



McDonald's Türkiye Ekonomik ve Sosyal Etki Analizi



İSTİHDAM ETKİSİYLE 66 BİN KİŞİNİN HAYATINA DOKUNUYOR: McDonald's Türkiye'den 850 Milyon Dolarlık Üretim Katkısı!

Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı (TEPAV) tarafından gerçekleştirilen bağımsız araştırma, McDonald's Türkiye'nin 2023 yılında yüzde 98 "yerli girdi" oranıyla cari açığın kapanmasına 110 milyon dolarlık katkı sağladığını ortaya koydu. 2023'te toplam üretim katkısı da 850 milyon dolar olan şirket, 2025 yılında bu rakamı 1 milyar dolara çıkarmayı hedefliyor. Araştırma raporunu değerlendiren McDonald's Türkiye CEO'su Mwaffak Kanjee, "Türkiye'nin ekonomik büyümesine ve uluslararası rekabet gücüne destek olmaktan gurur duyuyoruz. Kadın ve genç istihdamını önceliklendirerek toplumsal kalkınmayı destekliyor, istihdam etkimizle 66 bin kişinin hayatına dokunuyoruz" dedi.

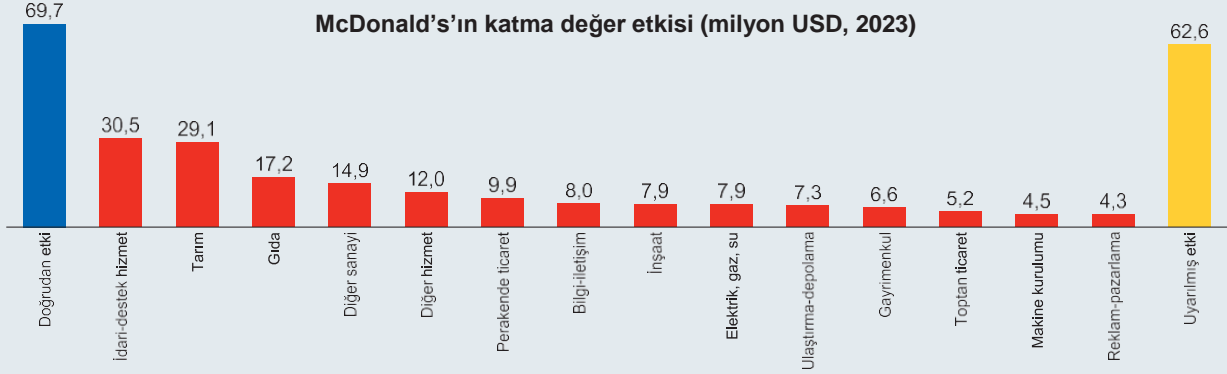
Kurulduğu 1986 yılından günümüze Türkiye'nin önde gelen hızlı servis ve restoran zincirlerinden McDonald's Türkiye, istihdamdan tedarik zincirine, sosyal sorumluluktan sürdürülebilirliğe kadar kapsamlı çalışmalarıyla Türkiye'ye ve ekonomiye katma değer sağlamaya devam ediyor. Tüm bu alanlarda **Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı (TEPAV)** tarafından yürütülen "**McDonald's Türkiye Ekonomik ve Sosyal Etki Analizi**" araştırması oldukça çarpıcı sonuçlar ortaya koydu. Araştırma sonuçlarını değerlendiren **McDonald's Türkiye CEO'su Mwaffak Kanjee**, şirketin yerel üretimi destekleyen ve toplumsal fayda yaratan çalışmalarından duyduğu gurur ve memnuniyetin altını çizdi.

Cari açığın kapanmasına 110 milyon dolarlık katkı sağladı

McDonald's Türkiye'nin 1986 yılından günümüze çevresinde oluşturduğu ekosistemle birlikte büyüdüğünü belirten Kanjee, "TEPAV'ın gerçekleştirdiği ekonomik etki analizi McDonald's Türkiye olarak gerçekleştirdiğimiz faaliyetlerin ekonomiye olan katkılarını ölçmemize yardımcı oldu. Bu kapsamda şirketimizin kendi faaliyetlerinden kaynaklanan doğrudan etkileri, tedarik zinciri üzerinden tetiklenen dolaylı etkileri ve hane halklarının tüketim harcamaları yoluyla yaratılan etkileri net bir biçimde ortaya koydu. TEPAV'ın araştırmasını, geldiğimiz noktayı ve oluşturduğumuz katma değeri göstermesi açısından son derece kıymetli buluyorum" dedi.



McDonald's'ın 2023 yılında Türkiye'de yarattığı toplam katma değer 298 milyon ABD dolarıdır.



Katma değer, şirketin kârı, çalışanlarına yaptığı ödemeler ile ödediği vergiler toplamından aldığı sübvansiyonların çıkarılması ile hesaplanmaktadır. Bu tanıma göre **McDonald's 2023 yılında 69,7 milyon ABD doları doğrudan katma değer etkisine sahiptir.** Şirketin tedarik zinciri kanalıyla yarattığı doğrudan katma değere bakıldığında en çok tetiklenen sektörlerin idari ve destek hizmet faaliyetleri, tarım ve gıda olduğu görülmektedir. **McDonald's'ın faaliyetleri neticesinde sadece bu sektörlerde tetiklediği katma değer 76,7 milyon ABD doları olup, şirketin tüm sektörlerde tetiklediği katma değer 165,2 milyon ABD dolarıdır. Diğer taraftan, harcama kanalıyla yaratılan katma değer ise 62,6 milyon ABD dolarıdır.**

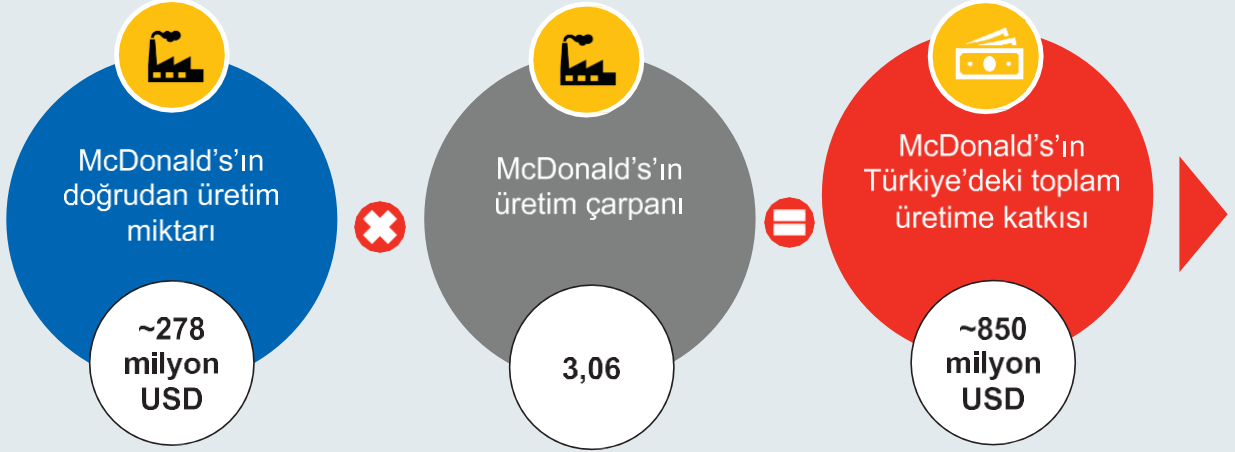
Kaynak: McDonald's verileri, TÜİK, TEPAV hesaplamaları

Araştırmanın tedarik zincirinde yerleşme politikasıyla elde ettiği başarıyı ortaya koyduğunun altını çizen Mwaffak Kanjee, "2023 yılında Türkiye ekonomisine toplam **298 milyon dolarlık** katma değer sağladık. Başta gıda, tarım, perakende, idari ve destek hizmetler gibi sektörleri de göz önüne aldığımızda toplam **üretim katkımız 850 milyon dolar** oldu. **2025 yılında hedefimiz bu rakamı 1 milyar dolara yükseltmek.** Bu açıdan Türkiye'nin ekonomik büyümesine ve uluslararası rekabet gücüne destek olmaktan gurur duyuyoruz" ifadelerini kullandı. İthal girdi kullanım oranını son derece azalttıklarını da vurgulayan Kanjee, yüzde 98 oranında yerli girdiyle 2023 yılında **cari açığın kapanmasına 110 milyon dolarlık** katkı sunduklarını sözlerine ekledi.



McDonald's Türkiye'nin 2023 yılında ülkedeki toplam üretime katkısı 850 milyon ABD dolarıdır.

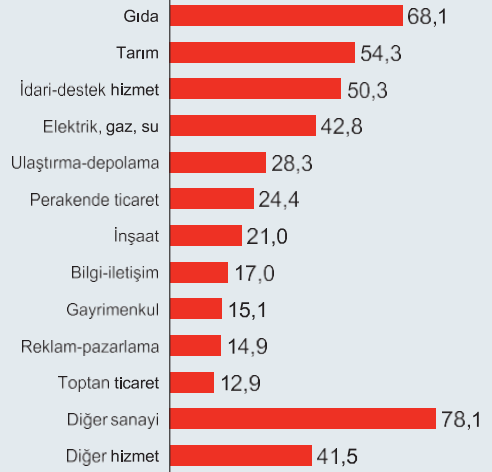
McDonald's Türkiye'nin üretim etkisinin detayları, 2023



2023 yılında 278 milyon ABD doları cirosu olan McDonald's Türkiye, tedarik zinciri kanalıyla ekonominin genelinde 348,4 milyon ABD doları dolaylı üretim etkisi yaratmıştır.

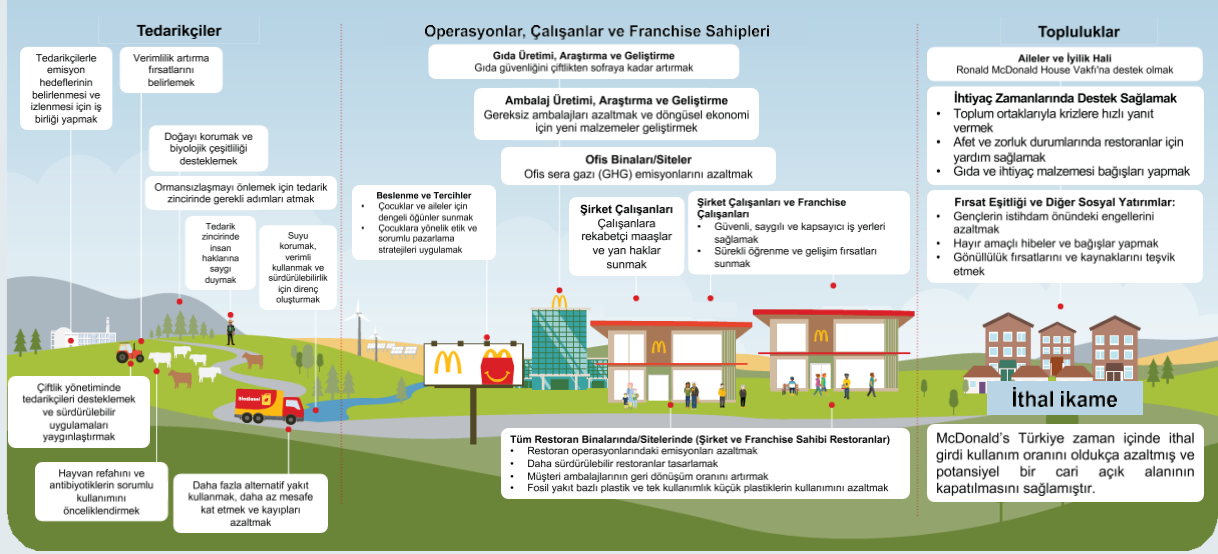
McDonald's'in üretimindeki artış en fazla gıda ve tarım sektörlerinde üretimi tetiklemekte olup, bu iki sektörde 2023 yılında McDonald's kaynaklı üretim artışı, firmanın toplam üretiminin yüzde 44'ü kadardır. Diğer taraftan, firmanın ödediği ücretlerin harcamaya dönmesi kanalıyla yaratılan tetiklenen üretim artışı ise 223,6 milyon ABD dolarıdır.

McDonald's üretim etkisinin sektörel dağılımı (milyon USD, 2023)





McDonald's, küresel sistemini Türkiye'ye entegre ediyor, globale ilave olarak ithal ikamesi yapıyor.

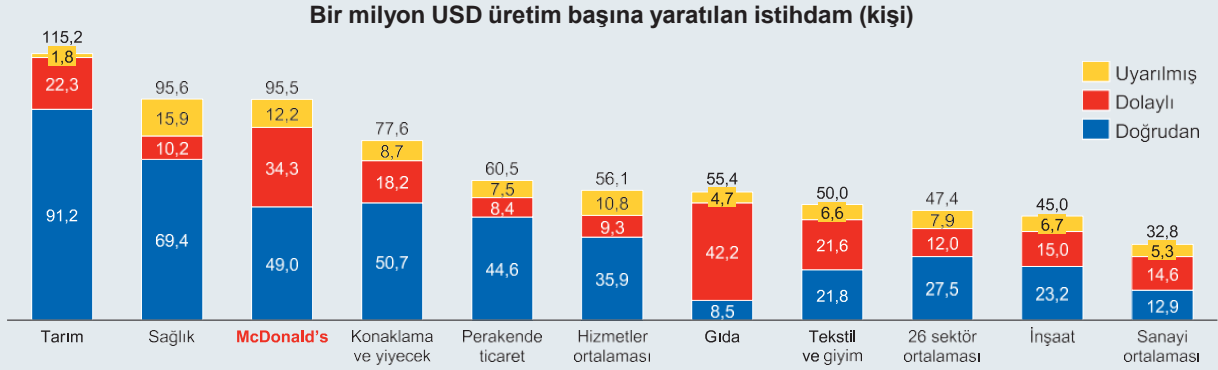


Yerli tedarikçilere küresel rekabet gücü sağladı

Mwaffak Kanjee açıklamalarında McDonald's Türkiye faaliyetlerinin ulusal ekonomiye katkısının ötesinde, küresel rekabetçiliğe ve Türkiye'nin gıda sektöründe marka bilinirliğine olumlu etkiler yarattığını da kaydetti. Kanjee, "Benimsediğimiz ithal ikame politikalarıyla cari açığın kapanmasına destek sağlamakla kalmayıp, McDonald's Türkiye'nin yerli tedarikçilerinin uluslararası kalite standartlarına uyum sağlamasına ve yurt dışındaki McDonald's restoranlarına da ürün tedarik etmelerine destek olduk. Bu durum, yerli tedarikçilerimize küresel düzeyde rekabet etme olanağı sağladı" dedi.



McDonald's Türkiye kendi ana sektörü ortalamasının oldukça üzerinde bir istihdam etkisine sahiptir.



Türkiye genelinde konaklama ve yiyecek hizmetleri sektörü her bir milyon USD üretim başına doğrudan 51, toplamda 78 kişilik bir istihdam etkisi yaratırken aynı oranlar McDonald's'ta sırasıyla 49 ve 96 kişidir. McDonald's hem tedarik zinciri hem de ödediği ücretler kanallarından ana sektörü ortalamasının üzerinde bir istihdam etkisi performansı sergilemektedir. Benzer şekilde McDonald's, girdi-çıkı analiz uygulamasında kullanılan 26 sektörün 22'sinden yüksek istihdam etkisi sağlamaktadır.

Kaynak: McDonald's verileri, TÜİK, TEPAV hesaplamaları

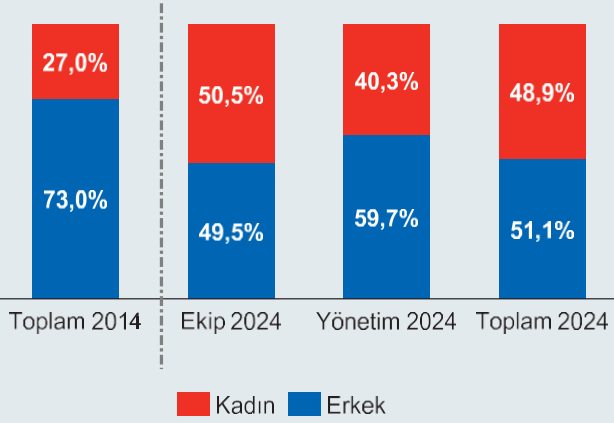
İstihdam etkisiyle 66 bin kişinin hayatına dokunuyor

8 binden fazla çalışanıyla yılda yaklaşık 100 milyon müşteriye hizmet sunan McDonald's Türkiye'nin istihdam etkisine de değinen Kanjee, "Sektör ortalamasının üzerinde bir istihdam etkisine sahibiz. Tedarik zinciri, ödenen ücretlerin harcanması ve çalışanlarımızın hane büyüklüğünü de dahil ettiğimizde 66 bin kişinin yaşamını üretim süreçlerimizle etkiliyoruz" dedi.



McDonald's Türkiye çalışanlarının %48,9'u kadın. Yiyecek ve içecek hizmeti faaliyeti sektöründe kadın çalışan oranı %38,6

Cinsiyete göre McDonald's Türkiye çalışan sayısı, Ağustos 2024



McDonald's Türkiye, kadın istihdamını destekleyen politikalarıyla yiyecek ve içecek hizmet sektöründeki genel eğilimin üzerinde bir başarı yakalamıştır:

- 2014 yılında kadın çalışan oranı %27 iken, 2024 yılında bu oran %48,9'a yükselmiştir.
- Yiyecek ve içecek hizmeti sektöründe kadın çalışan oranı %38,6'dır, bu da McDonald's'ın sektör ortalamasının üzerinde bir performans sergilediğini göstermektedir.
- Üst ve orta düzey yönetici pozisyonlarında, Türkiye genelindeki kadın oranı %19,6 (TÜİK 2022) iken, McDonald's Türkiye'de bu oran %40,3'tür.

Bu veriler, McDonald's Türkiye'nin kapsayıcılığı destekleyen ve kadın çalışanları güçlendiren politikalarının etkisini açıkça ortaya koymaktadır.

Kaynak: McDonald's Turkey Sustainability Report 2014, McDonald's verileri, TEPAV hesaplamaları

McDonald's Türkiye kadın yöneticilere emanet

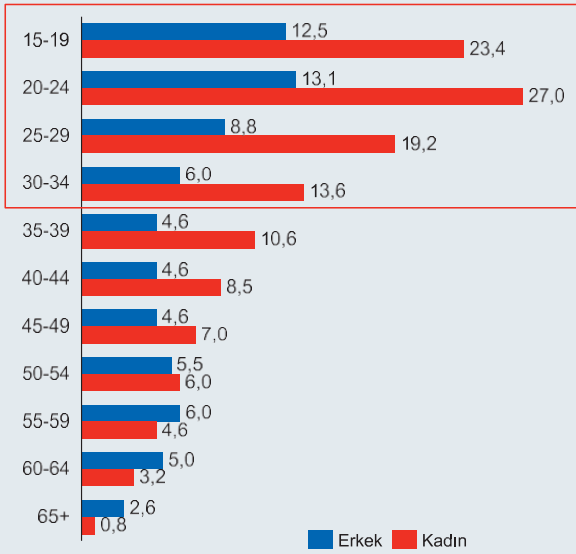
TEPAV araştırmasına göre, yiyecek ve içecek sektöründe kadın çalışan oranı yüzde 38,6 iken McDonald's Türkiye, 2024 yılı itibariyle **yüzde 48,9 kadın çalışan oranıyla** sektör ortalamasının üzerine çıktı. "Türkiye genelinde üst ve orta düzey yönetici pozisyonlarındaki kadın oranı yüzde 19,6 iken McDonald's Türkiye'de bu oran **yüzde 40,3'e** ulaştı" diyen Mwaffak Kanjee, "Kadınların iş gücüne katılımını ve iş dünyasında güçlenmesini destekliyoruz. Bu sayede ekonomik kalkınmanın hızlanacağını ve toplumsal eşitliğin daha sağlam temellere oturacağına inanıyoruz" dedi.



McDonald's işsizlik oranının yüksek olduğu yaş gruplarında istihdama katkı sağlıyor.

McDonald's çalışanlarının yaş ortalaması 26,6

Cinsiyet ve yaş gruplarına göre işsizlik oranı, %, 2024 Q3



McDonald's Türkiye, ortalama **26,6 yaş** ile genç bir çalışan profiline sahiptir ve özellikle işsizlik oranının yüksek olduğu genç yaş gruplarında istihdam yaratmaktadır.

- **20-24 yaş grubunda** işsizlik oranı Türkiye genelinde kadınlarda **%27**, erkeklerde ise **%13,1**'dir. Bu yaş grubu, McDonald's Türkiye çalışanlarının büyük bir kısmını oluşturarak şirketin genç nüfusun iş gücüne katılımına önemli bir katkı sunduğunu göstermektedir.
- Benzer şekilde, **25-29 yaş grubu** çalışanlar, kadınlarda **%19,2** ve erkeklerde **%8,8** olan işsizlik oranları göz önüne alındığında McDonald's için önemli bir istihdam havuzunu temsil etmektedir.
- 2014 yılında McDonald's çalışanlarının **%83'ü 30 yaş ve altı, %16'sı ise 30-50 yaş** aralığındaydı. 2024 yılı itibarıyla McDonald's, genç yaş gruplarına yönelik istihdam fırsatlarını artırmaya devam etmektedir.

Bu veriler, McDonald's Türkiye'nin genç işsizliğini azaltmaya yönelik sürdürülebilir bir istihdam modeli benimsediğini göstermektedir. Şirketin esnek çalışma politikaları, genç çalışanların hem eğitimlerine devam etmelerini hem de iş tecrübesi kazanmalarını mümkün kılmaktadır. McDonald's, genç istihdama katkısıyla yalnızca bireysel değil, toplumsal düzeyde de ekonomik fayda yaratmaktadır.

Kaynak: TÜİK İşgücü İstatistikleri, TEPAV hesaplamaları

İşsizliğin yüksek olduğu genç yaş gruplarını destekliyor

Araştırma, McDonald's Türkiye'nin gençlere önemli kariyer fırsatları sunduğunu da ortaya koydu. Ortalama **26,6 yaş** ile genç bir çalışan profiline sahip olan şirket, özellikle işsizlik oranının yüksek olduğu genç yaş gruplarında istihdam yaratıyor. McDonald's Türkiye'nin genç işsizliğini azaltmaya yönelik sürdürülebilir bir istihdam modeli benimsediğini ortaya koyan araştırma, şirketin esnek çalışma politikalarının, genç çalışanların hem eğitimlerine devam etmelerini hem de iş tecrübesi kazanmalarını mümkün kıldığını da gösterdi.

McDonald's Türkiye'nin genç istihdama katkısıyla yalnızca bireysel değil, toplumsal düzeyde de ekonomik fayda yarattığını vurgulayan Mwaffak Kanjee, "Esnek çalışma saatleri ve çeşitli pozisyonlarla gençlere ilk iş deneyimlerini kazandırmaktan memnuniyet duyuyoruz. Önümüzdeki dönemde de işsizlik oranının yüksek olduğu genç yaş gruplarına yönelik istihdam fırsatlarını arttırmaya devam edeceğiz" dedi.



Biyobazlı dönüşümle karbon ayak izini yarı yarıya azalttı

Araştırma, şirketin tedarik zincirinde sürdürülebilir kaynak kullanımını da teşvik ettiğini ortaya koydu. Salata malzemeleri gibi tarımsal ürünlerde Global GAP (Good Agricultural Practices) sertifikalı tedarikçilerle çalışan McDonald's Türkiye, ilerleyen dönemlerde bu sertifikayı patates gibi diğer ürünler için de zorunlu hale getirmeyi planlıyor.

Ambalaj malzemelerinde de geri dönüştürülebilir çevre dostu hammaddeler tercih eden McDonald's Türkiye, tüm restoranlarında kullandığı kızartma yağlarını neredeyse yüzde 100 oranında biyodizel üretimi için geri dönüştürüyor, ambalaj atıklarını da yasal düzenlemelere uygun şekilde geri kazanıyor. Bu kapsamda geçen yıl İstanbul-Levent restoranında başlattıkları "Yeşil Tepsi" projesine değinen Kanjee, yenilikçi tepsilerin yüzde 40 oranında biyobazlı hammaddeden üretildiğini ve karbon ayak izini yüzde 50 azalttığını vurguladı.



Çok yönlü sosyal sorumluluk çalışmaları yürütülüyor

Sporun iyileştirici ve birleştirici gücüne inanan Türkiye A Milli Kadın Voleybol Takımı'nın resmi sponsoru olan McDonald's Türkiye, gerçekleştirdiği sosyal sorumluluk projeleriyle de topluma destek olmayı sürdürüyor. 6 Şubat depremleri sonrasında hızla harekete geçerek 100 bin adet menü desteğiyle ihtiyaç sahiplerinin yanında olan şirket, 2024 yılı Ramazan ayında yine deprem bölgesinde 15 bin kişiye ulaştırdığı iftar yemeğiyle

dayanışma ruhunu pekiştirdi. Sağlık alanında sosyal sorumluluk projeleri de yürüten McDonald's Türkiye, bünyesindeki Çocuk Vakfı'nın desteğiyle kurulan ve 2018 yılından bu yana faaliyetlerini sürdüren Selim Çöremen Kistik Fibrozis Merkezi'nde hastaların hem tedavi süreçlerini hem de psikolojik destek almalarını destekliyor.

MCDONALD'S TÜRKİYE HAKKINDA

'BrandZ 2024 En Değerli 100 Küresel Marka' çalışmasına göre dünyanın en değerli 5. markası olan ve teknoloji şirketleriyle birlikte ilk 5'te yer alan tek yeme-içme firması McDonald's, Türkiye'de ilk restoranını 1986 yılında açmıştır. McDonald's Türkiye, bugün 278 restoranı ve 8 binden fazla çalışanıyla hizmet vermektedir. Sunduğu ürün ve hizmetlerin yüzde 98'ini Türkiye'de üretim yapan tedarikçilerden temin etmektedir.