركة في برنامج التوجيه والإرشاد، أكد 80% من المشاركين في قطاعي الأغذية والمشروبات أنهم فازوا بمزيد من العقود، وزادت 80% من نسبة مبيعاتهم، و 100% طوروا أعمالهم، وتلقوا 100% إجابات مرضية على أسئلتهم أثناء التوجيه والإرشاد. أظهرت الصناعات الأخرى إمكانات قوية، مثل تكنولوجيا المعلومات والصناعات الثقافية (مثل الحرف اليدوية ... إلخ).

المجالات التي تحتاج إلى التركيز والتحسين

حدد التقييم عدداً من الموضوعات لجلسات التوجيه والإرشاد المستقبلية، بناءً على التحديات التي تواجهها الشركات المشاركة.

- توفير خدمات ترجمة عالية الجودة للتوجيه والإرشاد المقدم باللغة التركية
- زيادة المعرفة بالتركيز المتزايد على المبيعات والتسويق في السوق التركية
- التسويق الرقمي والتجارة الإلكترونية للشركات الصغيرة والمتوسطة
- زيادة معرفة الموجهين المرتبطين بالسياق واللوائح التركية لدعم أفضل لمساعدة الشركات في التعامل مع إجراءات المتطلبات القانونية مثل الوثائق الرسمية والشهادات والمحاسبة والضرائب
- أمور المحاسبة والضرائب
- زيادة التركيز على كيفية الوصول إلى الحوافز المالية والمنح والاستثمارات وتطوير خطط الأعمال
- تطوير خطط العمل الاستراتيجية للشركات
- مبادئ إدارة المشاريع للشركات
- بالنظر إلى الفجوة المعرفية الهائلة في هذا المجال، يجب دمج خدمات التوجيه والإرشاد مع خدمات المشورة القانونية لضمان الدعم الشامل للشركات الصغيرة والمتوسطة.

توصيات أساسية

- يوصى بتنفيذ عملية اختيار عند بدء خدمات التوجيه والإرشاد، مع الأخذ في الاعتبار إمكانات نمو الأعمال واستهداف الشركات الموجهة للإنتاج بشكل خاص والتي تنتج الخدمات أو السلع. وبالمثل، فإن إجراء تقييم للاحتياجات لكل عمل تجاري قبل بدء البرنامج سيضمن تنفيذ برنامج أكثر تحديداً.
- يمكن لبرنامج التوجيه والإرشاد زيادة انتشاره ونشر وعي أكبر بالخدمات من خلال زيادة التركيز على الرقمنة ووسائل التواصل الاجتماعي وتكنولوجيا المعلومات بشكل عام.
- يوصى بتحديد أولويات الأنشطة التي تتم وجهاً لوجه، حيثما أمكن، لضمان أقصى قدر من الحافز والمشاركة والتفاعل، خاصة عند ربط الأعمال التجارية المختلفة، لتشجيع التواصل.
- لضمان الوضوح والفهم بين الموجهين والمتدربين، يوصى بإنشاء طريقة اتصال سريعة وسهلة، مثل الخط الساخن.