

FINANCIALS



Türkiye'de Girişimcilik ve Finansal Eğitim

AMAL İNSANİ YARDIM DERNEĞİ ve AMAL
FOR EDUCATION tarafından



Co-funded by
the European Union



GİRİŞ

“

Bilgi ve beceriler aracılığıyla, yaratıcılığı sürdürülebilir bir ekonomik faaliyete dönüştüren yeni fırsatlar yaratılır.

P/02



P/03

**01/ Giriş****02/ Finansal Eğitimin Temelleri****03/ Türkiye ve Suriye’de El Sanatlarında Kültürel Miras****04/ İPUÇLARI: Engeller ve Çözümler**

P/05



05/ Türkiye’de Yabancılar İçin Zanaatkarlık ve Serbest Meslek



Co-funded by
the European Union

PROJE

Craft-Act Projesi: Geleneksel Kültürü Teşvik Eden Eylemler Yoluyla Direnç, Gelecek ve Yeteneği İşlemek, Avrupa Birliği tarafından ortak finanse edilen bir Erasmus+ KA2 projesidir. Bu proje, AMAL for Education APS (İtalya) koordinatörlüğünde, AIYD Amal İnsani Yardım Derneği (Türkiye) ve ItaliaHello (İtalya) ortaklığında yürütülmektedir.

METİNLER VE ARAŞTIRMA

İtalya için Girişimcilik ve Finansal Eğitim Rehberi, AMAL for Education APS (İtalya) ve AIYD Amal İnsani Yardım Derneği (Türkiye) tarafından oluşturulmuş ve geliştirilmiştir.

Araştırma ve Metin: Claudia Caciccia, Rasha Elavad, Abdulaziz Neccar, Isabella Chiari

TASARIM VE GRAFİKLER

Tasarım ve grafikler Amal for Education tarafından özenle hazırlanmıştır.

GÖRSELLER VE GRAFİKLER

Bu rehberdeki tüm görseller projeye özgüdür veya Envato Elements ve Vecteezy’den alınmış olup, kullanım ve çoğaltma için uygun lisanslara sahiptir.

Yasal Uyarı

Avrupa Birliği Ortak Finansmanı ile Gerçekleştirilmiştir. Bu yayında ifade edilen görüşler yalnızca yazar(lar)a aittir ve Avrupa Birliği veya hibe veren otoritenin görüşlerini yansıtmak zorunda değildir. Avrupa Birliği veya hibe veren otorite bu görüşlerden sorumlu tutulamaz.

1. Introduction

Finansal bilgi, günümüz dünyasında güvenli ve kârlı bir gelecek inşa etmenin temel araçlarından biridir; insanların bilinçli kararlar almasını ve fırsatları değerlendirmesini sağlar. Finansal eğitimin hâkimiyeti yalnızca bireysel gelişimi desteklemekle kalmaz, aynı zamanda finansal başarıya ulaşmanıza da katkı sağlar. Çünkü finansal anlayış, daha akıllıca yatırım kararları almanıza ve uzun vadeli finansal istikrar planları yapmanıza yardımcı olur.

Bu araç seti, finansal eğitimin temel konularını incelemeyi amaçlar. Ele alacağımız ana başlıklar şunlardır:

- Gelir, gider, bütçeleme ve kâr kavramlarını açıklayarak paranın nasıl kazanılıp yönetileceğine dair genel bilgiler,
- Küçük bir işletme kurarken temel gereklilik olan pazar

araştırması ve ürününüzü pazarda nasıl ve nerede konumlandıracağınız,

- Kar marjını optimize etmek için stratejik fiyatlandırma yöntemleri,
- İşletmenizi farklılaştırmanızı sağlayacak markalaşma ve etkili pazarlama kanalları.

Bu konulara hâkim olmanız, işletmeniz için bilinçli kararlar almanıza katkı sağlayacaktır. Girişimci bir yaklaşımla daha iyi bir gelir elde etme ve nihayetinde finansal bağımsızlığa ulaşma potansiyeline sahip olacaksınız.

Girişimcilik, özellikle ekonomik entegrasyon sürecinde, Suriyeli bireylerin Türkiye işgücü piyasasına entegrasyonuna yönelik umut vadeden bir yol sunar. Kendi işinizi kurarak, kendinize ve çevrenizdeki topluluk üyelerine yeni istihdam fırsatları yaratabilirsiniz. Kendi becerilerinizi kullanarak yerel

ekonomiye değer katan yenilikçi ürünler ve hizmetler oluşturabilirsiniz.

Bu araç seti, küçük bir işletme kurmak için gereken bazı temel becerileri kazandırmayı hedefler. Bu beceriler, farklı sektörlerde faaliyet göstermeye veya benzer yolda olan bireylere rehberlik etmeye olanak sağlar. Girişimcilik, sosyal uyumu teşvik eden bir araç olarak da işlev görebilir; çünkü farklı kültürel geçmişlere sahip topluluklar iş faaliyetlerinde bir araya gelerek karşılıklı güven ve anlayış inşa eder, bu da güçlü sosyal bağların oluşumuna katkı sağlar.

Türkiye'nin zengin kültürel mirasında, Suriyeli girişimciler geleneksel el sanatları gibi kültürel değerlerini yansıtan işletmeler kurarak kendi miraslarını koruma ve tanıtmaya şansı bulabilirler. El sanatları, sadece bir hobi değil, aynı zamanda yetenekli kişilerin gelir elde etmesine olanak tanıyan bir endüstri olarak görülmektedir. Türkiye'nin zengin el sanatları mirası, yurt içinde ve uluslararası alanda önemli bir pazar potansiyeline sahiptir. Çömlekçilik, seramik,

nakış, ahşap işçiliği gibi farklı alanlarda ürünlerin satışı ile bireyler finansal bağımsızlıklarını sağlayabilir.

El sanatlarını gelir kaynağı olarak kullanmak, bireylerin kültürel miraslarını daha geniş bir kitleye tanıtarak koruma ve yaşatma imkânı sunar. Ürünlerinizi sergilemek için ideal alanlardan biri pazarlardır. Türkiye'de el sanatları pazarlamak için öne çıkan pazarlardan bazıları:

- İstanbul Kapalıçarşı: Dünyanın en büyük pazarlarından biri olup her türlü el yapımı eşya bulunabilir.
- İzmir Kemeraltı Çarşısı: Seramik ve ahşap ürünlerin de yer aldığı geleneksel el sanatları pazarı.
- Gaziantep Bakırcılar Çarşısı: Zanaatkârların ve çeşitli küçük dükkânların bulunduğu pazar.
- Mardin Pazarı ve daha fazlası.

El sanatları için yalnızca pazarlar değil, Türkiye genelinde düzenlenen fuarlar da ürünlerinizi tanıtmak için önemli fırsatlar sunmaktadır; örneğin Crafistanbul El Sanatları ve Tasarım Fuarı.



2. FİNANSAL EĞİTİM VAKFI

2.1 Temel Kavramlar

Finansal eğitim konusuna girdiğimizde odaklanmamız gereken bazı temel kavramlar vardır: gelir, gider, bütçeleme ve kâr.

Gelir Gelir, ürün veya hizmetler karşılığında elde edilen para miktarını ifade eder. Gelir kaynakları arasında maaş, devlet yardımı, yatırım kazançları veya serbest meslek gelirleri bulunur.

Ancak, gelir her zaman nakit olarak ifade edilmez; bazen mal veya hizmetlerin değişimi şeklinde de olabilir. Gelir kavramını anlamak için brüt gelir ile net gelir arasındaki farkı bilmek önemlidir: brüt gelir, herhangi bir gider çıkarılmadan önce kazanılan toplam miktardır; net gelir ise gider ve kesintilerden

sonra kalan miktardır. Bu ayırım, bireysel gelirlerin yanı sıra işletme gelirleri için de geçerlidir. İşletmelerde net gelir, harcamalar düşüldükten sonra kalan tutarı ifade eder.

Üç tür gelir vardır:

- **Aktif Gelir:** Doğrudan bir ürün veya hizmet sağlama karşılığında elde edilen gelirdir. Örneğin, maaş veya ücret aktif gelir olarak kabul edilir.

- **Pasif Gelir:** Mülk kiralama, telif hakkı veya yarı zamanlı işletme gibi çabuk kazanç sağlamayan kaynaklardan elde edilen gelirlerdir. Örneğin, bir daireyi kiraya vermek pasif gelir kaynağıdır.

- **Portföy Geliri:** Yatırımlardan sağlanan gelirdir. Hisse senetleri, tahviller veya tasarruf hesaplarından elde edilen faiz

gelirini içerir. Bir varlığı kârla satmak “sermaye kazancı” olarak da adlandırılır.

Giderler, mal ve hizmetlerin maliyetlerini karşılamak için yapılan ödemelerdir. Giderleri izlemek, bir işletmenin finansal sağlığını anlamak için gereklidir, çünkü işletmenin kâr mı ettiği yoksa borç mu biriktirdiğini gösterir. Giderlerin kategorilere ayrılması, işletme sahiplerinin maliyetleri azaltmak için gerekli adımları belirlemesine olanak tanır.

İşletmelerde giderler iki muhasebe yöntemine göre raporlanabilir:

- **Tahakkuk Esası:** Para henüz ödenmemiş olsa bile gider işlem anında kaydedilir.
- **Nakit Esası: Gider,** para gerçekten harcadığında kaydedilir
İşletme giderlerinin türleri:
- **İşletme Giderleri:** Kira, kamu hizmetleri, çalışan maaşları gibi işletmenin faaliyetini sürdürebilmesi için zorunlu maliyetlerdir.
- **İşletme Dışı Giderler:** Temel faaliyetle doğrudan ilgisi olmayan maliyetlerdir, örneğin döviz kuru kayıpları.
- **Sabit Giderler:** Kira veya sigorta gibi işletme performansından bağımsız olarak aynı

kalan maliyetlerdir.

- **Değişken Giderler:** Üretim seviyelerine göre değişkenlik gösterir. Örneğin, üretim arttıkça hammadde maliyetleri de artar.
- **Tahakkuk Eden Giderler:** Henüz ödenmemiş ancak ödenmesi gereken giderlerdir, örneğin ödenmemiş fatura borçları.
- **Ön Ödemeli Giderler:** Bir yıllık yazılım aboneliği gibi, gelecekteki hizmet veya mal için peşin olarak ödenen giderlerdir.

Bütçeleme

Gelir ve giderlerinizi analiz ettikten sonra, bütçelemenin temel ilkelerini de göz önünde bulundurmanız gerekir, çünkü bu üç kavram birbiriyle yakından ilişkilidir. Bütçeleme, genel anlamda, kazanç ve harcamalarınızın farkında olmanızı sağlayan bir yönetim sürecidir.

Bütçe, düzenli güncellemeler ve ayarlamalar gerektiren aktif bir belgedir. Karmaşık hesaplamalar yerine, yalnızca temel toplama ve çıkarma işlemlerini içerir. Giderleri kategorilere ayırmak (örneğin aylık veya yıllık, düzenli veya düzensiz) harcama kalıplarının net bir görünümünü sunar ve gerektiğinde iyileştirme yapılması gereken alanları belirlemeyi kolaylaştırır.

Küçük bir el sanatları işletmesi için bütçe hazırlamaya yönelik bir rehber:

1. Gelir Kaynaklarınızı Tanımlayın

Zanaatkarlık işiniz için tüm olası gelir kaynaklarını listeleyerek başlayın. Bu kaynaklar, el yapımı ürünlerin satışından, özel siparişlerden, atölye çalışmalarından veya çevrimiçi mağaza satışlarından elde edilen gelirleri içerebilir. Örneğin, seramik çömlek yapıyorsanız, hem yerel pazarlardan hem de çevrimiçi satışlardan gelir elde edebilirsiniz. Henüz yeni başlıyorsanız, geçmiş satış verilerini veya pazar araştırmasını baz alarak aylık ya da mevsimsel gelir beklentilerinizi tahmin edin.

2. Harcamalarınızı Kategorize Edin

Sabit ve değişken giderlerinizi belirleyin ve kategorilere ayırın. Sabit giderler her ay aynı kalır (örneğin, bir stüdyo alanı için kira veya sigorta maliyetleri), değişken giderler ise üretim ve satışlara bağlı olarak değişir; örneğin, siparişler arttıkça daha fazla kil ve sır malzemesi satın almanız gerekebilir. Giderleri şu kategorilere ayırmak faydalı olacaktır:

- o Malzemeler: Kil, kumaş, boya ve aletler gibi üretim için gereken malzemelerin maliyeti.
- o Kira/Yakıt Giderleri: Çalışma alanınızın düzenli masrafları.
- o Pazarlama: İşletmenizi çevrimiçi ya da yerel fuarlarda tanıtmak için yapılan harcamalar.
- o Paketleme ve Nakliye: Malzemelerin taşınması veya ürünlerin müşterilere ulaştırılması için gereken maliyetler.
- o Profesyonel Hizmetler: Vergi danışmanı ya da muhasebeci ile yapılan görüşme ücretleri.

3. Aylık ve Yıllık Bütçeler Belirleyin

Sabit giderleri karşılayabilmek ve gelir dalgalanmalarını hesaba katabilmek için aylık bir bütçe hazırlayın. Zanaatkarlık işletmeleri, tatil dönemi hediyeleri gibi mevsimsel taleplerle karşılaşabileceğinden, daha yavaş geçen aylara hazırlık için yıllık bir bütçe de faydalıdır. Örneğin, tatil dönemi satışlarını artırmak için bütçenizin daha büyük bir kısmını Kasım ve Aralık aylarında pazarlama faaliyetlerine ayırabilirsiniz.

4. Düzenli Takip ve Ayarlama Yapın

Gerçekleşen tüm gelir ve giderleri basit bir elektronik tabloya veya bütçeleme uygulamasına kaydedin ve bunları tahminlerinizle karşılaştırın. Ay içerisinde kazanç ya da harcamalarınıza göre bütçenizi her ay yeniden düzenleyin. Örneğin, yeni bir proje nedeniyle malzeme maliyetleriniz bir ay daha yüksekse, bu durum nakit akışınızı kontrol etmenize ve sonraki ay için gerekli ayarlamaları yapmanıza yardımcı olacaktır.

5. Büyüme ve Beklenmedik Durumlar İçin Plan Yapın

İyi hazırlanmış bir bütçe, gelecekteki hedefleri ve beklenmeyen harcamaları da içerir. Örneğin, fırın ya da dikiş makinesi gibi yeni bir ekipmana yatırım yapmayı planlıyorsanız, bunları bütçenize uzun vadeli harcamalar olarak ekleyin. Ayrıca, onarımlar veya malzeme tedarikindeki gecikmeler gibi beklenmeyen giderler için bir acil durum fonu oluşturmak adına her ay bir miktar para ayırın.

Kâr

Kâr, bir işletmenin elde ettiği net kazancı ifade eder; yani gelir giderlerden fazla olduğunda oluşur. Bir işletmenin kârı, işletme sahiplerinin bu parayı nasıl değerlendireceğine (tutmak veya işletmeye yeniden yatırım yapmak) karar verebileceği tutardır. Kârı hesaplamak oldukça basittir: belirli bir dönem boyunca giderleri toplam gelirden çıkararak hesaplanır.

Gelir ile kâr arasındaki farkı şöyle özetleyebiliriz:

•**Gelir**, işletmenin toplam satış miktarıdır.

•**Kâr**, giderler çıkarıldıktan sonra kalan net kazançtır.

Bir işletmede üç tür kâr bulunur:

•**Brüt Kâr:** Gelirden, mal üretim maliyetini çıkardığınızda kalan miktardır. Bu, ürün satışından doğrudan elde edilen geliri gösterir. Örneğin, bir mücevher parçasını 100 TL'ye satıp 40 TL üretim maliyeti harcadığınızda, brüt kârınız 60 TL'dir.

•**İşletme Kârı:** Brüt kârdan, satış ve idari giderler gibi ek masraflar çıkarıldığında kalan tutardır. Örneğin, brüt kârınız 60 TL, ancak pazarlama ve ofis masrafları için 20 TL harcadıysanız, işletme kârınız 40 TL olacaktır.

•**Net Kâr:** Vergi ve faiz dâhil tüm masraflar çıktıktan sonra kalan nihai kârdır. Yukarıdaki örnekte, tüm masraflardan sonra kalan 30 TL, net kârınızı temsil eder.

Geliri hesaplamak kolaydır: Tüm satışları, banka faiz gelirleri gibi diğer gelir kaynaklarını toplayın. Toplam

geliri elde ettiğinizde, kârı bulmak için tüm giderleri ve kesintileri bu miktardan çıkarın. Böylece net kazanç olan kâr kalır.

2.2 Pazar Araştırması ve Fiyatlandırma Stratejileri

Pazar Araştırması

Küçük bir işletme kurmayı düşündüğünüzde, hedef pazar hakkında araştırma yapmak son derece önemlidir. Bu araştırma, hangi ürünlerin daha çok talep gördüğünü ve hedef kitlenizin satın alma davranışlarına göre ürünlerinizi nasıl cazip hale getirebileceğinizi anlamamanızı sağlar.

Küçük bir işletme açarken dikkate almanız gereken faktörler:

•**Talep:** Ürününüz/hizmetiniz için talep var mı?

•**Pazar Büyüklüğü:** Kaç kişi bu ürünü satın alabilir?

•**Ekonomik Göstergeler:** Ortalama gelir ve istihdam durumu nedir?

•**Konum:** Potansiyel müşterileriniz nerede? Size nasıl ulaşabilirler?

•**Pazar Doygunluğu:** Bulunduğunuz bölgede çok fazla rekabet var mı?

•**Fiyatlandırma:** İnsanlar ürününüze/hizmetinize ne kadar ödeme yapmaya istekliler?

Bir çömlek dükkanı örneğinde pazar araştırması faktörleri:

•**Talep:** Yerel halk, benzersiz ve el yapımı ürünlere değer veriyor mu? Çömleklere olan talebi artırabilecek bir dekorasyon trendi var mı?

•**Pazar Büyüklüğü:** Çömleklerinizi satın alma olasılığı olan insan sayısını



belirleyin. Sanat topluluğuna sahip veya turistik bir kasaba, yerel halkın yanı sıra el yapımı ürünleri takdir eden turistleri de içerebilir.

•Ekonomik Göstergeler: Yerel halkın gelir seviyesi ve istihdam oranını düşünün. Daha yüksek gelirli bir bölge, el yapımı ürünlere daha fazla harcama potansiyeline sahip olabilir.

•Konum: Mağazanızın kolayca bulunup ziyaret edilebileceği bir alan seçin, örneğin bir sanat bölgesi veya popüler bir alışveriş merkezi. Konumunuz toplu taşıma ile ulaşılabilir olursa, daha fazla yaya trafiği sağlayabilirsiniz.

•Pazar Doygunluğu: Çevredeki diğer çömlek ve zanaat dükkanlarını inceleyin. Pazarda çok fazla benzer dükkân varsa, farklı bir ürün sunarak öne çıkabilir veya daha az rekabetin olduğu bir konumu tercih edebilirsiniz.

•Fiyatlandırma: Bölgenizde insanların seramik ürünlere ne kadar ödeme yapmaya istekli olduğunu araştırın. Benzer mağazalardan fiyat bilgisi toplayarak, maliyetlerinizi karşılayıp kâr elde edebilecek şekilde fiyatlandırma yapabilirsiniz.

Pazar Araştırması

Pazar araştırması çok çeşitli konuları içerir ve birçok teoriye dayanır. Bu yüzden, en önemli noktaların temel bir özetini sunmak yerinde olacaktır. İlk olarak, hedef kitlenizin kim olduğunu anlamanız gerekir: Ürününüz genç kadınlar için mi tasarlandı, yoksa yetişkinler veya çocuklar için mi daha uygun?

Bu tür sorular, müşterilerinizin ihtiyaçlarını anlamanızı sağlar ve böylece ürününüzü pazarda nasıl konumlandıracağınızı belirlemenize yardımcı olur. Bunun için pazarı segmentlere ayırmalısınız. Pazar segmentasyonu, her tüketicinin aynı ihtiyaçlara sahip olmaması veya bir ürünü satın almamasından dolayı önemlidir. Segmentasyon ile ürünü satın alma olasılığı en yüksek olan kişileri hedefleyebilirsiniz. Genelde

segmentasyon demografi, sosyoekonomik özellikler, satın alma davranışları, yaşam tarzı ve değerler göz önüne alınarak yapılır.

Örneğin: Seramik dükkanınızı açmayı planladığınızı düşünelim. Satacağınız ürün türlerini belirlemeden önce, bölgenizdeki kadın ve erkek nüfusu, yaş grupları ve meslekleri gibi temel verileri toplamalısınız. Ardından, onların genel olarak ne satın aldıklarını (örneğin, çevredeki dükkanlardan elde edeceğiniz bilgilerle) ve bu ürünlere ne kadar harcamaya istekli olduklarını (diğer dükkanlarda ürünlerin fiyatlarına bakarak) anlamaya çalışmalısınız. El sanatları ürünleri satacağınız için hedef kitleniz genç ve yetişkin kadınlar olabilir; dolayısıyla onların satın alma alışkanlıklarına odaklanmalısınız.

Bu bilgiler doğrultusunda, örneğin bölgenizdeki genç ve yetişkin kadınların vazo satın almayı sevdiğini, ancak bu ürünler için yüksek bir fiyat ödemeye isteksiz olduklarını öğrendiğinizi varsayalım. Bu durumda, seramik dükkanınız için başarılı bir strateji, düşük maliyetle basit vazolar sunmak olabilir.

Fiyatlandırma Stratejileri

Yeni bir işletme açarken, belirlediğiniz fiyatın başarı açısından önemli bir göstergesi vardır. Ürününüzü çok düşük veya çok yüksek fiyatlandırmak kârınızı olumsuz etkileyebilir.

Fiyat belirlerken, hedef pazarınızı ve rakiplerinizi (özellikle küçük işletme ortamında) iyi analiz etmek önemlidir. Bazıları fiyatı yüksek tutmanın daha fazla kâr getireceğini düşünebilirken, bazıları düşük fiyatın otomatik olarak daha fazla müşteri çekeceğini varsayabilir. Ancak bu her zaman geçerli değildir. Aşağıda farklı fiyatlandırma stratejilerinden bazıları yer almaktadır:

•**Fiyat Kırma:** Başlangıçta özel müşterileri çekmek için yüksek fiyat belirleyin ve ardından rakipler pazara girdikçe fiyatı düşürün. Örneğin, bir çömlek sanatçısı başlangıçta benzersiz vazolar için yüksek bir fiyat belirleyebilir ve bölgede benzer ürünler çıktıkça fiyatı kademeli olarak düşürebilir.

•**Pazar Penetrasyon Fiyatlandırması:** İlk aşamada düşük fiyat belirleyip müşteri sadakati kazandıktan sonra fiyatı artırın. Örneğin, yeni bir seramik dükkanı açarken başlangıçta kupalar ve tabaklarda indirim yapabilir, popülerlik kazandıktan sonra fiyatları yükseltebilirsiniz.

•**Premium Fiyatlandırma:** Kaliteye veya özgünlüğe önem veren yüksek gelirli müşterilere yönelik bu strateji, el boyaması çömlekler gibi ürünlerde işçiliği vurgulayarak uygulanabilir.

•**Ekonomik Fiyatlandırma:** Düşük fiyatlarla bütçe bilincine sahip müşterileri hedefleyin. Düşük gelirli müşterilerin bulunduğu bir bölgede basit kaseler veya bardaklar gibi uygun fiyatlı ürünler sunabilirsiniz.

•**Paket Fiyatlandırması:** Birden fazla ürünü bir araya getirip indirimli bir fiyatla sunun. Örneğin,

bir kase, kupa ve tabaktan oluşan bir “mutfak seti” oluşturarak tek tek almak yerine seti tercih etmelerini sağlayabilirsiniz.

•**Değer Tabanlı Fiyatlandırma:** Müşterinin algıladığı değere göre fiyat belirleyin; bu özellikle benzersiz ürünlerde faydalıdır. Sınırlı sayıda üretilmiş sanatçı imzalı bir seramik parçası koleksiyon parçası olarak daha yüksek bir fiyatla satılabilir.

•**Dinamik Fiyatlandırma:** Fiyatları piyasa talebi veya sezonlara göre ayarlayın. Örneğin, tatil sezonunda veya yerel etkinliklerde hediyelik eşyalara olan talep arttığında fiyatı yükseltebilirsiniz; ancak bu strateji dikkatli bir piyasa takibi gerektirir.

Hangi stratejiyi seçerseniz seçin, belirlediğiniz fiyat maliyetlerinizi karşılamalı ve bir kâr marjı içermelidir. En basit formül maliyet fiyatı (ürünü yaratmak için harcadığınız maliyet) + kâr marjıdır. Tek bir stratejiye bağlı kalmak yerine, ilk aşamalarda farklı yaklaşımlar deneyerek ürünleriniz ve hedef pazarınız için en uygun fiyatlandırma stratejisini bulabilirsiniz.

2.3 Markalaşma ve Pazarlama

Bir küçük işletme kurmak için gereken temel bilgilere değindikten sonra, son olarak markalaşma ve pazarlama kanalları üzerinde durmalıyız.

Markalaşma

Markalaşma, müşterilerinize kendiniz ve ürünleriniz hakkında sunduğunuz imajdır. Marka, logonuz, sloganınız ve iletmek istediğiniz mesajla ilgilidir; işinizi ileriye taşımak istiyorsanız doğru bir marka stratejisine ihtiyacınız var. Markanızı oluştururken işletmenizi kendine özgü hikayesi ve kişiliği olan bir birey gibi düşünmelisiniz. Bu nedenle renk, yazı tipi ve semboller gibi görsel unsurların seçimi, iletmek istediğiniz kimliği temsil eder.

Hedef kitlenizin kim olduğunu belirlemek bu süreçte önemlidir; çünkü mesajınızın ve sloganınızın bu kitleye hitap etmesi gerekir. Örneğin, geleneksel el sanatları ürünleri satan bir işletme açıyorsanız, ülkenize özgü renkler ve semboller seçmek, müşterilerinize net bir kimlik mesajı verir.

Aynı örnek, markalaşmadaki başka bir önemli faktörü de gösterir: duygusal bağ kurmak. Ürününüzün öne çıkmasını istiyorsanız, müşterilerinizin duygularına dokunmanız gerekir. Geleneksel el sanatları satıyorsanız, marka kimliğinizi müşterilerinizin kültürel miraslarıyla bağ kurmalarına olanak tanıyacak şekilde oluşturabilirsiniz. Böylece onlara duygusal bir fayda sağlamış olursunuz.

Benzersiz bir marka stratejisi geliştirmek için dört temel unsuru düşünmelisiniz: misyonunuz, hedefleriniz, amacınız ve değerleriniz. Bunları net bir şekilde tanımlamazsanız markalaşma

yoluyla doğru bir mesaj iletmek zor olabilir. Örneğin, markanızın özünü sanat aracılığıyla iki kültürü birleştirmek olarak tanımlıyorsanız, bunu farklı kültürlerin teknik ve desenlerini bir araya getiren benzersiz ürünler veya logo ve isim seçimlerinize yansıtabilirsiniz.

Marka oluşturmanın zorlayıcı veya kesin kurallara bağlı bir süreç olmadığını unutmamak önemlidir. Markanız işletmenizle birlikte gelişebilir ve değişebilir. Logolar, renkler ve sloganlar karmaşık olmak zorunda değildir; bazen en basit seçimler daha büyük bir etki yaratabilir. Önemli olan, değerlerinizi ve kimliğinizi açık bir şekilde iletmeleridir.

Pazarlama Kanalları

Markalaşma unsurları doğru pazarlama kanalları ile birleştirildiğinde kârlılığı artırabilir. Günümüzde sosyal medya, geniş bir potansiyel müşteri kitlesine ulaşmada büyük rol oynar. Sosyal medya platformlarını yalnızca ürünlerinizi tanıtmak için değil, aynı zamanda hedef kitlenizin ilgi alanlarını öğrenmek için de kullanabilirsiniz. Facebook ve Instagram gibi platformlar aracılığıyla insanlarla etkileşime geçebilir ve hem görünürlük kazanabilir hem de hangi ürünlerin en çok ilgi çektiğini daha iyi anlayabilirsiniz.

İşletmenizin sosyal medyada aktif olması size şu avantajları sağlar:

- Ürünlerinizi tanıtmak için çalışmalarınızın fotoğraflarını sergileyebilirsiniz.
- Müşterilerinizle doğrudan iletişime geçebilir, yorumlar veya beğeniler yoluyla geri bildirim alabilir ve en popüler ürünleri belirleyebilirsiniz.
- İşinizin hikayesini anlatabilirsiniz. Ürünlerinizi nasıl yarattığınıza dair fotoğraflar, hikayeler veya sahne arkası paylaşımlarıyla müşterilerinizle bağ kurabilir ve yenilerini çekebilirsiniz. Böylece, misyonunuzu ve hedeflerinizi daha iyi iletmış

olur, insanların işinizin amacını anlamalarını sağlarsınız.

Tutarlı ve düzenli içerik yayınlayarak sosyal medya sayfanızın büyümesini sağlayabilirsiniz. Reklamlar için ödeme yapma seçeneği mevcut olsa da zorunlu değildir.

Küçük işletmeler için sosyal medyayı yalnızca rastgele resim paylaşmak yerine belirli bir planla kullanmak önemlidir. Aksi takdirde sayfanız düzensiz görünür ve potansiyel müşterilere hitap etmez. Markalaşma hakkındaki önceki bilgileri hatırlayarak, sosyal medya gönderilerinizde marka imajınızın ve mesajınızın tutarlı olduğundan emin olun. Görsel olarak çekici bir sayfa, potansiyel müşterilerinizin sizinle ve markanızla daha fazla ilgilenmesini sağlar. İnsanların kim olduğunuzu ve ne sunduğunuzu bilmeleri ve hatırlanabilir bir etki yaratmanız gerekir.

Sosyal medya ayrıca rakiplerinizi analiz etmek

veya onlardan ilham almak için de bir araç olabilir. Facebook'ta sizinle aynı alanda faaliyet gösteren kişilerin bulunduğu gruplar veya forumlar bularak yeni teknikler öğrenebilir, rakiplerinizin hedeflerini gözlemleyebilir ve trendleri takip edebilirsiniz. Aynı zamanda insanlarla bağlantı kurarak yeni müşteriler bulabilir ve hedef kitlenizin satın alma alışkanlıklarını keşfedebilirsiniz.

Sosyal medyanın sunduğu bilgi ve olanakları göz ardı etmemek önemlidir. Bu doğrultuda, markalaşma ve pazarlama stratejinizi oluştururken şu adımları takip edebilirsiniz:

1. Değerlerinizi, hedeflerinizi, amacınızı ve misyonunuzu belirleyin.
2. İletmek istediğiniz mesajı düşünün.
3. Sizi yansıtan akılda kalıcı bir isim, logo veya slogan oluşturun.
4. Ürünlerinizle uyumlu olabilecek renkleri seçin.
5. Hedef kitlenizle paylaşmak istediğiniz hikayeyi planlayın.



3. Türkiye Ve Suriye’de El Sanatlarında Kùltürel Miras

Sanat ve el sanatları, her kùltürde önemli bir rol oynar; her medeniyetin tarihini ve kimliğini temsil ederken, aynı zamanda o ÷lkenin gelenek ve göreneklerini ifade etmenin bir yolunu sunar.

Kùltürel mirasın korunması ve geliştirilmesi insanlara birçok yönden fayda sağlayabilir:

- Kendi kökleriyle yeniden bağlantı kurmalarına yardımcı olur.
- İnsanlar ürettiklerini çocuklarına aktararak gurur ve başarı hissi yaşarlar.
- Bu miras, yalnızca bilgi ve beceri değil, aynı zamanda bir değerdir: insanlar sahip olduklarını hem öğretir hem de bundan kazanç sağlayabilirler.

Geleneksel Türk El Sanatları

Türk el sanatları, halıcılıktan çiniciliğe, nakış işlemeye, bakır işçiliğine, seramik ve çömlekçiliğe, ahşap işçiliğine kadar geniş bir yelpazeye yayılır. Nakış, Türk el sanatlarının eşsiz bir örneğidir; yalnızca süsleme için değil, aynı zamanda tasarımlarındaki semboller aracılığıyla bir iletişim aracı olarak da kullanılır. Bu sanat farklı tekniklere sahiptir ve kullanılan iğne türüne göre değişiklik gösterir. Kastamonu, Konya, Elazığ, Bursa, Bitlis, Gaziantep, İzmir, Ankara, Bolu, Kahramanmaraş, Aydın, İçel, Tokat ve Kütahya gibi illerde yaygın olarak üretilmektedir. Seramik ise temel olarak suyu depolamak ve korumak amacıyla kullanılan eski bir tekniktir. Anadolu’nun

geçmişini ortaya çıkarmak amacıyla yapılan kazılarda Taş Çağı'na ait seramik eserler Çatalhöyük, Beyce Sultan ve Demirci Höyük gibi bölgelerde keşfedilmiştir. Özellikle Osmanlı İmparatorluğu döneminde seramik popülerlik kazanmış ve bu döneme ait göz alıcı eserler günümüze ulaşmıştır.

Suriye El Sanatları Eblave Ugarit dönemlerinden itibaren Halep ve Şam gibi antik şehirlerde zanaat sanatında ustalaşmış zanaatkârlar vardı. Bu ustalar, Orta Doğu pazarlarına hizmet veriyordu; ancak Suriye el sanatlarındaki ustalık Müslüman sınırlarını aşarak Avrupa'ya da yayıldı. Örneğin, Granada'da kurulan mozaik endüstrisi bu yayılmanın bir örneğidir.

Suriye el sanatlarının bir diğer özelliği, karmaşık desenleriyle dünya genelinde talep gören "damask" kumaşıdır. Önceleri sadece ipekten yapılan bu kumaş, günümüzde çeşitli elyaflarla üretilmektedir. Pamuktan yapılan ve ipek ile dima (ipeksi bir kumaş) ile işlenen diğer ünlü bir kumaş da Aghabani'dir. Bu renkli kumaşlar, kaftanlar ve elbiseler için kullanılır ve eski sokaklarda, çarşılarda satılır.

Damascene Brocade, altın ve gümüş ipliklerle doğal ipekten dokunan bir başka ünlü Suriye kumaşıdır. Tarih boyunca lüks giysilerde kullanılan bu kumaş, günümüzde mobilya döşemeleri ve çanta gibi aksesuarlar için de tercih edilmektedir.

Seramik yapımı Suriye'de 5 bin yıl öncesine dayanır. Fatımiler döneminde ün kazanan bu zanaat, bugün müzelerde sergilenen parlak seramik parçalar olarak korunmuştur. Memlük döneminde de Qishan seramikleriyle popülerlik kazanan çömlekçilik, özellikle Şam'da gelişti. Bu dönemde Şam'ın anıtlarını temsil eden

seramiklere "Şam Çinileri" adı verildi.



4. İPUÇLARI: Engeller ve Çözümler

Yeni bir işe başlamak kolay değildir; karşılaşılabileceğiniz çeşitli engelleri dikkate almak önemlidir. Özellikle finansal zorluklar göz önünde bulundurulmalıdır. Sınırlı kaynaklara sahipseniz, pazarlama ve markalaşma gibi temel adımlar ekstra çaba gerektirebilir ve bu durum süreci zorlaştırabilir. Ayrıca, doymuş bir pazara giriyorsanız, hızlıca müşteri çekmek ve sorunsuz bir başlangıç yapmak da zor olabilir.

Bilgi ve deneyim her zaman yeterli olmayabilir; bazı hatalar, yanlış kararlar veya operasyonel yetersizliklerden kaynaklanabilir. Ancak, iş sürecinde çalışarak ve deneyim kazanarak doğru yöntemleri öğrenirsiniz. Bu, başarısızlığa mahkûm olduğunuz anlamına

gelmez. Her olasılığa açık fikirli olarak yaklaşarak, iş deneyiminizden en iyi şekilde yararlanabilirsiniz. Gelecek öngörülemez; başarısızlık ihtimali olduğu gibi başarı ihtimali de vardır.

Gelişen bir işletmeyi en iyi şekilde yönetmek için aşağıdaki ipuçlarını uygulayabilirsiniz:

- Meraklı olun: Pazarınız hakkında olabildiğince bilgi edinin, sorular sorun ve sorunlarınızın temel nedenlerini anlamaya çalışın.
- Farklı görüşlere açık olun: Çevrenizden tavsiye isteyin ve olası sorunları daha geniş bir bakış açısıyla değerlendirerek çözüm seçeneklerinizi artırın.
- Başarısızlıktan ders çıkarın: Hata yaptığınızda cesaretinizi kaybetmeyin. Aksine, bu hataları gelişim fırsatı olarak

görün.

•Sorunları küçük parçalara ayırın: Sorunları daha küçük parçalara bölmek, ne yapılması gerektiğini adım adım düşünmenize yardımcı olur ve işleri daha yönetilebilir hale getirir.

•Geri bildirimlere açık olun: Müşterileriniz ve çevrenizden gelen geri bildirimleri dikkate alın ve işinizi sürekli olarak geliştirmeye çalışın.

Görüldüğü gibi, küçük bir işletme kurmak kolay değildir; ancak bir o kadar da ödüllendirici ve dönüştürücü olabilir. Bu önemli adımı atmaktan korkmamalısınız. Kendi işletmenizin size getirebileceği olumlu sonuçları düşünün: özerklik, kişisel gelişim, tutkularınızın peşinden gitme, finansal ödül ve istikrar sağlama, iş yaratarak ve hizmet sunarak toplumuza katkıda bulunma gibi birçok avantaj elde edebilirsiniz.

Daha da önemlisi, pişmanlıktan kaçınmaya çalışın. Hayatınızı “ya şöyle olsaydı” soruları ile yaşamayın; elinizden gelenin en iyisini yaparak her türlü ihtimale karşı başarısızlığı kabul edin.



5. Yabancılar İçin Türkiye’de Zanaatkarlık ve Serbest Meslek

Zanaatkarlık ve Serbest Meslek

Zanaatkarlar ve serbest çalışanlar, ticari faaliyetlerinde fiziksel çabaya ve sınırlı sermayeye dayanan, el sanatları ve sanatsal becerilere sahip kişilerdir. Bu kişiler sınırlı mali kaynaklar ve sermaye nedeniyle sabit yerlerde tüccar veya sanayici olarak çalışamazlar. Genellikle mobil veya geçici yerlerde çalışırlar ve işleri kolaylaştıran bazı muafiyetler sayesinde asgari vergiye tabi tutulurlar. İşletme hesapları basit bir muhasebe defterine göre kaydedilir ve çalışmaları, 7 Haziran 2005 tarihli 5362 sayılı Türk Kanunu kapsamında düzenlenir.

Ön Çalışma Aşaması

Herhangi bir işe veya faaliyete başlamadan önce aşağıdaki unsurlara dikkat edilmelidir:

- 1.Meslek veya Zanaat Seçimi: İşletme sahibinin yapacağı meslek veya zanaatı belirlemesi gereklidir.
 - 2.Doğru Lokasyonun Seçimi: İşin başarısını destekleyecek ve müşteri çekebilecek uygun bir konum belirlenmelidir.
 - 3.Beklenen Gelir Tahmini: İşin ekonomik uygulanabilirliğini değerlendirmek için yıllık beklenen gelir tahmin edilmelidir.
 - 4.Uygun Lisans Seçimi: Zanaatkar veya serbest çalışan olarak uygun lisans seçilerek bu meslekte bir iş yeri veya şirket kurulması değerlendirilmelidir.
- Kanunla Türk Vatandaşlarına Mahsus, Yabancılar Yasak Meslekler ve Roller

Türkiye’de bazı meslek ve roller, Türk vatandaşlarına özgüdür ve yabancı uyruklu bireyler tarafından icra edilemez. Bu mesleklerden bazıları:

- 1.Güvenlik Şirketlerinin Kurucuları ve Yöneticileri (Özel Güvenlik Kanunu, md. 5)
- 2.Özel Güvenlik Görevlileri (Özel Güvenlik Kanunu, md. 10)
- 3.Mahalle ve Çarşı Müfettişleri (Mahalle ve Çarşı Kanunu, md. 3)
- 4.Mali Müşavirler (Yeminli Mali Müşavirlik Kanunu, md. 4)
- 5.Kooperatif Yönetim Kurulu Üyeleri (Kooperatifler Kanunu, md. 56)
- 6.Gümrük Müşavir Yardımcıları (Gümrük Kanunu, md. 227)
- 7.Dış Hekimleri ve Hemşireler (Tababet Kanunu, md. 6 ve 63)
- 8.Avukatlar (Avukatlık Kanunu, md. 3)
- 9.Hakimler ve Savcılar (Hakimler ve Savcılar Kanunu, md. 7)
- 10.Noterler (Noterlik Kanunu, md. 7)

Bu düzenlemeler, hassas mesleklerin yalnızca Türk vatandaşları tarafından yürütülmesi ve ulusal istihdamın korunması amacıyla yapılmıştır.

Uzmanlık Sertifikası Gerektiren Meslekler ve İşler

Uzmanlık sertifikası gerektiren meslekler şunlardır:

- Boya Uzmanı •Fayans Döşeme Uzmanı
- Elektrikçi •Asansör Uzmanı •Motor Sarma Uzmanı •Ahşap Marangozu •Pastacı Şefi •Berber Kasap •Restoran Uzmanı

Bu alanlarda sertifika sağlayan kuruluşlar arasında GAZMEK ve KOSGEB bulunmaktadır.

Kayıt ve Lisanslama İşlemleri- Lisanslama sürecinde dikkate alınması gereken adımlar:

- 1.Meslek veya Ticareti Belirleyin: Yapacağınız

meslek veya ticareti tanımlayın.

- 2.Lokasyon Seçimi: Lokasyonu belirleyip belediye onayı alın.

- 3.Hukuk Müşavirine Danışma: Lisanslama sürecine dair prosedürler için danışın.

- 4.Esnaf ve Sanatkarlar Odası ile Sözleşme Hazırlığı.

- 5.Kira Sözleşmesi: Aylık verginin %25 oranında ödeneceğini unutmayın.

- 6.Vergi Dairesi Bildirimi ve Vergi Levhası Alınması.

- 7.Esnaf ve Sanatkarlar Odası Kaydı: İş başlangıcından itibaren 30 gün içinde tamamlanmalıdır.

- 8.Belediye Ruhsatı Alınması.

- 9.Elektronik İmza Alınması: Çalışma izni başvuruları için.

- 10.Yasal E-Posta Temini: Resmi yazışmalar için kullanılacaktır.

Önemli Notlar ve Temel Noktalar

- 1.İş Stratejinizi Belirleyin: Uygun iş stratejisini seçin (serbest meslek veya şirket türü) ve kısıtlı meslekleri göz önünde bulundurun.

- 2.Lokasyonun Detaylı İncelemesi: Teknik ve yasal uygunluk için denetim yapılmalıdır.

- 3.Deneyimli Bir Mali Müşavirle Çalışma: İşlemlerin sorunsuz tamamlanması için önemlidir.

- 4.Zamanında Vergi Ödeme: Cezalardan kaçınmak ve mevcut indirimlerden yararlanmak için.

- 5.Zorunlu Aylık Sigorta Ödemesi: İşveren sigorta düzenlemelerine uyum sağlamak için.

- 6.Oda Aidatlarının Düzenli Ödenmesi: Üyeliğinizin devamı için gereklidir.

- 7.Mali Müşavir ile Sürekli İletişim: Süreçte her adımda yol gösterici olacaktır.

- 8.Devlet Desteği ve Teşviklerinden Yararlanma: Türkiye’nin bazı illerinde mevcut olan teşviklerden ve kadınlar ve engelli bireyler için sağlanan özel teşviklerden yararlanın.



CRAFT-ACT

Crafting Resilience Future and Talent
through ACtions promoting Traditional Culture



Co-funded by
the European Union

Avrupa Birliği Ortak Finansmanı ile Gerçekleştirilmiştir. İfade edilen görüş ve düşünceler yalnızca yazar(lar)a aittir ve Avrupa Birliği veya hibe veren otoritenin görüşlerini yansıtmak zorunda değildir. Avrupa Birliği veya hibe veren otorite bu görüşlerden sorumlu tutulamaz.