



Bölüm 1: Serbest Meslek ve Girişimciliğe Giriş

Dr. Yiannis Fessas

Girişimci

Kimya Mühendisi

BSc, MSc, PhD, CEng, MChemE, MAChE,


IFST(L)



Bu sunum, Avrupa Birliği tarafından finanse edilen ve MASDER, AKTI ve MAKAMER tarafından yrtlen "Go Social" projesi kapsamında yapılmıştır. Bu sunumun içeriğinden tamamıyla MASDER, AKTI ve MAKAMER sorumlu olup, Avrupa Birliği'nin görüşlerini yansıtıyor olarak kabul edilemez.

This presentation is delivered within the project "Go Social" financed by the European Union and implemented by MASDER, AKTI and MAKAMER. Its contents are the sole responsibility of MASDER, AKTI and MAKAMER and do not reflect the views of the European Union.

Bu bölüm aşağıdakiler üzerine odaklanacak:



Girişimciliğe genel bakış
Serbest mesleğin tanımı
Zorlukları nelerdir?

Girişimcilik nedir?

Modern tanım özün tümünü içerir!

Girişimcilik fırsatları fark etme ve bunları kendisinin veya kuruluşunun yararına kullanma yeteneğidir.

Kendi hesabına veya bir işletmede çalışıyor olması farketmeksizin, kişi girişimci olmalıdır.

Benim tanımım: Girişimci, kendi işi/kararları için mali sorumluluğı olan kişidir.

Faydaların tadını çıkarır ve zararlara katlanır.

Girişimcilik yolundaki adımlar:

İlgi

Gerekçe

Niyet
göstergesi

Karar

Uygulama



Girişimcilik Hakkında Yanlış Bilinenler

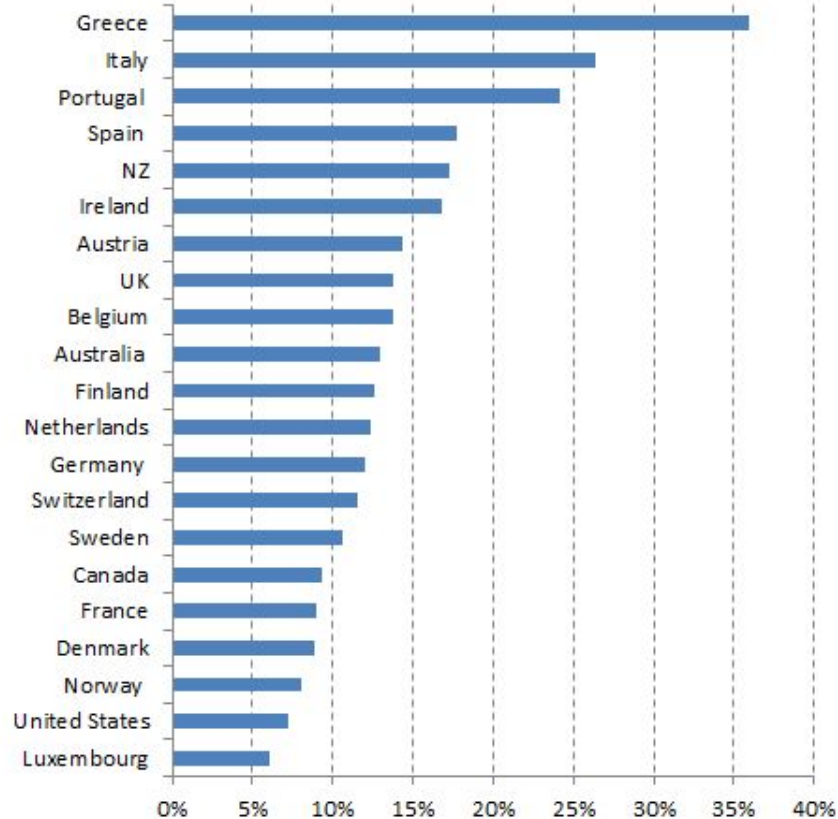
Yanlış Bilinen	Doğrusu
Girişimcilik yönetim demektir	Girişimcilik Bakış Açışı, İnanç, Cesaret, Güven demektir
Girişimcilik risk almak demektir	Girişimcilik riski azaltmak demektir
Yatırım sermayesi eksikliğı	Yatırım için iyi tekliflerin eksikliğı
“Müthiş Fikir” <ul style="list-style-type: none">• Yeni bir çağı açan, devrimci• “Heyecan verici”• Yeni teknoloji	İmkan yaratabilen her fikir “Müthiştir”. Fırsatların yer, zaman ve filolojik kısıtlamaları vardır.
Yaratıcısının “Ayrıcalığı”	Bir şeyin finansal başarı ile yapılması ve sürdürülmesi için “Fikir” den çok daha fazlası gereklidir.



Finansal kriz
dönemi



Self-employment rate as % of total civilian employment



29 Nisan, 2011

Küçük ve Büyük Girişimler

**Büyük girişimlerde aynı rol için bir çok kişi bulunur.
Küçük girişimlerde aynı kişi için bir çok rol vardır.**

Bir işletmede yapılacak görevler listesi sonsuz DEĞİLDİR.
Küçük bir işletmede;

- **Devlet yasaları**
- **Orman kanunları**, istisnaları yoktur.

Küçük işletmelerdeki sorun, aynı anda oynanan roller için harcanması gereken çabadır.

Bu *Superman/Superkadın* şunlara sahip olmalıdır:

Sorumluluk


Güven

**Takım
Yetenekleri
İnisiyatif**

Yaratıcılık

**Risk alma ve riski azaltma
kabiliyeti**

Nasıl başlanır?

- 
- ✓ Elinizde her zaman kağıt kalem bulundurun
 - ✓ Dikkatlice gözlem yapın ve dinleyin, asla herhangi bir şeyi hafife almayın
 - ✓ Tanıdık sayınızı arttırın. Dışarı çıkın. Genç ve yaşlı insanlarla tanışın. Teşvik unsurlarınızı arttırın.
 - ✓ Her kötünün içinde bir iyi vardır– «Her sorun bir meydan okuma/fırsattır.»
 - ✓ Zihninizi cesur, sıradışı ve çılgın düşüncelerle çalıştırın.
 - ✓ Rutini değiştirin. Yeni Change your routine. Yeni teşvikleri kabul edin.

Fırsatlar



**Αν δεις το σύκο σήκω σ' το μεν το σηκώσει
άλλος
(Λαϊκή Ρήση)**

**Bir fırsat gördüğünüzde bir başkasından
önce o fırsatı yakalayın.**

Mesleki durum

Doktor	100
Diş hekimi	100
Hukukçu	99
Genel Müdür	93
Mimar	92
Pazarlama	90
Mühendis	90 – 95
CEO	86
Muhasebeci	85
Milletvekili	76
Kaptan	66
Makinist	63
Hademe	60
Sekreter	54
Kamyon şoförü	51

Şef	39
Çöp toplayıcı	33
Berber	31
Taksi şoförü	31
Yapıcı	29
Bahçeçi	11
Aşçı	8
Temizlikçi	7
Arazi çalışanı	4

Kaynaklar: 2000 yılındaki mesleki durum
Yüzyılı aşkın sayıma dayalı ölçüm
C.B.Nam, M. Boyd
Population Research and Policy Review
23:327-358, 2004



İlk izlenim için asla ikinci bir şansınız olmaz

Bilgi ve akademik yeterlilik iş bulmak için tek kriter değildir.

- ✓ Kişilik ve Karakter
- ✓ Takım çalışması
- ✓ Sosyal davranış
- ✓ Görünüş
- ✓ Dil
- ✓ Sorumlu pozisyonlar alma yeteneği

Adaylar gelecekteki işverenin, **işletmenin değerini arttıracak** kişiyi işe alma isteğini hafife almamalıdır.

Tüm bunları bir «mülakat» süresince nasıl değerlendirirsiniz?



**Size garanti ederim, aşağıdakiler
notlardan ve derecelerden daha
önemlidir;**

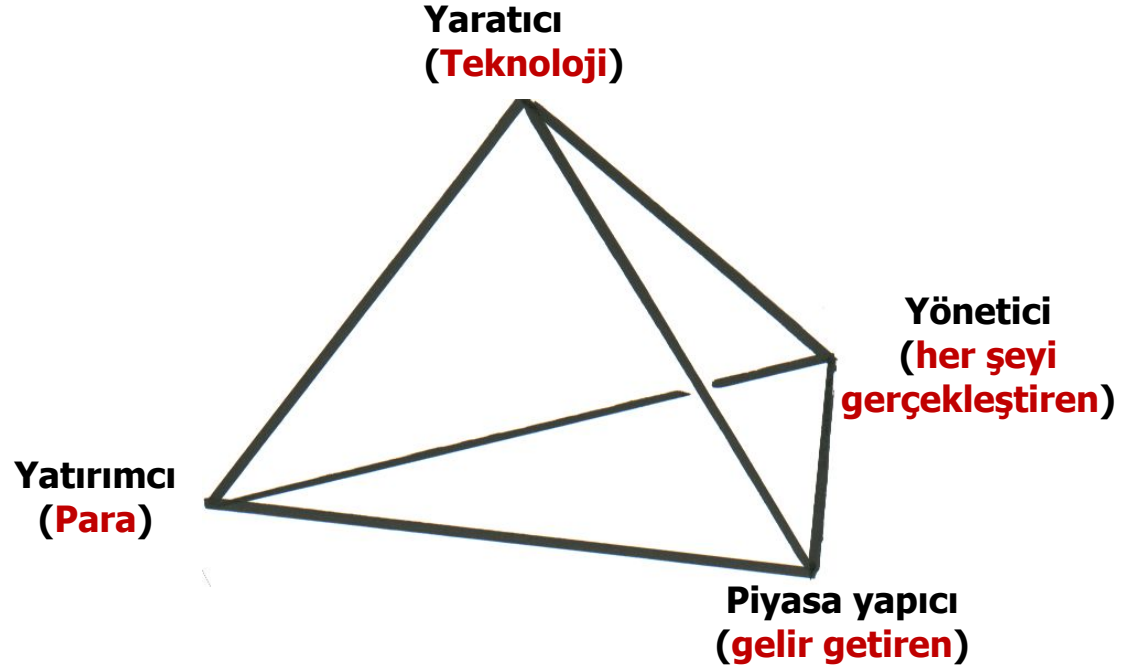
**İşverenin
mezunda
görmek
istedikleri**

- (1) İnisiyatif**
- (2) Canlılık**
- (3) Karakter**
- (4) Gelişme arzusu**
- (5) Sosyal tavır**



**Günümüzde gençler, neden
verebileceklerini kanıtlamadan
önce yalnızca almak istiyor?**

Elmas: Doğadaki en sert ve en istikrarlı şekil.



Mekanizma aşağıdaki parçalar arasında çözümler sağlamalı ve aralarındaki hassas dengeleri korumalıdır:



- **Yaratıcı** – genellikle anlamadıkları: yönetim, ekonomi ve pazarlama.



- **Yatırımcı** – genellikle anlamadıkları: teknoloji, pazarlama ve, büyük olasılıkla yönetim.



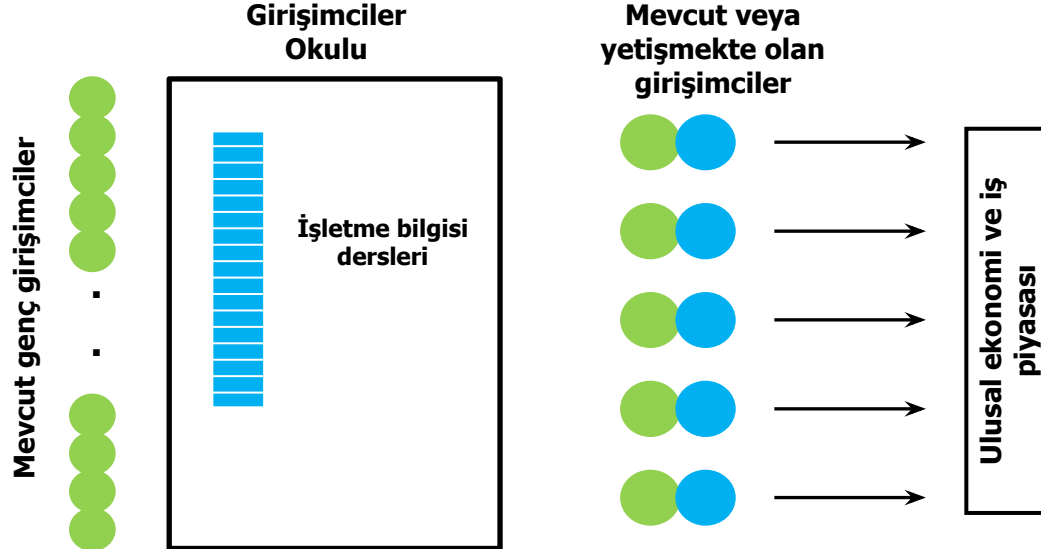
- **Pazarlamacı**- genellikle anlamadıkları : yeni teknoloji, ekonomi veya yönetim.

**Sıkı çalışmak ve
etkin çalışmak
farklı şeylerdir.**

**Başarılı olmak
için ikisine de
ihtiyacını
vardır!**



GİRİŞİMCİLİK BİLGİSİNİN BİLEŞİMİ



**Öğrenmeyi
öğrenin!**

**ve sonra
Öğrenmeye
cesaret edin...ve
cesaret etmeyi
öğrenin!**



Eğitim



- Resmi: okullar, yeterlilik belgesi olan üniversiteler v.s. (sınavlı)
- Gayrı resmi: Özel eğitim/öğrenme, seminerler, sergiler, konferanslar, yeterlilik belgesi olan (sınavsız)

Üç tür insan vardır:

- ❖ Bir şeyleri gerçekleştirenler
- ❖ Bir şeylerin gerçekleşmesini izleyenler
- ❖ «Ne oldu?» diye soranlar

Siz hangi tür olmak istersiniz?



Yeni fikirleri ve yenilikleri tetikleyen durumlar



- Beklenmedik olaylar
- Tuhaf durum («burada yanlış bir şey var»)
- Teknolojideki değişiklikler
- Sektördeki veya sanayideki değişiklikler
- Demografik değişiklikler
- Algısal değişiklikler
- Yeni bilgiler

Yeni fikirlerin/tekliflerin değerlendirilmesi



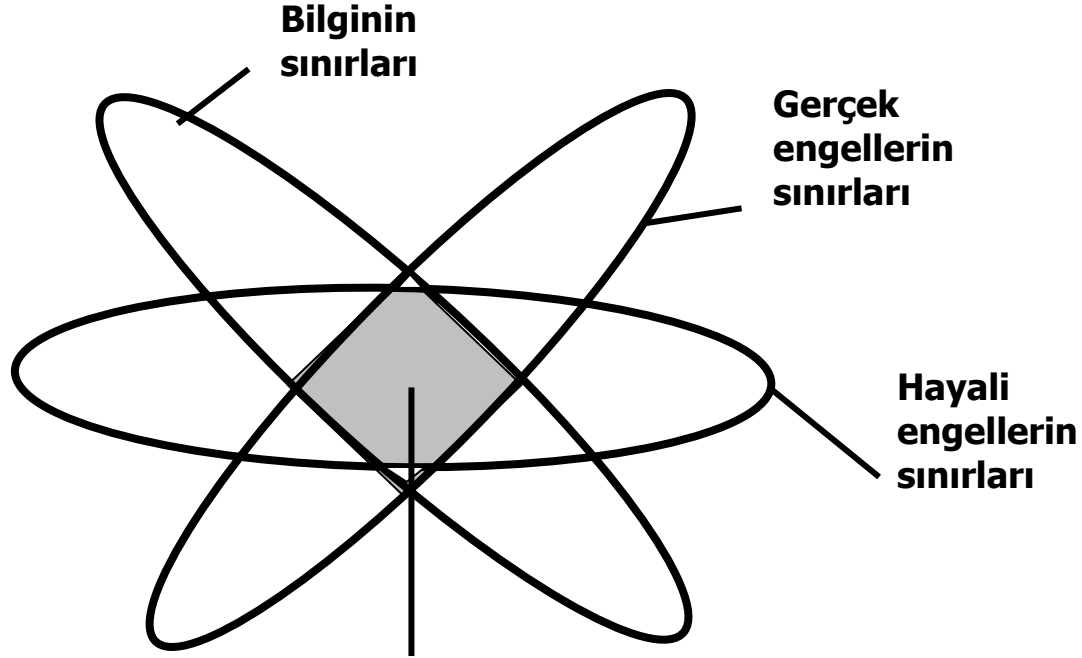
* Avantajları.
Ticari avantajları.

** Girişimcilik yeteneği. Kişilik.
Karakter (doğruluk, takım
ruhu, iletişim yeteneği,
dürüstlük).

Fikirler hakkında bazı fikirler

- 1) Tüm fikirlere açığız!
- 2) Bazıları ilk andan iyi ve uygulanabilirdir.
- 3) Diğerleri öyle olmayabilir, fakat zihni onları yeni bir fikre dönüştürmeye ve genişletmeye teşvik edebilir.

Bir fikri uygulamak için bir İŞLETME PLANI OLMALIDIR. (Kim, ne zaman, nerede, nasıl, ne kadar, tehditler, zayıflıklar, fırsatlar, güçlü yanlar)



Sorunun çözümünü içeren alan
Bunu genişletmenin bir çok yolu vardır!





Fikirler ve Fırsatların Belirlenmesi ve Değerlendirilmesi

Bir çok fikir vardır

Bir çok iyi fikir vardır

Çok iyi fikirlerin sayısı azdır!!!

Bir fikir uygulamaya geçecektir!!!

Fikirler:

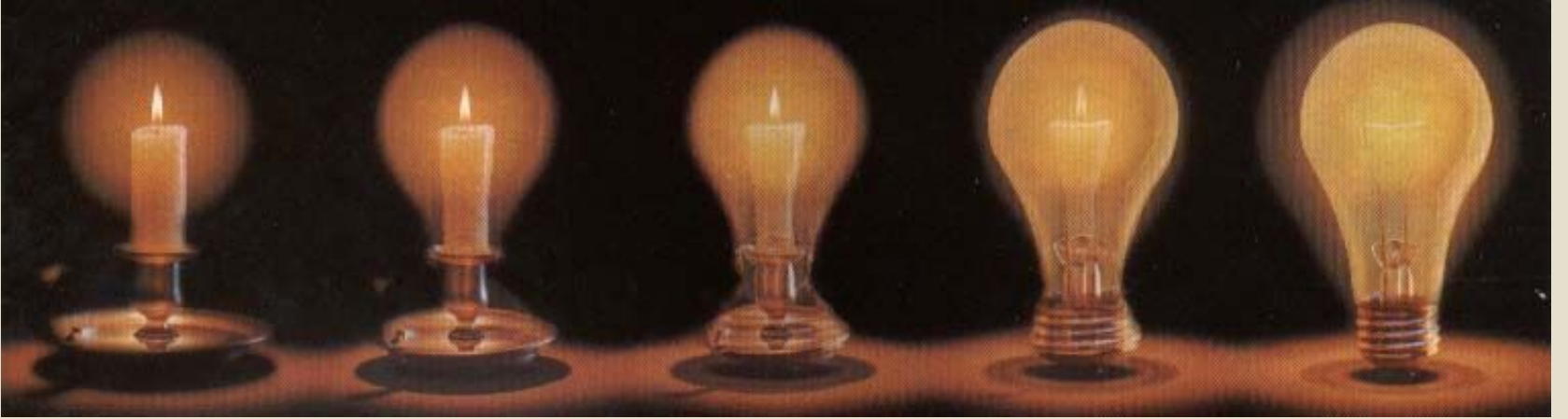
yaratılmış
değerlendirilmiş
araştırılmış

Uygulanmış (mümkünse)
olmalıdır.

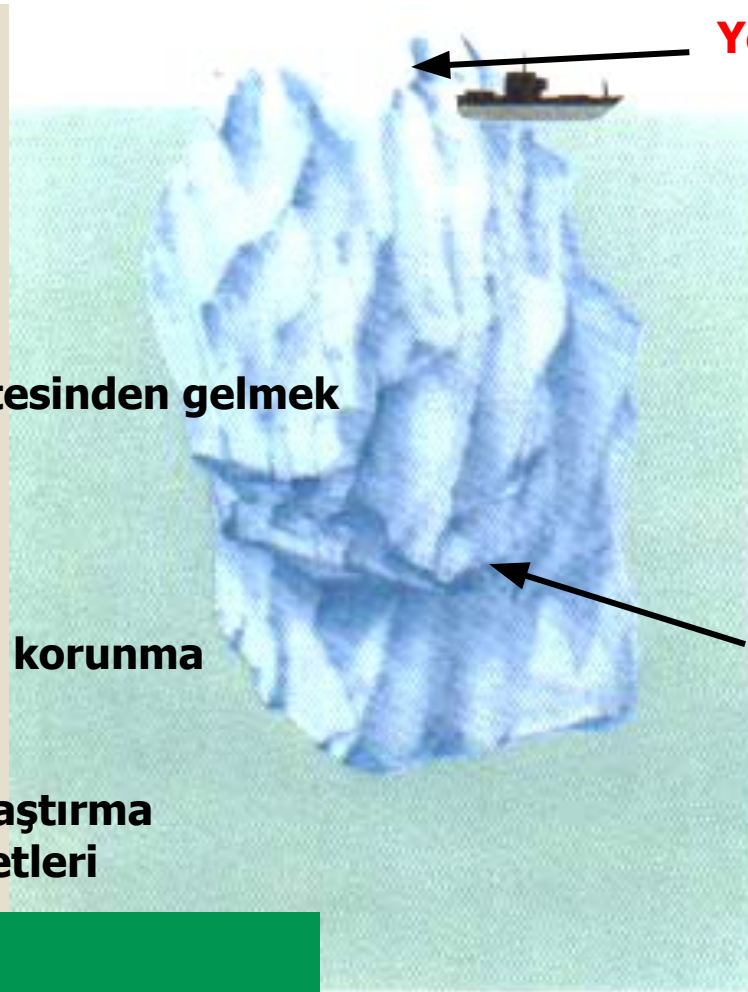


**Ham fikirler çoktur ve hatta bedavadır.
Fırsatlar araştırılmış fikirlerden gelir ve
bedava değildir!!!**

İYİ BİR FİKİRDEN BAŞARILI BİR UYGULAMAYA GİDEN YOL UZUN BİR YOLDUR



- Engellerin üstesinden gelmek
- Finansman
- Pazarlama
- Satış
- Risk yönetimi
- Taklitçilerden korunma
- Yönetim
- Personel
- Daha fazla araştırma
- Müşteri hizmetleri



Yeni fikir

**Piyasaya
ulaşması için
gerekli diğer tüm
çalışmalar**

Tam bir buzdağı!



Buzdağının altındakileri düşünürken farkına vardıklarınız:

- Eğitimin değeri
- İhmalkarlığın bedeli yani:
 1. Çaba
 2. Israr
 3. Sabır
 4. Pratik

Gibi deneyimlerin neden gerektiğini fark ederiz.

A close-up photograph of a standard incandescent lightbulb. The bulb is unlit and has a clear glass envelope. Inside the bulb, the text "AN IDEA IS ONLY AS GOOD AS ITS EXECUTION!" is printed in a bold, black, sans-serif font. The text is arranged in four lines: "AN IDEA" at the top, followed by "IS ONLY AS GOOD", "AS ITS", and "EXECUTION!" at the bottom. The filament and its supporting wires are visible through the glass. The background is a plain, light-colored surface.

AN IDEA
IS ONLY AS GOOD
AS ITS
EXECUTION!

**Bir fikir ancak uygulanışı
kadar iyidir!**



Go Social Cy

**Supporting Employability through Social
Entrepreneurship**

Sosyal Girişimcilikle İstihdamı Destekleyin



Bu sunum, Avrupa Birliği tarafından finanse edilen ve MASDER, AKTI ve MAKAMER tarafından yrtlen "Go Social" projesi kapsamında yapılmıştır. Bu sunumun ieriğinden tamamiyle MASDER, AKTI ve MAKAMER sorumlu olup, Avrupa Birliği'nin grşlerini yansıtıyor olarak kabul edilemez.

This presentation is delivered within the project "Go Social" financed by the European Union and implemented by MASDER, AKTI and MAKAMER. Its contents are the sole responsibility of MASDER, AKTI and MAKAMER and do not reflect the views of the European Union.



Bölüm 2: Sosyal Ekonomi, Sosyal Girişimcilik Döngüsel Ekonomi ve Endüstriyel Ortak Yaşam Üzerine Temel Bilgiler

Kyriaki Demetriou

Dr. Michael Loizides

Go Social Team
Project Coordinator of AKTI's Social
Initiatives

Social Entrepreneur
Chemical Engineer (Diploma NTUA)
Environmental Engineer (DIC, MSc, PhD)

Temel Hedefler:

- Sosyal Ekonomi sözcükleriyle tanışma
- Sosyal Girişimciliğin temel prensipleriyle ve özelliklerini tanıtma





SOSYAL EKONOMİ:
Sermaye üzerindeki sosyal
amaç. İnsanlar için, gezegen için.

Üçüncü sektör
Dayanışma Ekonomisi
Kâr Amacı Gütmeyen Ekonomi





Sosyal Ekonomi Kamu sektörü Geleneksel özel sektör

Avrupa'da:

- Ekonomik kriz
 - Mülteci krizi
 - İşsizliğin artışı
 - Sosyal sorunlar
 - Çevresel zorluklar
- 'a karşılık olarak özel girişimler

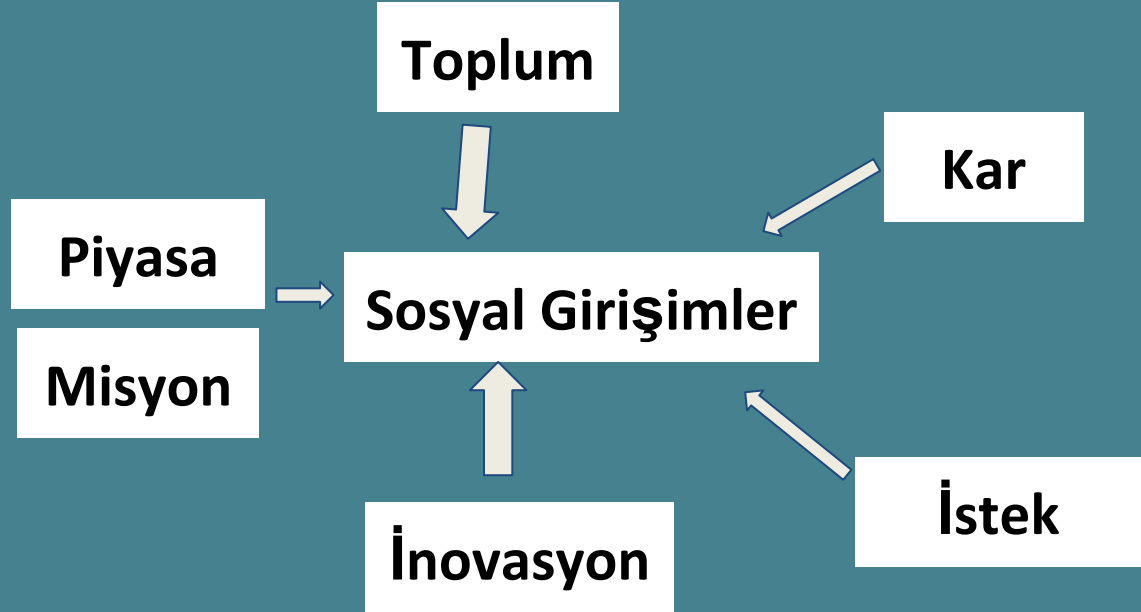
Sosyal girişim nedir?

Toplumsal Amacı Olan Girişim

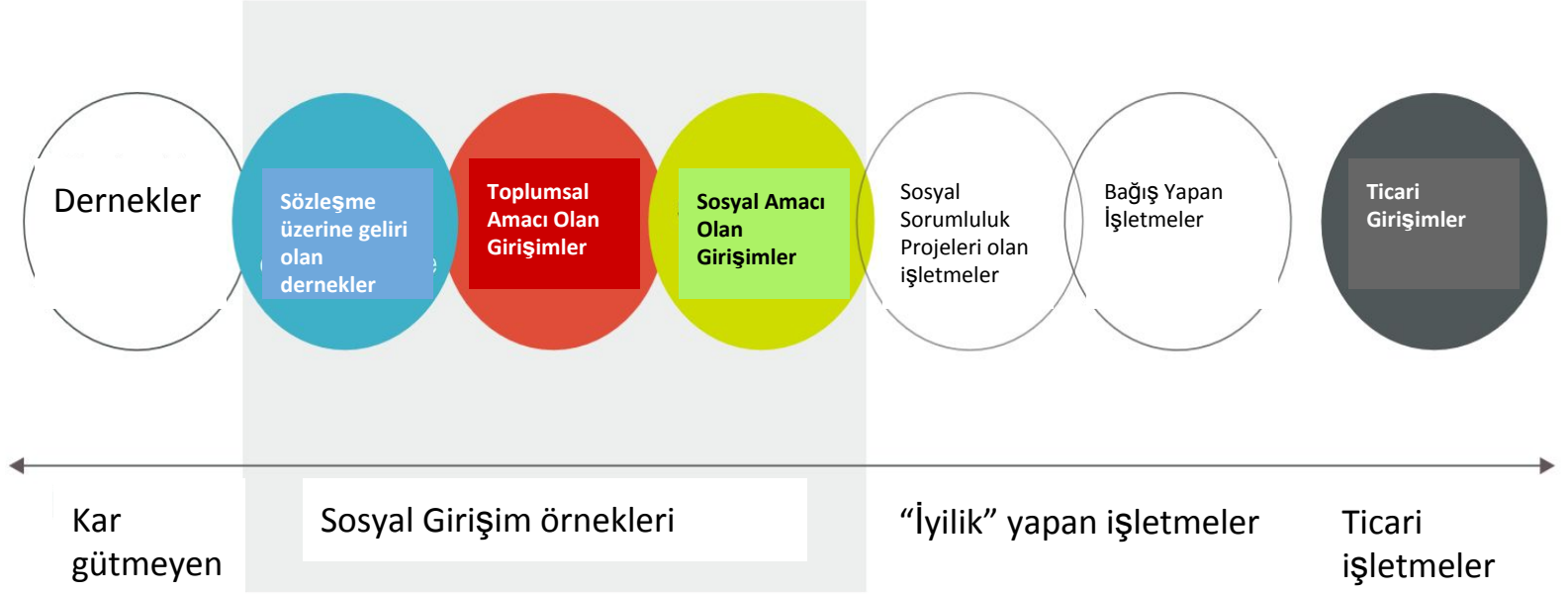
Sosyal ve çevresel etkisi olan ticari işletmeler ve oluşumlardır.



Sosyal girişim nedir?



Sosyal girişimin çeşitleri



Sosyal Girişim



Sosyal Girişimler, sosyal ekonomi çerçevesinde çalışan ve temel amacı, işletme sahipleri ve paydaşlar için kar yapmaktan ziyade, sosyal etkiye odaklanan işletmelerdir.



Girişimci ve inovatif yöntemlerle piyasaya ürünler ve hizmetler sunan ve kazançlarını temel olarak toplumsal amaçlar için kullanan işletmelerdir.



Şeffaflık ve sorumlulukla yürütölen bu işletmeler, çalışanlar, tüketiciler, paydaşlar ve ticari eylemlerinin faydalınıcılarının tümünü içerir

Sosyal Girişim– Temel Özellikleri



- Paralı çalışanlar + Gönüllüler
- Özel Kamu Ortaklığı
- Sosyal değerler yaratan ürünler üretir veya hizmet sağlarlar (örn. Çevresel koruma, engelli bireylerin entegrasyonu, yaşlıların bakımı ve topluluk gelişimi)
- Kâr getirisine daha az vurgu yaparlar ve sosyal verime odaklanırlar





SOCIAL
GOOD

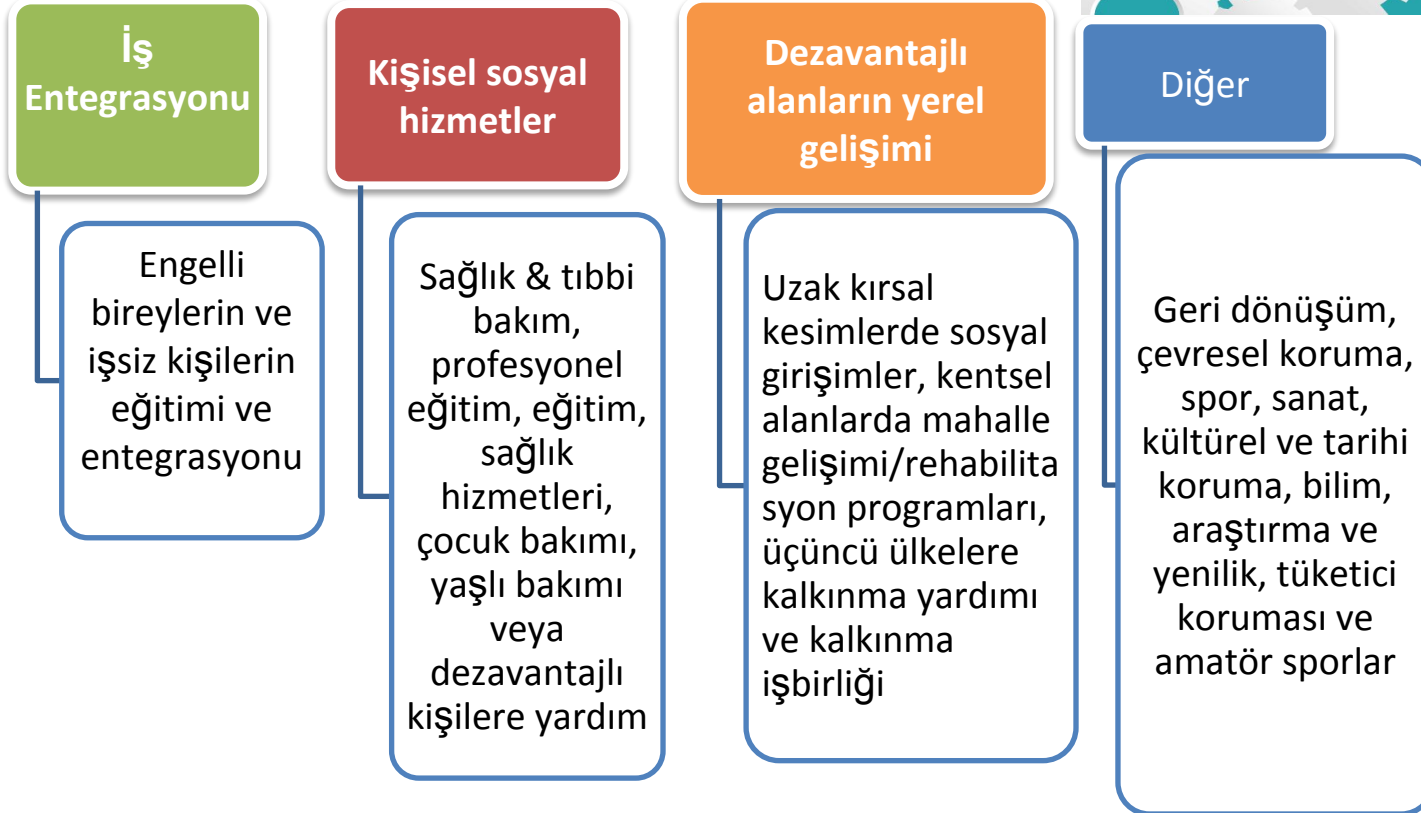
AB'ye göre Sosyal Girişim tanımı

Kuruluşlar aşağıdaki asgari ön koşulları karşılamalıdır: :

- 1)** Kuruluşun ekonomik faaliyette bulunması gerekir: sürekli üretim faaliyeti ve/veya ürün ve/veya hizmet alışverişi;
- 2)** Belirgin ve birincil bir sosyal amaç izlemelidir: sosyal amaç topluma fayda sağlayan amaçtır;
- 3)** Kâr ve/veya kazanç dağılımında sınırları olmalıdır: sosyal amacı kâr elde etmekten üstün tutmalıdır;
- 4)** Bağımsız olmalıdır örn: devletten veya diğer kâr amaçlı kuruluşlardan; ve,
- 5)** Kapsayıcı bir yönetime sahip olmalıdır. örn: katılımcı ve/veya demokratik karar verme süreçleriyle karakterize.

AB tanımına uyan kuruluşlar TÜM AB ülkelerinde bulunabilir.

Areas of work





Sosyal Girişimcilik hakkında faydalı linkler:

Avrupa Komisyonu - sosyal Girişimler

http://ec.europa.eu/growth/sectors/social-economy/enterprises_en

Sosyal İşletmeler İnisiyatifi (SBI), 2011

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52011DC0682&from=EN>

Go Social sitesi: www.gosocialcy.eu

Sosyal Girişimler dünyada olumlu bir etki yaratmayı amaçlar! Fikre ihtiyacınız var mı?



**SÜRDÜRÜLEBİLİR
KALKINMA**

HEDEFLERİ



DÖNGÜSEL EKONOMİ

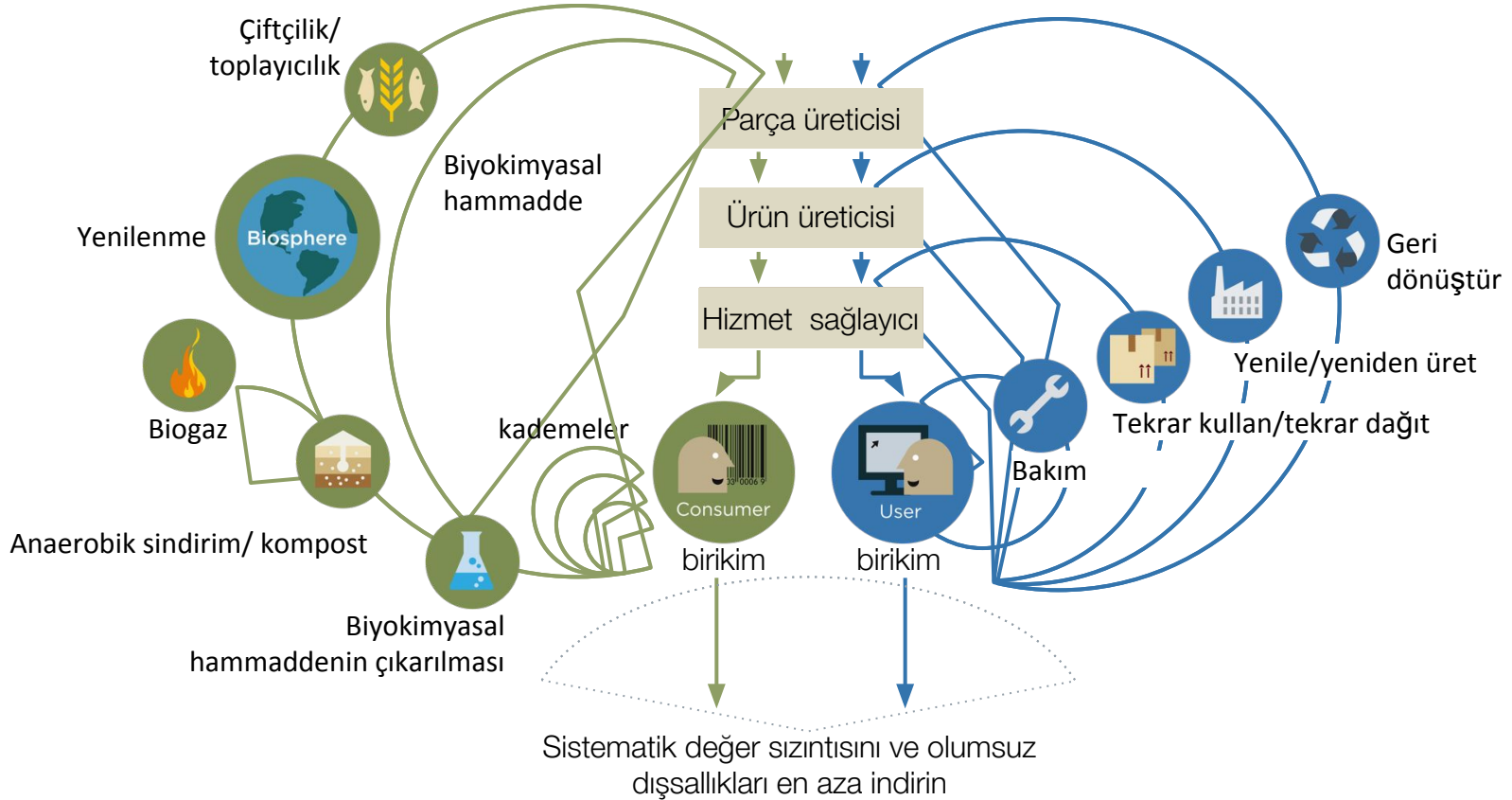
yenilenebilirler



sınırlı

Yenilenebilir akış yönetimi

Stok yönetimi





Sosyal Döngüsel Ekonomi

Kâr elde ederken insanlara ve çevreye fayda sağlamak için bu kavramları bir araya toplar.



Sosyal Döngüsel Ekonomi Örnekleri



REDISCOVERY CENTRE (İrlanda)

Düşük karbonlu yaşam ile kullanılmayan eşyalardan yeni eşyalar üreten 4 tekrar kullan girişimcisini destekleyen insanları, fikirleri ve kaynakları birleştirir. carbon living. Elde edilen kârın tümü tekrardan sosyal girişime yatırılır.

https://www.youtube.com/watch?v=k0VI_p-6GHA (video)
<http://www.rediscoverycentre.ie/about-us/> (site)

Sosyal Döngüsel Ekonomi Örnekleri

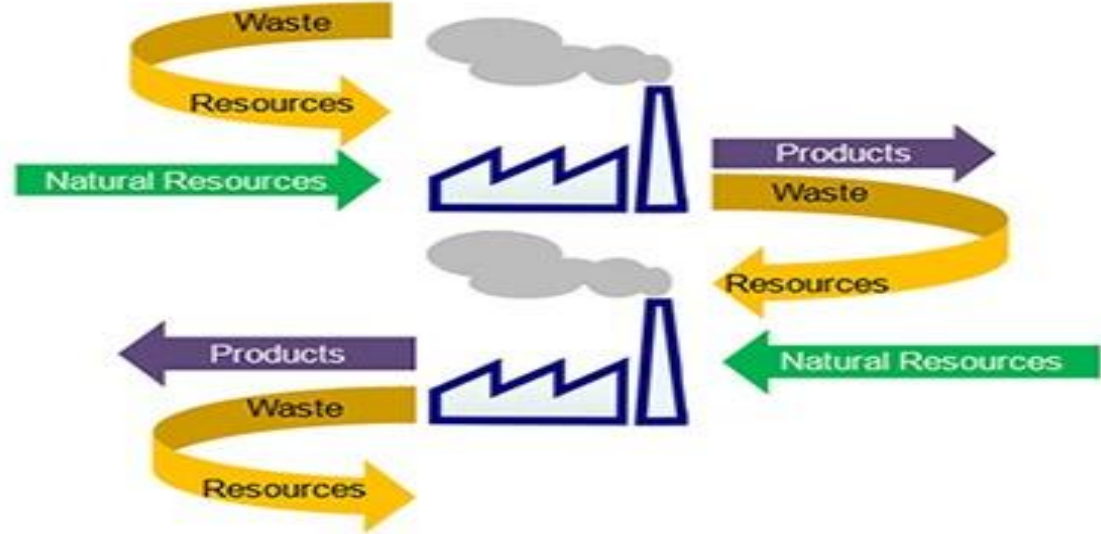


MARANGOZLAR BİRLİĞİ (Kıbrıs)

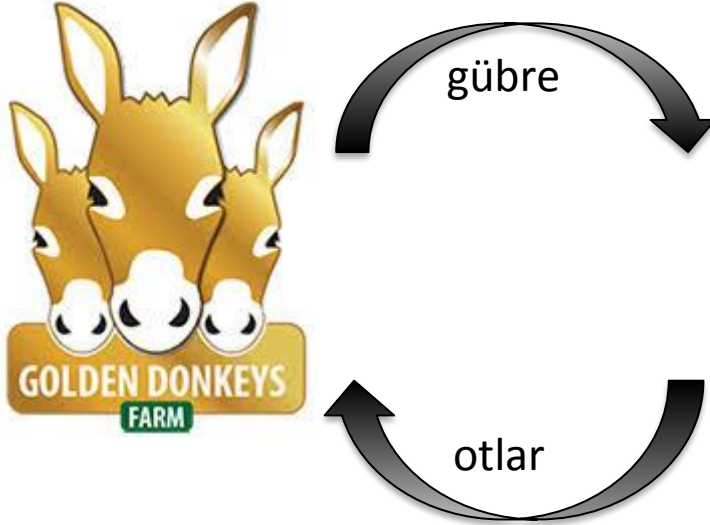
Atıklarını toplu olarak yönetmek, hammadde ve ikincil ürünler yaratmak için Kıbrıs'ın tüm marangozların birleşimini amaçlayan bir sosyal girişim. İşsiz gençlere iş verip, kapasite ve beceri gelişimi sağlar.

Endüstriyel Ortak Yaşam (Simbiyoz)

Şirketleri yenilikçi işbirlikleri yapmak, bir sektörün atık materyallerini başka bir sektörün hammaddesi olarak kullanmanın yollarını bulmak için bir araya getiren bir tür arabuluculuk.



Kıbrıs'taki Endüstriyel Ortak Yaşamın Örnekleri



Sosyal Girişimciliğın Temel Zorlukları

Sosyal girişim
kavramının iyi
anlaşılmaması

Düşük kâr marjları

Etkiyi ölçmek için
ortak bir mekanizma
eksikliği

Amaç sapması

Destekleyici yasal
çerçeve ve kredi
imkanlarının eksikliği



www.akti.org.cy



Famagusta Walled City Associ-

MASDER



Thank you!
Teşekkürler!
Ευχαριστώ!

www.gosocialcy.eu



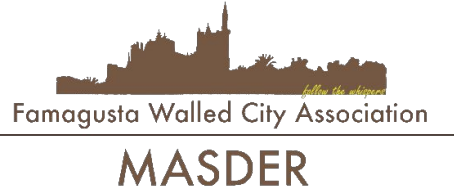
Go Social Cyprus



GoSocialCyprus



GoSocialCy



Bu sunum, Avrupa Birliği tarafından finanse edilen ve MASDER, AKTI ve MAKAMER tarafından yrtlen "Go Social" projesi kapsamında yapılmıştır. Bu sunumun içeriğinden tamamiyle MASDER, AKTI ve MAKAMER sorumlu olup, Avrupa Birliği'nin görüşlerini yansıtıyor olarak kabul edilemez.

This presentation is delivered within the project "Go Social" financed by the European Union and implemented by MASDER, AKTI and MAKAMER. Its contents are the sole responsibility of MASDER, AKTI and MAKAMER and do not reflect the views of the European Union.



Go Social Cy

**Supporting Employability through Social
Entrepreneurship**

Sosyal Girişimcilikle İstihdamı Destekleyin

Bölüm 3: Başarılı Bir Girişimcinin Özellikleri - Sosyal Girişimci

Dr. Yiannis Fessas

Girişimci

Kimya Mühendisi

BSc, MSc, PhD, CEng, MChE, MAChE,
IFST(L)

Bu bölüm aşağıdakiler üzerinde odaklanacak:

Nitelikleri tanımlamak, başarılı
bir sosyal girişimci olmak için
gerekli bilgi ve beceriler

Potansiyel bir (1) **Girişkenlik**
girişimcide (2) **Hareketlilik**
aranacaklar (3) **Karakter**
(4) **Gelişme arzusu**
(5) **Sosyal davranış**



**GELECEĞİ
ÖNGÖRMENİN
EN MUTLAK
YOLU ONU
YARATMAKTIR!**



Girişimcilik Nedir?

Modern tanım özün tümünü içerir!

Girişimcilik fırsatları fark etme ve bunları kendisinin veya kuruluşunun yararına kullanma yeteneğidir.

Kendi hesabına veya bir işletmede çalışıyor olması farketmeksizin, kişi girişimci olmalıdır.

Girişimciliğin nemi



- Girişimcilik iş imkanı yaratılmasına ve gelişime katkıda bulunur
- Girişimcilik, rekabetçiliğin temel unsurudur
- Girişimcilik kişinin sahip olduğu potansiyeli ortaya çıkarır

Yaratıcılık, «yaratabilme» yeteneği

Bir kişinin vizyonunu, hayallerini ve umutlarını ele alıp onları gerçekleştirmek.

Yaratıcılık süreci, fikirlerin, planların, vizyonların ve hayallerin bir kişinin iç dünyasından kişinin (ve diğerlerinin) deneyimlediği/yaşadığı dış dünyaya aktarılması ve deneyimlerini duyuları yoluyla iletmesi ile ilgilidir.

Böylece kişi (ve başkaları) :

- ☐ Görebilir
- ☐ Dokunabilir
- ☐ Koklayabilir
- ☐ Tadabilir
- ☐ Duyabilir

} **Oluşum**

Φαινομένων έργων, περιττόν ἐστὶ μακρολογία (Αρχ. Ρητό)

Oluşumlar gözle görülebilir olduğunda, konuşmak yersizdir (Eski Yunanca Deyim)

Girişimcilik-Genel Gözlemler

- ☐ ABD'ye kıyasla Avrupa «girişimci aıı» sıkıntısı çekmektedir
- ☐ Genç bireylerde girişimci tutum ve yetenekler okuldan başlayarak geliştirilebilir
- ☐ Birçok Avrupa ülkesinde girişimciliğin öğretilmesine yönelik siyasi bir kararlılık vardır, fakat,
 - ☐ Bunun tanıtımı için yapılan girişimler tutarlılıktan yoksundur ve yaygın değildir
 - ☐ «En iyi uygulamaların» ve performans göstergelerinin değişimi durumu iyileştirebilir



Girişimcinin üç gerekli niteliği



- ☐ Azim
- ☐ Sonsuz merak
- ☐ Yıkılmaz iyimserlik

Stef Wertheimer

Başarılı Girişimcilerin 10 Temel Özelliği

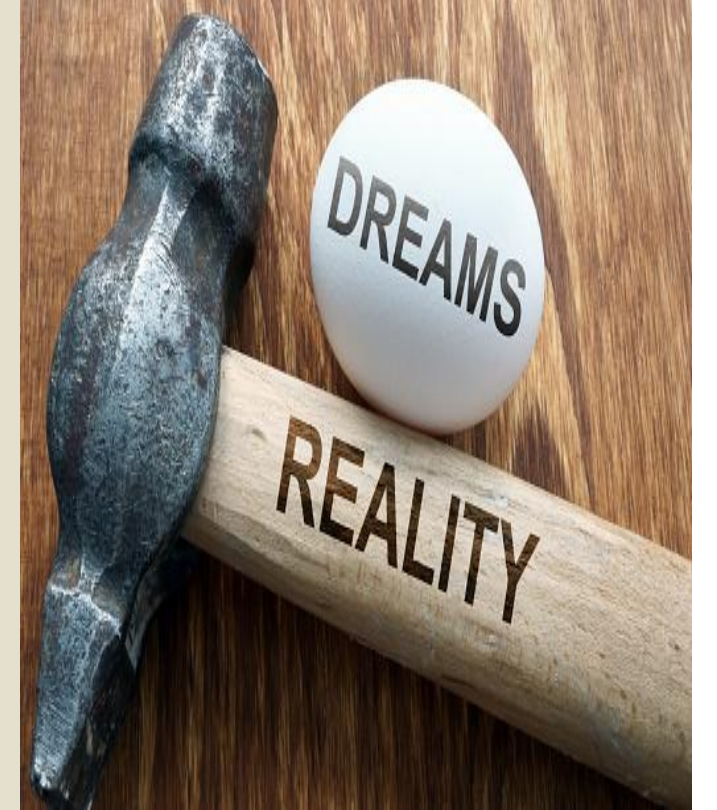
Girişimci olmak istiyorsanız, doğru kişilik ve doğru bakış açısına sahip olmalısınız.

İşletme sahibi olmak herkesin harcı değildir.

Bunun getirdiği stres ve sıkı çalışma, bir çok kişinin bir adım atmaktan geri durmasına sebep olur. Girişimci olmak, bir fikir bulup bu fikri hayata geçirmek için özel bir kişiliğe sahip olmak gereklidir. Ancak, tüm fikirler işe yaramaz. Hatta, istatistikler küçük işletmelerin %50'sinin ilk dört yıl içerisinde başarısız olduğunu göstermektedir.

Fakat girişimciler riski değil, ödülü görürler. Girişimciler hayallerini gerçeğe dönüştürmek için nasıl zaman ve çaba harcamaları gerektiğini bilirler.

Girişimci olmak için, doğru kişiliğe ve bakış açısına sahip olmak gereklidir.



Başarılı (Sosyal) Girişimcilerin 10 Temel Özelliği

1. Yaratıcı



Sosyal girişimcilik bir fikir ile başlar. Başarılı olmak için, kişi her daim yeni fikirler ve yaptığı şeyleri yapmanın daha iyi yollarını düşünmelidir.

Girişimciler statükodan hoşnut değildir. Kalıpların dışında düşünürler ve yeni çözümler bulmak için fırsat arayışındadırlar.

Girişimciler yaptıkları işi severler ve kurdukları işletmelere ve ele aldıkları sosyal sorunlara son derece adanmışlardır. Başarılı olmak için kişi kendine ve işine güvenmeli ve neyi nasıl yaptığı konusunda proaktif olmalıdır.

2. Tutkulu



3. Motivasyonlu



Fikirlerine olan tutkuları nedeniyle, girişimciler başarılı bir yeni iş kurmak ve onu yürütmek için gereken uzun saatler süren sıkı çalışmalar yapmaya heveslidir. Girişimciler kendilerinin patronudur, yani onlara bir şeyler yapmalarını söyleyen kimse yoktur. Toplumsal misyonları onların itici gücü olup, bu misyondan sapmazlar

Başarılı Sosyal Girişimcilerin 10 Temel Özelliği

Girişimciler her zaman iyimserdir ve sürekli hayal kurarlar. Bazı şeyleri daha iyi yaparak dünyayı nasıl daha iyi bir yer haline getirebileceklerini düşünürler. Asla geçmişe veya olumsuzluklara takılıp kalmazlar. İlerlemeye ve yükselmeye odaklanırlar. Girişimciler zorluklarla karşılaştıklarında bunları sorun olarak değil, fırsat olarak görürler. Zorluklar girişimcileri ateşleyip daha yükseğe ulaşıp daha fazlasını yapmalarını sağlar.

4. İyimser



5. Gelecek Odaklı



Girişimciler ilerlemeye odaklanmış olduğundan, daime geleceğe bakarlar. Girişimciler hedef odaklıdır ve tam olarak ne istediklerini bilirler. Hedeflerini belirleyip yaptıkları her şey ile bu hedefe ulaşmayı sosyal ve toplumsal sorunlara çözüm getirmeyi amaçlarlar.

Girişimciler özellikle başlangıçta, büyük fikirleri konusunda çevrelerindeki kişilerin desteğini kazanmalıdır. Genellikle olduğu gibi kalıpların dışında bir fikir ise, bir çok kişi destek verme ve yatırım yapma konusunda şüpheci olur. Bu sebeple girişimciler kendilerini ve fikirlerini satmak için ikna kabiliyetlerini kullanmalıdır.

6. İnandırıcı



Başarılı Girişimcilerin 10 Temel Özelliği

7. Esnek



Girişimciler alışık olmadıkları durumlara nasıl adapte olacaklarını bilirler. İşletmeleri, bir web sitesi oluşturmayı veya fatura göndermeyi öğrenmelerini gerektiriyorsa, bunu yaparlar. Ne olursa olsun girişimciler hazır ve isteklidir. Her şeye her zaman açık bir zihinle yaklaşırlar ve gerekirse rotayı değiştirmeye hazırdırlar. Başlangıçta destek personeli işe alma lüksüne sahip olmayabilirler. Bu sebeple, sekreter, muhasebeci gibi farklı görevleri üstlenirler.

İş dünyasında sorunların kendisi değil zamanı önemlidir. Girişimciler zorluklardan ve çatışmalardan kaçınmazlar. Bunun yerine, onlarla bire bir yüzleşip bir çözüm bulurlar. Sorunları etkin bir şekilde çözmeyi bilirler. Girişimciler ayrıca sahip oldukları şeylerden en iyi nasıl yararlanabileceklerini bilirler. Zaman, para ve emek asla gelişigüzel kullanılmaz. Her şeyin bir planı ve amacı vardır.

8. Becerikli



9. Maceracı



Girişimciler, başarılı olmak için risk almaya hazır olmaları gerektiğini bilirler. Tehlikeli sularda yüzmeyi umursamasalar da riskleri hafife almazlar. Bilinmez için planlama yapmayı ve kendileri ve işleri için hesaplı karar vermeyi bilirler. Çok hızlı değişen bir dünyada alabileceğiniz en büyük risk, risk almamaktır.

İş hayatında işleri ertelemeye yer yoktur. Girişimciler yapılması gerekenleri bilirler ve kendilerini başarıya götürecek kararları vermeye tereddüt etmezler. Fırsatların ellerinden kaçmasına izin vermezler, aksine günü yakalayıp işi yaparlar.

10. Kararlı



“Girişim” nedir?

“Girişimci” kimdir?

Eğitim ile girişimci olunabilir mi?



Benim Tanımlamam

Girişimci, kendi işi/kararları için mali sorumluluğu olan kişidir.
Faydaların tadını çıkarır ve zararlara katlanır.

Girişimcilik yolundaki adımlar:

- ☐ İlgi
- ☐ Kapsamlı düşünme
- ☐ Niyet göstergesi
- ☐ Karar
- ☐ Uygulama





www.akti.org.cy



Famagusta Walled City Associ-

MASDER



Thank you!
Teşekkürler!
Ευχαριστώ!

www.gosocialcy.eu



Go Social Cyprus



GoSocialCyprus



GoSocialCy



Bu sunum, Avrupa Birliği tarafından finanse edilen ve MASDER, AKTI ve MAKAMER tarafından yrtlen "Go Social" projesi kapsamında yapılmıştır. Bu sunumun içeriğinden tamamiyle MASDER, AKTI ve MAKAMER sorumlu olup, Avrupa Birliği'nin görüşlerini yansıtıyor olarak kabul edilemez.

This presentation is delivered within the project "Go Social" financed by the European Union and implemented by MASDER, AKTI and MAKAMER. Its contents are the sole responsibility of MASDER, AKTI and MAKAMER and do not reflect the views of the European Union.



Bölüm 4: AB’de Kıbrıs’ta Sosyal Girişimcilik için Yasal Çerçeve

Kyriaki Demetriou

Go Social Team
AKTI Project and Research Centre



SG için sosyal kimlik

AB Üye Devletleri'nde SG konusunda mevcut mevzuatın karşılaştırmalı bir analizi olan İç Politikalar Genel Müdürlüğü'nün 'Sosyal ve Dayanışma Temelli Bir Avrupa Tüzüğü' çalışmasına göre, SGlerin düzenlenmesinde bir Avrupa ortak temeli belirleyebiliriz.

SG'lerin düzenlenmesinde ortak çerçeve

- SG özel hukuk kapsamında kurulmuş ve devletten bağımsız bir tüzel kişiliktir.
- Topluluk veya genel çıkar için özel veya yaygın bir amacı vardır.
- Kâr dağılımında kısıtlamalara tabidir
- Yasa ile belirlenen, dezavantajlı kişilerin veya çalışanların iş entegrasyonunu da içeren, sosyal olarak faydalı bir faaliyet yürütür.



SG'lerin düzenlenmesinde ortak çerçeve

- Sosyal rapor yayınlama, çeşitli paydaşları kuruluşun yönetimine dahil etme, çalışanlara adil ve eşitlikçi davranma gibi belirli yönetim zorunluluklarına tabidir,
- SG bir şirket olarak kurulduğunda, genellikle ek yönetim zorunluluklarına tabidir. Öte yandan, kooperatif konumundaki bir SG, SG olarak güçlü bir kimliğe sahip kuruluş olarak kabul edilmektedir.
- SG yasal gerekliliklere uygunluk sağlamak için kamu kontrolüne tabidir.





Sosyal girişimler tarafından kabul edilen yasal yapılar

- **Kâr amacı gütmeyen yapılar:** Sivil Toplum Örgütleri (STÖ), kurumlar, dernekler. Kâr dağıtmaz, sosyal bir amaç için ticaret.
 - **Genel veya kolektif çıkara hizmet eden kooperatifler.** Üyelerin demokratik kontrolünde, sosyal bir amacı var .
 - **Açık ve birincili sosyal amacı olan kâr amaçlı girişimler**
 - **Sosyal girişim yasal yapıları**
- × **Ticari işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri sosyal girişimler değildir.**

Sosyal Girişime Yönelik Yerel Yasal Çerçeveler

16 Avrupa ülkesi sosyal girişimleri tanıyan ve düzenleyen bir tür mevzuata sahiptir

Mevcut yasal yapıları SG'nin belirgin özelliklerini içerecek şekilde uyarlayarak veya biçimlendirerek oluşturulan yeni yasal yapılar.

Örn: Fransa, Yunanistan, İtalya, Polonya kooperatif yasal yapısını uyarladılar.

Sosyal işletmenin yasal yeterlilik ve statüsünün oluşturulması

Farklı türde kurumlar önceden belirlenmiş kriterlere uydukları takdirde yasal statü elde edebilirler. Örn. Belçika, Danimarka, Slovakya

De-Facto sosyal girişimlerin oluşturulması

Ekonomik faaliyetin yürütülmesine izin veren kâr amacı gütmeyen kuruluşların tanınması Örn: Çek Cumhuriyeti'ndeki kamu yararı kuruluşu



Avrupa Komisyonu'nun SUP – *Societas Unius Personae* üzerine AB Direktifi teklifi

**AB Sosyal Girişim yeterliliği veya
statüsüne doğru:
Avrupa Sosyal İşletmesi (ESE)
ESE belge veya işareti**

Şu anda SE işaretleri ve belgelendirme programları birkaç AB ülkesinde mevcuttur. (örneğin, Finlandiya, Almanya, Polonya, Çekya)



Kıbrıs'ta Sosyal Girişim için yasal bir çerçeveye doğru:

Ocak 2018'de, Kıbrıs «**Sosyal Girişim Düzeninin Geliştirilmesi İçin Hareket Planı'nı**» oluşturdu. İçeriğinde sosyal girişimlerin işletilmesi ve/veya genişletilmesi için önlemler ve teşvikler vardır. Eylem Planı özellikle Sosyal Yardımlar, Sosyal Girişim Kredileri, Altyapı ve bilgiye erişim, Sosyal Girişimin bir entegrasyon girişimi olması halinde özel sözleşmeler yapmak için kamu alımına erişim sağlar.

Vergi teşviği sağlanmaz.

Aynı zamanda, «**Sosyal Girişimlerin Yaratılması ve Korunması için Kayıt**» oluşturulması için bir teklif hazırlanmıştır.



Kıbrıs'ta Sosyal Girişim için yasal bir çerçeveye doğru: Yürürlüğe girecek olan SG Yasasında yer alan Sosyal Girişim Türleri

Tip 1: Genel ölçekli sosyal girişim

Kârın - min. %70 esas sosyal misyonunu
tanıtmak için yatırım olarak kullanılır

Tip 2: İş Entegreli Sosyal Girişim (WISE)

çalışanların - min. %40'ı hassas
gruplardan örn:engelli bireyler, uzun
sürelili işsizler, eski mahkumlar,
madde bağımlıları vs

Kıbrıs'ta Sosyal Girişim için yasal bir çerçeveye doğru:

- Kapsayıcı ve demokratik çerçevede, üyelerin ve/veya çalışanların ve/veya müşterilerin ve/veya diğer katılımcıların katılımı ile, şeffaf bir şekilde yönetilir fakat bir kamu tüzel kişiliği değildir.
- Kayıt olduktan sonra, sosyal girişim sosyal amacını yerine getirmeye yönelik ilerlemeyi de içeren yıllık bir rapor teslim etmekle yükümlüdür.



Photo
by [Singkham](#) from [Pexels](#)



www.akti.org.cy



Famagusta Walled City Associ-

MASDER



Thank you!
Teşekkürler!
Ευχαριστώ!

www.gosocialcy.eu



Go Social Cyprus



GoSocialCyprus



GoSocialCy



Bu sunum, Avrupa Birliği tarafından finanse edilen ve MASDER, AKTI ve MAKAMER tarafından yrtlen "Go Social" projesi kapsamında yapılmıştır. Bu sunumun içeriğinden tamamiyle MASDER, AKTI ve MAKAMER sorumlu olup, Avrupa Birliği'nin görüşlerini yansıtıyor olarak kabul edilemez.

This presentation is delivered within the project "Go Social" financed by the European Union and implemented by MASDER, AKTI and MAKAMER. Its contents are the sole responsibility of MASDER, AKTI and MAKAMER and do not reflect the views of the European Union.



Avrupa Birliği'nden başarılı Sosyal Girişim Örnekleri

Dr. Aycan Garip
MASDER Proje Koordinatörü

1. İş Entegrasyonu

Drole de pain (France) : <https://droledepain.fr/>



Fırın - Ekmek ve Unlu Mamüllerin Paket Servisi (COVID19 dönemi başlatıldı) – atölyeler

Normal şartlarda iş bulamayan bireyleri işe alıp eğitiyorlar.

Hammaddelerini ve gıda malzemelerini mümkün olduğunca yerli ve etik kaynaklardan tedarik ederler.

2. Kişisel Sosyal Hizmetler

Ung Omsorg (Young Care Sweden): <https://ungomsorg.se/>

Ung Omsorg (Genç Bakım) jenerasyonlar arasında bir köprü yaratır. Gençler yaşlıların bakımını yapıp, bakım evlerinde ziyaret ederken, aynı zamanda sosyal aktiviteler düzenleyerek yaşlıların ve kimsesizlerin hem genç kalmalarını sağlayıp, hem de toplumdan ve sosyal hayattan uzaklaşmamalarını sağlar.

Misyonu:
Yaşlılara bakım sağlarken gençlere ilk part-time iş deneyimi kazandırma

Gençleri yaşlı bakımı sektöründe ve yaşlılarla beraber çalışmaya teşvik etme



3. Dezavantajlı Bölgelerin Yerel Gelişimi

Amaro Records (Czech Republic):

facebook.com/amarorecordsbrno <https://www.amarorecords.cz/>

Kayıt Stüdyosu ve Kafe
Sanatsal ve yaratıcı bireylerin
buluşma noktası

Brno Bronx bölgesinde

Hem ticari hem de kar
gütmeyen ve toplum için
etkinlikler ve çalışmalar
yürütür.

Mekanda İş yapma karşılığı
stüdyo ve oda kiralama
yöntemi



4. Ve diğeri

DueDiLatte

<https://antonellabellina.wixsite.com/duedilatte>



Ochis Kahve Gözlükleri

<https://ochiscoffee.com/>



Çalışma Alanınızı Seçiniz

İş Entegrasyonu

Sakatlığı,
yetersizliği ve
işsiz bireylerin
eğitimi ve
çalışma
sektörüne
entegrasyonları

Bireysel Sosyal Hizmetler

Dezavantajlı
bireyler,
yaşlılar,
çocuklar için
eğitsel, tıbbi,
sağlık,
psikolojik ve
ruhsal sağlık,
bakım
hizmetleri

Dezavantajlı bölgelerin Yerel Gelişimi

İssız, kırsal,
veya şehirsal
gelişimden
uzak kalan
bölgelerin
iyileşmesi için
kimi zaman 3.
ülkelerle
yardımlaşarak
geliştirilmesi

Diğer

Geri dönüşüm,
çevre koruma,
spor, sanat,
kültür ve tarihi
eserlerin
koruması, bilim,
araştırma,
inovasyon,
tüketici hakları



www.akti.org.cy



Famagusta Walled City Associ-

MASDER



Thank you!
Teşekkürler!
Ευχαριστώ!

www.gosocialcy.eu



Go Social Cyprus



GoSocialCyprus



GoSocialCy



www.akti.org.cy



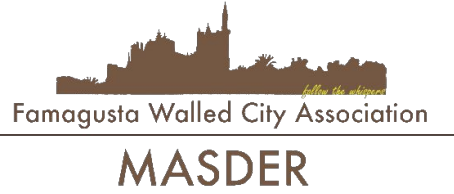
Famagusta Walled City Associ-

MASDER



Bu sunum, Avrupa Birliği tarafından finanse edilen ve MASDER, AKTI ve MAKAMER tarafından yürütülen "Go Social" projesi kapsamında yapılmıştır. Sunumun içeriğinden tamamiyle MASDER, AKTI ve MAKAMER sorumlu olup, Avrupa Birliği'nin görüşlerini yansıtmıyor olarak kabul edilemez.

This presentation is produced within the project "Go Social" financed by the European Union and implemented by MASDER, AKTI and MAKAMER. Its contents are the sole responsibility of MASDER, AKTI and MAKAMER and do not reflect the views of the European Union.



Bu sunum, Avrupa Birliği tarafından finanse edilen ve MASDER, AKTI ve MAKAMER tarafından yrtlen "Go Social" projesi kapsamında yapılmıştır. Bu sunumun içeriğinden tamamiyle MASDER, AKTI ve MAKAMER sorumlu olup, Avrupa Birliği'nin görüşlerini yansıtıyor olarak kabul edilemez.

This presentation is delivered within the project "Go Social" financed by the European Union and implemented by MASDER, AKTI and MAKAMER. Its contents are the sole responsibility of MASDER, AKTI and MAKAMER and do not reflect the views of the European Union.



Bölüm 5: İşletme Kurmanın Temelleri

Dr. Yiannis Fessas

Girişimci

Kimya Mühendisi

BSc, MSc, PhD, CEng, MChE, MAChE,
IFST(L)

Bu bölüm aşağıda verilenler üzerine odaklanacak

Fikrinizi ayarlama
Küçük bir işletme nasıl kurulur?



Girişimcilik Fikirlerinin Kaynakları

Girişimcilik süreçleri

- I. Girişimcilik fikirlerinin yaratılması
- II. Girişimcilik fırsatlarının belirlenmesi
- III. Girişimcilik teşebbüsünün açılması

Bir girişimci adayı olarak, bir işletmenin mevcut iş fırsatları üzerine sağlam bir şekilde kurulması gerektiğini ve girişimci bir fikrin yokluğunda hiçbir iş fırsatı olamayacağını asla unutmayın. Diğer bir yandan, sıradan bir küçük işletme sahibi, toplumda iş fırsatları olmasa bile genellikle bir işletme açar



Girişimcilik fikirlerinin ilham kaynakları

1. Çevredeki değişiklikler
2. Teknolojik keşif ve ilerlemeler
3. Hükümetin baskısı, programları ve politikaları
4. Kişilerin ilgi alanları
5. Geçmiş tecrübeler



Girişimcilik fikirlerinin ilham kaynakları

Dış Ortamdaki Değişiklikler aşağıda verilenleri ifade etmektedir

- Fiziksel çevre
- Toplumsal çevre
- Sanayi ortamı



Girişimcilik fikirlerinin ilham kaynakları

Fiziksel Çevre

1. İklim
2. Doğal Kaynaklar
3. Vahşi Yaşam



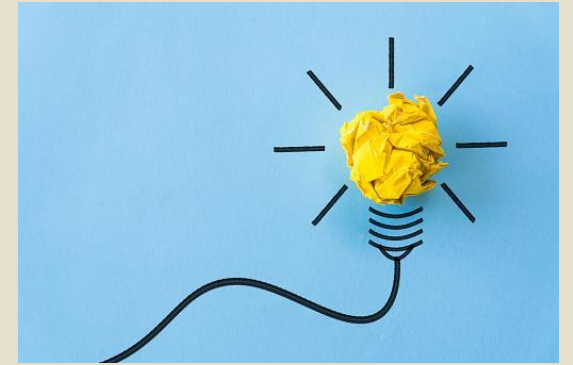
Toplumsal çevre aşağıda verilen güçleri içermektedir:

1. Ekonomik güçler
2. Sosyokültürel güçler
3. Siyasi güçler
4. Teknolojik çevre



İşletmenin sanayi ortamı aşağıdakileri içerir:

1. Hükümet
2. Rakipler
3. Tedarikçiler
4. Müşteriler
5. Alacaklılar
6. Çalışanlar



Girişimcilik Fikirlerinin Kaynakları

Bir Girişimci olarak;



İnsanların dış ortamdaki değişikliklere tepkilerini dikkatle gözlemlemeli ve tetikte olmalısınız. Bu noktada bir ipucu olup olmadığına yani girişimcilik belirteçlerinin ne olduğuna siz karar vermelisiniz.

Örnek

İklim değişiklikleri (yaz/yağmurlu dönem) Yaz ve yağmurlu dönemde insanların ihtiyaçlarına cevap verebilecek en iyi iş türü hangisidir?

Girişimcilik Fikirlerinin Kaynakları

Teknolojik Keşif ve İlerlemeler



Teknoloji kullanımı, girişimcilik fikirleri ve fırsatları açısından bir başka iyi kaynaktır.

Örnek

Mekanik motor onarımı ve montajı hakkında yeterli bilgiye sahip bir kişi, onarım sırasında taktığı ek motor parçalarının bu tür mekanik motorların yakıt tüketimini önemli ölçüde azalttığını keşfetmesi gibi durumlar.

İş fırsatları

Girişimcilik Fikirlerinin Kaynakları

Hükümet öncelikleri, projeleri, programları ve politikaları da girişimcilik fikirleri için kaynak olarak görev görebilir.

Hükümetin
baskısı,
programları ve
politikaları

Hükümet terimi aşağıdakileri kapsayabilir:

- Yerel hükümetler (belediye, şehir ya da il) ya da
- merkezi hükümetler ve şubeleri.
- Genellikle, hükümet politikalarında ve programlarında değişiklik olması durumlarında, yeni girişimcilik fikirleri de doğar

Girişimcilik Fikirlerinin Kaynakları



Kişilerin ilgi alanları

Kişilerin ilgi alanları, hobileri ve tercihleri de zengin girişimcilik fikirleri kaynakları arasında yer almaktadır.

İnternet kafeler, eğlence parkları, gece yerleri ve doğa çiftlikleri, insanların eğlence ve rahatlama ihtiyacına bir yanıt olabilir.

Bir girişimci olarak iş girişiminiz, işinizi korumak ve sürdürmek için insanların çıkarlarına ve hobilerine uyaranabilir olmalıdır.

Girişimcilik Fikirlerinin Kaynakları

Geçmiş tecrübeler

Bir kişinin belirli bir alanda çalışırken geliştirdiği uzmanlık ve beceriler, bir işletme açmasının nedeni olabilir.

Örnek

Tanınmış bir denetim firmasında uygun denetim ve yönetim danışmanlığı becerilerini ve tekniklerini öğrenmiş olan bir denetçi, kendi denetim ofisini açarak girişimciliğe başlayabilir.



Çok fazla fikir vardır

Fazla iyi fikir vardır

Çok iyi fikirler azdır !!!

Sadece tek bir fikir uygulama aşamasına kadar gelebilir !!!

Fikirler:

yaratılmalı

değerlendirilmeli

araştırılmalı

uygulanmalıdır (mümkün olduğunca)

Girişimcilik fırsatlarının belirlenmesi



Ham fikirler çok fazla ve genellikle ücretsizdir.

Fırsatlar araştırılmış fikirlerden gelir ve ücretsiz değildir.

Küçük işletme başlatmak için gerekli 10 adım

Tüm küçük işletmeler başarılı olamaz. Hatta, çalışanları olan işletmelerin sadece üçte ikisi en az iki yıl ayakta kalırken, yaklaşık yarısı sadece beş yıl ayakta kalmaktadır. Kişi riski göze alarak harekete geçse de, işi bıraktığında ve iş sahibi olduğunda bu durum zorlayıcı olabilir. Sahne genellikle başlangıçta ayarlanır, bu nedenle kişinin işine başlarken gerekli tüm adımları izlediğinden emin olmak başarının temelini oluşturabilir.

İşte başarılı bir şekilde bir iş kurmak için gerekli 10 adım. Her seferinde tek bir adım atmak, başarılı küçük işletme sahipliğine giden yoldur.



1. Adım: Araştırmanızı yapın



Büyük olasılıkla bir iş fikri zaten tanımlamışsınızdır, bu yüzden şimdi bunu biraz gerçeklikle dengeleme zamanı. Fikrinizin başarılı olma potansiyeli var mı? Daha ileri gitmeden önce iş fikrinizi bir doğrulama sürecinden geçirmeniz gerekir. Küçük bir işletmenin başarılı olabilmesi için bir sorunu çözmesi, bir ihtiyacı karşılaması veya piyasanın istediği bir şeyi sunması gerekir.

Araştırma, odak grupları ve hatta deneme yanılma da dahil olmak üzere bu ihtiyacı tanımlamanın çeşitli yolları vardır. Pazarı keşfederken, cevaplamanız gereken bazı sorular:

Öngörülen ürünlere / hizmetlere ihtiyaç var mı?

- Kimin ihtiyacı var?
- Şimdi benzer ürünler / hizmetler sunan başka şirketler var mı?
- Rekabet nasıl?
- İşletmeniz pazara nasıl uyum sağlayacak?

Riski göze almadan kendinize de işletme girişimi yapmak ile ilgili sorular sormayı unutmayız.

2. Adım: Plan yapın



- İşletme hayalinizi gerçekleştirmek için bir plana ihtiyacınız olacaktır. İş planı, işinizi başlangıç aşamasından kuruluş ve sonunda iş büyümesine kadar yönlendirecek bir taslaktır ve tüm yeni işletmeler için bir zorunluluktur.
- **İyi haber** şu ki, farklı iş türleri için farklı türlerde iş planları vardır.
- Bir yatırımcı veya finans kurumundan mali destek almak istiyorsanız, geleneksel bir iş planı şarttır. Bu tür bir iş planı genellikle uzun ve eksiksizdir ve yatırımcıların ve bankaların fikrinizi doğrularken aradıkları ortak bir dizi bölüme sahiptir.
- Finansal destek almayı istemiyorsanız, tek sayfalık basit bir iş planı neyi başarmayı umduğunuz ve nasıl yapmayı planladığınız konusunda netlik sağlayabilir. Aslında, bir peçetenin arkasında yazacağınız bir iş planı bile iş görebilir ve zaman içinde bunu geliştirebilirsiniz. Yazılı herhangi bir plan her zaman hiç yoktan iyidir.



3. Adım:Mali durumunuzu planlayın



Küçük bir işletme kurmak çok fazla para gerektirmese de, en başta yapılacak yatırımların yanı sıra, kar elde etmeye başlamadan önce giderler için gerekli olacak bir miktar yatırıma ihtiyaç vardır. İşletmeniz için bir kerelik başlatma maliyetlerini aşağı yukarı gösteren bir e-tablo oluşturun(lisanslar ve izinler, ekipman, yasal ücretler, sigorta, marka bilinci oluşturma, pazar araştırması, envanter, ticari marka, açılış etkinlikleri, mülk kiralama, vb.). Bunun yanı sıra işletmenizi on iki ay boyunca çalıştırmaya yeteceğini öngördüğünüz maliyetleri de bu tabloya ekleyiniz (kira, yan gereksinimler, pazarlama ve reklamcılık, üretim, malzeme, seyahat masrafları, çalışan maaşları, kendi maaşınız vb.). Bu rakamların toplamı, ihtiyacınız olacak ilk yatırımdır.

Finanse etme:

- Borçlar
- Yatırımcılar
- Hibeler
- Kitlese Fon

Bazı kişiler, yeni bir işletme başlatırken mümkün olduğunca az sermaye kullanmaya çalışabilir. Bunun yanı sıra, yukarıda verilen yolların kombinasyonu da kullanılmaya çalışılabilir. Ancak buradaki amaç, seçenekler üzerinde çalışmak ve işi hayata geçirmek için gereken sermayeyi kurmak için bir plan oluşturmaktır.



4. Adım:İşletme yapısını seçin

Küçük işletmeniz tek mülkiyet, ortaklık, limited şirket (LLC) veya şirket olabilir. Seçtiğiniz ticari işletme, işletme adınızdan, yükümlülüğünüze ve vergilerinizi nasıl dosyaladığınıza kadar birçok faktörü etkileyecektir.

Kendinize başlangıç olarak bir iş yapısı seçebilir, ardından işletmeniz büyüdükçe ve ihtiyaçlarınız değiştikçe yapınızı yeniden değerlendirebilir ve değiştirebilirsiniz. İşinizin karmaşıklığına bağlı olarak, işiniz için doğru yapı seçimini yaptığınızdan emin olmak için bir avukat veya muhasebeciden gelen konsültasyona yatırım yapmaya değer olabilir.

.

İşletme adınız, işletmenizin hemen hemen her alanında rol oynar, bu nedenle iyi bir ad olmasını istersiniz. Seçeneklerinizi keşfederken ve işletme adınızı seçerken tüm olası sonuçları düşündüğünüzden emin olun.

İşletmeniz için bir ad seçtikten sonra, bir ticari marka olup olmadığını veya şu anda kullanımda olup olmadığını kontrol etmeniz gerekir. Ardından, kayıt olmanız gerekir. Tek bir mal sahibi, işletme adını yetkililere kaydettirmelidir. Şirketler, limited şirketler veya limited ortaklıklar genellikle dosya işlerinin bitmesi durumunda işletme adlarını kaydettirir.

5. Adım: İşletme adınızı seçin ve kayıt edin.



Kurduğunuz işletmenin türüne ve bulunduğunuz yere bağlı olarak, durumunuz için geçerli olabilecek çeşitli küçük işletme ruhsatları ve izinleri vardır. Başlangıç işlemi sırasında işletmeniz için hangi ruhsatların ve izinlerin geçerli olduğunu araştırmanız gerekecektir.

6. Adım: Ruhsatlarınızı ve izinlerinizi alın

7. Adım: Muhasebe Sisteminizi Seçin

Küçük işletmeler, mevcut sistemlere sahip olmaları durumunda etkin bir şekilde çalışırlar. Küçük işletmeler için en önemli sistemlerden biri muhasebe sistemidir.

Bütçenizi oluşturmak ve yönetmek, ücretlerinizi ve fiyatlarınızı belirlemek, başkalarıyla iş yapmak ve vergilerinizi dosyalamak için muhasebe sistemine ihtiyacınız vardır. Muhasebe sisteminizi kendiniz kurabilir veya iş yükünüzü hafifletmek için bir muhasebeci tutabilirsiniz.

İster ev ofisiniz, ister ortak ister özel ofis alanınız olsun, ister perakende satış yeriniz olsun, işletmenizin lokasyonunu ayarlamak işinizin çalışması için önemlidir.

Konumunuzu, ekipmanınızı ve genel kurulumunuzu düşünmeniz ve işletmenizin yapacağınız iş türü için uygun olup olmadığından emin olmanız gerekir. Ticari alanınızı satın almanın veya kiralamanın daha mantıklı olup olmadığını da göz önünde bulundurmanız gerekir.

8. Adım: İşletmenizin lokasyonunu ayarlayın

Eğer çalışan işe almayı düşünüyorsanız, şimdi süreci başlatma zamanı. Doldurmanız gereken konumları ve her bir konumun parçası olan iş sorumluluklarını ana hatlarıyla belirttiğinizden emin olun. Çalışan işe almak yerine, eleman temini seçme ve yerleştirme süreçlerinde dış kaynak kullanımı yaparsanız, şimdi sözleşmenizi yürürlüğe koymak ve aramanızı başlatmak için bir avukatla çalışma zamanı.

Son olarak, küçük işletme yoluna tek başına çıkmayı düşünüyorsanız, çalışanlara veya dış kaynaklara ihtiyacınız olmayabilir, ancak yine de kendi destek ekibinize ihtiyacınız olacaktır. Bu ekip bir akıl hocası, küçük işletme koçu ve hatta ailenizden oluşabilir ve bu ekip işler çetrefilleştiğinde tavsiye, motivasyon ve güvence için gittiğiniz kaynak olarak size hizmet eder.

9. Adım: Takımınızı hazırlayın

10. Adım: Küçük İşletmenizi Tanıtın

İşletmeniz çalışmaya başladıktan sonra, müşterileri çekmeye başlamanız gerekir. Benzersiz bir satış teklifi (USP) yazıp bir pazarlama planı oluşturarak temel konularla başlayabilirsiniz. Ardından, işletmenizi en etkili şekilde nasıl tanıtacağınıza karar verebilmek için mümkün olduğunca çok sayıda küçük işletme pazarlama fikri üzerine araştırma yapmanız gerekmektedir.

Kıbrıs Ekonomik Sahnesi, yıllardır geleneksel faaliyet gösteren işletmeler tarafından domine edilmiştir.

Şimdi modern girişimcilik faaliyetleri için teknik bilgiye sahip genç nesillerin sesi duyulacak.

Eski işletmeler ya adapte olurlar ya da yok olurlar



PLAN YAP – SABIRLI OL– SIKI ÇALIŞ

Bu iş kurma faaliyetlerini tamamladıktan sonra, en önemli basamakların tümüne sahip olacaksınız. Unutmayın, başarı bir gecede gerçekleşmez. Ancak, yarattığınız planı sürekli olarak işinizde çalışmak için kullanın böylelikle başarı şansınızı arttırırsınız.





www.akti.org.cy



Famagusta Walled City Associ-

MASDER



Thank you!
Teşekkürler!
Ευχαριστώ!

www.gosocialcy.eu



Go Social Cyprus



GoSocialCyprus



GoSocialCy



Go Social Cy

**Supporting Employability through Social
Entrepreneurship**

Sosyal Girişimcilikle İstihdamı Destekleyin



www.akti.org.cy



Famagusta Walled City Associ-

MASDER



Bu sunum, Avrupa Birliğı tarafından finanse edilen ve MASDER, AKTI ve MAKAMER tarafından yrtlen "Go Social" projesi kapsamında yapılmıştır. Bu sunumun içeriğinden tamamıyla MASDER, AKTI ve MAKAMER sorumlu olup, Avrupa Birliği'nin görüşlerini yansıtır olarak kabul edilemez.

This presentation is delivered within the project "Go Social" financed by the European Union and implemented by MASDER, AKTI and MAKAMER. Its contents are the sole responsibility of MASDER, AKTI and MAKAMER and do not reflect the views of the European Union.



Küçük İşletme (SE) Kurmanın Temel Prensipleri – bölüm üç

Dr. Yiannis Fessas

Girişimci

Kimya Mühendisi

**BSc, MSc, PhD, CEng, MChemE, MAIChE,
IFST(L)**

Bu bölüm aşağıda verilenler üzerine odaklanacaktır

«İşini tanımla» modelinin örnekleri
Küçük İşletme iş planı yaratma,
Küçük İşletmelerde pazarlama

Mükemmel Bir İş Planı yaratmak için gerekli 7 Adım

Her işletmenin yazılı bir iş planına sahip olması gerekir. İster yönlendirme ister yatırımcıları çekmek amaçlı olsun, iş planı kuruluşunuzun başarısı için hayati önem taşır. Ancak, iş planını nasıl yazılır?

Bir iş planının aşağıda verilenleri içermesi önerilmektedir:

- ☐ İdari Özet - işletmenizin anlık durumu
- ☐ Şirketin tanımı – ne yaptığınızı tarif eden
- ☐ Pazar analizi - sektörünüz, pazarınız ve rakiplerinizi hakkında araştırma
- ☐ Organizasyon ve yönetim– İş ve yönetim yapınız
- ☐ Hizmet ya da ürün – sunduğunuz hizmet ya da ürünler
- ☐ Pazarlama ve satış – işinizi nasıl pazarlayacağınız ve satış stratejileriniz
- ☐ Fon talebi -- önümüzdeki 3 ila 5 yıl için ne kadar paraya ihtiyacınız olacak
- ☐ Finansal projeler – bilanço gibi bilgiler
- ☐ Ekler -- özgeçmiş ve izinleri içeren isteğe bağlı bir bölüm



Yine de, başlamak zor olabilir. İşte size mükemmel bir iş planı yazmak için yedi adım.

Mükemmel bir iş planı yazmak için gerekli 7 adım

1.Araştır, araştır, araştır



Ürününüzü, pazarınızı ve objektif uzmanlığınızı araştırın ve analiz edin. İş planını yazmak için harcadığınız zamanının iki katını araştırma, değerlendirme ve düşünme sürecine harcamalısınız. Mükemmel planı yazmak için şirketinizi, ürününüzü, rekabet ortamını ve pazarı yakından tanımalısınız.

Başka bir deyişle, işletmeniz ve girdiğiniz sektör hakkında her şeyi bilmek sizin sorumluluğunuzdadır. Sektörünüzle ilgili her şeyi okuyun ve kitlenizle konuşun.

Fikirlerin ve Fırsatların Belirlenmesi ve Değerlendirilmesi

Çok fazla fikir vardır

Fazla iyi fikir vardır

Çok iyi fikirler azdır !!!

**Sadece tek bir fikir uygulama aşamasına
kadar gelebilir !!!**

Fikirler:

yaratılmalı

değerlendirilmeli

araştırılmalı

uygulanmalıdır (mümkün
olduğunca)



**Ham fikirler çok fazla ve genellikle ücretsizdir
Fırsatlar araştırılmış fikilerden gelir ve
ücretsiz değildir.**

Mükemmel bir iş planı yazmak için gerekli 7 adım

İş planı, «işin doğasını, satış ve pazarlama stratejilerini ve finansal konuları içeren ve kar ve zararı yansıtan yazılı bir belgedir» şeklinde açıklanır. Buna ek olarak, iş planınız başka amaçlara da hizmet edebilir.

İş planı, bir işletmenin geleceğini planlayabilmesi ve karşılaşacağı zorluklara engel olmasına yardımcı olmak için yol gösteren bir yol haritasıdır.

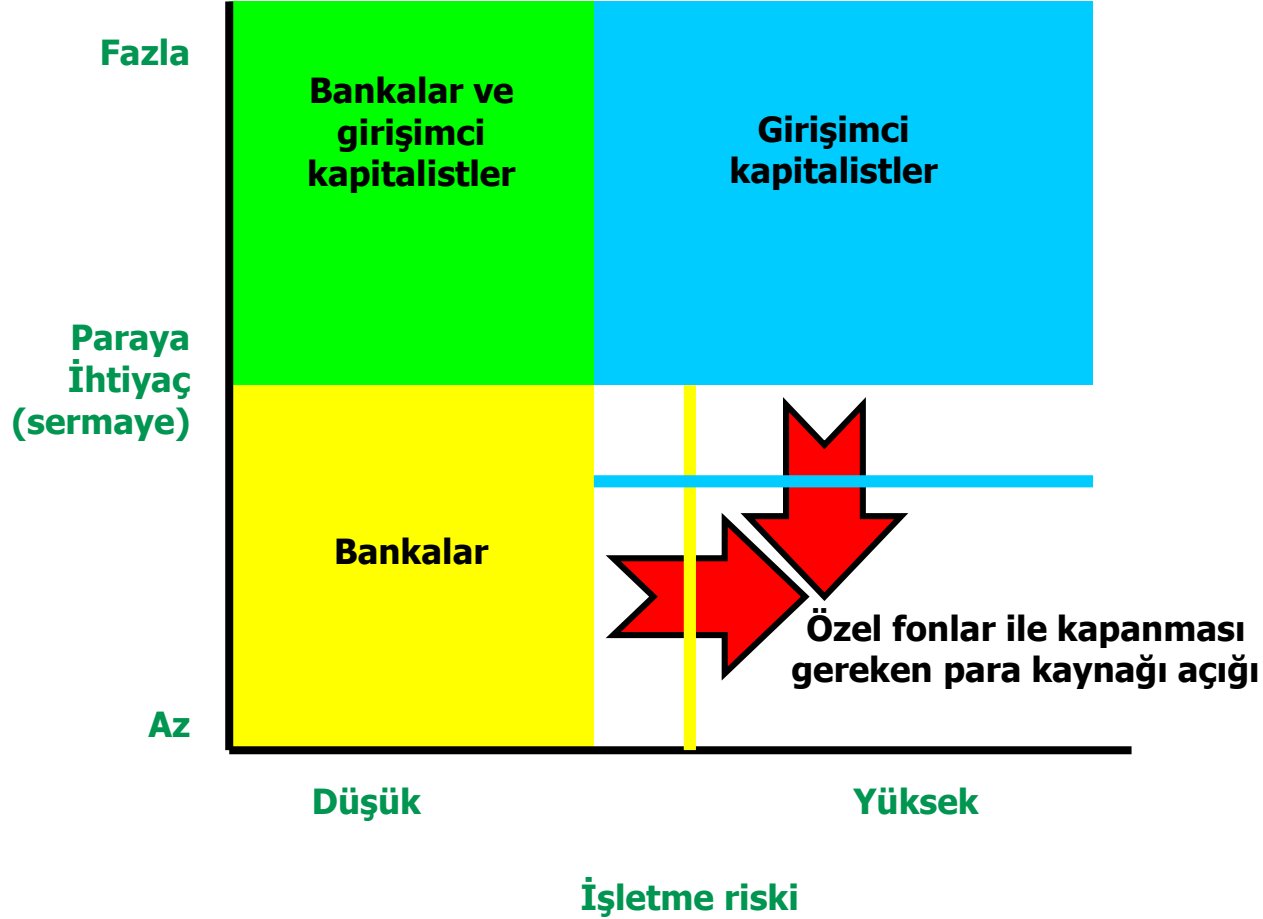
İşletmenizi kendiniz finanse ediyorsanız veya önyükleme yapıyorsanız bu yol haritasını aklınızda bulundurmanız önemlidir.

Ancak, yatırımcıları çekmek istiyorsanız, planınızın farklı bir amacı olacaktır ve onları hedefleyen bir plan yazmanız gerekecektir, planınız bu yüzden olabildiğince açık ve özlü olmalıdır. Planınızı tanımlarken, bu hedefleri de tek tek tanımladığınızdan emin olun.

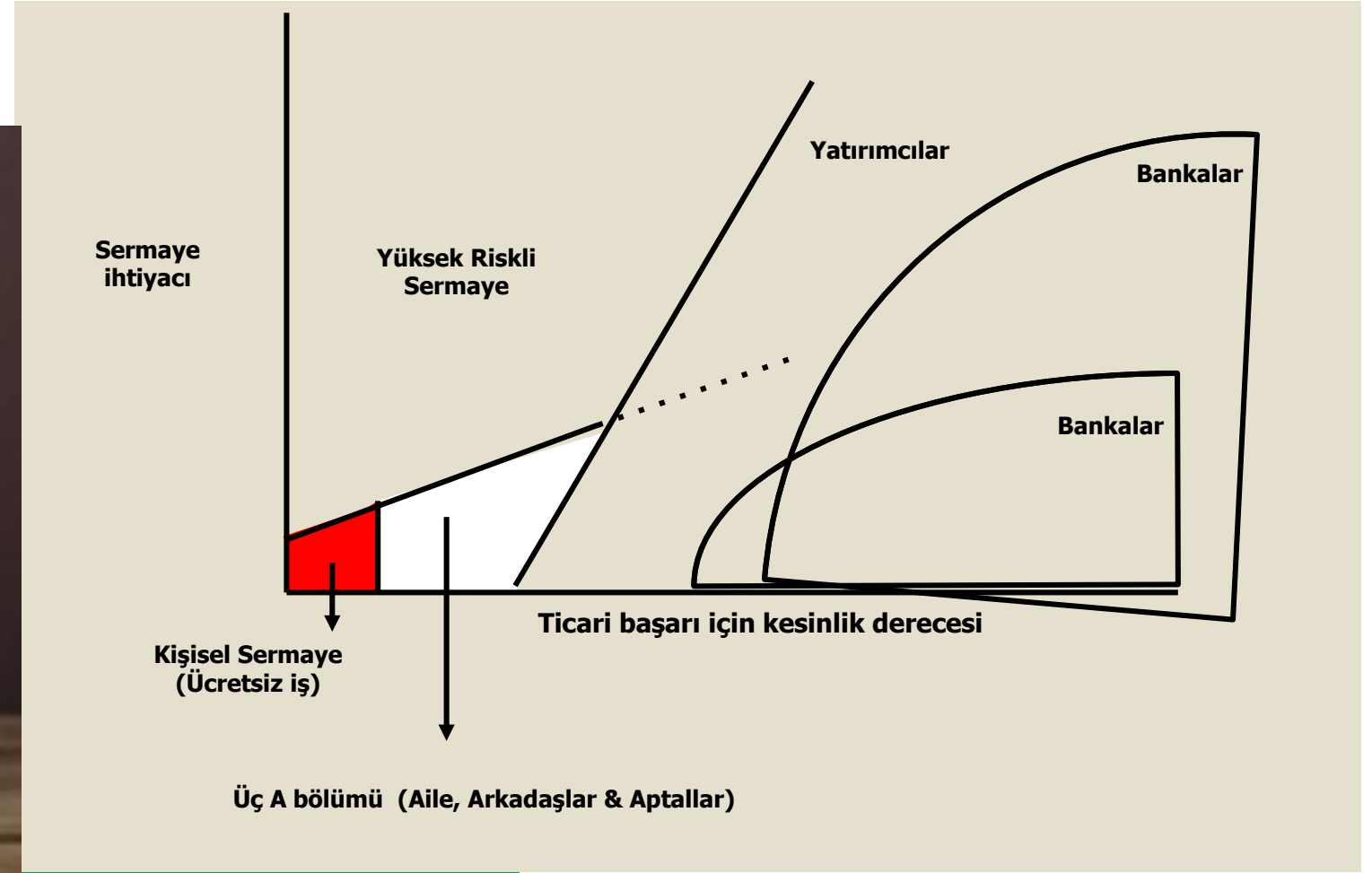
2. Planınızın amacına karar verin



İşletme riski ile ilgili finansman kaynakları



İşletme riski ile ilgili finansman kaynakları



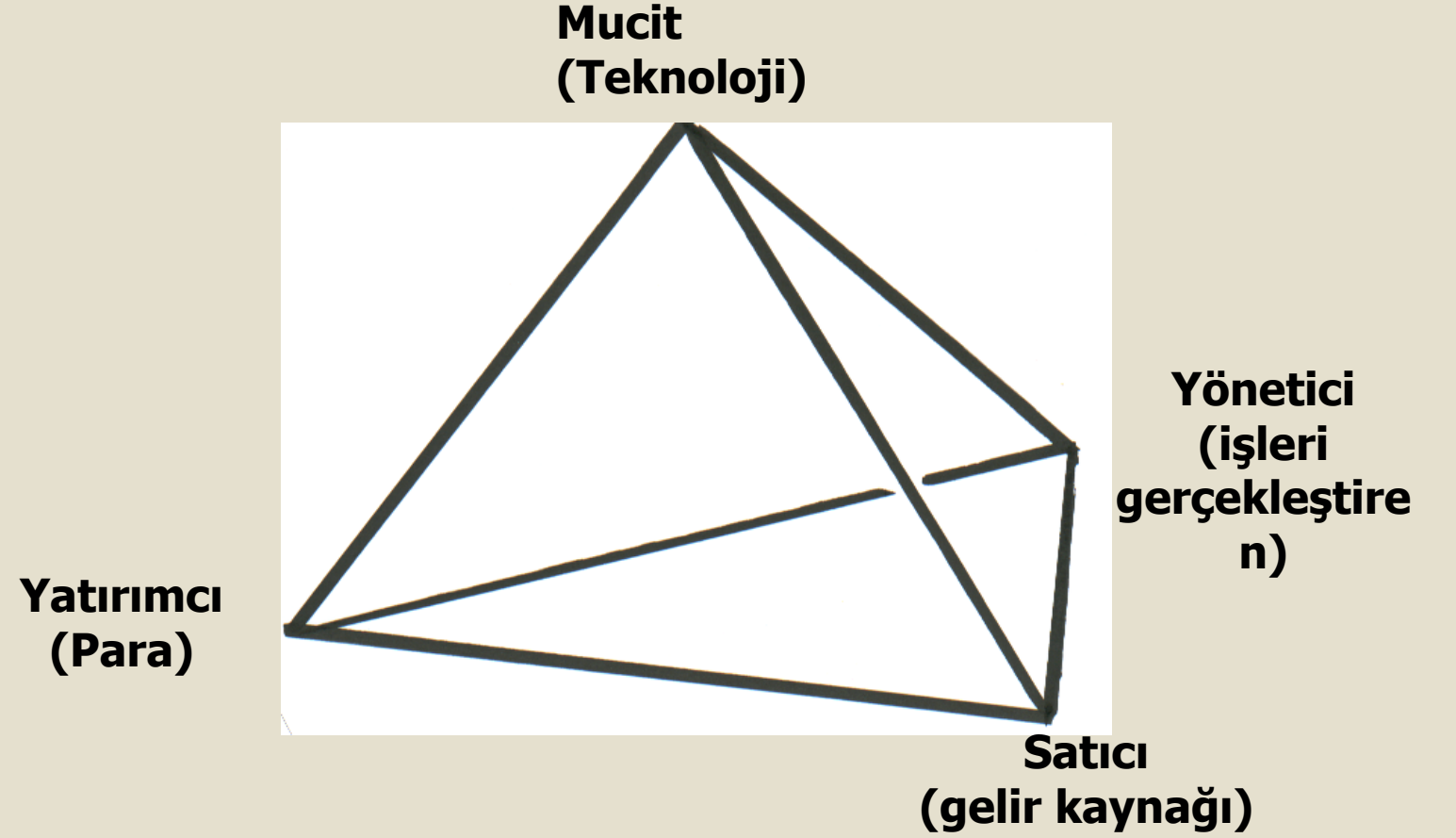
Mükemmel bir iş planı yazmak için gerekli 7 adım

3. Bir iş profili oluşturun



Şirket profiliniz, kuruluşunuzun geçmişini, hangi ürün veya hizmetleri sunduğunuzu, hedef pazarınızı ve kitlenizi, kaynaklarınızı, bir sorunu nasıl çözeceğinizi ve işletmenizi benzersiz kılan unsurları içerir. Şirket profilleri genellikle şirketin resmi internet sayfasında bulunur ve potansiyel müşteri ve yetenekleri çekmek için kullanılır. Bu sadece iş planınızın önemli bir bileşeni değil; aynı zamanda planın ilk yazılı kısımlarından biridir. Bir profilinizin olması bu adımı gerçekleştirmenizi kolaylaştıracaktır.

ELMAS: En zor ve en istikrarlı doğal şekil



Mükemmel bir iş planı yazmak için gerekli 7 adım

Yatırımcılar işletmenizin onlara para kazandıracağından emin olmak ve bu beklentilerinden dolayı işletmeniz ile ilgili her şeyi bilmek isteyecektir. Bu süreci kolaylaştırmak için, giderlerinizden sermaye akışına ve sanayi projeksiyonlarına kadar her şeyi dosyalayınız. Ayrıca, adresiniz, stratejiniz ve ruhsat sözleşmeleriniz gibi küçük detayları da unutmayınız.

4. İşletmenizin tüm yönlerini dosyalayın



Mükemmel bir iş planı yazmak için gerekli 7 adım

5. Stratejik pazarlama planınız hazır olsun



Mükemmel bir iş planı muhakkak stratejik ve girişken bir pazarlama planı da içermelidir. Bu plan genellikle aşağıda verilen hedefleri başarmayı içerir;

- ☐ Yeni ürünlerin tanıtımı
- ☐ Mevcut ürünler için pazarın genişletilmesi veya yeniden kazanılması
- ☐ Şirket için yeni alanlara giriş
- ☐ Belirli bir ürün, pazar veya fiyat aralığında satışları artırmak. Bu iş nereden gelecek? Açık olun.
- ☐ Bir ürünü başka bir ürünle çapraz satma (veya birleştirme)
- ☐ Arzu edilen müşteriler ile uzun süreli sözleşmeler yapma
- ☐ Satış rakamlarını düşürmeden fiyatları artırmak
- ☐ Bir ürünü geliştirmek
- ☐ İçerik pazarlama stratejisine sahip olmak
- ☐ Üretim/ürün teslimatı alanlarını geliştirmek

Her pazarlama hedefinin bu hedeflere ulaşmak için çeşitli amaçları (hedef alt kümeleri) ve taktikleri olmalıdır. Pazarlama planınızın hedefler bölümünde, bir sonraki yıl için pazarlama görevlerinin 'ne' olduğuna ve 'nedenine' odaklanmalısınız. Uygulama bölümünde, kimin, nerede, ne zaman ve nasıl pratik ile işi gerçekleştirdiğine odaklanırsınız.

Pazarlama hedeflerine ulaşmanın tabi ki maliyeti yüksektir. Pazarlama planınızda, planlanan her etkinlik için bütçe ayırdığınız bir bölüm olması gerekir. İç saatler (personel zamanı) ve dış maliyetler (cepten harcamalar) için ayrı bütçeler oluşturmanız yararlı olacaktır.

Mükemmel bir iş planı yazmak için gerekli 7 adım

Bir iş planının potansiyel okuyucuları, bankacılar ve girişim kapitalistlerinden çalışanları içeren çeşitli bir gruptur. Bu çok çeşitli bir grup olmasına rağmen, sonu olan bir gruptur. Ve her okuyucunun belirli tipik çıkarları vardır. Bu ilgi alanlarını önceden biliyorsanız, söz konusu kitle için bir plan hazırlarken bu faktörleri dikkate aldığınızdan emin olmalısınız. Örneğin, bankacılar bilançolar ve nakit akış tabloları ile daha fazla ilgilenirken, girişim kapitalistleri temel iş kavramına ve yönetim ekibinize bakacaklar. Ancak ekibinizdeki yönetici, planı kendilerine hedefleri hatırlatmak için kullanacaktır. Bu nedenle, planınızı okuyan kitleye bağlı olarak planınızın değiştirilebildiğinden emin olun. Ancak, bu değişiklikleri bir plandan diğerine sınırlı tutun. Bu, finansal tahminleri paylaşırken bu verileri aynı tutmanız gerektiği anlamına gelir.

6. Kitlenize göre uyarlanabilir yapın



Mükemmel bir iş planı yazmak için gerekli 7 adım

7. Neden umursadığınızı açıklayın



Planınızı ister bir yatırımcı, müşteri veya ekip üyesi ile paylaşıyor olun, planınıza tutkulu ve adanmış olduğunuzu ve aslında işinizi ve planınızı önemsedığınızı göstermeniz gerekir . Öğrendiğiniz hataları tartışabilir, çözmeyi umduğunuz sorunları listeleyebilir, değerlerinizi antabilir ve sizi rakiplerinizden ayıran şeyin ne olduğunu anlatabilirsiniz. İşletmenizi neden önemsedığınızı açıklayarak, diğerleriyle kuruluşunuzu destekleyecekleri şekilde duygusal bir bağlantı oluşturabilirsiniz.

Başlangıcı yapabilmenizi sağlayacak 10 ipucu

Avrupa girişimlerine yapılan yatırım son yıllarda muazzam bir şekilde büyürken, gerçek şu ki, çoğu girişim büyüme yolunu öz imkanları ile açmaktadır. Her zamankinden daha fazla rekabet ve sınırlı fonla, CEO'ların ve yeni ve heyecan verici şirketlerin kurucularının her zamankinden daha fazla yaratıcı olmaları gerekmektedir. Özellikle Silikon Vadisi'ndeki çoğu risk sermayedarı, takıma fikrin kendisinden daha fazla yatırım yaptıklarını belirtti. Güçlü bir ekibin yanı sıra pazarlama, girişiminizi başlatmak ve çalıştırmak için en güçlü araçlarınızdan biridir. İyi pazarlama, hayal gücünüze bir egzersiz yapabilir ve vizyonunuzu, misyonunuzu ve hedeflerinizi dış dünyayla gerçekten paylaşma fırsatı verebilir.

Mütevazı pazarlama bütçenizin, başlangıç yaptığınızı sergilemenizi engellemez. Büyümek için bağlantılardan, özel etkinliklerden yararlanmak, müşterilerinizle etkileşime geçmek ve becerilerinizi göstermek, şirketinizin bilinmesi için harika bir başlangıç noktası sağlayabilir.



Başlangıcı yapabilmenizi sağlayacak 10 ipucu

1. Kullanıcılarınızı iyi tanıyın



Ürününüzü tam olarak kimin kullanacağını bilmiyorsanız stratejiler, eylemler oluşturmak, AdWords kampanyaları kiralamak veya Twitter'ı kullanmak işe yaramaz. Bunu yapmak basit gibi görünse de, yeni işletmelerin iş modelini doğrularken hedef kitlelerini değiştirmeleri çok yaygın görülen bir durumdur. Hedef kitlenizin kim olduklarını bulmaktan daha derin değerlendirin - ilgi alanlarına, günlük rutinlerine, acılarına ve kazançlarına vb. bakın. Ne kadar çok bilgi o kadar iyi. Sık yapılan hatalardan biri, herkesin bir hedef olduğuna inanmaktır - ve herkese hitap etmeye çalışırsanız, gerçek potansiyel müşterilerinizle herhangi bir bağlantı kuramazsınız.

Onları da pazarlama planına dahil edin. Ekip olarak çalışmak, bir ürünü anlamlı kılan, yanlış anlamaları önleyen, zamandan ve paradan tasarruf sağlayan ve beklentileri hizalayan şeydir. Sihir genellikle herkes aynı masada oturduğu anda gerçekleşir -her bireyin işletmeyi öne taşıyacak fikirleri ortaya attığı anda. Bu açılar ve çözümler sadece “temellere” bağlı kalmaktan çok daha çeşitli ve ilginçtir.

2. Takımızla oturun



Başlangıcı yapabilmenizi sağlayacak 10 ipucu

3. Sosyal medyayı kullanın ve kaliteli içerik sağlayın



Sosyal medyayı göz ardı etmek artık seçenek bile değildir. Bazı işletmeler yalnızca sosyal medya üzerine kurulmuştur. İlk başta aşağıdakileri büyütmek neredeyse imkansız gözükse de ivme arttıkça daha kolaylaştığını fark edeceksiniz. Güvenilir bir sosyal medya yöneticisi işe almak kesinlikle ilerideki planlarınız arasında olmalıdır, fakat harcayabilecek kadar para kazana kadar otantik, istikrarlı olun, hedef kitleniz ile konuşun ve onları ürününüzün tam da istedikleri şey olduğuna ikna edin. Hiper hedefli anahtar kelimeler kullanarak Google sıralamanızı sürekli olarak iyileştirdiğinizden emin olun ve kullanıcıların içeriğinizi keşfetmesine ve sosyal medya tabanlı kitle etkinliğinizi güçlendirmesine yardımcı olun.



4. Etkinliklere katılın



Başlangıcı yapabilmenizi sağlayacak 10 ipucu

Dijital çağda yaşıyor olsak da, ağ oluşturma etkinlikleri iş dünyasında çok önemli bir amaca hizmet ediyor. Sizin alanınızdan olmayan kişiler ile ağ oluşturmamak için kendi sektörünüzdeki etkinlikleri seçtiğinizden emin olun. Kendinizi ve ürününüzü tanıtmak için zaman ayırın. Ağınızı büyütmenin en iyi yolu potansiyel müşterilerle yüz yüze konuşmaktır. Sadece katılım değil, aynı zamanda alınıızdaki etkinliklere sponsor olmak da size ve şirketinize iyi bir isim vermenin harika bir yoludur.

Bir işletmenin kurucusu veya sahibi olarak, şirketinizin halka açık yüzüsünüz (veya yüzlerinden birisiniz). Her zaman profesyonel görünmeyi ve kendinizi iyi sunmayı unutmayın. Doğru şeyleri söyleyin, şeffaf, açık ve dürüst olun, ancak çatışmayı önlemek için belirli konulardan (özellikle sosyal medyada) kaçının. Kendinizi güvenilir ve profesyonel bir şekilde kurucuya dönüştürürseniz, bunun iş üzerinde büyük bir etkisi olacaktır.

5. Kendinizi pazarlayın



Başlangıcı yapabilmenizi sağlayacak 10 ipucu

Doğal olarak mümkün olduğunca fazla satış yapmak istiyorsunuz fakat müşterilerinize kendilerini bir parçası olarak hissettiği bir marka sunmak da avantajınıza olacaktır. Ürününüzü çevresine tavsiye edip geri gelen bir müşteriden daha iyi bir şey yoktur. Fikirlerini sorun, geri dönüt alın, testerler verin, ne söyledikleri ile ilgilendiğinizi gösterip güven oluşturun. Ürününüzü tekrar gördüklerinde akıllarına yaşadıkları iyi anılar gelecektir.

6. Sadece satmakla kalmayın ilişki kurun!



7. Bir anlatım geliştirin



Şirketinizi diğer şirketlerden ayırın. «Ne işle meşgulsün?» gibi basit bir soruyu genellikle «Girişimciyim» cevabı takip eder. Fikrinizi veya ürününüzü dünyayı hemen hemen değiştirebilecek harika bir şey olarak sergileyerek başlayın. Girişiminizin destekleyebileceği nedenleri bulun ve bunlardan bahsettiğinizden emin olun! Hayatınızda zorlu bir süre boyunca şirketinizi nasıl kurduğunuz hakkında harika bir hikayeniz mi var? Etrafınızdakilere ilham verin.



Başlangıcı yapabilmenizi sağlayacak 10 ipucu

8. Takip edin

Müşteriler bir ürün hakkında geri bildirim yapmak için hiç bu kadar ilgili olmamışlardı. Geri bildirimlerin pozitif olması için ileri, geri gidip elinizdeki tüm gücü kullandığınıza emin olun ama değilse de, bunlardan değerli dersler çıkaracağınızı ümit edin.

Stratejilerinizin ve eylemlerinizin işe yaradığını anlamak için yapmalısınız. Bunu yapmak için, APG'ni(KPI- Anahtar Performans Göstergeleri) ölçüm aleti olarak kullanın. Bazı temel APG'ler şöyledir: döviz oranları, sekme oranları, sitede kalınan süre oranları, CAC, RT sayısı, beğeni sayıları, vs... Google Analizleri veya Arama Konsolları APG'leri analiz etmek için akllı ve etkili yöntemlerdir.

9. Sonuçları ölçün ve büyümek için kullanın

10. Rakiplerinizi çalışın ve eğer bu işi sizden daha iyi yapıyorlarsa onları kopyalayın

Bu tüm değerlerinizden ve kimliğinizden vazgeçmeniz anlamına gelmez, fakat rakiplerinizin pazarlama ve iletişimini analiz ederken sizin işletmenize yardımcı olabilecek başarılı noktalarını bulmaya çalışın. Ve bu işletmelerin hatalarından öğrenerek, kendi işletmenizi birkaç zorluktan kurtarabilirsiniz. Bazı noktalarda yenilik yapmanıza bile gerek yoktur, çünkü zaten diğerleri için işe yarayan bir şey buldunuz. Diğer bir yandan, sonuçlarınızı ölçmeyi unutmayın.



SWOT Analizi

SWOT analizi (veya SWOT matrisi) bir insana veya bir kuruluşa işletme rekabeti veya proje planlama ile ilgili güçlü yanlarını, zayıf yanlarını ve fırsatlarını tanımlaması için yardım eden bir stratejik planlama tekniğidir.

Güçlü Yönler

İşletme veya projede başkalarının üzerinde avantaj sağlayan öğeler.

İşletme veya projeyi başkaları üzerinde dezavantajlı konuma düşüren öğeler.

Zayıf Yönler

Fırsatlar

İşletmenin veya projenin ortamında bulunan ve avantaj olarak kullanabileceği öğeler.

Ortamda iş veya proje için sorun yaratabilecek unsurlar.

Tehditler



SWOT bir amaca ulaşmak için önemli görülen kilit iç ve dış faktörleri tanımlamayı amaçlamaktadır. SWOT analizi, önemli bilgileri iki ana kategoriye ayırır:

- ☐ İç Faktörler — organizasyon içindeki güçlü ve zayıf yönler
- ☐ Dış Faktörler — kuruluşun dışındaki çevrenin sunduğu fırsatlar ve tehditler

SWOT Analizi





Genel ve Açık Değerlendirmeler

Açıklamalar

**Sizi
endişelendiren
konular**

Sorular

**Genel
Değerlendirme**



www.akti.org.cy



Famagusta Walled City Associ-

MASDER



Thank you!
Teşekkürler!
Ευχαριστώ!

www.gosocialcy.eu



Go Social Cyprus



GoSocialCyprus



GoSocialCy



Bu sunum, Avrupa Birliği tarafından finanse edilen ve MASDER, AKTI ve MAKAMER tarafından yrtlen "Go Social" projesi kapsamında yapılmıştır. Bu sunumun içeriğinden tamamiyle MASDER, AKTI ve MAKAMER sorumlu olup, Avrupa Birliği'nin görüşlerini yansıtıyor olarak kabul edilemez.

This presentation is delivered within the project "Go Social" financed by the European Union and implemented by MASDER, AKTI and MAKAMER. Its contents are the sole responsibility of MASDER, AKTI and MAKAMER and do not reflect the views of the European Union.



Bölüm 6: Küçük İşletme (SE) Kurmanın Temel Prensipieri

Michael Loizides

Sosyal Girişimci
Kimya Mühendisi (Diploma NTUA)
Çevre Mühendisi (DIC, MSc, PhD)

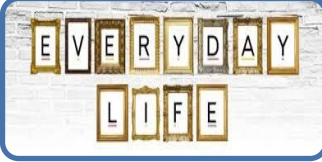
Küçük işletme kurmak için gerekli basit adımlar

1. **Misyonunuzu** belirleyin
2. **Başlangıç** için **finans kaynakları** bulun
3. Çalışma alanını araştırın ve **analiz** edin.
4. **İşletme modelinizi** tanımlayın
5. **Takınızı** kurun
6. **Gelir akışını** çözün
7. **Ağ** kurun

Küçük İşletme fikrinizi hazırlayın



Nereye ve Nasıl bakmalı?



Yaşadığınız topluluğun günlük yaşamını araştırın



Boşlukları ya da problemleri gözlemleyip belirleyin



Daha iyisini nasıl yapabilirsiniz?

Kıbrıs'ta bulunan sosyal ve çevresel girişimler



Can Kid
Facebook: TenekeCocuk



<https://www.agiaskepi.org/>



www.tiganokinisi.eu



Facebook: Mağusa Kadın Merkezi Derneği – Makamer

Ürün ya da hizmetiniz nedir?

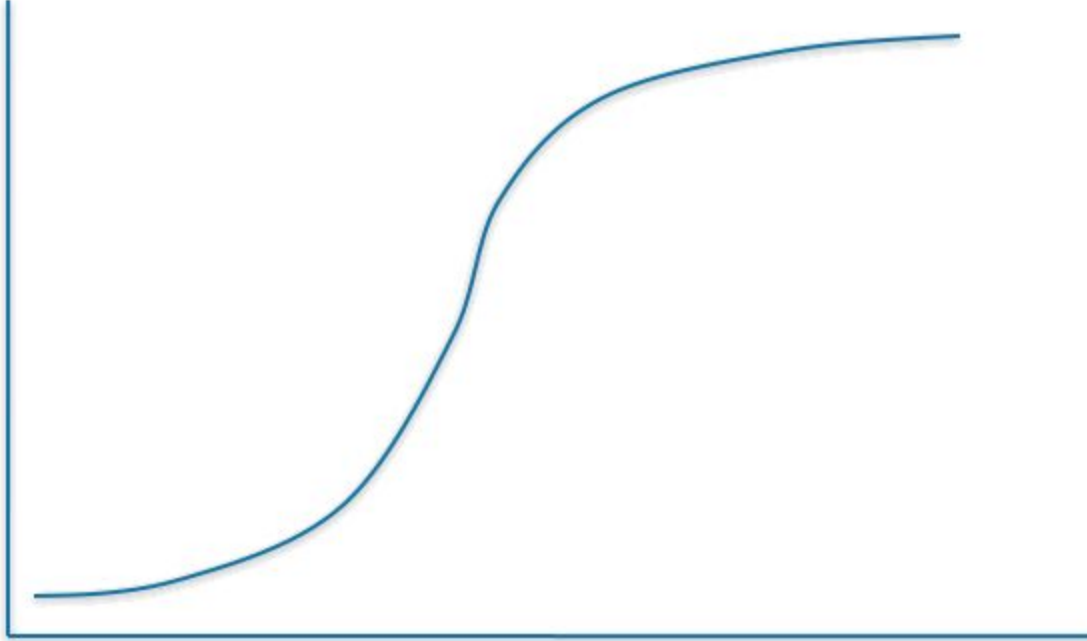


Sosyal Etki yaratmak için
ürününüzün/hizmetinizin değerini
belirleyin

Test etmeyi unutmayın!
Test etmek, ürün veya
hizmetinizin piyasaya
sürülmeden önce pazar üzerinde
iyi bir etkisi olup olmadığını
anlamada size yardımcı olur!

Tipik bir S- Eğrisi

Ödeme, Verim, Sonuç



Zaman, kaynaklar, Çaba

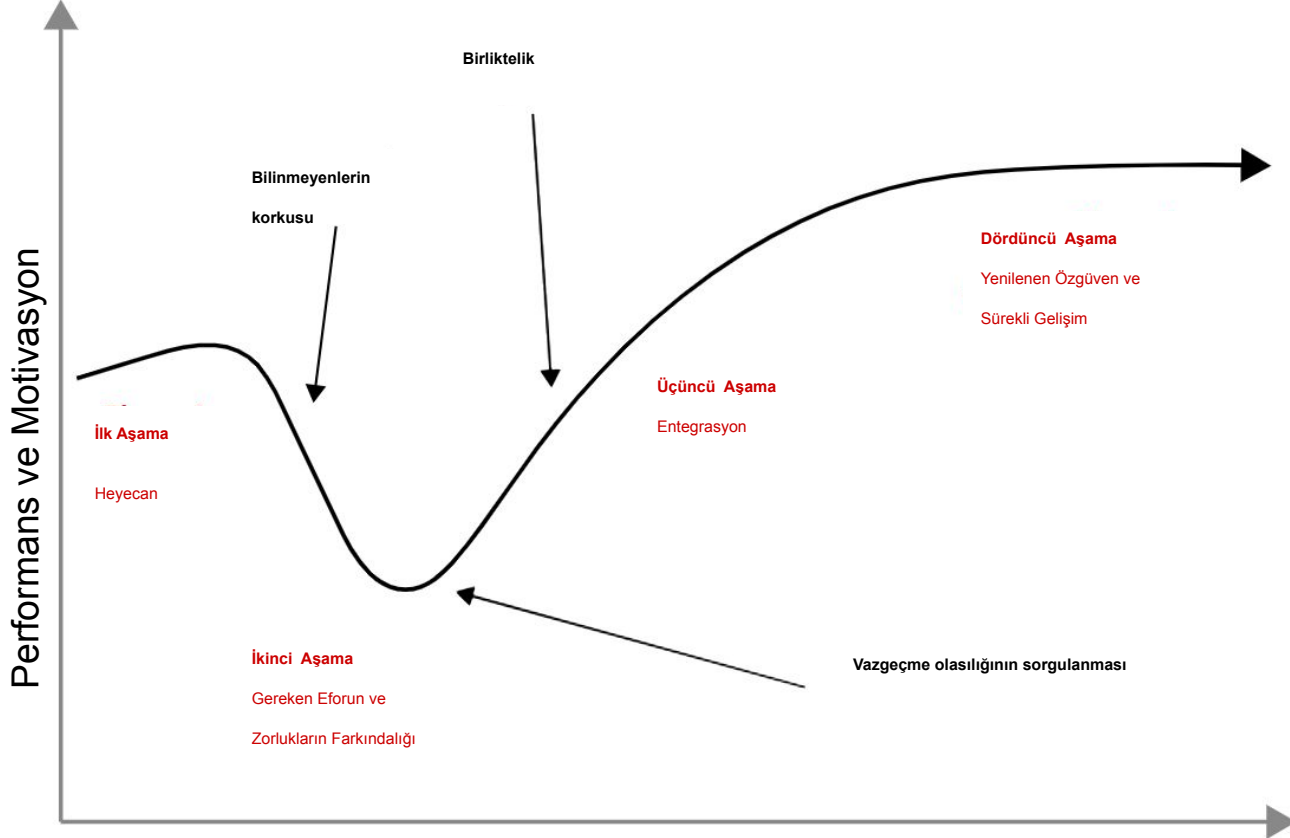
Yönetim Değişikliği Performans

Çalışanların değişime tepkisi

Direnç



Heves



Küçük İşletmenizin maaliyet yapısını anlayın



Küçük İşletmenizin işletim sırasında yaşayacağı maliyetler ve harcamalar

- **değer odaklı** ürün mümkün olan en düşük maliyetle üretilmesine odaklı değil de ürünün kendisine daha fazla değer yaratma için olan maliyet yapıları
- **Maliyet odaklı** ürün veya hizmet maliyetlerini mümkün olduğunca en aza indirmeye odaklanan maliyet yapıları

Küçük İşletmenizin Gelir Akışlarını tanımlayın

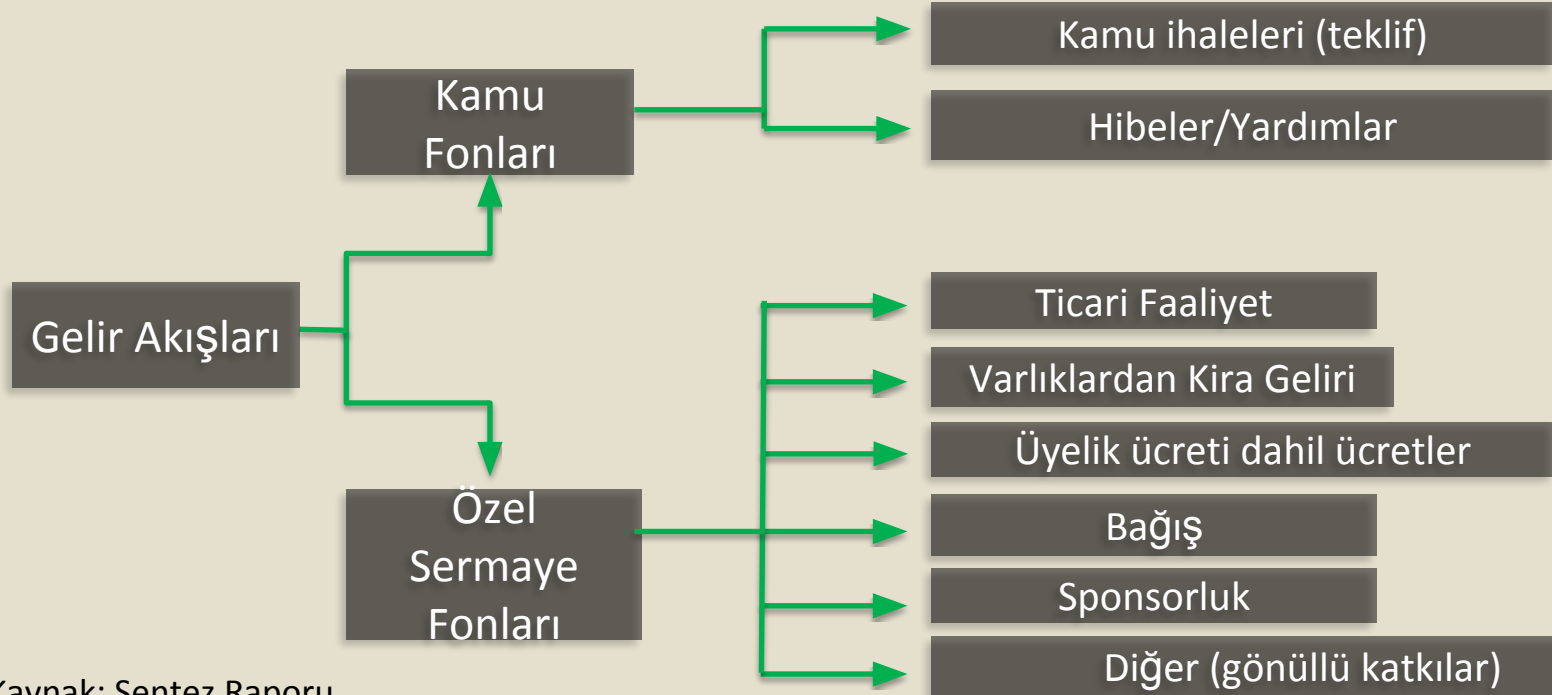
Küçük işletmenizin para üretme yollarını temsil edin.
İş modelinizin arterleri !!!



- ☐ Ürününüzü ücretsiz olarak vermeyin
- ☐ Müşterilerinizi promosyonlara alıştırmayın

YARATICI OLUN!

Küçük İşletme Gelir Akışı Kaynakları



Küçük İşletme kurma aşamasında kullanılabilecek kaynaklar



Hibeler / fon
fırsatları



Müşabakalar



Kitlesele Fon



Kurumsal Sosyal
Sorumluluk (CRS)



Hükümet fonları



Melek Yatırımcılar



Gönüllüler



Varlıkları
Paylaşma

Pazarlama

Çevrimiçi pazarlama
Halkla ilişkiler
Marka
Ağ
Reklam
Kişisel Satış
Satış promosyonları



Fikirlerinizi paylaşın

Aşağıdakilere fikrinizi sunma konusunda hiçbir fırsatı kaçırmayın:

- Yatırımcılar
- Müşteriler/
- paydaşlar
- Çalışanlar
- Aile ve Arkadaşlar
- Topluluk
- Diğer başarılı sosyal girişimciler



Fikirlerin sır kalması iyi bir fikir olmayabilir!

Projenizi nasıl sunmalısınız?



Sunum esnasında sahip olunması
gerekten özellikler

Tutku & Coşku

Netlik

Açık Sözlülük

Sunum esnasında değinmeniz
gerekten konular

Sorun & Pazar

Fırsat

Sizin çözümünüz

Neden siz?

Finansal talep



www.akti.org.cy



Famagusta Walled City Associ-

MASDER



Thank you!
Teşekkürler!
Ευχαριστώ!

www.gosocialcy.eu



Go Social Cyprus



GoSocialCyprus



GoSocialCy



Bu sunum, Avrupa Birliği tarafından finanse edilen ve MASDER, AKTI ve MAKAMER tarafından yrtlen "Go Social" projesi kapsamında yapılmıştır. Bu sunumun içeriğinden tamamıyla MASDER, AKTI ve MAKAMER sorumlu olup, Avrupa Birliği'nin görüşlerini yansıtıyor olarak kabul edilemez.

This presentation is delivered within the project "Go Social" financed by the European Union and implemented by MASDER, AKTI and MAKAMER. Its contents are the sole responsibility of MASDER, AKTI and MAKAMER and do not reflect the views of the European Union.



Bölüm 7: Sosyal Etkinizi Ölçün

Demetra Petsa

Go Social Ekibi
Uygulamalı Fizikçi (NTUA Diploma)
Çevre Mühendisi (Msc)

Sosyal Etki nedir?

Sosyal etki genellikle dört temel öğeye referansla tanımlanır):

- kişinin faaliyetinin bir sonucu olarak yaratılan değer
- Faydalanıcılar ve etkilenen diğer kişilerin yaşadığı değer
- Olumlu ve olumsuz sonuçları içeren etki
- Önerilen yeni bir faaliyet olmadan durumun ne olacağına ilişkin bir karşılaştırmaya karşı değerlendirilen bir etki.



Sosyal Etki nedir?

‘sosyal sonuçların zaman içerisinde (azalarak) başkaları tarafından elde edilen etkiler (alternatif atf), yine de gerçekleşecek etkiler (net ağırlık), olumsuz sonuçlar (yer değiştirme) ve azalan etkiler için ayarlanmış hem uzun vadeli hem de kısa vadeli ölçümler olarak yansımaları’ (GECES, 2014)





Sosyal Etkinin ölçülmesi neden önemlidir?



Devlet makamları- sosyal işletmelerin büyük fon sağlayıcıları, kaynakları geçmişe göre daha dikkatli bir şekilde tahsis etmelidir.

Yatırımcılar / Finansal Kurumlar- Yatırımlarının finansal getirilere ek olarak sosyal bir etki yaratıp yaratmayacağını belirlemeleri gerekmektedir

Sosyal işletmeler- gerçekçi hedefler koymaları, performansı izlemeleri ve iyileştirmeleri, kararlara öncelik vermeleri ve sermaye piyasalarına daha rekabetçi bir şekilde erişmeleri gerekmektedir

Sosyal Etkinin Değerlendirilmesi

Sosyal Etki Ölçümünün evrensel bir tanımına ulaşmak zordur

1. Herkese uyacak bir yaklaşım; boyutları, sektörleri, ülkeleri, yönetim mekanizmaları vs. ne olursa olsun tüm sosyal girişimlere belirli bir dizi gösterge uygulamayı içerir
2. AB seviyesinde sunulan yaklaşım: Bir ölçüm süreci öneren sosyal etki ölçümüne ilişkin yönergeler





**Sadece birkaç ülkenin
tanınmış sistem ve
yöntemleri vardır**

Tablo 5.6 Sosyal etki raporlama programlarına genel bakış

Ülke	Sosyal Etki Bildirim Sistemi	Gönüllü/Zorunlu
Avusturya	Kamu yararı bilançosu	Gönüllü
Belçika	Standart dışı	Zorunlu
Estonya	Sosyal girişimcilik sektörü pilot istatistik raporu (AB Destekli) ve etki değerlendirme el kitapçığı	Gönüllü
Almanya	Sosyal raporlama standardı	Gönüllü
İtalya	Sosyal rapor	Kanun gereğince sosyal girişimler için zorunlu
Polonya	Yöntem tasarlamaya yönelik pilot projeler Malopolska Yüksek Okulu Kamu Yönetimi bölümünde (MSAP) geliştirilen örnek gibi	Gönüllü
Birleşik Krallık	Alanda görevli bir takım çalışmacı, hem yatırımcı açısından hem de sosyal girişimcilik açısından sektörü desteklemek için rehberlik ve araç setleri yayınlamıştır. Ortak çerçeveleri daha da geliştirmek ve ortak çerçeveler üzerinde anlaşmak için büyük aktörleri bir araya getirmeye yönelik mevcut girişimler mevcuttur	Gönüllü

Değerlendirme Süreçleri

- 1) hedef belirle;
- 2) çerçeve geliştirme ve metrik seçim;
- 3) veri toplama ve depolama;
- 4) doğrulama;
- 5) veri analizi
- 6) verilerin raporlanması
- 7) veri odaklı yatırım yönetimi



Paydaş temelli yaklaşım

- Ana paydaşın bilgi ihtiyaçlarını karşılamak için **ölçütü** seçin



- Sosyal girişimin tek taraflı kararından ziyade, sosyal girişimciyle etkileşime giren paydaşlarla **devam eden bir diyaloga** dayalıdır

- 1) hedefleri belirleyin;
- 2) paydaşları belirleyin;
- 3) ilgili ölçümleri ayarlayın;
- 4) ölçün, doğrulayın ve değerlendirin;
- 5) raporlayın, öğrenin ve geliştirin

Bazı değerlendirme yöntemleri

1. **Sosyal Maliyet Fayda Analizi** : bir projenin tüm sosyal maliyetlerini ve faydalarını parasal açıdan açıklamaya çalışır
2. **Sosyal Yatırım Getirisi** : finansal bir değer vererek sonuçları tanımlar (ancak parasal olarak ifade edilmesi zor olan kavramları parasal olarak yansıtması nedeniyle eleştirilen bir yöntemdir)
3. **Maliyet Etkinliği Analizi**: maliyetleri sonuçlarla bir oran olarak karşılaştıran parasal olmayan bir değerlendirme sağlar ve faydalardan para kazanılmayan durumlarda yararlıdır

Sosyal Etkiyi değerlendirirken yaşanan zorluklar

Kavramsal zorluklar aşağıda verilen maddeleri sağlamak ile ilgilidir;

- Ölçüm, hesap verebilirliğe ve raporlamaya odaklanmak yerine daha fazla etki elde etmek için kullanılan bir araçtır
- Özel, kamu ve sosyal sektörler gerçek bir hibrit alan yaratmak için eşit bir sese sahiptir.
- yönergeler sosyal sektördeki yenilikçiliği kısıtlamaz
- Sosyal etkiyi ölçmedeki zorluklar ölçülmesi daha zor ancak sosyal açıdan önemli olan alanlardaki fon müdahalelerini caydırmaz

Pratik zorluklar aşağıda verilen maddeleri sağlamak ile ilgilidir;

- Sosyal etki gereklilikleri sosyal girişimler için aşırı külfetli değildir
- Sosyal işletmeler etkiyi ölçmek için yeterli kaynak ve kapasiteye sahiptir ve ölçüm orantılıdır
- Hem paydaşların hem de sosyal girişimin ihtiyaçları uyumludur



www.akti.org.cy



Famagusta Walled City Associ-

MASDER



Thank you!
Teşekkürler!
Ευχαριστώ!

www.gosocialcy.eu



Go Social Cyprus



GoSocialCyprus



GoSocialCy



Bu sunum, Avrupa Birliği tarafından finanse edilen ve MASDER, AKTI ve MAKAMER tarafından yrtlen "Go Social" projesi kapsamında yapılmıştır. Bu sunumun içeriğinden tamamıyla MASDER, AKTI ve MAKAMER sorumlu olup, Avrupa Birliği'nin görüşlerini yansıtıyor olarak kabul edilemez.

This presentation is delivered within the project "Go Social" financed by the European Union and implemented by MASDER, AKTI and MAKAMER. Its contents are the sole responsibility of MASDER, AKTI and MAKAMER and do not reflect the views of the European Union.



Bölüm 8: Küçük SG iş modelinin tasarlanması

Demetra Petsa

Go Social Takımı
Uygulamalı Fizikçi (Diploma NTUA)
Çevre Mühendisi (MSc)



Sosyal Girişimler için Kanvas İş Modeli Model



Telif hakları

Kanvas İş Modeli:

<https://www.strategyzer.com/canvas/business-model-canvas>

Sosyal İşletme Kanvas Modeli:

<http://www.socialbusinessmodelcanvas.com/>

Kanvas İş Modeli

Temel Kaynaklar <div>İlk Aktivitenin kaynakları</div> <div>İkinci Aktivitenin kaynakları</div> İş aktivitelerini yürütmek için ne gibi kaynaklara ihtiyacınız var (insan, finansal, erişim)?	Temel Aktiviteler <div>1. Aktivite</div> <div>2. Aktivite</div>	Müdahale Tipi 2 <div>Ürün/Hizmet</div> <div>Ürün / Hizmet</div> Müdahalenizi nasıl düzenleyeceksiniz? Atöyle çalışması? Bir servis yoksa bir ürün mü?	Bölütler 1 <div>Faydalanıcılar</div> <div>Faydalanıcılar</div> Faydalanıcı Müdahaleden kim faydalanacak? <hr/> Müşteri 4	Değer Önerisi 3 <div>Ne sunuyorsunuz?</div> <div>Ne sunuyorsunuz?</div> Faydalanıcı Değer Önerisi <hr/> Etki Ölçüleri <div>Etki Ölçütleri</div> Toplumsal etki yarattığınızı nasıl kanıtlayacaksınız? <hr/> Müşteri Değer Önerisi 5 <div>Ne sunuyorsunuz?</div> <div>Ne sunuyorsunuz?</div> Müşterileriniz bu girişimden ne gibi bir fayda görmek isteyebilirler?
Partnerler ve Paydaşlar <div>Temel ortaklar</div> Programınızı yürütmeniz için dahil etmeniz gereken temel gruplar kimdir? Özel bir izin gerektiren bir durum var mı?	Organizasyonunuz programa dahil olan ve olmayan ne gibi aktiviteler yürütecek?	İletişim Kanalları 6 <div>Kullanıcılara erişim yolları</div> <div>Kullanıcılara erişim yolları</div> Kullanıcı ve müşterilerinize nasıl erişeceksiniz?	<div>Müşteriler</div> <div>Müşteriler</div> Bu soruna değinmek için kimler ya da hangi kurumlar kendilerinden ödün verecek?	
Maliyet Yapısı <div>Maliyet</div> <div>Maliyet</div> En çok harcama yapacağınız alan hangisidir? İşletmenizin büyümesine oranla bu harcama ne kadar büyüyecek?	Kar <div>Yeniden yatırım</div> Kazandığınız karı nereye yatırım olarak kullanacaksınız?	Gelir <div>1. Gelir Kaynağı</div> Gelirinizi % olarak belirtiniz	<div>2. Gelir Kaynağı</div>	4

Tiganokinisi'nin İs Modeli Kanvası



Tiganokinisi'nin Yerel ve Uluslararası Ödülleri

- Avrupa Komisyonu ve Avrupa Birliği tarafından Kıbrıs adına 2020'de **sosyal inovasyonun** en iyi örneklerinden biri seçildi
- **KOBİ Aracı Faz 1** 2018 Hibe
- 2016'da Yeni Delhi, Hindistan'da Kadınların Ekonomik Forum'u tarafından **En İyi Sosyal Girişim** seçildi
- **2015 yılında ELSEVIER'in 2015 Yeşil ve Sürdürülebilir Kimya** yarışmasında elemelere seçildi
- 2015'de, aktiviteleriyle kullanılmış kavurma yağının geridönüşümü ile çevreye olan katkılarından dolayı Kıbrıs Yeşil Partisi'nin **Çevre Ödülü'nü** kazandı
- Kıbrıs Eğitim Bakanlığı'nın Eğitsel Enstitü tarafından tanınan tek Analitik Program'dır.

Bir kaç kelimeyle Tiganokinisi



Okullardan kullanılmış kavurma yağı toplar



Geri dönüşüm şirketlerine satar



Kazanç okullara geri verilir



Para, çevre-dostu altyapıya yatırım olur



'Argonaftes' (genç bilimciler/eğitmenler) tarafından bilgilendirici sunumlar



Çevre-dostu altyapı/müfredata dahil edilen teknolojiler □ deneyimsel eğitim

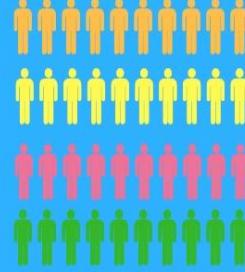


Tiganokinisi Sonuçları



150,000 ÖĞRENCİ

Projeye dahil oldu ve bu aktivitelerinde yer alarak ve ülkelerinin ve okullarının sürdürülebilirliğine ve katkıda bulundu



200,000 €

Okullara bağışlandı ve

780

Çevre-dostu altyapı eylemiyle okullar geliştirildi.

OKUL

350

350 okul yani ülkenin %85'i projeye katıldı.



200

İŞLETME

Kullanılmış kavurma yağını okullara bağışladı.



TON

400

Kullanılmış kavurma yağı biyodizele dönüştürüldü.



InnovOleum

İnovasyon ve eğitim için kullanılmış kavurma yağını geri dönüştürülebilir yakıtla dönüştürüyor.

Kıbrıs'ta InnovOleum'un "Tiganokinisi" programının uygulaması hakkında temel bilgiler.

Tiganokinisi - Kanvas İş Modeli

Temel Kaynaklar Rüya Takımı Tohum Yatırımı Toplama Ekipmanı Eğitsel Malzemeler Ekipman Websitesi <i>İş aktivitelerini yürütmek için ne gibi kaynaklara ihtiyacınız var (insan, finansal, erişim)?</i>	Temel Aktiviteler Kullanılmış Kavrma Yağı (KKY) Toplaması Provision of funds to schools for sustainable investments Environmental Education to Schools Employment of unemployed young Scientists	Müdahale Tipi 2 Provision of resources (funds and educational) to schools to become sustainable Management of a harmful waste <i>Müdahalenizi nasıl düzenleyeceksiniz? Atöyle çalışması? Bir servis yoksa bir ürün mü?</i>	Bölütler 1 Okullar Öğrenciler Yerel topluluklar Su/ Atık Su Kurulları Yerel İşletmekler Yerel yetkililer İşsiz Genç Kesim Faydalanıcı <i>Müdahaleden kim faydalanacak?</i> Müşteri 4 Okullar Yerel İşletmeler Yağ Toplama Şirketleri Pedagojik Kuruluşlar <i>Bu soruna değinmek için kimler ya da hangi kurumlar kendilerinden ödün verecek?</i>	Değer Önerisi 3 Yeşil ve sürdürülebilir teknoloji için fonlar Kaynak etkililiği → € tasarruf Deneyimsel eğitim/ Bilim,Teknoloji, Matematik ve Mühendisliğin desteklenmesi, Kullanılmış Kavrma Yağı atığı için servis olması, azalan tıkanmalardan tasarruf, KSS, artan müşteri kitlesi, Pazarlama, çevresel sorumlulukları yerine getirme/ kuruculara hizmet sağlanması, İstihdam, sabit finans Faydalanıcı Değer Önerisi Etki Ölçüleri Okullara geri verilen €, katılımcı okul sayısı, şirketlerin sürdürülebilir yatırımlarının sayısı, toplanan KKY miktarı, gönüllü sayısı, sponsorların sağladığı fon <i>Toplumsal etki yarattığınızı nasıl kanıtlayacaksınız?</i> Müşteri Değer Önerisi 5 İthalat için KKY Sürdürülebilir okullar için altyapı yaratımı <i>Müşterilerin bu girişimden ne gibi bir fayda görmek isteyebilirler?</i>
Partnerler ve Paydaşlar Eğitici Kurumlar, Okullar, Kullanılmış kızartma yağını başıslayan işletmeler ISCC (Uluslararası Sürdürülebilirlik ve Karbon Sertifikası), Destekçiler (CYTA, Eurolife) ve Gönüllüler <i>Programınızı yürütmeniz için dahil etmeniz gereken temel gruplar kimdir? Özel bir izin gerektiren bir durum var mı?</i>	<i>Organizasyonunuz programa dahil olan ve olmayan ne gibi aktiviteler yürütecek?</i>	İletişim Kanalları 6 Pedagojik Enstitü Ağı Eğitici Sunumlar Websitesi <i>Kullanıcı ve müşterilerinize nasıl erişeceksiniz?</i>		
Maliyet Yapısı Yağ toplayan çalışanlar / Bilimsel personel / Toplama ekipmanı/ Eğitsel ekipman / Websitesi / Teknoloji Platformu/ Reklam <i>En çok harcama yapacağınız alan hangisidir? İşletmenizin büyümesine oranla bu harcama ne kadar büyüyecek?</i>		Kar Altyapı yatırımı, insan kaynakları, eğitsel malzeme, vs. <i>Kazandığınız karı nereye yatırım olarak kullanacaksınız?</i>	Gelir KKY satışı/ Sponsorlardan gelen fon/ Gönüllü çalışanlar (çalışma saati katkısı) <i>Gelirinizi % olarak belirtiniz</i>	



www.akti.org.cy



Famagusta Walled City Associ-

MASDER



Thank you!
Teşekkürler!
Ευχαριστώ!

www.gosocialcy.eu



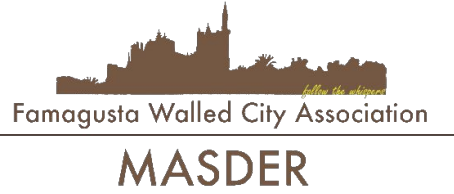
Go Social Cyprus



GoSocialCyprus



GoSocialCy



Bu sunum, Avrupa Birliği tarafından finanse edilen ve MASDER, AKTI ve MAKAMER tarafından yrtlen "Go Social" projesi kapsamında yapılmıştır. Bu sunumun içeriğinden tamamiyle MASDER, AKTI ve MAKAMER sorumlu olup, Avrupa Birliği'nin görüşlerini yansıtıyor olarak kabul edilemez.

This presentation is delivered within the project "Go Social" financed by the European Union and implemented by MASDER, AKTI and MAKAMER. Its contents are the sole responsibility of MASDER, AKTI and MAKAMER and do not reflect the views of the European Union.



Bölüm 9: Sosyal ve Çevresel Sorunları Çözmede Yenilikçilik

Dr. Michael Loizides

Girişimci

Kimya Mühendisi

BSc, MSc, PhD, CEng, MChE, MAChE,
IFST(L)

Bu bölüm aşağıda verilenler üzerine odaklanacak:



Yenilikçi fikirlerin üretilmesi nasıl teşvik edilir?

Başlangıç Çalıştaylarında İnovasyon ve sosyal girişimcilik hakkında anlatılanların özeti:

- ✓ Sosyal girişimler işletmeci ve inovatif yöntemlerle piyasaya ürün ve hizmetler sunarak karlarını **toplumsal hedeflere** ulaşmak için kullanırlar.
- ✓ Sosyal girişimler bir fikir ile başlar. Başarılı olabilmesi için birey sürekli bir işin nasıl daha iyi yapılabilineceğini düşünüyor olmalı ve yeni yöntemler geliştirmelidir.
- ✓ Sosyal girişimler olaylara daha farklı bakar. Çoğu kişinin “çözümlemeyen problem” olarak gördüğü vakaları onlar yaratıcılıklarını kullanarak **fırsat olarak** görürler.
- ✓ Sosyal girişimciler **farklı düşünürler** ve toplumsal ve çevresel sorunlara çözüm getirebilecek olan fırsatlar yaratmaya odaklanırlar.

Sosyal inovasyon

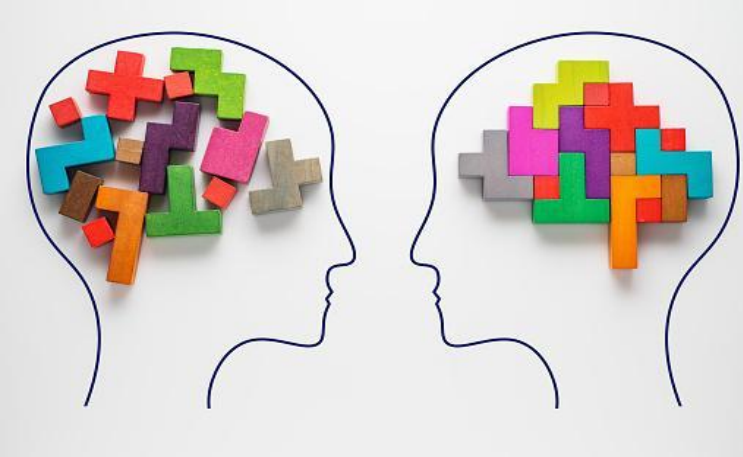
toplum ve çevre

odaklıdır.



Yenilikçiliği teşvik eden faktörler:

- ☐ Uyarıcılar (çevredeki problemler)
- ☐ Çeşitlendirme ihtiyacı



Yenilikçi fikirlerin üretilmesi nasıl teşvik edilir?

Yenilikçiliği destekleyen faktörler:

- ☐ Uygun çevre
- ☐ İlk başarı
- ☐ Cesaretlendirme



Yenilikçiliği öldüren faktörler:

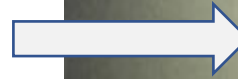
- ☐ Değişime karşı olan direnç
- ☐ Başarı korkusu
- ☐ Başarısızlık korkusu
- ☐ Risk korkusu
- ☐ Karşı tarafların olumsuz yaklaşımları



Yenilikçi fikirlerin üretilmesi nasıl teşvik edilir?

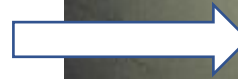
**Varlık yaratmanın
başlangıç noktası
yenilikçilik ve gayrettir**

Yeni fikirlerin üretilmesinde ihtiyaç duyulan



Delilik

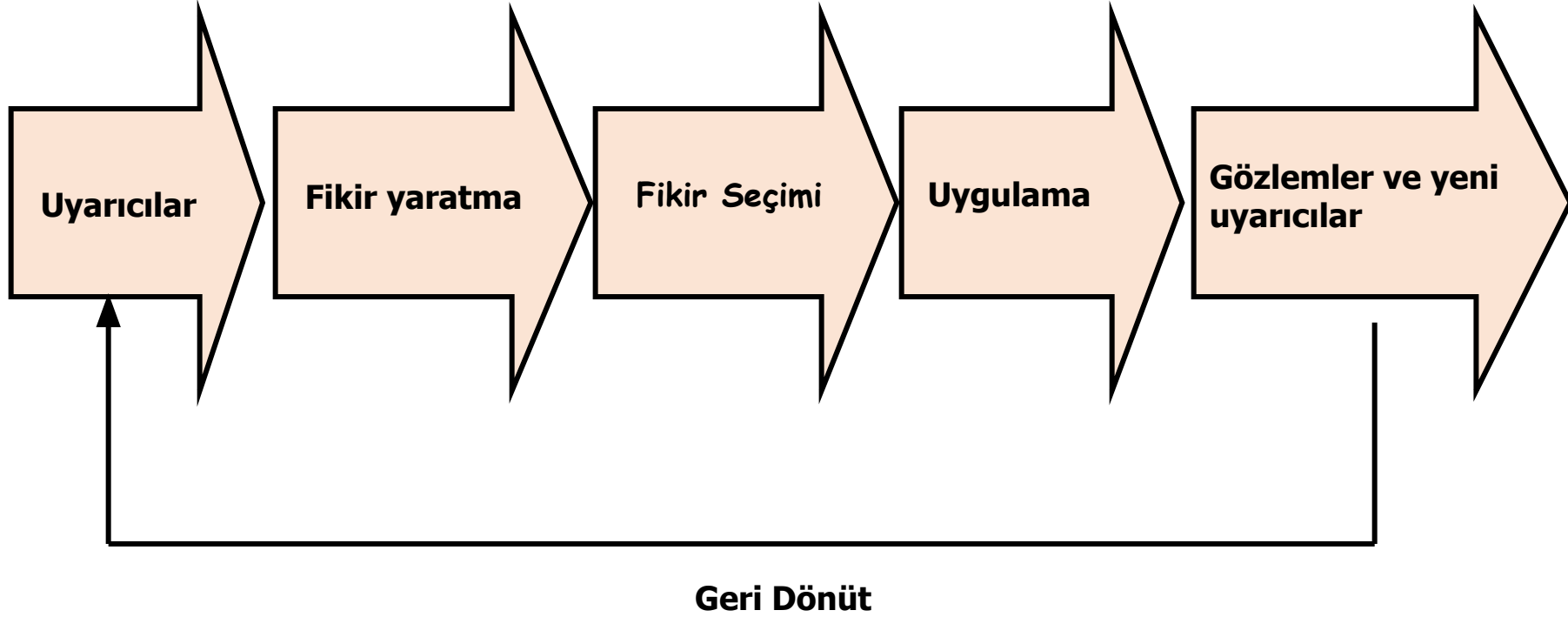
Fikirlerin geliştirilmesinde ihtiyaç duyulan



Ciddiyet

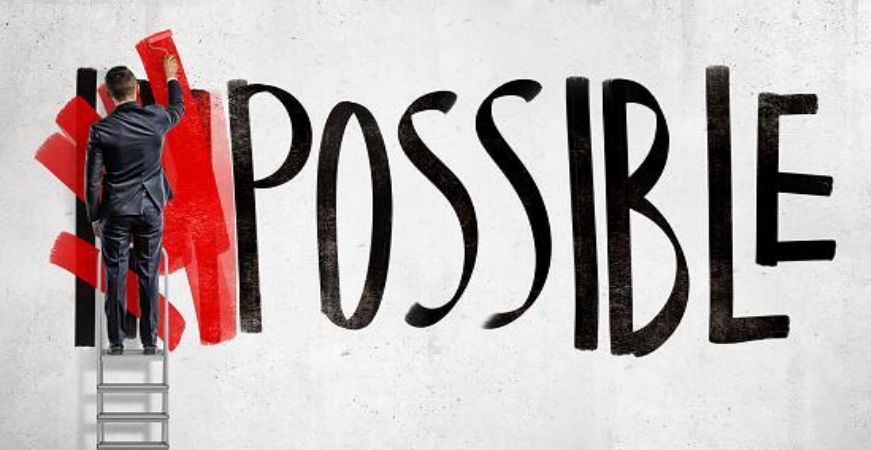


Yenilik yapan bir kişi veya kuruluşta izlenen temel eylem yolu

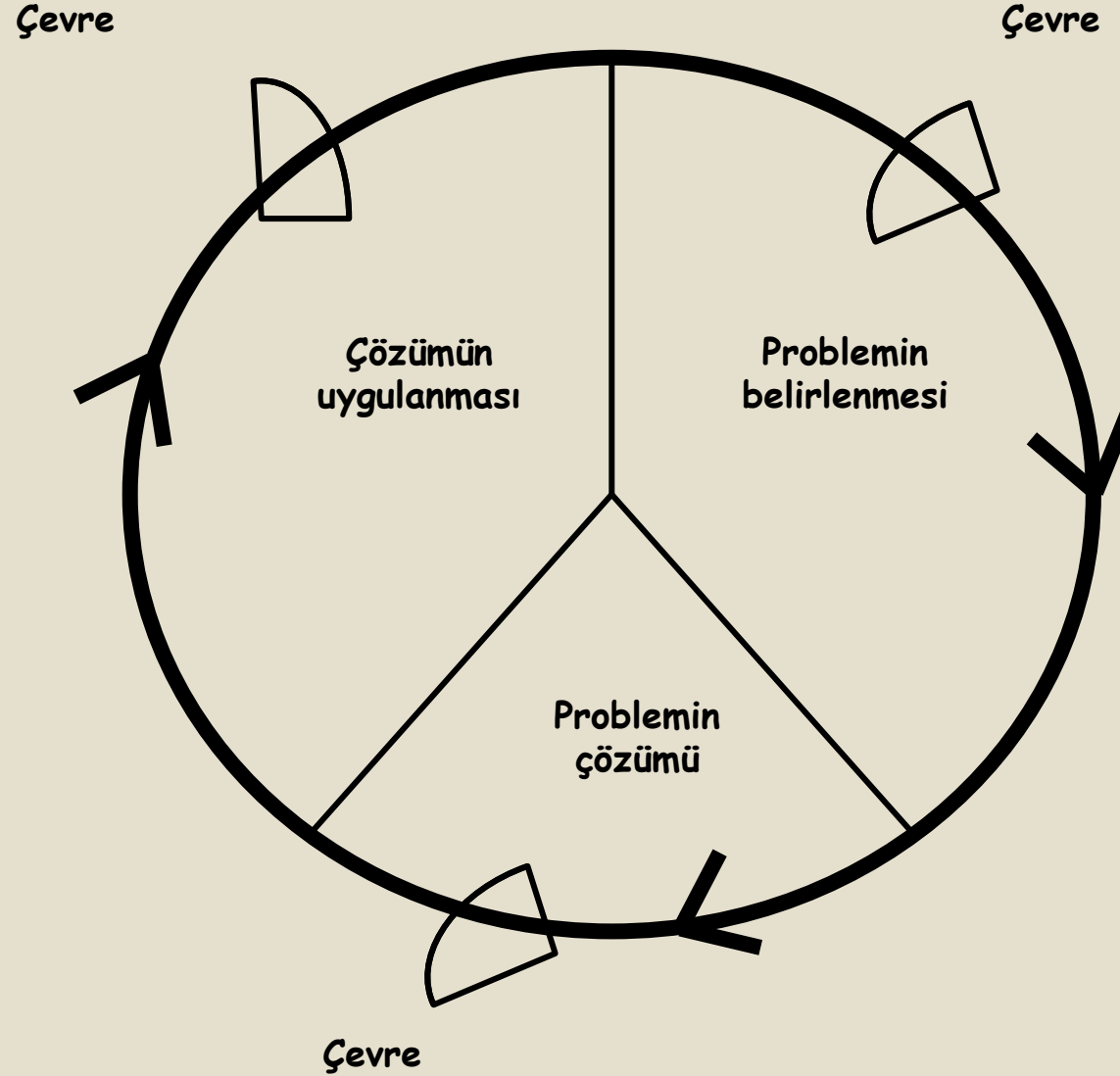


Bir kişi YAPILAMAZ dediğinde ne demek istiyordur?

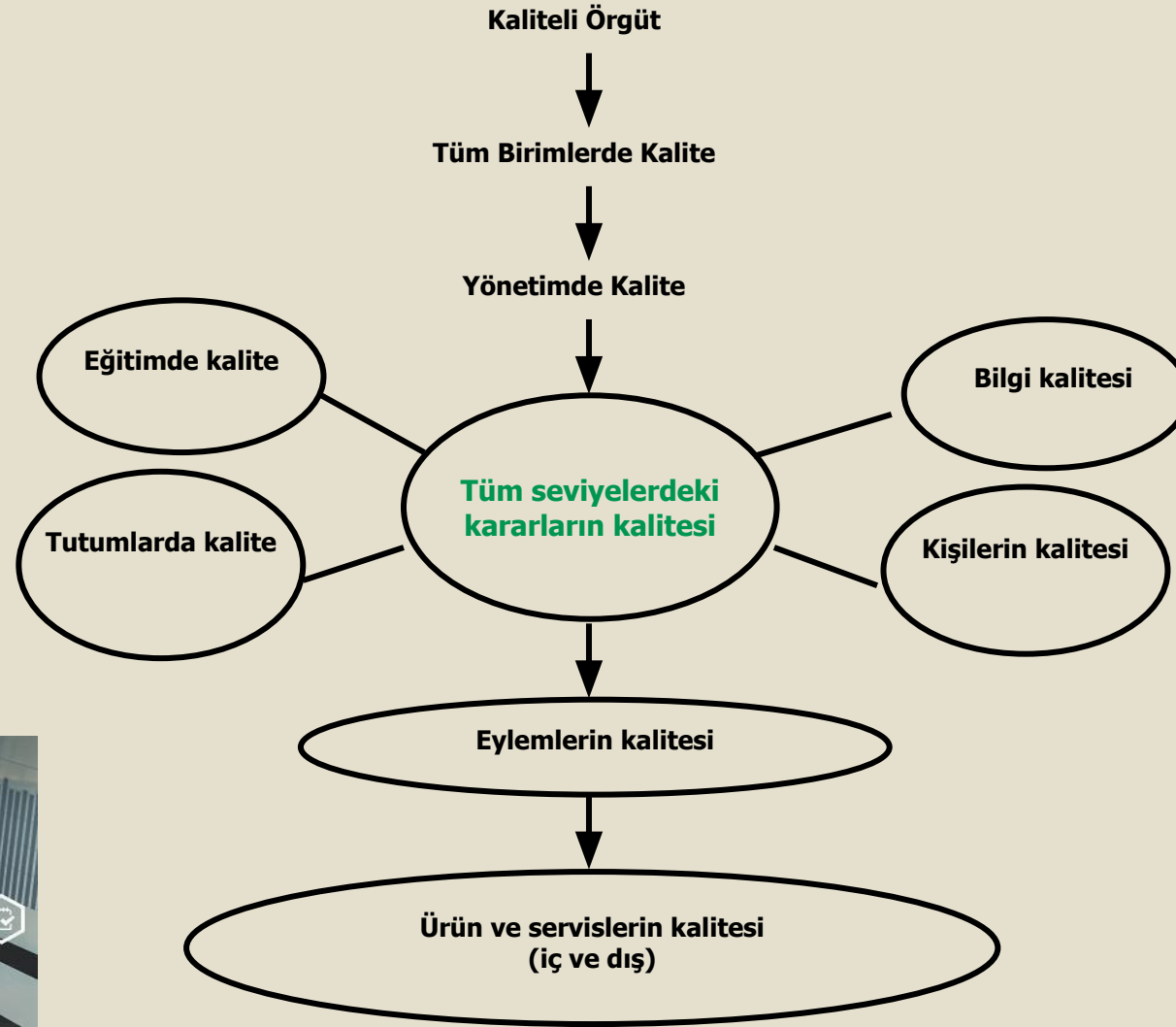
Doğa yasalarını ihlal ettiği için yapılamaz	(Doğa)
Kültürümüzde kabul edilebilir değil	(Kültür)
Uygun değil	(Etik)
Yapılmasına başka bir şey izin vermiyordur (Belki bazı eski Yönetmelikler veya yasalar veya durumlar)	(Kurumlar)
Yapamam	(Yetenek) (nesnel)
Yapmak istemiyorum çünkü düzenimi bozabilir	(Tutum)
Ben yapamıyorsam başkası nasıl yapsın	(prima-donna (kapris) sendromu)
Bunu düşünmediğim için yapılmasını istemiyorum	(Burada İcat Edilmedi)



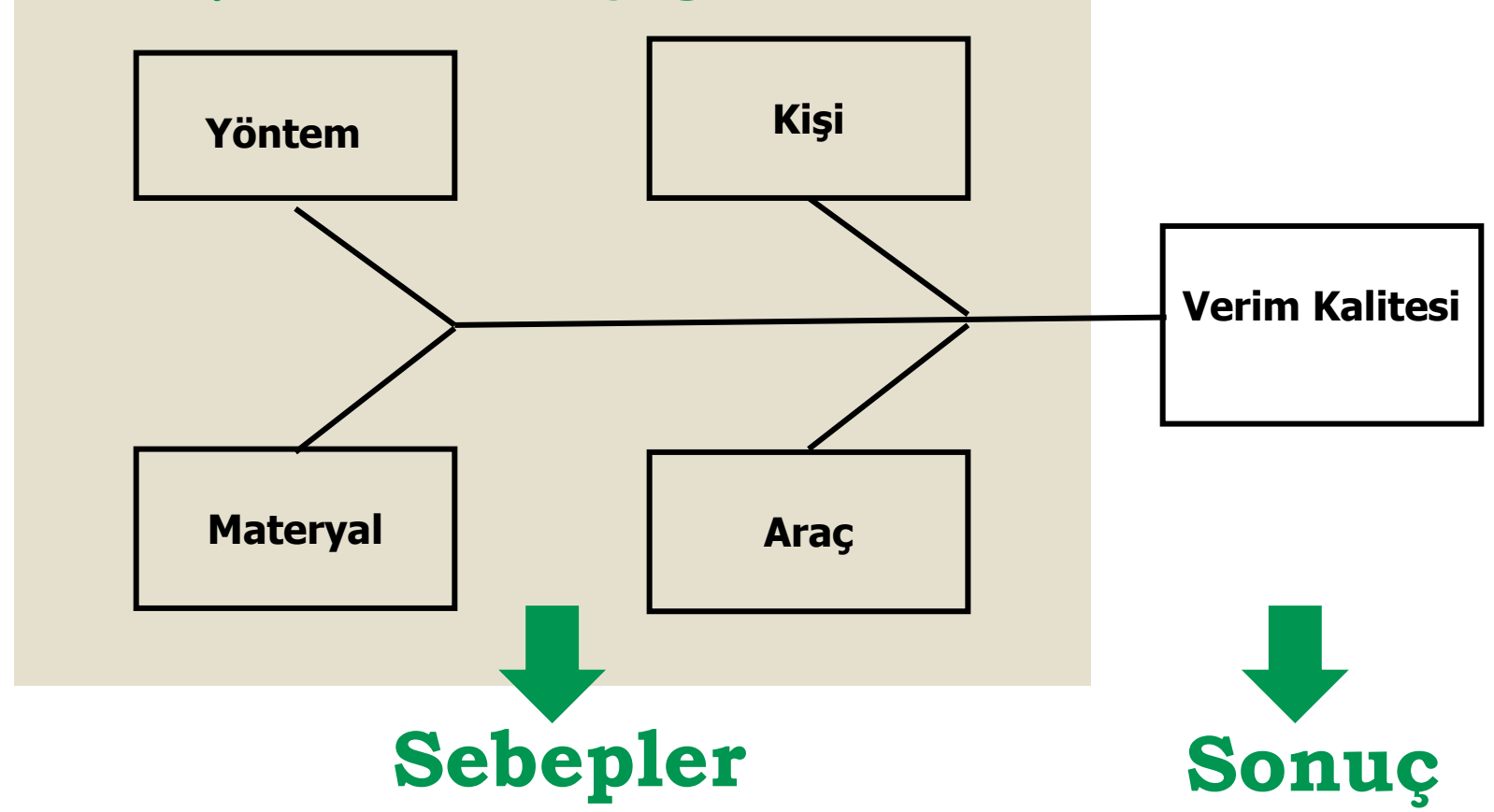
Örgütlerde Yaratıcı Etkinlik



Örgütlerde Yaratıcı Etkinlik



Sebeup ve Sonuç Şeması – YKMA





www.akti.org.cy



Famagusta Walled City Associ-

MASDER



Thank you!
Teşekkürler!
Ευχαριστώ!

www.gosocialcy.eu



Go Social Cyprus



GoSocialCyprus



GoSocialCy