

FINANCIALS



CRAFT-ACT

Crafting Resilience Future and Talent
through ACTIONS promoting Traditional Culture

ريادة الأعمال والتعليم المالي في تركيا

التعاون بين جمعية أمل للإغاثة الإنسانية وأمل
للتعليم



Co-funded by
the European Union



لفهرس

“

من خلال المعرفة
والمهارات، تخلق فرص
جديدة تحول الإبداع إلى
نشاط اقتصادي مستدام.

P/02



P/03



01/

لمقدمة

02/

أسس التعليم المالي

03/

التراث الثقافي في
الحرف اليدوية في
تركيا وسوريا

04/

نصائح: العقبات
والحلول



P/05



05/ الحرف اليدوية والعمل الحرفي تركيا للأجانب



Crafting Resilience Future and Talent
through Actions promoting Traditional Culture



Co-funded by
the European Union

THE PROJECT

The Craft-Act Project: Crafting Resilience, Future, and Talent through Actions promoting Traditional Culture, is an Erasmus+ KA2 project co-funded by the European Union and coordinated by AMAL for Education APS (Italy), in partnership with AIYD Amal İnsani Yardim Derneği (Turkey) and ItaliaHello (Italy).

TEXTS AND RESEARCH

The Guide to Entrepreneurship and Financial Education for Italy was created and developed by AMAL for Education APS (Italy), and AIYD Amal İnsani Yardim Derneği (Turkey).

Research and text: Claudia Cacicia, Rasha Elavad, Abdulaziz Neccar, Isabella Chiari

LAYOUT AND GRAPHICS

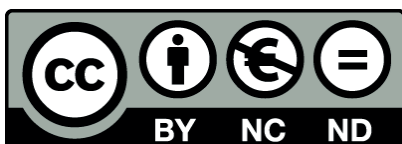
The layout and graphics were curated by Amal for Education.

IMAGES AND GRAPHICS

All images in this guide are original to the project or sourced from Envato Elements and Vecteezy, with proper licensing for use and reproduction.

Disclaimer

Co-funded by the European Union. The views expressed are solely those of the author(s) and do not necessarily reflect those of the European Union or the granting authority. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.



1. مقدمة

في عالم اليوم، يُعد فهم أسس التمويل أداة ضرورية لبناء مستقبل أكثر أمانًا وربحية، إذ يُمكن الأفراد من اتخاذ قرارات مدروسة واغتنام الفرص. فامتلاك معرفة بالتعليم المالي لا يساهم فقط في النمو الشخصي، بل قد يساعد أيضًا في الوصول إلى النجاح المالي. ويرجع ذلك إلى أن فهم التمويل سيساعدك على اتخاذ خيارات استثمارية حكيمة والتخطيط للاستقرار المالي على المدى الطويل.

في هذه الأدلة، سنستعرض أساسيات التعليم المالي؛ ومن أبرز المواضيع التي سيتم مناقشتها هي:

- مفاهيم الدخل، المصروفات، الميزانية، والأرباح لتكوين فكرة عامة حول كيفية كسب المال وإدارته بشكل صحيح.
- أبحاث السوق، وهي ضرورية عند فتح مشروع صغير، حيث تحتاج إلى فهم كيفية وأين يمكنك وضع منتجك في

السوق.

- استراتيجيات التسعير، وهي فكرة هامة تساعدك في تحقيق أقصى استفادة من أرباحك.
- العلامة التجارية، بمعنى كيفية جعل عملك مميزًا عن الآخرين.
- قنوات التسويق، التي تمكّنك من الترويج لمنتجاتك بأفضل طريقة.

فهم هذه المفاهيم سيساعدك في اتخاذ قرارات واعية لعملك. وذلك لأن تطوير عقلية ريادية يمكن أن يُثمر عن أفكار مبتكرة تمكّنك من تحسين دخلك وتؤدي في النهاية إلى تحقيق الاستقلال المالي.

تقدم ريادة الأعمال فرصة واحدة يمكن أن توفر العديد من الفوائد، خاصة في سياق الاندماج الاقتصادي، لأنها تفتح مسارات للسوريين للاندماج في سوق العمل التركي.

السوريين تأسيس أعمال تركز على هويتهم الثقافية، مثل محلات الحرف اليدوية التقليدية.

في الوقت الحاضر، لم تعد الحرف اليدوية مجرد هواية، بل أصبحت صناعة تمكن الأشخاص من ذوي المهارات الكبيرة من تحقيق أرباح جيدة. إذا أخذنا التراث الثقافي الغني للحرف اليدوية في تركيا بعين الاعتبار، نجد أن هناك العديد من الحرف اليدوية التي قد تتمتع بإمكانيات كبيرة في السوق، ليس فقط على الصعيد المحلي، ولكن أيضًا على الصعيد الدولي. تتعدد الخيارات المتاحة، مثل صناعة الفخار، السيراميك، التطريز، والأعمال الخشبية، التي تتيح للأفراد تحقيق الاستقلال المالي من خلال بيع أعمالهم الفنية.

استخدام الحرف كمصدر للدخل يُمكن الأفراد من الحفاظ على تراثهم الثقافي ونشره، عبر تعريف المزيد من الناس به. ومن الأمثلة الرائعة على ذلك الأسواق، حيث تُعد مكانًا رائعًا لعرض منتجاتك. ومن بين أكبر الأسواق في تركيا: - البازار الكبير (إسطنبول)، وهو أكبر سوق في العالم حيث يمكنك العثور على جميع أنواع الأعمال اليدوية.

- سوق كيميرالتي (إزمير)، حيث يمكنك أيضًا العثور على الحرف اليدوية التقليدية مثل السيراميك والمنتجات الخشبية. - سوق النحاسين (غازي عنتاب)، حيث يمكنك أيضًا مشاهدة الحرفيين وهم يعملون والعديد من المحلات الصغيرة الأخرى. - سوق ماردين والعديد من الأسواق الأخرى.

وليست الأسواق وحدها الأماكن التي يمكن فيها عرض وبيع الحرف اليدوية، بل هناك العديد من المعارض في تركيا التي تتيح لك هذه الفرصة، مثل معرض كرافت إسطنبول للحرف اليدوية والتصميم.

بدء عملك الخاص، تتيح لنفسك ولأعضاء مجتمعك فرص عمل إضافية. ومن خلال مهاراتك الشخصية، يمكنك ابتكار منتجات وخدمات تضيف قيمة للاقتصاد المحلي.

مع هذا الدليل، ستكتسب بعض المهارات اللازمة لتأسيس مشروعك الصغير. كما أن هذه المهارات قابلة للتطبيق في قطاعات أخرى، مما يُمكنك من دعم ومساعدة آخرين يطمحون للقيام بنفس الخطوات. تعزز ريادة الأعمال التماسك الاجتماعي، إذ تتعاون المجتمعات ذات الخلفيات المختلفة في الأنشطة التجارية، مما يؤدي في النهاية إلى بناء الثقة المتبادلة والفهم المشترك، والذي قد يؤدي إلى علاقات اجتماعية أقوى وتعاون متبادل.

يمكن أن تلعب ريادة الأعمال دورًا حيويًا في الحفاظ على التراث الثقافي الخاص بك وتعزيزه ضمن المشهد الثقافي المتنوع في تركيا. على سبيل المثال، يمكن لرواد الأعمال



2. أسس التعليم المالي

2.1 بعض المفاهيم الأساسية

عند الحديث عن التعليم المالي، النقاط الأساسية التي يجب التركيز عليها هي: الدخل، المصروفات، إعداد الميزانية، والأرباح.

الدخل

يشير الدخل إلى مقدار المال الذي يحصل عليه الشخص مقابل المنتجات أو الخدمات. هناك مصادر متعددة يمكن من خلالها تحقيق الدخل، مثل أجور العمل، المساعدات الحكومية، الاستثمارات، أو الأرباح من العمل الحر.

ومع ذلك، لا يُستخدم مصطلح الدخل فقط عند الإشارة إلى الأموال، بل يمكن أن يشير أيضًا إلى الممتلكات أو التحويلات الأخرى التي تحدث بين طرفين كدفع مقابل منتج أو خدمة. لفهم كيفية عمل الدخل بشكل أفضل وعلاقته بالأفراد والشركات، من المهم أولاً التمييز

بين الدخل الإجمالي والدخل الصافي: الدخل الإجمالي هو مقدار المال المكتسب قبل خصم المصروفات؛ أما الدخل الصافي فهو مقدار المال المكتسب بعد خصم المصروفات والاقتطاعات اللازمة. هذا التمييز مهم لأنه عندما نتحدث عن دخل الفرد، فإن الدخل الصافي يكون هو الدخل الإجمالي مع طرح التكاليف المرتبطة بإنتاج هذا الدخل.

أما بالنسبة للشركات، فإن الدخل الصافي يأخذ في الاعتبار المصروفات التجارية المختلفة. وهناك ثلاثة أنواع من الدخل: الدخل النشط، الدخل السلبي، ودخل المحفظة.

الدخل النشط

الدخل النشط هو المال الذي تكسبه مباشرة من خلال تقديم منتج أو خدمة. ويشمل ذلك الأجور أو الرواتب التي تتلقاها مقابل عملك، سواء كان ذلك فورياً أو على مدى فترة محددة.

هناك عدة أنواع من المصروفات في الأعمال التجارية :

- لمصروفات التشغيلية: التكاليف اللازمة للحفاظ على استمرار العمل، مثل الإيجار، والمرافق، ورواتب الموظفين.
- المصروفات غير التشغيلية: التكاليف التي لا ترتبط مباشرة بأنشطة العمل الأساسية. على سبيل المثال، الخسائر من تقلبات أسعار العملات.
- المصروفات الثابتة: التكاليف التي تظل ثابتة بغض النظر عن أداء العمل، مثل الإيجار أو التأمين.
- المصروفات المتغيرة: التكاليف التي تتغير بناءً على مستويات الإنتاج. على سبيل المثال، شراء المزيد من المواد مع زيادة الإنتاج.
- المصروفات المستحقة: التكاليف التي يجب دفعها ولكن لم يتم دفعها بعد، مثل فاتورة مرافق مستحقة.
- المصروفات المدفوعة مسبقًا: التكاليف المدفوعة مقدمًا مقابل فوائد مستقبلية، مثل دفع اشتراك برنامج لمدة عام كامل مقدمًا.

إعداد الميزانية

بعد تحليل ما هو الدخل وما هي المصروفات، من الضروري توضيح أساسيات إعداد الميزانية، حيث ترتبط هذه المفاهيم الثلاثة ببعضها البعض.

بشكل عام، يتضمن إعداد الميزانية عملية إدارة دخلك ومصروفاتك لتكون واعيًا بالأموال المكتسبة والمصروفة.

تُعتبر الميزانية وثيقة نشطة تحتاج إلى تحديث وتعديل بانتظام. لا تتطلب حسابات معقدة؛ فقط إضافات وطرح أساسية. يساعد تصنيف المصروفات (مثل الشهرية مقابل السنوية، المنتظمة مقابل غير المنتظمة) على تكوين رؤية واضحة لأنماط الإنفاق، مما يسهل تحديد المجالات التي يمكن تحسينها عند الحاجة.

على سبيل المثال، الراتب الذي تتلقاه من وظيفة هو دخل نشط.

الدخل السلبي

الدخل السلبي هو المال المكتسب بجهد مستمر قليل. ويشمل هذا الدخل من مصادر مثل تأجير الممتلكات، أو الحصول على حقوق الملكية من أعمال إبداعية، أو إدارة عمل تجاري جزئي. على سبيل المثال، إذا كنت تملك شقة وتؤجرها، فإن مدفوعات الإيجار هي دخل سلبي.

دخل المحفظة

دخل المحفظة هو المال المكتسب من خلال الاستثمارات. ويشمل هذا الدخل من الأسهم، أو السندات، أو الفوائد من حسابات التوفير. وغالبًا ما يسمى "أرباح رأس المال" عندما يتعلق الأمر ببيع أصل مقابل سعر أعلى مما دفعته له. على سبيل المثال، إذا اشتريت أسهمًا في شركة وبعته لاحقًا بربح، فإن هذا الربح يُعتبر دخلاً من المحفظة.

المصروفات

بالمعنى الواسع، المصروفات هي تدفق الأموال للخارج لتغطية تكاليف السلع والخدمات. وهي تمثل ما تحتاج إلى إنفاقه لتشغيل عمل تجاري أو تلبية الاحتياجات الشخصية.

في مجال الأعمال، يعتبر تتبع المصروفات أمرًا بالغ الأهمية لفهم الأداء المالي، سواء كان النشاط التجاري يحقق أرباحًا أو يتراكم عليه الديون. تسجيل وتصنيف كل مصروف يمكن أصحاب الأعمال من تحديد الاتجاهات واتخاذ قرارات مستنيرة، مثل تحديد الوقت والمكان المناسبين لتقليل التكاليف عند الحاجة.

في الأعمال التجارية، يمكن الإبلاغ عن المصروفات بطريقتين، اعتمادًا على طريقة المحاسبة:

« أساس الاستحقاق:

« يتم تسجيل المصروفات عند حدوث المعاملة، حتى لو لم يتم دفع المال بعد.

«

« الأساس النقدي:

« يتم تسجيل المصروفات فقط عند إنفاق المال فعليًا.

دليل لإعداد ميزانية لمشروع صغير في الحرف اليدوية:

1. تحديد مصادر الدخل

ابداً بتحديد جميع مصادر الدخل المحتملة لمشروع الحرف اليدوية الخاص بك. قد يشمل ذلك مبيعات المنتجات اليدوية، الطلبات الخاصة، ورش العمل، أو عائدات المتجر الإلكتروني. على سبيل المثال، إذا كنت تصنع أواني فخارية، قد يكون لديك دخل من الأسواق المحلية والمبيعات عبر الإنترنت. قدّر دخلك الشهري أو الموسمي المتوقع بناءً على المبيعات السابقة أو أبحاث السوق إذا كنت في بداية المشروع.

2. تصنيف المصروفات

حدد وصّف المصروفات، سواء كانت ثابتة أو متغيرة. تظل المصروفات الثابتة كما هي كل شهر، مثل إيجار مساحة العمل أو تكاليف التأمين. أما المصروفات المتغيرة، فتتغير بناءً على الإنتاج والمبيعات؛ على سبيل المثال، شراء المزيد من الطين والطلاء مع زيادة الطلبات. من المفيد تقسيم الفئات كالتالي:

- المواد: تكاليف مستلزمات مثل الطين، الأقمشة، الدهانات، والأدوات.
- الإيجار/المرافق: المصروفات المنتظمة لمساحة العمل.
- التسويق: مصروفات الترويج لعملك عبر الإنترنت أو في المعارض المحلية.
- التغليف والشحن: تكاليف مواد التغليف أو تسليم المنتجات للعملاء.
- الخدمات المهنية: رسوم الاستشارات مع مستشار ضريبي أو محاسب.

3. وضع ميزانيات شهرية وسنوية

خطط لميزانية شهرية لتغطية المصروفات المنتظمة وأخذ تقلبات الدخل في الاعتبار. نظراً لأن الطلب على الحرف اليدوية قد يكون موسميًا، مثل مبيعات الهدايا في الأعياد، من المفيد أيضًا إعداد ميزانية سنوية للاستعداد للأشهر البطيئة. على سبيل المثال، قد تخصص جزءاً أكبر من ميزانيتك للتسويق في شهري نوفمبر وديسمبر للاستفادة من مبيعات العطلات.

4. التتبع والتعديل بانتظام

سجل كل الدخل والمصروفات الفعلية في جدول بيانات بسيط أو تطبيق للميزانية، وقارنها بتقديراتك. عدّل الميزانية كل شهر بناءً على ما كسبته أو أنفقتة. على سبيل المثال، إذا كانت تكاليف المواد أعلى في شهر معين بسبب مشروع جديد، قم بتدوين ذلك حتى تتمكن من إدارة التدفق النقدي وإجراء التعديلات في الشهر التالي.

5. التخطيط للنمو والحالات الطارئة

تأخذ الميزانية الجيدة بعين الاعتبار الأهداف المستقبلية والمصروفات غير المتوقعة. إذا كنت تخطط للاستثمار في قطعة جديدة من المعدات، مثل فرن خزف أو ماكينة خياطة، أضف هذه النفقات طويلة الأجل في ميزانيتك. خصص جزءاً صغيراً كل شهر لبناء صندوق طوارئ يغطي التكاليف غير المتوقعة، مثل الإصلاحات أو تأخير تسليم المواد.

الأرباح

الربح هو المال الذي يكسبه النشاط التجاري، ويحدث عندما تتجاوز الإيرادات المصروفات. في الشركات، يعود الربح إلى المالكين الذين يمكنهم اتخاذ قرار بشأن كيفية تخصيص المال (سواء بالاحتفاظ به أو إعادة استثماره في الشركة). مرة أخرى، يكون الحساب بسيطاً: بطرح المصروفات من الإيرادات على مدار فترة زمنية محددة.

يجب توضيح الفرق بين الإيرادات والأرباح:

- الإيرادات: هي إجمالي المبيعات التي تحققها الشركة.
- الأرباح: هي الفائض المتبقي بعد خصم المصروفات.

في الأعمال التجارية، هناك ثلاثة أنواع من الأرباح:

- الربح الإجمالي: هو المبلغ المتبقي بعد خصم تكلفة إنتاج السلع من الإيرادات. يوضح هذا الربح مقدار المال المكتسب مباشرة من بيع المنتجات. على سبيل المثال، إذا كنت تصنع مجوهرات وتبيعها مقابل 100 دولار، وكانت تكلفة الإنتاج 40 دولاراً، فإن الربح الإجمالي هو 60 دولاراً.
- الربح التشغيلي: يتم حسابه بطرح التكاليف الإضافية (مثل المصاريف الإدارية والتسويقية) من الربح الإجمالي. على سبيل المثال، إذا كان الربح الإجمالي 60 دولاراً وتكلفة التسويق ولوازم المكتب 20 دولاراً، فإن الربح التشغيلي هو 40 دولاراً.
- الربح الصافي: هو ما يتبقى بعد خصم جميع المصروفات من الإيرادات، بما في ذلك الضرائب والفوائد. في المثال أعلاه، إذا كانت الإيرادات 100 دولار وبعد خصم جميع التكاليف تكون الأرباح النهائية 30 دولاراً، فهذا هو الربح الصافي.

حساب الإيرادات بسيط: جمع كل المبيعات التي تم إجراؤها بالإضافة إلى أي مصادر دخل أخرى، مثل الفوائد من المدخرات. وبمجرد حساب الإيرادات الكلية، يكون حساب الربح مباشراً: طرح جميع المصروفات والخصومات من الإيرادات. وما يتبقى هو الربح، وهو المال المكتسب الفعلي.

2.2 أبحاث السوق واستراتيجيات التسعير

أبحاث السوق

تعد أبحاث السوق أمراً مهماً عند الرغبة في بدء مشروع صغير لأنها تتيح فهمًا أفضل للمنتجات التي تميل إلى تحقيق المبيعات وكيفية جعل المنتج أكثر جاذبية بناءً على سلوكيات الشراء للجمهور المستهدف.

- عند فتح مشروع صغير، هناك عوامل عديدة يجب أخذها في الاعتبار:
- الطلب: هل هناك رغبة لدى الناس في هذا المنتج أو الخدمة؟



- حجم السوق: كم عدد الأشخاص الذين قد يشترون المنتج؟
- المؤشرات الاقتصادية: ما هو متوسط الدخل ومعدل التوظيف؟
- الموقع: أين يتواجد العملاء المحتملون؟ وكيف يمكنهم الوصول إليك؟
- تشبع السوق: هل هناك الكثير من المنافسين في منطقتك؟
- التسعير: كم سيكون الأشخاص مستعدين للدفع مقابل منتجك أو خدمتك؟

إليك مثالاً عن كيفية أخذ كل عامل في الاعتبار عند افتتاح متجر للفخار:

- الطلب: قُم بتقييم ما إذا كان الناس مهتمين بالفخار اليدوي. هل يقدر السكان المحليون الأشياء المصنوعة يدوياً والفريدة؟ وهل هناك اتجاهات في ديكور المنازل قد تزيد من الطلب على الفخار؟
- حجم السوق: قُدِّر عدد الأشخاص الذين قد يشترون الفخار، خاصةً إذا كنت في مدينة لديها مجتمع فني قوي أو منطقة سياحية تجذب الزوار الذين يقدرون المنتجات اليدوية.
- المؤشرات الاقتصادية: خذ في الاعتبار متوسط الدخل المحلي ومعدل التوظيف؛ ففي مدينة ذات دخل مرتفع، قد يكون الناس أكثر استعداداً للإنفاق على المنتجات اليدوية.
- الموقع: اختر مكاناً يسهل على العملاء الوصول إليه، مثل حي فني أو منطقة تسوق مزدحمة.
- تشبع السوق: انظر إلى عدد متاجر الفخار أو المحلات اليدوية الأخرى في المنطقة. إذا كان السوق مشبعاً، قد تحتاج إلى تقديم شيء فريد للتمييز أو البحث عن موقع أقل تنافسية.
- التسعير: ابحث عن استعداد الناس لدفع ثمن الفخار في منطقتك، عبر زيارة متاجر مشابهة وملاحظة نطاق الأسعار.

أبحاث السوق تتضمن العديد من المواضيع والنظريات، لكن سيكون من المفيد إعطاء نظرة عامة على النقاط الأساسية. أولاً، يجب فهم جمهورك المستهدف: هل منتجك موجه للنساء الشابات؟ أم هو أكثر ملاءمة للكبار أو الأطفال؟

طرح هذه الأسئلة يساعدك في معرفة كيفية وضع منتجك في السوق عبر فهم احتياجات العملاء. وللقيام بذلك، تحتاج إلى تقسيم السوق. تقسيم السوق ضروري لأن الجميع ليس لديهم نفس الاحتياجات ولا يشترون نفس المنتج. يتم التقسيم عادةً بناءً على العوامل الديموغرافية، والمتغيرات الاقتصادية والاجتماعية، وسلوكيات الشراء، وأنماط الحياة والقيم.

استراتيجيات التسعير

عند بدء عمل جديد، يعد السعر الذي تحدده لمنتجك مؤشراً هاماً لنجاحك المحتمل؛ فالتسعير الزائد أو التحديد المنخفض للمنتج قد يقوض أرباحك.

أولاً، من المهم دراسة السوق الذي ستدخله، خاصةً المنافسين. يعتقد البعض أن تسعير المنتج بشكل أعلى سيحقق ربحاً أعلى، أو أن تحديد سعر أقل من المنافسين سيجذب المزيد من العملاء تلقائياً، ولكن هذا ليس صحيحاً دائماً. هناك استراتيجيات مختلفة يمكنك اتباعها عند تسعير منتجاتك، ومنها:

- تسعير الكشف: ابدأ بسعر مرتفع لجذب العملاء الباحثين عن الحصرية، ثم خفض السعر تدريجياً مع دخول المنافسين.

- تسعير اختراق السوق: وضع سعر منخفض في البداية لجذب العملاء وبناء الولاء، ثم رفعه لاحقًا بعد تكوين قاعدة عملاء.
 - التسعير المتميز: استهداف العملاء من أصحاب الدخل المرتفع الذين يفضلون الجودة أو الحصرية.
 - التسعير الاقتصادي: جذب العملاء ذوي الميزانية المحدودة عبر إبقاء الأسعار منخفضة.
 - التسعير المجمع: جمع منتجات متعددة وبيعها بسعر مخفض.
 - التسعير بناءً على القيمة: تحديد السعر بناءً على القيمة المتصورة من قبل العميل، وهو مفيد للمنتجات الفريدة.
 - التسعير الديناميكي: تعديل الأسعار بناءً على الطلب أو التوقيت، وهو أقل شيوعًا للشركات الصغيرة.
- بغض النظر عن الاستراتيجية التي تختارها، يجب أن يغطي السعر تكاليفك ويشمل هامش ربح.

2.3 العلامة التجارية والتسويق

بعد استعراض جميع المعلومات الأساسية اللازمة لبدء مشروع صغير، تبقى لدينا موضوعان أخيران يجب تغطيتهما: العلامة التجارية وقنوات التسويق.

العلامة التجارية

العلامة التجارية هي الصورة التي تقدمها عن نفسك وعن منتجك للعملاء. تتضمن العلامة التجارية شعارك، ورمزك، والرسالة التي ترغب في إيصالها، لذلك تحتاج إلى استراتيجية واضحة للعلامة التجارية إذا كنت ترغب في تطوير عملك.

عند التفكير في علامتك التجارية، يجب أن تنظر إلى عملك كفرد له قصته وشخصيته الخاصة؛ لهذا السبب يعد اختيار الألوان والخطوط والعناصر المرئية الأخرى مثل الرموز أمرًا هامًا لأنها تنقل الهوية التي ترغب في عرضها.

كما ذكرنا سابقًا، فإن امتلاك فكرة واضحة عن جمهورك المستهدف ضروري لأن رسالتك وشعارك يجب أن يكونا جذابين بالنسبة له.

إليك مثالًا عمليًا عن كيفية تأثير هذه العناصر على عملك: إذا كنت تدير مشروعًا صغيرًا يبيع منتجات حرفية تقليدية لبلدك، فإن اختيار ألوان محددة تمثل هذا البلد يرسل رسالة واضحة للعملاء عن هويتك. ويمكن استخدام هذا المثال لتوضيح نقطة رئيسية أخرى في العلامة التجارية: العاطفة. إذا كنت ترغب في تمييز منتجك عن الآخرين، يجب أن تجذب عملاءك من خلال تحفيز جانبهم العاطفي؛ في هذا السياق، إذا كنت تباع منتجات حرفية تقليدية، يمكنك بناء هوية علامتك التجارية حول إتاحة الفرصة للعملاء للبقاء على اتصال بترائهم، مما يمنحهم فائدة عاطفية.

لتطوير استراتيجية علامة تجارية فريدة، يجب أن تضع في اعتبارك أربعة أشياء: مهمتك، أهدافك، غايتك، وقيمك. إذا لم يكن لديك تعريف واضح لهذه العناصر، فلن تتمكن من توصيل رسالة مناسبة من خلال علامتك التجارية.

على سبيل المثال، يمكن أن تكون جوهر علامتك التجارية هي الربط بين ثقافتين من خلال فنك؛ يمكنك توصيل هذا من خلال صورتك (عبر إنشاء منتجات فريدة تدمج تقنيات وأنماط ثقافات مختلفة)، وكذلك من

خلال شعارك أو اسمك.

من المهم التأكيد على أن بناء العلامة التجارية يجب ألا يُنظر إليه على أنه شيء نهائي أو صعب التحقيق؛ يمكن أن تتطور علامتك التجارية مع نمو عملك وتغيره بمرور الوقت.

الشعارات والألوان والشعارات لا يجب أن تكون معقدة للغاية؛ في بعض الأحيان، يمكن للأشياء البسيطة أن تحدث تأثيراً أكبر؛ الأمر المهم هو أن تعكس هذه العناصر قيمك وهويتك.

قنوات التسويق

من المهم استخدام القنوات التسويقية المناسبة لتعزيز تأثير هذه العناصر.

في الوقت الحاضر، تلعب وسائل التواصل الاجتماعي دوراً كبيراً في تمكين الناس من الوصول إلى مجموعة واسعة من العملاء المحتملين. يمكنك استخدامها ليس فقط للترويج لمنتجاتك، بل أيضاً للتعرف بشكل أفضل على ما قد يفضلهم جمهورك المستهدف. من خلال منصات مثل فيسبوك أو إنستغرام، يمكنك التفاعل مع الناس والحصول على رؤية واسعة حول ما هو الأكثر جاذبية لهم.

امتلاك صفحة لأعمالك على إنستغرام وفيسبوك يسمح لك:

- بترويج منتجاتك عبر عرض صور لأعمالك
- بإنشاء اتصال مباشر مع عملائك من خلال تلقي التعليقات أو الإعجابات، لمعرفة ما هو الأكثر شيوعاً بين جمهورك
- بسرد قصتك الخاصة، من خلال نشر صور أو قصص حول كيفية صنع منتجاتك، أو من خلف الكواليس، مما يخلق رابطاً مع عملائك وقد يجذب عملاء جدد. بهذه الطريقة، يمكنك أيضاً التواصل بشكل أفضل مع جمهورك حول مهمتك وأهدافك وفهمهم لأغراض عملك.

من خلال الاستمرار في نشر المحتوى بانتظام وبتناسق، يمكن لصفحتك أن تنمو وتصل إلى عدد كبير من الناس. ويمكنك دائماً الاستفادة من خيار الإعلانات المدفوعة، ولكن هذا ليس ضرورياً.

يجب أن يكون استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للأعمال الصغيرة متنسقاً ومنظماً، وإلا ستبدو صفحتك غير مرتبة ولن تجذب العملاء الجدد. بناءً على ما ذكرناه عن العلامة التجارية، يجب إنشاء صفحة تعكس بوضوح صورة ورسالة علامتك التجارية من خلال منشوراتك؛ فكل شيء يجب أن يكون متنسقاً ويتماشى مع هوية علامتك وقيمتها.

يمكن لوسائل التواصل الاجتماعي أيضاً أن تكون أداة لدراسة المنافسة أو التعلم منها. على سبيل المثال، قد تجد على فيسبوك مجموعات أو منتديات حيث يشارك الناس شغفك، ويمكنك التعلم من تقنيات جديدة أو الاطلاع على توجهات السوق.

في نفس الوقت، يمكنك التواصل مع الناس، جذب عملاء جدد، والتعرف على سلوكيات الشراء لجمهورك المستهدف.

خطوات لإنشاء استراتيجية العلامة التجارية والتسويق:

1. فُكر في قيمك وأهدافك وغايتك ومهمتك.

2. فكّر في الرسالة التي تريد إيصالها.
3. اختر اسمًا وشعارًا جذابًا يعبر عنك.
4. اختر لونًا مناسبًا يتماشى مع خط إنتاجك.
5. فكّر في القصة التي تريد مشاركتها مع جمهورك.

ستساعدك هذه الخطوات على إعداد استراتيجية قوية للعلامة التجارية وتوجيه إنشاء محتوى متناسق لوسائل التواصل الاجتماعي.



3. التراث الثقافي في الحرف اليدوية في تركيا وسوريا

الفنون والحرف اليدوية: دورها وأهميتها في التراث الثقافي بتركيا وسوريا

لطالما لعبت الفنون والحرف اليدوية دورًا هامًا في كل ثقافة، إذ تمثل كل حضارة وتاريخها والأهم من ذلك هويتها، كما تُعد وسيلة للتعبير عن تقاليد وعادات كل بلد.

الحفاظ على التراث الثقافي وتعزيزه قد يفيد الناس بطرق عديدة:

- يساعدهم على إعادة الاتصال بجذورهم.
- يمنحهم شعورًا بالفخر والإنجاز، حيث يمكن للناس نقل ما صنعوه إلى أبنائهم وبناتهم.
- يعد الحرف اليدوية أكثر من مجرد معرفة ومهارة، فهي أيضًا مصدر دخل؛ حيث يمكن للأفراد ليس فقط تعليم ما يعرفونه، ولكن أيضًا الربح منه.

تتنوع الحرف اليدوية التقليدية التركية بين صناعة السجاد، وصناعة البلاط، والتطريز، والأعمال النحاسية، والسيراميك والفخار، والأعمال الخشبية، وغيرها الكثير.

التطريز التركي

يمكن اعتبار التطريز مثالاً فريداً على الحرف التركية؛ فهو لا يستخدم فقط لأغراض الزينة، بل أيضاً كوسيلة للتواصل عبر الرموز في تصميماته. تتنوع تقنيات التطريز بناءً على نوع الإبرة المستخدمة في صنع المنتجات المطرزة.

تشتهر هذه الحرفة بشكل خاص في محافظات كاستامونو، قونية، إيلازيق، بورصة، بدليس، غازي عنتاب، إزمير، أنقرة، بولو، كهرمان مرعش، أيدين، إيجل، توكات، وكوتاهيا.

صناعة السيراميك

تُعد صناعة السيراميك من أقدم الحرف، حيث كان الهدف الرئيسي منها هو تخزين وحفظ المياه. بفضل الاكتشافات المختلفة التي تمت خلال أعمال التنقيب، تم الكشف عن تاريخ الأناضول. أظهرت الحفريات في مواقع مثل جتسالهويوك، بيجه

سلطان، ودميرجي هوبوك آثارًا للسيراميك تعود للعصر الحجري.

وخلال فترة الإمبراطورية العثمانية، أصبحت السيراميك مشهورة جدًا، وما زالت لدينا قطع أثرية جميلة تشهد على هذه الحقبة.



الحرف اليدوية السورية منذ فترة ممالك إيبلا وأوغاريت، وفي مدن مثل حلب ودمشق، كان هناك حرفيون يتقنون فن الحرف اليدوية، وكان هؤلاء الحرفيون يزودون الأسواق في الشرق الأوسط بأعمالهم الرائعة. ولم تبق الحرف اليدوية السورية ضمن حدود العالم الإسلامي فقط، بل انتشرت حتى في

أوروبا؛ مثال على ذلك هو صناعة الفسيفساء التي تأسست في غرناطة.

إحدى ميزات الحرف السورية هي قماش الداماسك، الذي يُطلب في جميع أنحاء العالم بنقوشه المعقدة. كان يُصنع سابقًا من الحرير فقط، بينما يُصنع اليوم من أنواع مختلفة من الألياف. ومن الأقمشة الشهيرة الأخرى "الأغباني"، الذي يُصنع من القطن ويطرز بالحرير، والديمة، حيث تُستخدم هذه الأقمشة الملونة في صنع القفاطين والفساتين التي تُباع في الشوارع والأسواق القديمة.

البروكار الدمشقي

البروكار الدمشقي هو قماش مصنوع من الحرير الطبيعي مع خيوط من الذهب والفضة. تاريخيًا، كان يُستخدم لصنع الملابس الفاخرة، بينما يُستخدم اليوم في تنجيد الأثاث والاكسسوارات مثل الحقائق.

صناعة الفخار

يعود تاريخ الفخار اليدوي إلى الألفية الخامسة قبل الميلاد. أصبح شهيرًا خلال فترة الفاطميين حيث صُنعت قطع من الخزف البراق، والتي يمكن العثور عليها اليوم في المتاحف. ظل الفخار حرفة سائدة خلال فترة المماليك، خاصة في صناعة "كشان". تطورت هذه الحرفة بشكل كبير في دمشق حتى أصبحت القطع التي تمثل معالم دمشقية تُعرف لاحقًا ببلاط دمشق.



4. نصائح: العقبات والحلول

بدء عمل جديد: العقبات والحلول

يُعد بدء مشروع جديد مهمة صعبة، وهناك العديد من العوامل التي يجب أخذها في الاعتبار والتي قد تشكل عقبات.

أولاً، يتطلب ذلك رأس مال مبدئي، ويجب أن تضع في اعتبارك أن هناك تحديات مالية قد تنشأ، خاصة في المراحل الأولى. إذا كانت مواردك محدودة، فقد تصبح بعض الخطوات الأساسية مثل التسويق وبناء العلامة التجارية أكثر تحدياً، حيث ستحتاج إلى بذل جهد أكبر لإتمامها بنجاح.

علاوةً على ذلك، قد يكون السوق مشبعاً مما يجعل من الصعب البدء بسلسلة وجذب العديد من العملاء على الفور.

المعرفة والخبرة ليست كافية أبداً؛ قد تحدث بعض الأخطاء بسبب اتخاذ قرارات ضعيفة أو كفاءة تشغيلية منخفضة، وهذه أمور لا مفر منها. من خلال العمل والاستمرار في المشروع، ستتعلم كيفية التشغيل بشكل صحيح.

رغم ما سبق، لا يعني ذلك أنك محكوم بالفشل. لتحقيق أقصى استفادة من تجربة عملك، كن منفتحاً على جميع الاحتمالات: المستقبل غير متوقع، وبينما قد تكون هناك فرص للفشل، هناك أيضاً فرص للنجاح.

إليك بعض النصائح التي قد تساعدك في إدارة مشروع ناجح:

- كن فضولياً: حاول أن تتعلم قدر الإمكان عن سوقك، اطرح أسئلة وحاول فهم الأسباب الجذرية لمشاكلك.
- اقبل الآراء المختلفة: استشر الأشخاص من حولك واطلع على وجهات نظرهم للحصول على فهم أوسع للقضايا المحتملة.

- تعلم من الفشل: لا تثبط عزيمتك إذا ارتكبت أخطاء. على العكس، استخدمها كفرص للتحسين.

- قسّم المشاكل إلى أجزاء صغيرة: بتقسيم التحديات إلى أجزاء، قد تجدها أكثر قابلية للإدارة حيث يمكنك التفكير في كل خطوة على حدة.

- كن منفتحًا على التعليقات: تقبل ردود الفعل من العملاء ومن حولك لتواصل تحسين أدائك.

كما ذكر هنا، فإن فتح مشروع صغير ليس بالمهمة السهلة، ولكنه قد يكون مجزيًا ومغيّرًا للحياة. لا تخف من اتخاذ هذه الخطوة المهمة. فكر في النتائج الإيجابية التي قد يجلبها امتلاك مشروعك الخاص، مثل الاستقلالية، النمو الشخصي، تحقيق شغفك، المكافآت المالية والاستقرار المالي، والمساهمة في مجتمعك من خلال خلق فرص عمل وتقديم خدمات.

الأهم من ذلك، حاول تجنب الندم: لا تعيش حياتك متسائلًا "ماذا لو"، بل ابذل قصارى جهدك، وفي حال عدم النجاح، تقبّل الفشل.



5. الحرف اليدوية والعمل الحر في تركيا للأجانب

الحرفيون والعاملون المستقلون: دورهم في العمل الحر في تركيا للأجانب

يعتبر الحرفيون والعاملون المستقلون أفرادًا ذوي مهارات يدوية وفنية، يعتمدون على الجهد البدني ورأس المال المحدود في أنشطتهم التجارية. بسبب مواردهم المالية المحدودة، لا يستطيعون العمل كتجار أو صناعيين في مواقع ثابتة. يعمل هؤلاء الأفراد غالبًا في مواقع متنقلة أو مؤقتة، ويخضعون لضرائب بسيطة، مع بعض الإعفاءات التي تسهل عملهم. تُسجل حساباتهم وفقًا لدليل محاسبي بسيط، ويتم تنظيم عملهم وفقًا للقانون التركي رقم 5362 الصادر في 7 يونيو 2005.

مرحلة ما قبل العمل

قبل بدء أي نشاط أو مشروع، ينبغي مراعاة ما يلي:

1. تحديد المهنة أو الحرفة: حدد المهنة أو الحرفة التي يريد صاحب المشروع مزاومتها.
2. اختيار الموقع المناسب: اختر موقعًا يدعم نجاح المشروع ويجذب العملاء.
3. الدخل المتوقع: قَدِّر الدخل السنوي المتوقع من هذا العمل لتقييم جدواه الاقتصادية.
4. اختيار الترخيص المناسب: قرر ما إذا كان من الأنسب الحصول على ترخيص كحرفي أو كعامل مستقل، أو النظر في تأسيس شركة بأحد أنواعها.

المهن والأدوار المحظورة على الأجانب بموجب القانون التركي

وفقًا للقوانين التركية، تُقيّد بعض المهن والأدوار لتكون محصورة على المواطنين الأتراك فقط. تشمل هذه المهن:

- مدراء ومدربي وممثلي شركات الأمن الخاص
- مستشاري الحسابات المالية
- أعضاء مجالس التعاونيات
- محامين وقضاة وأعضاء النيابة العامة

- صيدليين، وأطباء الأسنان، والممرضين
- مهن أخرى تتعلق بالمهن الحساسة

يهدف هذا الإطار التنظيمي إلى حماية الوظائف الوطنية وضمان مزاولة المهن الحساسة من قبل المواطنين الأتراك فقط.

- المهن التي تتطلب شهادة اختصاص
- تشمل المهن التي تتطلب شهادة اختصاص:
- متخصصي الدهان
 - متخصصي السباكة
 - كهربائيين
 - متخصصي الحلويات
 - متخصصي تصفيف الشعر
 - خياطين

تقدم العديد من المؤسسات مثل **مجلس المهن الحرة** وشهادات الاختصاص في هذه المجالات.

- إجراءات التسجيل والترخيص
1. تحديد المهنة أو الحرفة: اختر المهنة المراد مزاومتها.
 2. اختيار الموقع: اختر الموقع وتوجه إلى البلدية لفحص العقار والتأكد من صلاحيته للترخيص.
 3. استشارة محاسب قانوني: لبدء إجراءات الترخيص.
 4. تحضير العقد مع غرفة الحرف والمهن الحرة.
 5. عقد الإيجار: يُلاحظ أن الضريبة الشهرية ستكون بنسبة 25٪ من القيمة الكلية المسجلة في عقد الإيجار.
 6. صورة الهوية الشخصية لممارس المهنة أو الحرفة.
 7. إخطار مكتب الضرائب والحصول على لوحة ضريبية.
 8. التسجيل في غرفة الحرف والمهن الحرة: يتم استكمال التسجيل خلال 30 يوماً من بدء العمل.
 9. الحصول على رخصة بلدية: وتحتاج إلى عدة مستندات منها بطاقة الهوية، عقد الإيجار، والتسجيل في غرفة الحرفيين.
 10. الحصول على توقيع إلكتروني لأغراض طلبات تصاريح العمل.
 11. الحصول على بريد إلكتروني قانوني للاستخدام في المراسلات القانونية الرسمية.

ملاحظات ونقاط رئيسية هامة

1. تحديد استراتيجيتك التجارية: من الضروري اختيار الاستراتيجية المناسبة بوضوح وتحديد نوع المهنة بدقة.
2. فحص دقيق للموقع: تأكد من أن الموقع مناسب من الناحية التقنية والقانونية قبل بدء إجراءات الترخيص.
3. التعاون مع مستشار مالي ذو خبرة: يوصى بالعمل مع مستشار مالي لضمان إتمام الإجراءات بكفاءة.
4. الالتزام بدفع الضرائب في الوقت المحدد: للابتعاد عن الغرامات والاستفادة من الخصومات.
5. دفع التأمين الشهري الإلزامي: لضمان الامتثال لقواعد التأمين.
6. الدفع السنوي لرسوم العضوية بالغرفة التجارية: للحفاظ على العضوية في غرف الحرفيين والمهن الحرة.

7. التواصل المستمر مع المستشار المالي: من المستحسن التواصل الدائم لضمان سير العمل على المسار الصحيح.
8. الاستفادة من الدعم والحوافز الحكومية: تتوفر حوافز ودعم حكومي في بعض الولايات التركية، مع حوافز إضافية للنساء والأشخاص ذوي الإعاقة.





CRAFT-ACT

Crafting Resilience Future and Talent
through ACtions promoting Traditional Culture



Co-funded by
the European Union

Co-funded by the European Union. The views and opinions expressed are solely those of the author(s) and do not necessarily reflect those of the European Union or the granting authority. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.