

Kız Kardeşim

Kız Kardeşim Projesi Yiyecek – İçecek Sektörü ve Tarım Sektörü Araştırma Raporu



Bu rapor  **BIG CAT** RESEARCH tarafından hazırlanmıştır.

Kız Kardeşim

Bu rapor, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB), Habitat Derneği ve Coca-Cola Türkiye ortaklığıyla yürütülen "Kız Kardeşim Projesi" kapsamında **Big Cat Research** tarafından hazırlanmıştır.

Proje Ekibi:

Proje Yöneticisi: Murat Akřit
Raporlama Uzmanı : Umut Ardođan
Proje Asistanı: Aybüke Ayla Yazıcıoğlu

İÇİNDEKİLER

1-YÖNETİCİ ÖZETİ	4
2-YİYECEK - İÇECEK SEKTÖRÜ	6
3-TARIM SEKTÖRÜ	11

YÖNETİCİ ÖZETİ – YİYECEK/İÇECEK SEKTÖRÜ

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği, Habitat Derneği ve Coca-Cola Türkiye ortaklığıyla yürütülen **Kız Kardeşim Projesi**, kadınların kişisel finansal kaynaklarını doğru yönetme, girişimcilik farkındalığının artması gibi konular ile birlikte bilgi teknolojileri hizmetlerini doğru kullanmalarına destek olacak bir eğitim olanağı sunmayı amaçlamaktadır.

Bu rapor “**Kız Kardeşim Projesi**” için **Big Cat Research** tarafından hazırlanmıştır.

Yiyecek – içecek sektöründe yer alan **52 katılımcı ile** yapılan analiz sonuçlarında katılımcıların karşılaştıkları temel sorunlar, KOSGEB desteklerinden faydalanma durumları, personel durumları, kullandıkları sosyal medya platformları ve yemek uygulamaları gibi bilgilere yer verilmiştir.

Yiyecek - içecek sektöründe yer alan katılımcıların kullandıkları sosyal medya platformları incelendiğinde %87'si Instagram, %77'si Facebook, %17'si Twitter ve %15'i Youtube platformlarını kullanmaktadır. Sektörde olma süreleri incelendiğinde ise, %25'i 0-1 yıl, %21'i 2-3 yıl, %25'i 4-5 yıl ve %29'u 5 yıl ve üzeri sürelerdir bu sektörde yer almaktadırlar. Aynı zamanda katılımcıların %60'ı işletmesinde personel çalıştırırken, %5'i aile üyeleriyle birlikte çalışmakta ve %35'i personel çalıştırmamaktadır. Yiyecek – içecek sektöründe yer alan katılımcıların karşılaştıkları birçok sorun vardır. Katılımcıların yanıtlamış oldukları karşılaştıkları temel sorunlar incelendiğinde, %77'si ham madde maliyetlerinde yüksek fiyatlar, %44'ü yüksek kira, %33'ü personel eksikliği, %29'u sipariş azlığı, %21'i kurye eksikliği ve %10'u siparişlere yetişememe konularından dolayı sorunlar yaşamaktadırlar. Bu sektörde yer alan katılımcıların yıl içerisindeki ciroları; %31 ile 0-15.000 TL, %8 ile 15.001-30.000 TL, %8 ile 30.001-45.000 TL, %8 ile 45.001-60.000 TL, %8 ile 60.001-75.000 TL ve %37 ile 75.001 TL ve üzeri cirolara sahiptirler. Yiyecek-içecek sektöründeki kadınların %21'i KOSGEB desteklerinden faydalanırken, %79'u KOSGEB desteklerinden faydalanmamıştır. Katılımcıların KOSGEB desteklerinden faydalanmaları için teşvik edilmesi gerekebilir. Böylece kadınlar kendileri için ek kaynak yaratarak işletmelerini geliştirme imkanı bulacaklardır.

%87

Yiyecek – içecek sektöründe yer alan katılımcıların %87'si Instagram platformunu kullanmaktadır.

%29

Yiyecek – içecek sektöründe yer alan katılımcıların %29'u 5 yıl ve üzeri sürede bu sektörde yer almaktadır.

%60

Yiyecek – içecek sektöründe yer alan katılımcıların %60'ı yanında personel çalıştırmaktadır.

%77

Yiyecek – içecek sektöründe yer alan katılımcıların karşılaştıkları temel sorunlar incelendiğinde; %77 ile ham madde maliyetlerinde yüksek fiyatlardan dolayı sorunlar yaşamaktadır.

%37

Yiyecek – içecek sektöründe yer alan katılımcıların %37'sinin yıl içerisindeki cirosu 75.001 TL ve üzeri seviyesindedir.

%21

Yiyecek – içecek sektöründe yer alan katılımcıların %21'i KOSGEB desteklerinden faydalanmıştır.

%75

Yiyecek – içecek sektöründe yer alan katılımcıların %75'i yemek uygulamalarını kullanmamaktadır.

Günümüzde oldukça popüler olan yemek uygulamaları yiyecek – içecek sektöründe oldukça önemli bir yer kaplamaktadır. Katılımcıların %25'i yemek uygulamalarını kullanırken, %75'i yemek uygulamalarını kullanmamaktadır. Yiyecek – içecek sektöründe yer alan kadınlara bu yemek uygulamalarını sağlıklı bir biçimde kullanabilmeleri çeşitli faaliyetler veya eğitimler verilebilir. Böylece kadınlar ürünlerini daha fazla kişiye yayma imkanı bulacaklardır.

YÖNETİCİ ÖZETİ – TARIM SEKTÖRÜ

Tarım sektöründe yer alan 55 katılımcı ile yapılan analiz sonuçlarına göre katılımcıların kullandıkları sosyal medya platformları, tarım sektörü ile uğraşma süreleri, üretim türleri, satış türleri ve karşılaştıkları temel sorunlar gibi bilgilere yer verilmiştir. Tarım sektöründe yer alan katılımcıların kullandıkları sosyal medya platformları incelendiğinde %95'i Instagram, %69'u Facebook, %33'ü Youtube ve %27'si Twitter platformlarını kullanmaktadır. Tarım sektörü ile uğraşma süreleri incelendiğinde ise, %5'i 1 yıldan az, %22'si 1-3 yıl, %22'si 4-6 yıl, %7'si 7-9 yıl, %29'u 10 yıl ve üzeri süredir tarım sektörü ile uğraşmaktadır. Katılımcıların üretim türleri incelendiğinde ise, %44'ü tarla, %16'sı bahçe, %13'ü sera, %5'i örtü altı ve %22'si diğer üretim türlerini kullanmaktadır. Katılımcıların tarım üretiminde yanındaki çalışanlar incelendiğinde, %93 aile üyeleri, %25'i kadın mevsimsel işçi ve %15'i erkek mevsimsel işçi çalıştırmaktadır. Tarım sektöründe yer alanların karşılaştıkları temel sorunlar incelendiğinde, %75'i sermaye ve kredi eksikliği, %69'u yüksek girdi maliyeti, %53'ü tarım ürünlerinin fiyatları, %47'si alet ve ekipman eksikliği, %40'ı dikim materyallerinin ve girdilerinin eksikliği, %33'ü iklim değişikliği, %31'i piyasalar hakkındaki bilgi eksikliği, %27'si zararlılar ve hastalıklar hakkındaki bilgi eksikliği, %22'si zayıf ve yetersiz eğitim, %16'sı nitelikli işçi eksikliği ve %15'i verimsiz topraklar yüzünden sorunlar yaşamaktadır. Katılımcıların satış türleri incelendiğinde, %53'ü aracı/komisyoncuya doğrudan satış, %13'ü kooperatifler üzerinden satış, %5'i ihracatçı birlikleri üzerinden satış, %4'ü özel marketler üzerinden satış ve %25 diğer satış türlerini kullanmaktadır.

%95

Tarım sektöründe yer alan katılımcıların %95'i Instagram'ı kullanmaktadır.

%29

Tarım sektöründe yer alan katılımcıların %29'u 10 yıl ve üzeri sürede bu sektörde yer almaktadır.

%44

Tarım sektöründe yer alan katılımcıların %44'ü tarla üretim türünü kullanmaktadır.

%93

Tarım sektöründe yer alan katılımcıların %93'ü aile üyeleri ile birlikte çalışmaktadır.

%75

Tarım sektöründe yer alan katılımcıların en yoğun karşılaştığı temel sorun %75 oranında sermaye ve kredi eksikliği sorunudur.

%53

Tarım sektöründe yer alan katılımcıların %53'ü aracı/komisyoncuya doğrudan satış türünü kullanmaktadır.

Kız Kardeşim Projesi Yiyecek – İçecek Sektörü ve Tarım Sektörü Araştırma Raporu

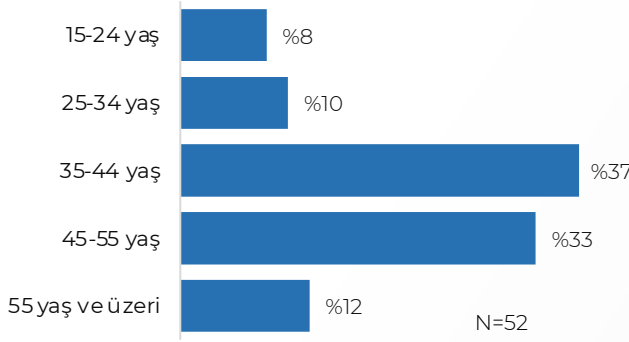


3-Yiyecek – İçecek Sektörü

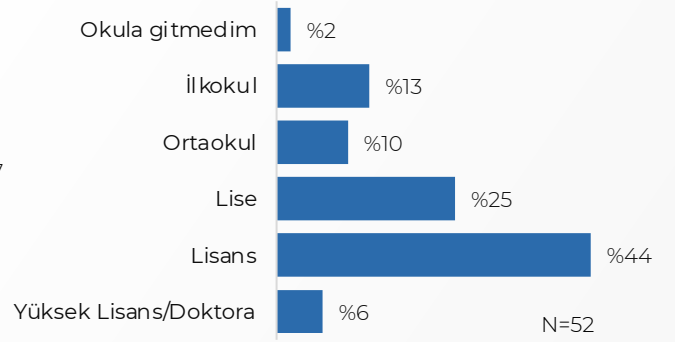
KATILIMCI BİLGİLERİ

Yiyecek – içecek sektöründe yer alan katılımcıların, yaş bilgileri, eğitim durumları ve gelir durumlarına ait bulgular aşağıda gösterilmiştir.

Yaş Bilgileri



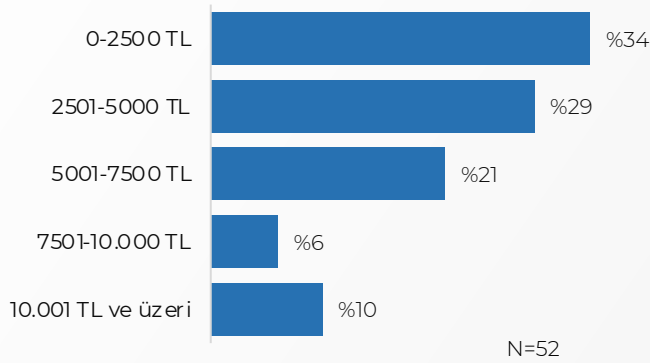
Eğitim Durumları



Katılımcıların yaş dağılımları incelendiğinde; %8'i 15-24 yaş, %10'u 25-34 yaş, %37'si 35-44 yaş, %33'ü 45-55 yaş ve %12'si 55 yaş ve üzeri yaş dağılımına sahiptir.

Katılımcıların eğitim durumları incelendiğinde; %2'si okula gitmedim, %13'ü ilkokul, %10'u ortaokul, %25'i lise, %44'ü lisans ve %6'sı yüksek lisans/doktora eğitim durumundadır.

Gelir Durumları

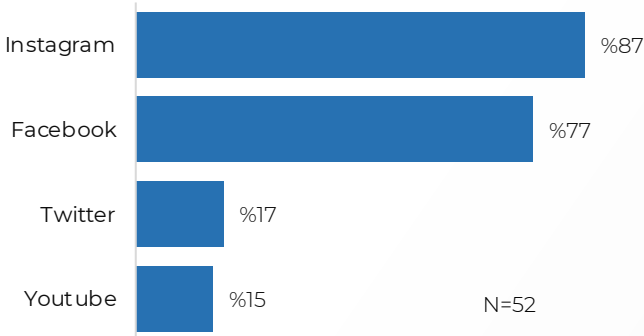


Katılımcıların gelir dağılımları incelendiğinde; %34'ü 0-2500 TL, %29'u 2501-5000 TL, %21'i 5001-7500 TL, %6'sı 7501-10.000 TL ve %10'u 10.001 TL ve üzeri gelir durum dağılımına sahiptir.

SOSYAL MEDYA – SEKTÖR – PERSONEL BİLGİLERİ

Yiyecek – içecek sektöründe yer alan katılımcıların, kullanılan sosyal medya platformları, sektörde olma süreleri ve personel çalıştırma durumlarına ait bulgular aşağıda gösterilmiştir.

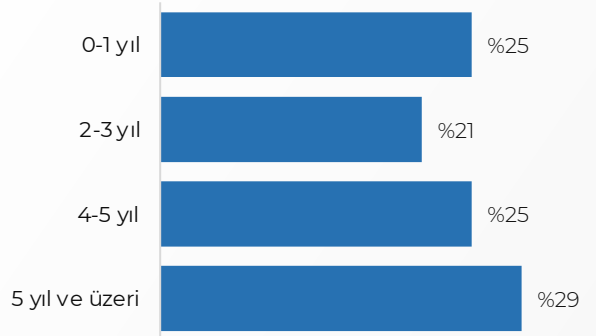
Kullanılan Sosyal Medya Platformları



*Birden fazla seçenek işaretlenmiştir.

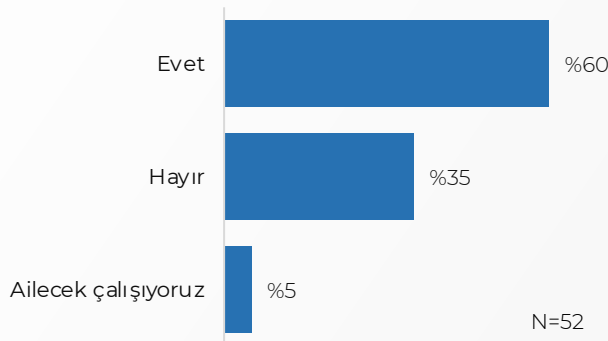
Katılımcıların kullandıkları sosyal medya platformları incelendiğinde; %87'si Instagram, %77'si Facebook, %17'si Twitter ve %15'i Youtube platformlarını kullanmaktadır.

Sektörde Olma Süreleri



Katılımcıların sektörde olma süreleri incelendiğinde; %25'i 0-1 yıl, %21'i 2-3 yıl, %25'i 4-5 yıl ve %29'u 5 yıl ve üzeri sürelerde sektörde yer almaktadır.

Personel Çalıştırma Durumları



Katılımcıların personel çalıştırma durumları incelendiğinde; %60'ı personel çalıştırırken, %35'i personel çalıştırmamaktadır. %5'i ise ailecek birlikte çalışmaktadır.

TEMEL SORUNLAR VE CİRO BİLGİLERİ

Yiyecek – içecek sektöründe yer alan katılımcıların, karşılaştığı temel sorunlar ve yıl içerisindeki ciro bilgilerine ait bulgular aşağıda gösterilmiştir.

Karşılaşılan Temel Sorunlar

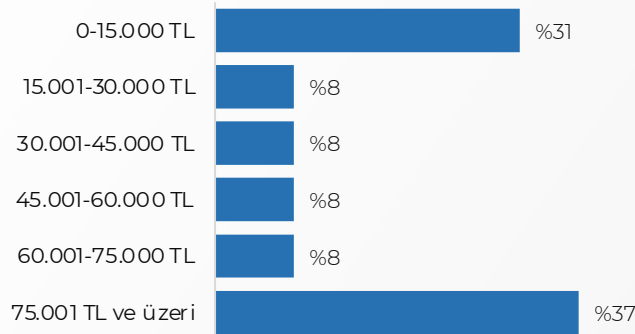


*Birden fazla seçenek işaretlenmiştir.

N=52

Katılımcıların karşılaştıkları temel sorunlar incelendiğinde; %77 ile ham madde maliyetlerinde yüksek fiyatlar, %44 ile yüksek kira, %33 ile personel eksikliği, %29 ile sipariş azlığı, %21 ile kurye eksikliği ve %10 ile siparişlere yetişememe konularında sorun yaşamaktadırlar.

Yıl İçerisindeki Ciro



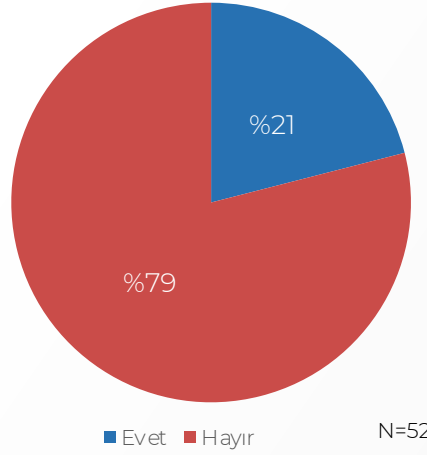
N=52

Katılımcıların yıl içerisindeki ciro durumları incelendiğinde; %31'i 0-15.000 TL, %8'i 15.001-30.000 TL, %8'i 30.001-45.000 TL, %8'i 45.001-60.000 TL, %8'i 60.001-75.000 TL ve %37'si 75.001 TL ve üzeri cirolara sahiptir.

KOSGEB DESTEKLERİ VE YEMEK UYGULAMA BİLGİLERİ

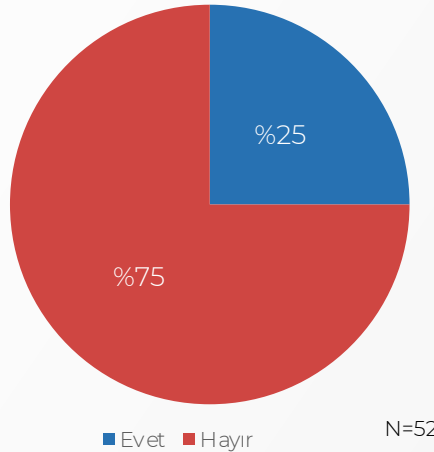
Yiyecek – içecek sektöründe yer alan katılımcıların, KOSGEB desteklerinden fayda durumları ve yemek uygulamalarını kullanım durumlarına ait bulgular aşağıda gösterilmiştir.

KOSGEB Desteklerinden Faydalanma



Katılımcıların KOSGEB desteklerinden faydalanma durumları incelendiğinde; %21'i KOSGEB desteklerinden faydalanırken, %79'u faydalanmamıştır.

Yemek Uygulamalarını Kullanma Durumları



Katılımcıların yemek uygulamalarını kullanım durumları incelendiğinde; %25'i uygulamaları kullanırken, %75'i kullanmamaktadır.

Kız Kardeşim Projesi Yiyecek – İçecek Sektörü ve Tarım Sektörü Araştırma Raporu

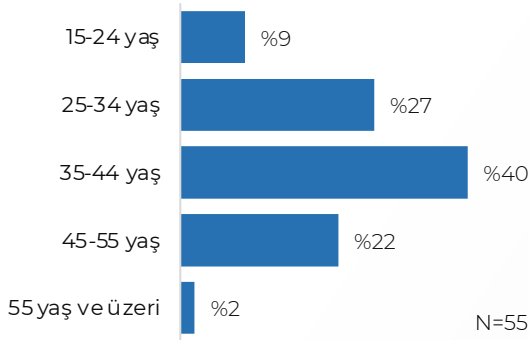


3-Tarım Sektörü

KATILIMCI BİLGİLERİ

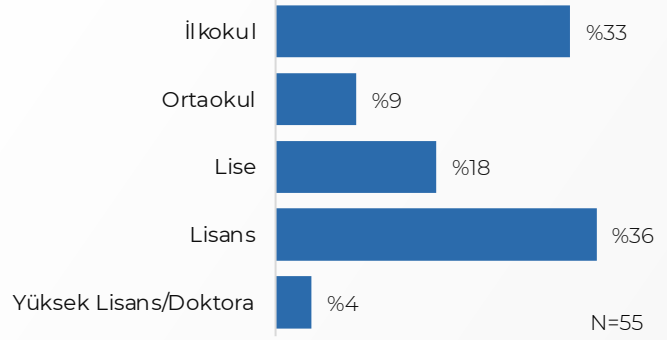
Tarım sektöründe yer alan katılımcıların, yaş bilgileri, eğitim durumları ve gelir durumlarına ait bulgular aşağıda gösterilmiştir.

Yaş Bilgileri



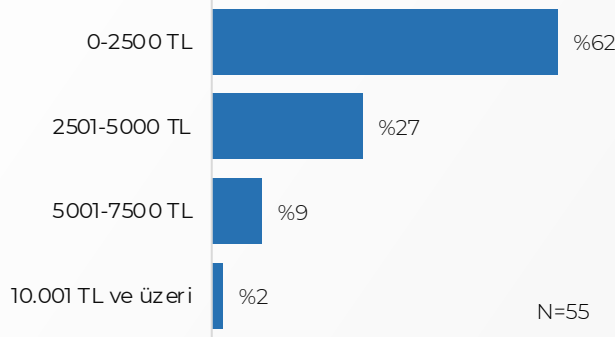
Katılımcıların yaş dağılımları incelendiğinde; %9'u 15-24 yaş, %27'si 25-34 yaş, %40'ı 35-44 yaş, %22'si 45-55 yaş ve %2'si 55 yaş ve üzeri yaş dağılımına sahiptir.

Eğitim Durumları



Katılımcıların eğitim durumları incelendiğinde; %33'ü ilkokul, %9'u ortaokul, %18'i lise, %36'sı lisans ve %4'ü yüksek lisans/doktora eğitim durumundadır.

Gelir Durumları

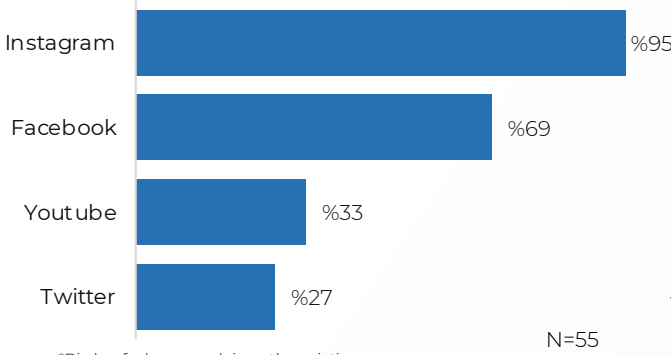


Katılımcıların gelir dağılımları incelendiğinde; %62'si 0-2500 TL, %27'si 2501-5000 TL, %9'u 5001-7500 TL ve %2'si 10.001 TL ve üzeri gelir durum dağılımına sahiptir.

SOSYAL MEDYA – SÜRE – ÜRETİM BİLGİLERİ

Tarım sektöründe yer alan katılımcıların, kullandıkları sosyal medya platformları, tarım ile uğraşma süreleri, üretim türleri ve üretimde çalışan dağılımları ait bulgular aşağıda gösterilmiştir.

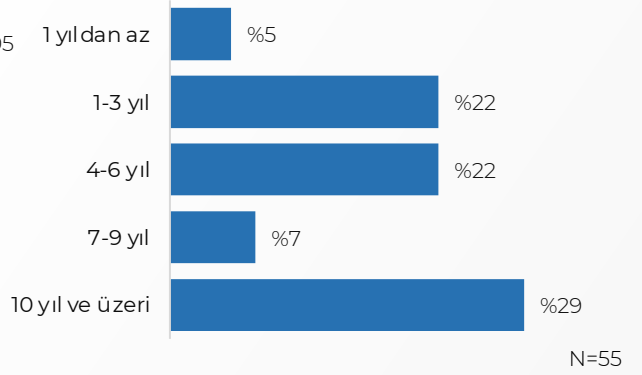
Kullanılan Sosyal Medya Platformları



*Birden fazla seçenek işaretlenmiştir.

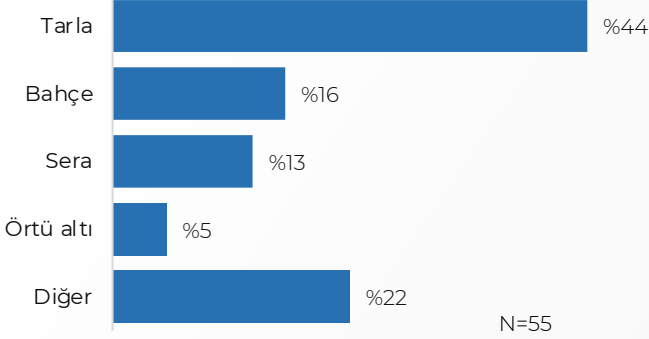
Katılımcıların kullandıkları sosyal medya platformları incelendiğinde; %95'ini Instagram, %69'u Facebook, %33'ü Youtube ve %27'si Twitter platformlarını kullanmaktadır.

Tarım İle Uğraşma Süreleri



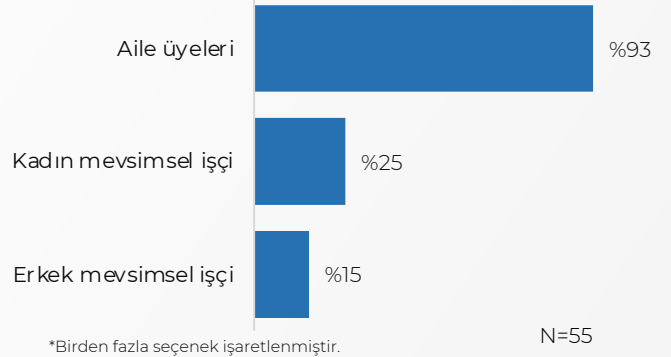
Katılımcıların tarım ile uğraşma süreleri incelendiğinde; %5'i 1 yıldan az, %22'si 1-3 yıl, %22'si 4-6 yıl, %7'si 7-9 yıl ve %29'u 10 yıl ve üzeri sürelerde tarım sektöründe yer almaktadır.

Üretim Türleri



Katılımcıların üretim türleri incelendiğinde; %44'ü tarla, %16'sı bahçe, %13'ü sera, %5'i örtü altı ve %22'si diğer üretim türlerini uygulamaktadır.

Üretimde Çalışanlar



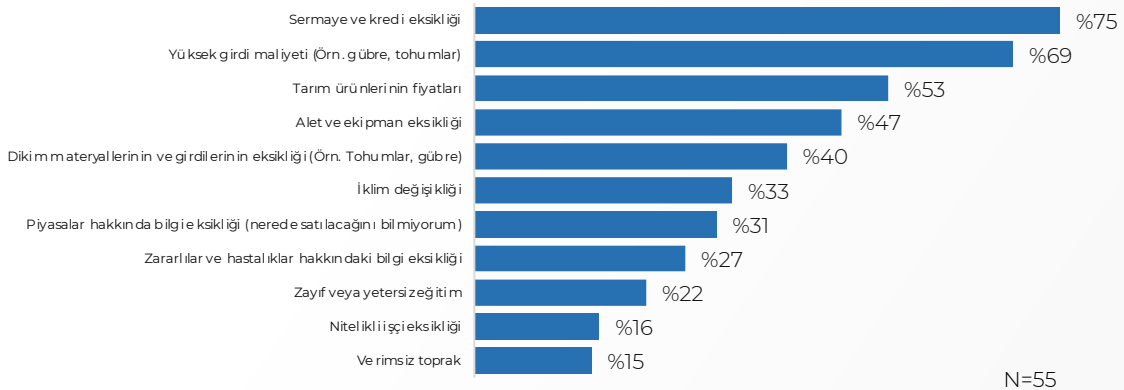
*Birden fazla seçenek işaretlenmiştir.

Katılımcıların üretimde çalıştıkları kişiler incelendiğinde; %93'ü aile üyeleri, %25'i kadın mevsimsel işçi ve %15'i erkek mevsimsel işçi çalıştırmaktadır.

TEMEL SORUNLAR – SATIŞ TÜRLERİ BİLGİLERİ

Tarım sektöründe yer alan katılımcıların, karşılaştıkları temel sorunlar ve satış türlerine dağılımları ait bulgular aşağıda gösterilmiştir.

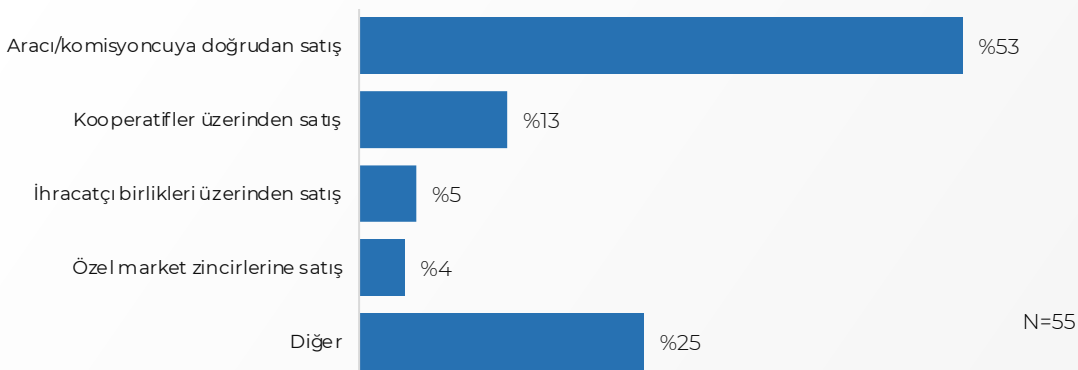
Karşılaşılan Temel Sorunlar



*Birden fazla seçenek işaretlenmiştir.

Katılımcıların karşılaştıkları temel sorunlar incelendiğinde; %75'i sermaye ve kredi eksikliği, %69'u yüksek girdi maliyeti (Örn. gübre, tohumlar), %53'ü tarım ürünlerinin fiyatları, %47'si alet ve ekipman eksikliği, %40'ı dikim materyallerinin ve girdilerinin eksikliği (Örn. Gübre, tohumlar), %33'ü iklim değişikliği, %31'i piyasalar hakkında bilgi eksikliği (nerede satılacağını bilmiyorum), %27'si zararlılar ve hastalıklar hakkındaki bilgi eksikliği, %22'si zayıf veya yetersiz eğitim, %16'sı nitelikli işçi eksikliği ve %15'i verimsiz toprak gibi sorun yaşamaktadırlar.

Satış Türleri



Katılımcıların satış türleri incelendiğinde; %53'ü aracı/komisyoncuya doğrudan satış, %13'ü kooperatifler üzerinden satış, %5'i ihracatçı birlikleri üzerinden satış, %4'ü özel market zincirlerine satış ve %25'i diğer satış türlerini kullanmaktadır.

TEŐEKKÜRLER