

SOCIAL BUZZ



POSTANITE DRUŠTVENI PODUZETNIK

*jako popularan poslovni
časopis za mlade*

SAVJETI ZA USPJEH 2022-2023

*Ovdje su savjeti za vaš
uspjeh! Dobit ćete savjete
za uspjeh od poznatih
poduzetnika!*

TOP 10 INOVATORA

*s 10 najboljih
svjetskih
inovatora koji će
vas voditi i
motivirati*

PROČITAJTE SADRŽAJ

SAVJETI ZA USPJEH ZA MENTORIRANJE I OSPOSOBLJAVANJE MLADIH

KAKO POKRENUTI VLASTITI POSAO

www.sb Buzz.eu



Co-funded by
the European Union

2021-1-RO01-KA220-YOU-00028711



SOCIAL BUZZ

SADRŽAJ

- | | | | |
|----|--|-----|--------------------------------------|
| 1 | O PROJEKTU | 97 | ANKETA O OSOBAMA KOJE RADE S MLADIMA |
| 2 | O KONZORCIJU | 107 | 10 NOVIH METODA |
| 3 | DOBRE PRAKSE | 156 | METODOLOGIJA ZA MENTORSKI PROGRAM |
| 87 | INTERVJU S MLADIMA SA SMANJENIM MOGUĆNOSTIMA | 159 | METODOLOGIJA ZA EDUKACIJU VJEŠTINA |



Co-funded by
the European Union

Potpora Europske komisije za izradu ove publikacije ne znači odobravanje sadržaja, koji odražava samo stajališta autora, a Komisija ili Nacionalna agencija ne mogu se smatrati odgovornima za bilo kakvu upotrebu informacija sadržanih u njemu.

O PROJEKTU

Ciljevi projekta: pomoći mladima sa smanjenim mogućnostima (18-30) da postanu društveni poduzetnici pružajući im relevantnu edukaciju, mentorstvo i online alate za stvaranje i provedbu svojih ideja. Projekt je stvoren prema prioritetima konzorcija. Sudjeluju educirane osobe koje rade s mladima, stručnjaci iz tog područja i poduzetnici. Ukratko, Social Buzz se fokusira na poticanje mladih sa smanjenim mogućnostima na društveno poduzetništvo.



CILJEVI:

1. Ocijeniti vještine i prakse društvenog poduzetništva kako bismo podržali mlade sa smanjenim mogućnostima u partnerskim zemljama. Cilj: intervjuirati 40 mladih sa smanjenim mogućnostima, anketirati 120 osoba koje rade s mladima, analizirati 20 dobrih praksi u 3 mjeseca.
2. Podići kvalifikacije i kompetencije osoba koje rade s mladima o tome kako educirati i mentorirati mlade poduzetnike s novorazvijenim metodama. Cilj: 12 osoba koje rade s mladima u mjesec dana.
3. Organizirati edukaciju vještina za mlade kako bi se povećala njihova sposobnost za pokretanje posla. Cilj: 20 mladih sudionika u svakoj od edukacija o 10 različitih tema u 10 mjeseci po zemlji partneru.
4. Kreirati interaktivnu online platformu za podršku mladima sa smanjenim mogućnostima. Cilj: unutar 4 mjeseca okupiti minimalno 400 posjetitelja.
5. Pokrenuti mentorski program za podučavanje mladih sa smanjenim mogućnostima na njihovom putu ka pokretanju vlastitog posla. Cilj: 30 mladih sa smanjenim mogućnostima u svakoj partnerskoj zemlji unutar 9 mjeseci razmišljajući o sadržaju. Tek počinjete? Dizajnirajte nezaboravnu naslovnicu s jednako nezaboravnim imenom.

O KONZORCIJU



Asociația CPDIS je neprofitna organizacija osnovana u jesen 2012. godine. Naša misija je stvoriti zajednicu mladih ljudi na lokalnom i regionalnom području koje neformalnim metodama obrazovanja potičemo na razvoj. CPDIS podržava volontere koji dijele interes za poduzetničko obrazovanje, videoprodukciju, sportske aktivnosti, društvenu uključenost, umjetnost, kreativne aktivnosti, inovacije, obrazovanje itd. kao profesiju ili hobi.

Active Youth Association (AY) je organizacija koja radi s mladima i potrebitim zajednicama u Litvi i izvan granica. Imamo veliko iskustvo u neformalnom obrazovanju, kao i u nizu drugih tema. Najvažnije su: migracije, poduzetništvo, zdrav način života, ljudska prava.



Institut za poticanje mladih (Institute of Youth Power) je neprofitna organizacija/udruga iz Rijeke, Hrvatska. Osnovano u veljači 2018. godine kao nevladina organizacija/udruga. Vizija koja nas je okupila je izgradnja autentičnog i originalnog društva. Glavna područja koja pokrivamo su (društveno) poduzetništvo, održivost, vodstvo, nezaposlenost mladih, digitalne vještine i sport kroz metode i alate formalnog i neformalnog obrazovanja.

European Integration Group (EiG) osnovana je 2015. godine u Istanbulu u Turskoj od strane nekoliko mladih i dinamičnih ljudi, koji imaju iskustva u realizaciji društvenih projekata na lokalnoj i međunarodnoj razini. Grupa vjeruje da je uspješna integracija svih (društvenih i etničkih skupina) u društvo ključna za dobrobit, stabilnost, demokraciju i toleranciju.



ISTRAŽIVANJE

Primjeri dobre prakse društvenog poduzetništva na nacionalnoj i lokalnoj razini u sve 4 partnerske zemlje



intervjui i ankete s mladima i osobama koje rade s mladima provedeni kako bi se otkrile već postojeće prakse poticanja poduzetništva mladih sa smanjenim mogućnostima



Primjeri dobre prakse u Rumunjskoj

ŠTO JE DRUŠTVENO PODUZETNIŠTVO?

u Rumunjskoj

Ako poduzetnik nastoji pokrenuti posao isključivo s namjerom profita, društveni poduzetnik na prvom mjestu nastoji riješiti društvena pitanja unutar zajednice, a na drugom mjestu je težnja za profitom.



U Rumunjskoj socijalno poduzetništvo ima svoj pravni okvir kao društveno-ekonomska struktura. Načela društveno-ekonomske strukture su:



1

PRIORITET DAN INDIVIDUALNIM I DRUŠTVENIM CILJEVIMA U ODNOSU NA POVEĆANJE PROFITA;

2

SOLIDARNOST I KOLEKTIVNA ODGOVORNOST;

3

SLIČNOST IZMEĐU INTERESA ČLANOVA I OPĆEG INTERESA I/ILI INTERESA ZAJEDNICE;

4

DEMOKRATSKA KONTROLA ČLANOVA NAD AKTIVNOSTIMA KOJE SE PROVODE;

5

DOBROVOLJNI I SLOBODNI KARAKTER UDRUGE U OBLICIMA ORGANIZIRANJA SPECIFIČNIM ZA PODRUČJE DRUŠTVENE EKONOMIJE;

Štoviše, postoje društveno-ekonomske strukture za umetanje i definirane su kao društveno poduzeće koje kumulativno ispunjava ranije spomenute uvjete, odnosno:

MUST

HAVE

6

IMATI NAJMANJE 30% STALNO ZAPOSLENIH PRIPADNIKA RANJIVE SKUPINE

7

RADNO VRIJEME OVIH RADNIKA PREDSTAVLJA NAJMANJE 30% UKUPNOG RADNOG VREMENA SVIH RADNIKA;

8

ISTAKNUTA PRAVNA OSOBNOST, SAMOSTALNOST UPRAVLJANJA I NEOVISNOST OD JAVNIH TIJELA;

9

USMJERAVANJE NAJVEĆEG DIJELA DOBITI/FINANCIJSKOG VIŠKA ZA POSTIZANJE CILJEVA OD OPĆEG INTERESA, ZAJEDNICE ILI U OSOBNOM IZVANIMOVINSKOM INTERESU ČLANOVA.

Naziv društvenog poduzeća:
After school - Karolina Kids
Područje: edukacija

#1



Broj zaposlenika: trenutno 4
nastavnika

Kategorija smanjenih mogućnosti:
ljudi sa smanjenim mogućnostima

Prepreke: Ulazak na tržište
izvanškolskog obrazovanja i
održavanje tržišnog udjela

**Posebne aktivnosti provedene za
zaposlenike sa smanjenim
mogućnostima:** Osposobljavanje i
mentorstvo za rad s mladima

OPIS

Afterschool Karolina Kids djeluje u području usluga i obrazovanja, a za cilj imaju stvoriti institucionalni i organizacijski okvir kako bi se djeci omogućilo da provode vrijeme u organiziranom obrazovnom okruženju te uz ovaj proces pruža usluge prehrane i smještaja.



Namijenjeno je djeci predškolske dobi od 3 do 7 godina i učenicima izvan škole od 1. do 4. razreda. Kurikularno područje za predškolarce stavlja naglasak na razvoj vještina i znanja koji će osigurati laku prilagodbu djece nastavnom planu i programu i školskim predmetima te onima koji su uključeni u sustav obrazovanja.



OPIS

Naglasak je stavljen na podršku učenicima u razumijevanju i rješavanju domaće zadaće.

Djelatnost koju ovo društveno poduzeće provodi ima dvostruku ekonomsku i društvenu komponentu, i to:

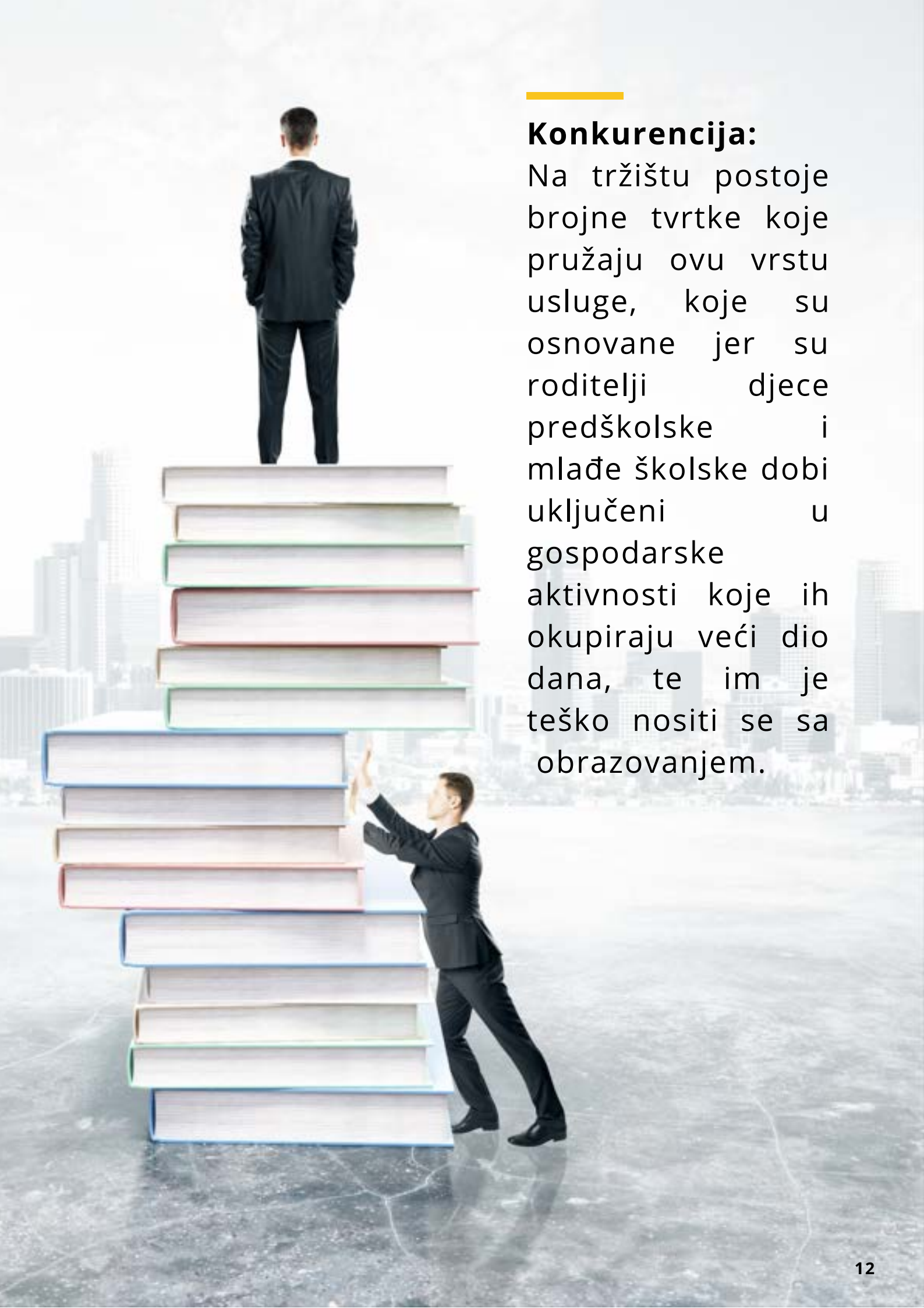
- kroz osobe koje su stvorile i zadržale posao i koje će biti dio ranjive skupine (sa smanjenim mogućnostima);
- kroz socijalni karakter aktivnosti koje uključuju integraciju institucionalizirane djece među drugu djecu.



Ciljana skupina: Klijenti ove strukture društvene ekonomije su:



1. Djeca obitelji koje žele koristiti usluge Karolina Kids za predškolarce i školarce od 1. do 4. razreda u izvanškolskom sustavu
2. Djeca iz Institucionalnih dječjih centara



Konkurencija:

Na tržištu postoje brojne tvrtke koje pružaju ovu vrstu usluge, koje su osnovane jer su roditelji djece predškolske i mlađe školske dobi uključeni u gospodarske aktivnosti koje ih okupiraju veći dio dana, te im je teško nositi se sa obrazovanjem.

Prenosivost u druge sektore:

Vrsta aktivnosti kojoj se pristupa unutar strukture društvene ekonomije može se jednostavno implementirati i proširiti na razini cijele regije, imajući kao logističku podršku županijske Uprave za socijalnu pomoć i nevladine organizacije ciljanih skupina koje imaju koristi od ove vrste usluga.



Više detalja na:
<http://karolina-kids.ro/>

Naziv društvenog poduzeća:

Atelierul SUK

Područje:

proizvodnja tekstila

#2



Broj zaposlenika: Ovisno o ponudi i potražnji

Kategorija smanjenih mogućnosti: ljudi sa smanjenim mogućnostima

Prepreke: financijske prepreke, nizak broj dobavljača

Posebne aktivnosti provedene za zaposlenike sa smanjenim mogućnostima: Biti im podrška - imati edukativne radionice i team building aktivnosti

OPIS

Radionica SUK nudi nudi usluge krojenja za izradu raznih kućnih/hotelskih tekstila: posteljina, deke, zavjese, draperije, stolnjaci, pragovi, pregače i dr., usluge koje su vezane uz djelatnost kojom se bave. Sve artikle koje izrađuju mogu prilagoditi, kako vezom, tako i tiskom direktno na tkaninu.



(oboje osigurava trajnost i kvalitetu otpornošću na opetovano pranje i zadržavanjem boja). Također pružaju usluge personalizacije vezom ili ispisom izravno na posebne proizvode.

Ciljana skupina: tradicionalne obitelji, mladi, odrasli

Konkurencija: iste tvrtke iz područja tekstilne industrije

Prenosivost u druge sektore: Fleksibilni su s različitim kupcima. Fokusirani su na hotele i restorane s područja Dobrudže.



Više detalja na:
<https://www.facebook.com/AtelierulSUK/>

Naziv društvenog poduzeća:

Nod Maker Space

Područje:

poslovni prostor

#3



Broj zaposlenika: više od 70 freelancera i tvrtki, više od 100 članova zajednice

Kategorija smanjenih mogućnosti: poduzetnici sa smanjenim mogućnostima, početnici, novi poduzetnici, mladi

Najbolji poslovni prostor prema Central European Startup Awards.

Posebne aktivnosti provedene za zaposlenike sa smanjenim mogućnostima: Potpora novim poduzetnicima u razvoju sebe i svog poslovanja - edukativne radionice i sadržaji: prostor za stvaranje, poslovni prostor, prostori za događanja, knjižnica materijala, zajednica, online trgovina, umrežavanje.

OPIS

Poslovni prostor, prostor za stvaranje, radionice drveta i metala, privatni studiji, prostori za sastanke i događanja, MATER - prva i jedina knjižnica materijala u jugoistočnoj Europi, online trgovina s lokalno izrađenim proizvodima.

O Nodu:

Nod Makerspace je prvi veliki kreativni centar u Rumunjskoj koji ima za cilj demokratizirati dizajn, inženjerstvo i kreativno obrazovanje.



#Što je NOD?

Nod Makerspace je kreativni radni prostor koji nudi pristup temeljen na članstvu širokom rasponu alata i opreme za digitalnu proizvodnju i brzu izradu prototipova. Dugoročni cilj ovog projekta je stvoriti prilike za poboljšanje životnog standarda, lokalno i globalno (inkubator) te izgraditi snažnu zajednicu dostupnu javnosti.

Ciljana skupina: Kome je NOD namijenjen?

Obraćamo se onima kojima je takav prostor potreban. Prostor je također otvoren i za one koji žele doživjeti užitek stvaranja, užitek dizajna, za one koji se žele baciti u svijet proizvodnje, za one koji žele naučiti, za one koji žele provesti ideje u praksi:

- preko 7 godina: studenti i srednjoškolci
- Kreativci: dizajneri namještaja, modni dizajneri, dizajneri nakita, arhitekti, industrijski dizajneri
- Izumitelji, inovatori i tvorci. Postoje oni koji rade puno radno vrijeme, ako ne i prekovremeno, te također oni koji imaju strast graditi i stvarati u slobodno vrijeme ili izvan radnog vremena.
- Poduzetnici i početnici. Postoje oni koji imaju ideju i trebaju mjesto za proizvodnju ili tehničku podršku.
- Učenici. Ima onih koji žele učiti i usavršavati se.

Konkurencija: Ostali slični prostori u Bukureštu: Regus www.regus.com, Seneca AntiCafe senecanticafe.ro, Space Works , www.spacesworks.com , Impacthub

<https://impacthub.net/>, Mind Space
<https://hs.mindspace.me/> Match Office
www.matchoffice.com, Pluria pluria.co



Više detalja na:
<https://nodmakerspace.ro/despre-noi/>

Naziv društvenog poduzeća: Diamond

System România

Područje:

poslovne edukacije

#4

 Diamond System



Livia Soare



Octavian Baban

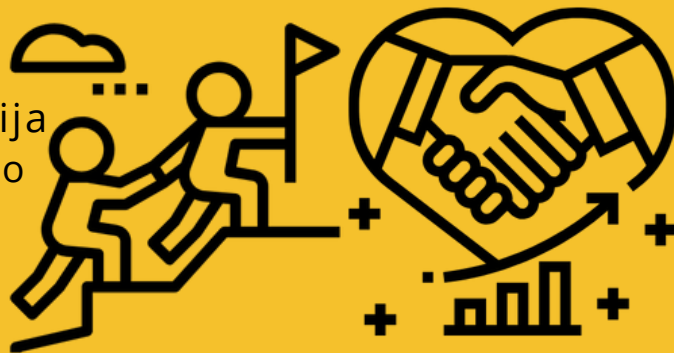


Felician Solomon

Broj zaposlenika: 3 u Rumunjskoj, aktivni u 25 zemalja diljem svijeta. Diamond Cu Institute nudi pomoć ljudima da postignu uspjeh na svim frontama.

Posebne aktivnosti provedene za zaposlenike sa smanjenim mogućnostima:

- Događanja
- Planiranje
- Express Team Edukacija
- Seed System Mentorstvo
- Podcast
- Edukacije
- Knjige
- Mentorska predavanja i seminari



Misija Diamond Cutter Instituta je pomoći ljudima diljem svijeta da postignu uspjeh na svim frontama: da postignu financijski uspjeh, prosperitet i ispunjenu karijeru, da uživaju u ispunjenim i trajnim odnosima s poslovnim i životnim partnerima, da budu zdravi i fizički i mentalno-emocionalno, da steknu unutarnji mir i snagu koncentracije i na kraju, ali ne manje važno, da mogu pomoći promijeniti na bolje obitelj, zajednicu i državu u kojoj žive.



Kategorija smanjenih mogućnosti:

#anyentrepreneurs #failedbusinesses
#beginners #newentrepreneurs #youth

Ciljana skupina: Svrha ovog sustava je pomoći poduzetnicima i stručnjacima u svom području djelovanja da postignu uspjeh na svim razinama.



In-depth courses:



30-day challenges



Thematic courses

The Diamond Cutter System: koherentan, pošten i logičan sustav za upravljanje vašim poslom i karijerom, uspije svaki put, jednostavan je i ugodan za implementaciju. Pomaže vam da postignete svoje ciljeve i istovremeno pomaže onima oko vas da rastu.

Diamond System
SEED YOUR BUSINESS
program de mastermind pentru antreprenori

Diamond System

The Diamond Cutter System (or Seed System) nudi novu i važnu ideju za manifestiranje svega u vašem životu, sustav koji uspije svaki put. Temelji se na nepokolebljivoj istini da sve što nam se događa dolazi od našeg odnosa prema onima oko nas. Štoviše, Diamond Cutter Institut daje jasno objašnjenje kako se točno ono što činimo drugima pohranjuje kao sjeme u našem umu. Ovo sjeme donosi plod u umu i zatim određuje stvari i ljude koje vidimo oko sebe.



Financial
independence



Fulfilled Relationships
& Healthy Body



Peace of Mind



Contribution

The diamond cutter je univerzalni sustav, star preko 2500 godina, koji se prenosi s čovjeka na čovjeka do danas. Velika zasluga koju ima Geshe Michael Roach je što je uspio dokazati svoju učinkovitost načinom na koji je to proveo u praksi u 19 godina, koliko je tvrtka Andin International rasla, od zajma od 50.000 dolara do 2009. godine, kada je tvrtku kupio Warren Buffett. Trenutak je to u kojem je bilo preko 10.000 zaposlenih na 3 kontinenta i promet od 250 milijuna dolara.

Prenosivost u druge sektore:

U svim sektorima, uključujući nevladine organizacije ciljanih skupina koje imaju koristi od ove vrste usluga.



Više detalja na:
<http://diamondcutter.ro>



Naziv društvenog poduzeća:

Meštешukar ButiQ

Područje:

Ručni rad

#5



Broj zaposlenika: mreža romskih obrtnika i proizvođača od oko 50 ljudi

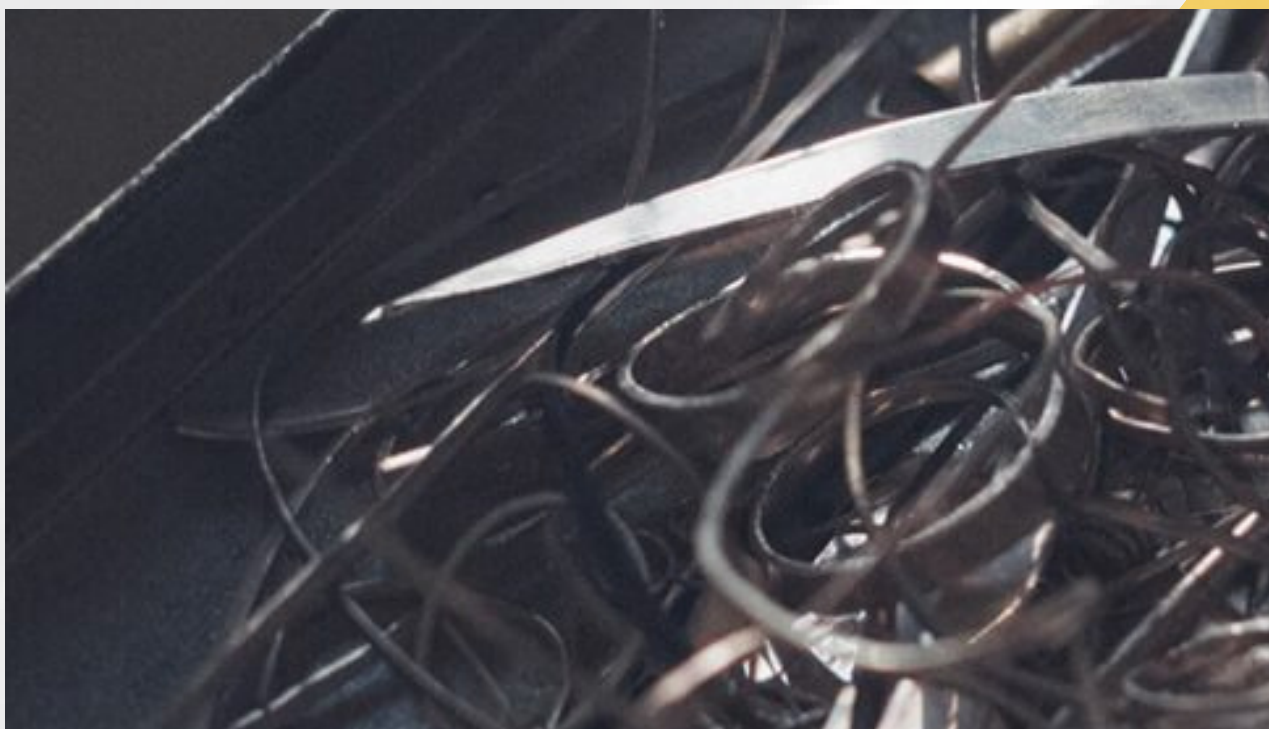
Kategorija smanjenih mogućnosti: romska etnička manjina

Prepreke: financiranje

Posebne aktivnosti provedene za zaposlenike sa smanjenim mogućnostima: Promicanje tradicionalnih romskih obrta i obrtnika kako bi povećali svoje prihode i promovirali svoju tradiciju.

OPIS

Meštешkar ButiQ je mreža obrtnika i poduzeća socijalne ekonomije koja je uspjela revalorizirati tradicionalne romske obrte. MBQ nudi vrhunske lifestyle proizvode s pričom i dizajnom koji se ističu u svakom kontekstu. Oni su rezultat mješavine tradicionalnih proizvodnih tehnika sa suvremenim dizajnom proizvoda.



Obraća se općem tržištu uređenja doma i dizajna odjeće, fokusirajući se na potrebe potrošača zainteresiranih za tradiciju, umijeće i dizajn. Svaki prodani proizvod donosi izravan prihod za obrtnike koji ga proizvode.

Ciljana skupina: romski obrtnici (izravno), potrošači zainteresirani za tradiciju i umijeće (neizravno)

Konkurencija: Udruga romskih tradicijskih obrtnika i trgovaca (Asociația Meșteșugarilor și Comercianților Tradiționali Romi) (<http://mestesugarii-rromi.ro/>)

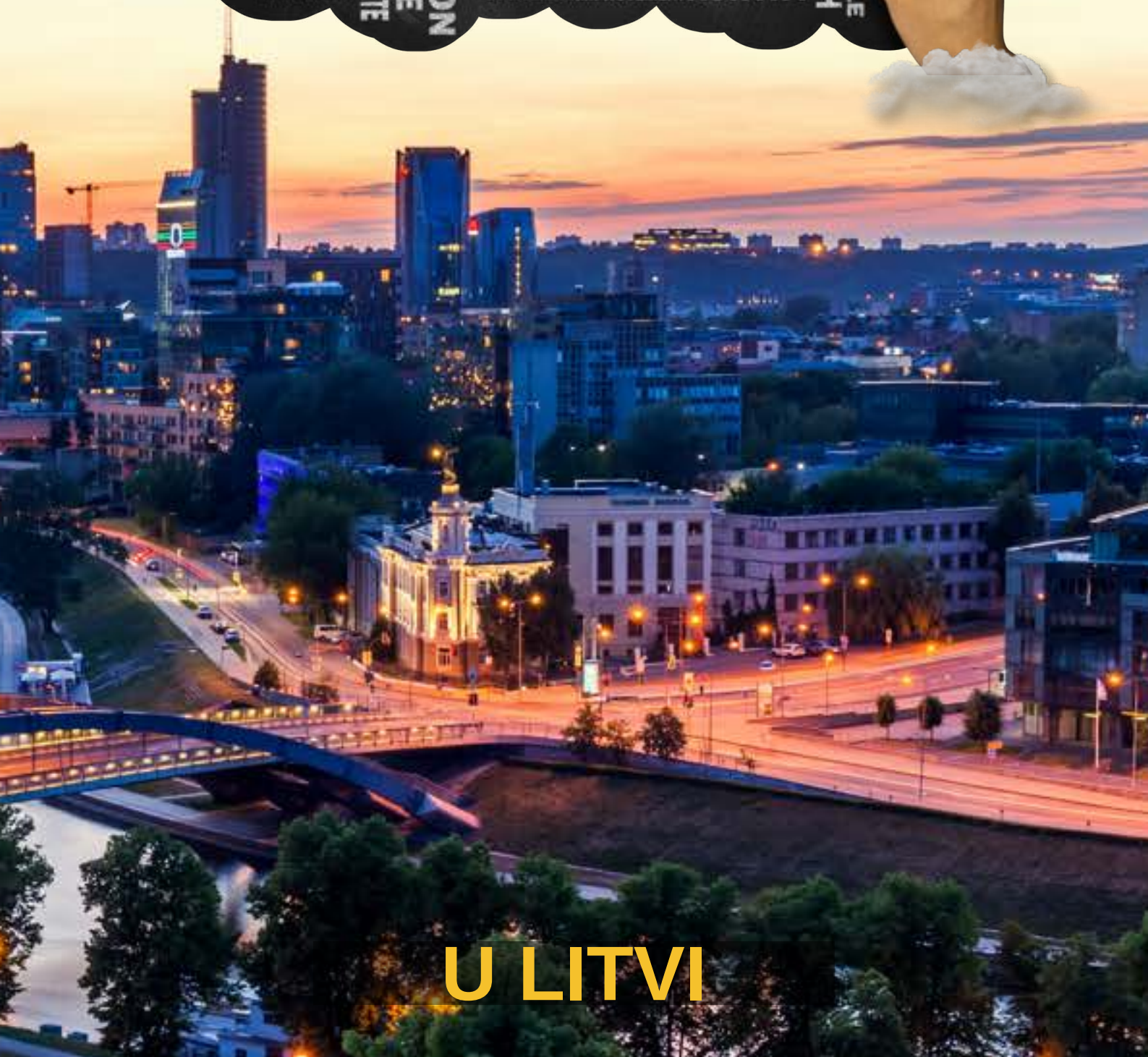


Prenosivost u druge sektore:

ideja se može prenijeti na bilo koju tradiciju kako bi se podigla na standard umjetnosti i promovirala da bi se prodala, ali isto tako i za podršku bilo kojoj vrsti manjine (etničkoj, vjerskoj, ugroženoj na bilo koji način) promicanjem njihove jedinstvenosti u posao .



Više detalja na:
<https://mbq.ro/>



U LITVI

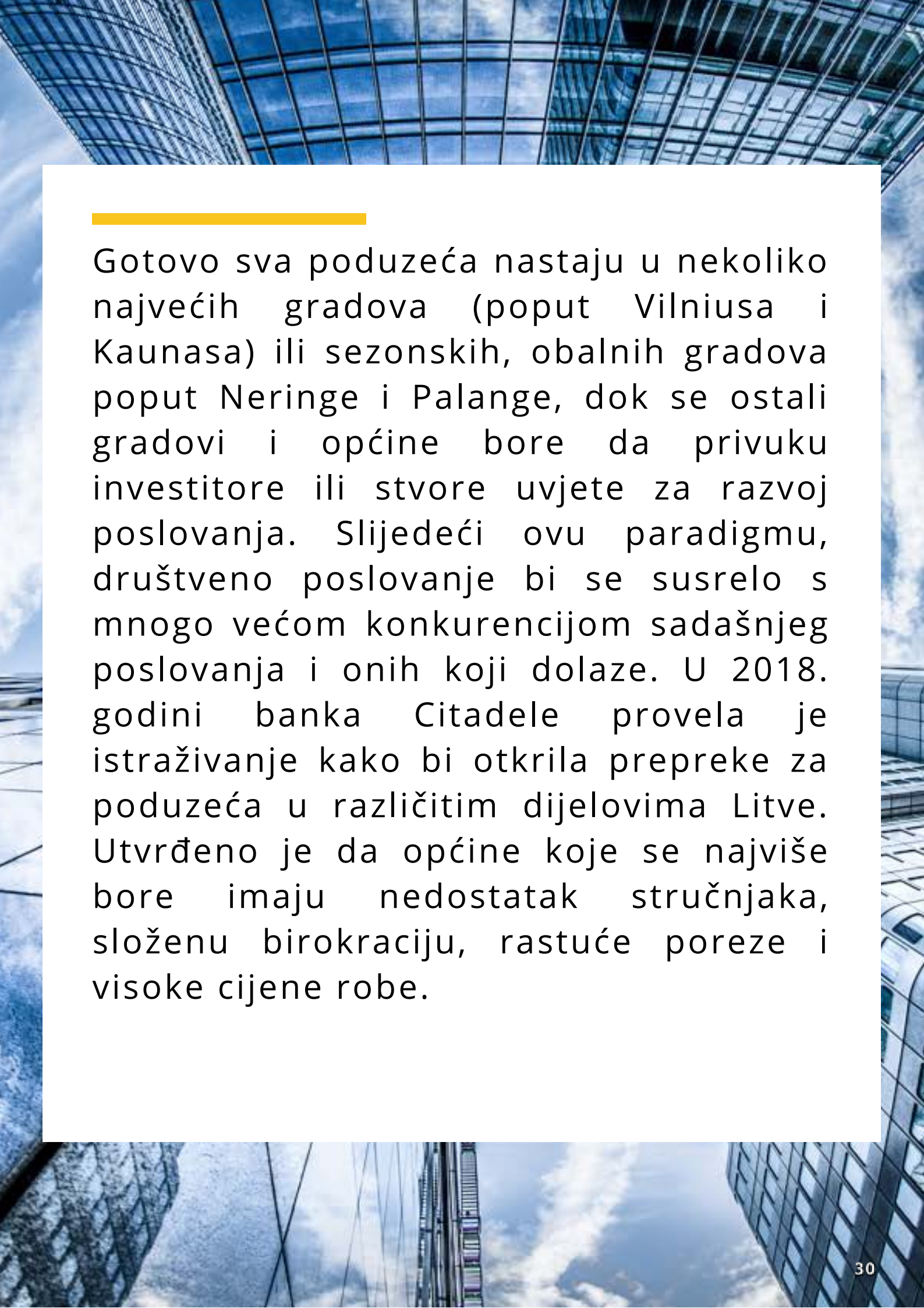


Koncept društvenog poduzeća:

pravna, privatna ili javna pravna osoba koja u gospodarskom djelovanju nastoji ostvariti javne, grupne ili okolišne ciljeve i rješavati društvene društvene probleme u skladu s navedenim kriterijima:

- veličina
- Mjerljiv pozitivan društveni učinak na određene navedene probleme
- Odrediti dio dohotka od gospodarske djelatnosti
- Posebna raspodjela dobiti
- Uključivanje dionika u cijeli poslovni proces





Gotovo sva poduzeća nastaju u nekoliko najvećih gradova (poput Vilniusa i Kaunasa) ili sezonskih, obalnih gradova poput Neringe i Palange, dok se ostali gradovi i općine bore da privuku investitore ili stvore uvjete za razvoj poslovanja. Slijedeći ovu paradigmu, društveno poslovanje bi se susrelo s mnogo većom konkurencijom sadašnjeg poslovanja i onih koji dolaze. U 2018. godini banka Citadele provela je istraživanje kako bi otkrila prepreke za poduzeća u različitim dijelovima Litve. Utvrđeno je da općine koje se najviše bore imaju nedostatak stručnjaka, složenu birokraciju, rastuće poreze i visoke cijene robe.

ZAKONSKE GRANICE

Stjecanje statusa “Društveno poduzeće” prilično je dug i kompliciran posao. Čak i kada se status uspostavi, nije ga lako održati. Na primjer, društvena poduzeća nisu u mogućnosti isplatiti dividendu za investitore ili dioničare, osigurati zaposlenicima bolju plaću od prosjeka, a 50% prihoda mora biti ostvareno iz komercijalne djelatnosti.





Dok nevladine organizacije imaju lak pristup informacijama, obuci i sudjeluju na konferencijama o društvenom poslovanju, šira javnost ima ograničene mogućnosti. Iako su posljednjih godina ideje društvenog poslovanja sve raširenije, to nije dovoljno. Zainteresirani mogu pronaći dosta informacija, ali najveći mediji nedovoljno promiču društveno poduzetništvo, stoga je inicijativa i volontersko sudjelovanje dosta nisko u društvenim poduzećima. Općenito niska građanska aktivnost u Litvi također doprinosi ovom izazovu.



Za poduzetnike bez početnog kapitala puno je teže stvoriti uspješan početak svog poslovanja. Teško je dobiti kredit za pokretanje posla - pogotovo za mlade. Kako bi banka osigurala pristojan iznos zajma za poslovanje, procijenit će se osobni kreditni rezultat i mogući depozit. Ako osoba nema stabilan prihod veći od prosjeka proteklih godina, ima neplaćene obveze i/ili neka kašnjenja s računima, velika je vjerojatnost da će ponuđeni kredit biti nedovoljan za pokretanje posla te će biti potrebno tražiti sredstva iz drugih izvora.

Naziv društvenog poduzeća: "Pirmas Blynas" Područje: ugostiteljstvo



Broj zaposlenika: 10

Kategorija smanjenih mogućnosti: socijalna uključenost osoba s invaliditetom i ugostiteljska usluga

Prepreke: Financijski problemi najveća su prepreka. Postoji i jezična barijera jer je osnivač tvrtke iz Nizozemske i ne govorio litavski.



OPIS

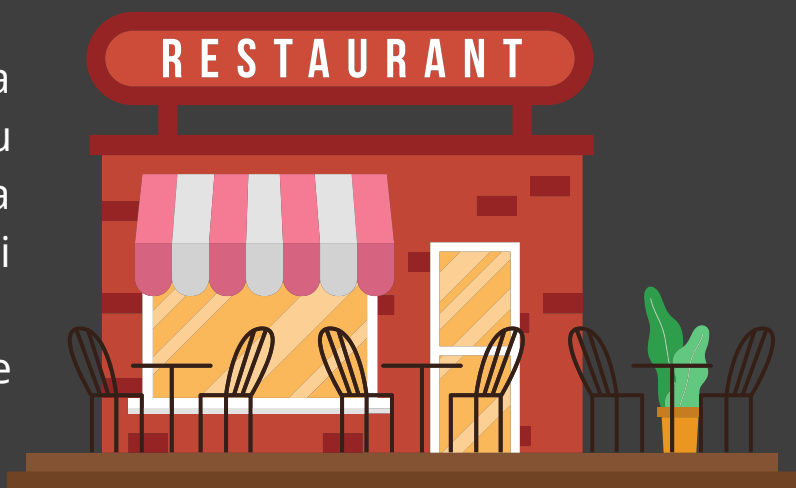
"Pirmas Blynas" je društveni restoran s palačinkama koji se nalazi u starom gradu Vilniusa. Obrt je otvoren 2018. godine i od tada posluje. Restoran "Pirmas Blynas" poznat je po vrlo ukusnim palačinkama kao i po ljubaznom osoblju, stoga je nagrađen značkom izbora putnika od strane "TripAdvisora".



PRIZNANJE "PIRMAS BLYNAS"

Litavsku nagradu za društveno poduzetništvo osvojio je 2018. "Pirmas Blynas". Nagrada promiče društvenu odgovornost i potiče tvrtke u Litvi da provode njezina načela.

"Pirmas Blynas" ima važnu društvenu misiju pružanja sigurnog i inkluzivnog okruženja za osobe s invaliditetom.



U restoranu osobe s invaliditetom dočekuju i vode goste do njihovih stolova, primaju njihove narudžbe i učinkovito ih prenose u kuhinju.



Cilj restorana je pomoći osobama s invaliditetom u pronalaženju posla, zarađivanju novca, osjećaju neovisnosti i vođenju dostojanstvenijeg života. Osim toga, vlasnik tvrtke želi poticati pozitivan odnos prema osobama s invaliditetom i promovirati socijalnu uključenost u društvo.

LJUDI S POTEŠKOĆAMA

Utvrđeno je da zaposlenje u restoranu uvelike utječe na osobe s invaliditetom. Imati posao i pomagati drugim ljudima daje im osjećaj neovisnosti i samopouzdanja. Nadalje, poboljšava njihove komunikacijske vještine i daje im osjećaj kontrole nad vlastitim životom.



I N C L U S I O N



Više detalja na:

<https://www.pirmasblynas.lt/en>

[https://www.youtube.com/watch?](https://www.youtube.com/watch?v=JDzotp9bmol&ab_channel=TavoEuropa)

[v=JDzotp9bmol&ab_channel=TavoEuropa](https://www.youtube.com/watch?v=JDzotp9bmol&ab_channel=TavoEuropa)

Naziv društvenog poduzeća:

Mano Guru

Područje:

ugostiteljstvo

#2

Broj zaposlenika: 25

Kategorija smanjenih mogućnosti: 70% zaposlenika ima smanjene mogućnosti

Prepreke:

smještaj za ciljanu skupinu, veliki financijski gubici zbog radova obnove

Posebne aktivnosti provedene za zaposlenike sa smanjenim mogućnostima: smještaj, mentori te osoblje za podršku ciljanoj skupini





OPIS

"Mano Guru" započeo je s radom 2004. godine i jedno je od prvih litavskih društvenih poduzeća. U ovom restoranu svatko može kušati razne ukusne salate i otkriti nove okuse. Ovdje svi dobivaju toplu dobrodošlicu i izuzetnu uslugu.



„Mano Guru“ olakšava reintegraciju osoba, otpuštenih iz zatvora ili ovisnike koji se liječe, u društvo i na tržište rada. Postizanje ovog cilja zahtijeva stručnu obuku u područjima kuhanja i posluživanja. Zaposlenicima restorana na raspolaganju su i konzultacije psihološke i društvene prirode.

Radeći u "Mano Guru" bivši prijestupnici i ovisnici mogu preuzeti kontrolu nad svojim životom i stvoriti rutinu u svakodnevnom životu. Nakon nekog vremena stječu nove vještine, postaju odgovorniji za vlastite postupke i otkrivaju vlastiti identitet.



U sklopu programa psihološke podrške restoran svojim zaposlenicima nudi terapiju. Dostupne su razne mogućnosti, uključujući individualne i grupne sesije. Nakon završenog radnog staža zaposlenici dobivaju diplomu koja im pomaže u pronalaženju posla u budućnosti. Restoran "Mano Guru" svakako je imao pozitivan utjecaj na zajednicu. U 17 godina djelovanja kroz projekt je prošlo oko 700 osoba, od kojih se 75 posto uspjelo vratiti na tržište rada.

PREPREKE

Restoran "Mano Guru" se u svom osnivanju susretao sa brojnim problemima. Najprije, u početku je bilo teško pronaći smještaj za ciljanu skupinu. Nadalje, restoran se nalazi u središtu Vilniusa i pretrpio je velike financijske gubitke zbog radova na renoviranju. Prošlo je gotovo godinu dana otkako je ulica Vilnius modernizirana za osnivanje tvrtke. Dodatno, „ManoGuru“ provodio je posebne aktivnosti za zaposlenike sa smanjenim mogućnostima i osposobljavao ih da postanu vrsni konobari, kuhari ili barmeni. Restoran nudi i posebne programe za mentore i osoblje za podršku ciljanoj skupini i pomoć bivšim prijestupnicima ili ovisnicima da se bolje prilagode društvu.



Više detalja na:
<https://www.govilnius.lt/visit-vilnius/vilnius-pass-attractions/mano-guru-restaurant>

Naziv društvenog poduzeća:

Acorus Calamus

Područje:

Proizvodnja biljnih čajeva

#3



Broj zaposlenika: 23

Kategorija smanjenih mogućnosti:

50% zaposlenika sa smanjenim mogućnostima

Prepreke: dobivanje licence, financijski izazovi

Posebne aktivnosti provedene za zaposlenike sa smanjenim mogućnostima: nudi razne pogodnosti osobama s invaliditetom

OPIS

"Acorus Calamus" je osnovan prije više od 15 godina u Pakruojisu - prekrasnom utočištu u sjevernoj Litvi. Najveći je proizvođač i trgovac začinskim biljem na Baltiku. Kao proizvođač dodataka prehrani, biljnih funkcionalnih čajeva i poklon setova za čaj, tvrtka ima bogato iskustvo u širokom asortimanu proizvoda.



Biljni proizvodi nastaju spojem dugogodišnje tradicije, opsežnog znanja i usavršenih proizvodnih procesa te inovativnosti.

Kako bi postali učinkovitija i bolja tvrtka, "Acorus Calamus" redizajnira tradicionalne recepte čaja u nešto modernije i efikasnije. Osim mirisnih prirodnih nota, čajne mješavine tvrtke ne sadrže umjetne arome, što znači da klijenti uživaju u najkvalitetnijem čaju u više od 200 okusa, funkcija i mješavina. Osim toga, "Acorus Calamus" zapošljava osobe s invaliditetom kao pomoć u svakodnevnim poslovima te ih podučava obavljanju raznih poslova.



KATEGORIJA SMANJENIH MOGUĆNOSTI: OSOBE SA SMANJENIM MOGUĆNOSTIMA

"Acorus Calamus" nudi niz pogodnosti osobama s invaliditetom. Ljudi sa smanjenim mogućnostima uče nove vještine, postaju odgovorniji i rade na svojoj dobrobiti. Osjećaj pripadnosti koji proizlazi iz pomaganja drugima čini da se ciljana skupina osjeća kao dio zajednice više nego ikad prije. „Acorus Calamus“ pokazuje sjajan primjer drugim tvrtkama da su osobe s invaliditetom punopravni radnici koji bi se trebali moći pridružiti radnoj snazi.



PREPREKE

Kako bi tvrtka postala licencirani proizvođač lijekova i dobila savršenu kombinaciju biljaka za čajeve, bila su potrebna opsežna istraživanja i testiranja. "Acorus Calamus" se tijekom osnivanja suočio i s financijskim izazovima. Međutim, danas je "Acorus Calamus" dostupan u 32 zemlje svijeta. Osim širenja svojih prodajnih mjesta u inozemstvu i traženja mogućnosti suradnje, tvrtka promiče svoju reputaciju pouzdane tvrtke biljnih proizvoda stalnom težnjom za najboljim rezultatima.



Više detalja na:
<https://www.acorus.lt/>

Naziv društvenog poduzeća:

“Orus namai”

Područje:

smještaj

#4



Broj zaposlenika: 2

Kategorija smanjenih mogućnosti:

društvena uključenost osoba sa smanjenim mogućnostima

Prepreke: visoke cijene nekretnina, financiranje, nedostatak slobodnog prostora za nove stanove

Ciljana skupina: stariji građani

Konkurencija: domovi umirovljenika



OPIS

„Orus name“ je društveni projekt koji ima za cilj stvoriti uvjete za siguran, udoban i ekonomičan život starijih osoba u stambenim zgradama za starije osobe prilagođenim njihovim potrebama. Eksperimentalna stambena zgrada za starije osobe u Vilniusu otvorena je u jesen 2018. "Orus namai" poziva starije osobe da iznajme svoje stare domove i presele se u posebno dizajniran stan u stambenoj zgradi "Orus namai". Prihod od najma pokriva ukupne troškove života (bez dodatne stanarine, režija, interneta ili kabelske televizije) tako da cijela mirovina ostaje za ostale potrebe starijih osoba. Stambeni blok "Orus namai" u Vilniusu sastoji se od četiri stana od 27 m² i zajedničkog dnevnog boravka u kojem se svi mogu sastajati, družiti i baviti se svojim omiljenim aktivnostima.

1.



A SENIOR HAS AN APARTMENT

2.



THE APARTMENT REMAINS IN HIS OWNERSHIP, BUT IS FOR RENT

3.



A SENIOR LIVES IN AN APARTMENT APARTMENT "ORIĆ NAĆ".

4.



HIS LIVING HERE IS PAID FROM HIS RENT

5.



THE SENIOR'S ENTIRE PENSION REMAINS FOR HIS OTHER NEEDS

Prenosivost u druge sektore: moguće je širenje ciljane skupine i širenje na različite gradove.

www

Više detalja na:
<https://orusnamai.lt/>



Orus namai

Naziv društvenog poduzeća:

“Miesto laboratorija”

Područje:

mjesna zajednica



#5



Broj zaposlenika: 10

Kategorija smanjenih mogućnosti:

uključivost članova mjesne zajednice

Prepreke: nedostatak financijskih sredstava za održavanje društvenog centra

Ciljana skupina: Zajednica okruga Antakalnis

Konkurencija: drugi kulturni, društveni centri i centri za mlade



MIESTO
LABORATORIJA

OPIS

"Miesto laboratorija" je ekološki održivi edukativni društveni centar s kafićem, otvorenim prostorom za događanja, eko-inovacijama, hidroponskim vrtom, edukativnim vrtom, galerijom i "uradi sam" vanjskim igralištem za djecu.


U slučaju "Miesto laboratorija" identificirana su dva problema i postavljena dva cilja: mobilizirati i aktivirati lokalnu zajednicu te doprinijeti širenju ideja za održiviji i ekološki prihvatljiviji način života. Za postizanje ova dva cilja osnovan je održivi edukativni društveni centar čije je djelovanje usklađeno s tim ciljevima.



OPIS

Kako bi financijski održali društveni dom sa svim njegovim aktivnostima, otvorili su kafić. Od svog osnutka taj kafić podržava cijeli projekt, ostvarujući između 80% i 90% ukupnih prihoda "Miesto laboratorija". Na kraju godine, ako je bila profitabilna, sva se dobit reinvestira u nove aktivnosti, poboljšanje infrastrukture i razvoj novih projekata. Na taj je način ovaj društveno-ekološki projekt, vođen na poslovnim principima, financijski održiv, samodostatan i neovisan o javnom financiranju.

Prenosivost u druge sektore:
suradnja s drugim sektorima radi
održavanja interesa zajednice



Više detalja na:

<https://miestolaboratorija.lt/>



Primjeri dobre prakse u Hrvatskoj



Društveno poduzetništvo je područje poduzetništva i ekonomije općenito koje je u posljednjih 30 godina postalo sve popularnije diljem svijeta. No, teme vezane uz društveno poduzetništvo došle su u fokus u Hrvatskoj posljednjih godina zbog izrade i donošenja Strategije razvoja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2015. do 2020. godine.

Naziv društvenog poduzeća:

Humana Nova

Područje:

ručni rad

#1



Broj zaposlenikas: 45 zaposlenika, 25 osoba sa smanjenim mogućnostima, 13 zaposlenika sa preprekama

Kategorija smanjenih mogućnosti:


Osobe s invaliditetom, nezaposlene mlade osobe

Prepreke: invaliditet, poteškoće u pronalaženju posla

Posebne aktivnosti provedene za zaposlenike sa smanjenim mogućnostima: poticanje tolerantnih društvenih odnosa i uravnoteženo korištenje resursa

OPIS

Vodeći su primjer društvenog poduzeća za radnu integraciju, prepoznatog u široj regiji. Svojim djelovanjem pridonose izgradnji tolerantnih društvenih odnosa i uravnoteženom korištenju resursa.



Zapošljavanjem marginaliziranih skupina, prikupljanjem tekstila, ponovnom uporabom i recikliranjem te lokalnom suradnjom aktivno pridonose smanjenju siromaštva, održivom razvoju lokalne zajednice i očuvanju prirode.

Konkurencija: Mnogo je sličnih tvrtki koje prodaju slične artikle, ali oni su jedina tvrtka u Hrvatskoj tog tipa čije proizvode proizvode osobe s invaliditetom.



Ciljana skupina:
osobe s invaliditetom i preprekama

Prenosivost u druge sektore: Uspjeh ove tvrtke može poslužiti kao primjer drugim tvrtkama da osobe s invaliditetom mogu doprinijeti njihovom razvoju.

Više detalja na:
<https://humananova.org/>



Naziv društvenog poduzeća:

Hedona

Područje:

hrana

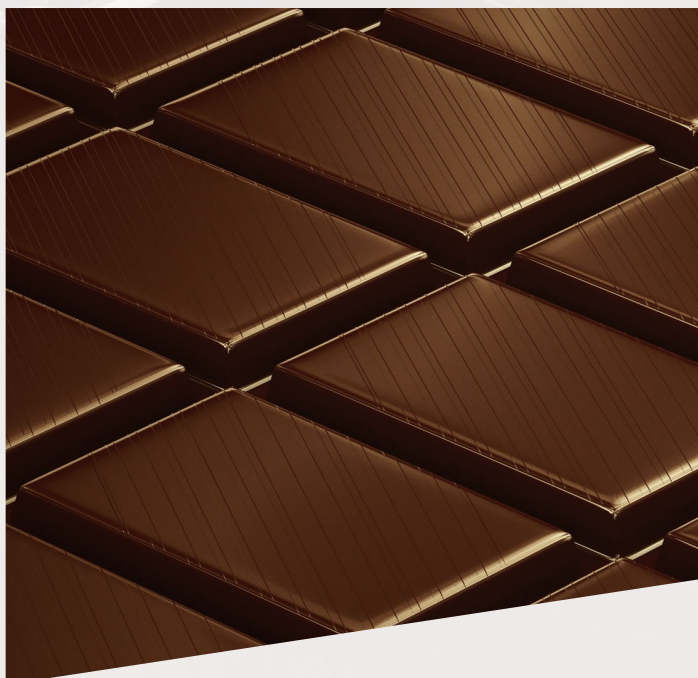
#2

Broj zaposlenika: 18 employees,
9 with disability

Kategorija smanjenih mogućnosti: Osobe s invaliditetom, nezaposlene mlade osobe

Prepreke: invaliditet, poteškoće u pronalaženju posla

Posebne aktivnosti provedene za zaposlenike sa smanjenim mogućnostima: reinvestiraju kroz svoje obrazovanje, razvoj i rast.



OPIS



Osnovana je 2013. godine, u sklopu projekta "Chocolateria Chris" - Križevci chocolateria, od strane entuzijastične Udruge osoba s invaliditetom Križevci na čelu s g. Petrom Gatarićem. Hedona je svoju slatku priču započela na 60 četvornih metara i sa 6 zaposlenika, od kojih su 4 osobe s invaliditetom.

Ideje mijenjaju svijet, u njihovom slučaju, čine ga slađim i tolerantnijim. HEDONA je odgovor na izazov otežanog zapošljavanja osoba s invaliditetom. Otvoreno zaposlenje temelj je društvene integracije, mentalnog zdravlja, dobrobiti i samoostvarenja svake osobe.

Ciljana skupina: osobe s invaliditetom i preprekama

Konkurencija: Mnogo je sličnih tvrtki koje prodaju slične artikle, ali oni su jedina tvrtka u Hrvatskoj tog tipa čije proizvode proizvode osobe s invaliditetom.

Prenosivost u druge sektore: Uspjeh ove tvrtke može poslužiti kao primjer drugim tvrtkama da osobe s invaliditetom mogu doprinijeti njihovom razvoju.



<https://hedona.hr/>

Naziv društvenog poduzeća:

Sfera Visia

Područje:

kozmetika

#3



Broj zaposlenika: 6 zaposlenika, 3 osobe s invaliditetom, slijepe ili slabovidne osobe

Kategorija smanjenih mogućnosti: Osobe s invaliditetom, nezaposlene mlade osobe

Prepreke: invaliditet, poteškoće u pronalaženju posla

Posebne aktivnosti provedene za zaposlenike sa smanjenim mogućnostima: otvaranje radnih mjesta za nezaposlene članove udruge "Martinov plast" (slijepe i slabovidne osobe).

OPIS



Imaju projekt sufinanciran iz Europske unije za povećanje procesa proizvodnje sapuna i zapošljavanje više slijepih i/ili slabovidnih osoba. Tri slijepa i slabovidna osobe zaposlene su na izradi tekućeg sapuna "Dodir prirode" od prirodnih sastojaka.

Ovisno o potražnji i plasmanu na tržištu planiraju se dodatna zapošljavanja.

Ciljana skupina: osobe s invaliditetom i preprekama

Konkurencija: ima nekoliko sličnih tvrtki u Hrvatskoj

Prenosivost u druge sektore: Ova tvrtka može poslužiti kao inspiracija drugim tvrtkama pokazujući im da osobe s invaliditetom imaju potencijal da pridonese njihovom napretku.



Više detalja na:
<https://sferavisia.hr/>

Naziv društvenog poduzeća:

Act Konto

Područje:

financije

#4



Broj zaposlenika: 3
osobe s invaliditetom

Kategorija smanjenih mogućnosti: Osobe s invaliditetom

Prepreke: invaliditet, poteškoće u pronalaženju posla

OPIS

Act konto je neprofitno društveno poduzeće specijalizirano za pružanje profesionalnih i kvalitetnih knjigovodstvenih i računovodstvenih usluga, edukaciju i savjetovanje o financijskom poslovanju i upravljanju za profitne i neprofitne organizacije u Republici Hrvatskoj. Ostvarena dobit ne isplaćuje se vlasnicima, već se u cijelosti reinvestira u razvoj te u obrazovanje i zapošljavanje osoba s invaliditetom.



Ciljana skupina: osobe s invaliditetom i preprekama

Konkurencija: Mnogo je sličnih tvrtki, no ova je jedina koju vode žene koje rade i vode tvrtku.

Prenosivost u druge sektore: Ova tvrtka je uspješna zahvaljujući stalnom ulaganju u obrazovanje i razvoj kadrova.



<https://act-konto.hr/>

Naziv društvenog poduzeća:

Buba bar

Područje:

ugostiteljstvo

#5



Broj zaposlenika: 10 zaposlenika s invaliditetom

Kategorija smanjenih mogućnosti: osobe s invaliditetom

Prepreke: invaliditet, poteškoće u pronalaženju posla

OPIS

Buba bar je kafić koji je otvorila vinkovačka Udruga osoba s invaliditetom „Bubamara“ u sklopu kojeg se nalazi i velika kuglana. Zapošljava deset osoba s invaliditetom, većinom s Downovim sindromom. Bubamara je kroz projekt Buba bar mogla pridonijeti donošenju zakonskog rješenja prema kojem osobe s invaliditetom mogu raditi bez gubitka prava na invalidninu.



"Želja nam je ovim projektom uključiti osobe s invaliditetom na tržište rada i pokazati ovom društvu koliko osobe s invaliditetom znaju i vrijede."



<https://www.facebook.com/profile.php?id=100063448646619>



Primjeri dobre prakse u Turskoj

Prema definiciji Europske komisije:

„Društveno poduzeće je posao koji ima društveni utjecaj i pridonosi društvenoj ekonomiji.

Primarna svrha nije stvaranje profita za svoje vlasnike ili dioničare.

Posluje tako da tržištu nudi robu i usluge na poduzetnički i inovativan način, a svoju dobit prvenstveno koristi za postizanje društvenih ciljeva.”



Poput poduzetnika koji mijenjaju lice poslovnog svijeta, društveni poduzetnici također su alati promjene u društvenoj transformaciji. Cilj im je riješiti primarne društvene probleme bez stavljanja u prvi plan materijalnu korist i dobit, te otkloniti problem. Baš kao i trgovački poduzetnici, oni stvaraju nove prilike primjećujući ono što drugi ne vide, mijenjaju sustave i pronalaze rješenja za važne probleme društva pronalaženjem novih pristupa.



Društveni poduzetnici koriste mnogo različitih alata na svom putu. Dok neki vode društvene pokrete bez osnivanja ikakve institucije, neki rade s nevladinim organizacijama, neki s udrugama, a neki sa strukturama društvenih tvrtki koje se nazivaju društvenim poduzećima.



U turskom zakonu pojam socijalnog poduzeća nije definiran i ne postoji zakon ili pravni status specifičan za socijalna poduzeća. Društveni poduzetnici organiziraju se odabirom strukture koja im odgovara među postojećim pravnim statusima u skladu sa svojim područjima djelovanja i mogućnostima. Iz tog razloga, potrebno je dati posebna objašnjenja za svaku pravnu strukturu kako bi se razumjela pravna struktura koju preferiraju društvena poduzeća u Turskoj i kako bi se utvrdilo relevantno zakonodavstvo.

Pravne strukture koje bi društveni poduzetnici mogli preferirati u turskom pravu:

- 1) Trgovac**
- 2) Obično partnerstvo**
- 3) Zajednička tvrtka**
- 4) Društvo s ograničenom odgovornošću**
- 5) Jedinствeno društvo s ograničenom odgovornošću**
- 6) Dioničko društvo**
- 7) Udruga**
- 8) Zaklada**



Naziv društvenog poduzeća:

Tebessüm Kahvesi

Područje: ugostiteljstvo

#1



Broj zaposlenika: U ovom trenutku su 4 učitelja, 10 mladih s Downovim sindromom kao pomoćno osoblje, nekoliko voditelja i stručnjaka za obrazovanje.

Kategorija smanjenih mogućnosti:
Mladi s Downovim sindromom

Prepreke: Programi obuke

Posebne aktivnosti provedene za zaposlenike sa smanjenim mogućnostima: Društvene aktivnosti i posebni obrazovni programi

OPIS

Prva poslovnica Tebessüm Kahvesi otvorena je u vrtu Dvorca Üsküdar Burhan Felek 21.03.2016. Druga poslovnica Tebessüm Kahvesi stavljena je u funkciju 3.12.2019. godine, ispod zgrade za službu Općine Üsküdar. U poslovnicama Tebessüm Kahvesi rade mladi ljudi s Downovim sindromom. Pružaju vam toplu dobrodošlicu i vrhunsku uslugu.



U podružnicama Tebessüm Kahvesi mladi s Downovim sindromom rade u smjenama, maksimalno 6 sati dnevno, između 08:00 i 18:00 sati. Naši mladi imaju 1 slobodan dan u našim poslovnicama koje rade 7 dana u tjednu.





Vizija:

Razvijati i otkriti potencijal mladih ljudi s Downovim sindromom, obučavati ih za posao koji mogu obavljati u skladu s njihovim sposobnostima, odgajati ih kao mlade ljude koji su stekli stručne i socijalne vještine potrebne za profesionalni i društveni život, koji imaju samopouzdanje i potpuno sudjeluju u proizvodnji i društvenom životu, te osiguravati njihovo ekonomsko i socijalno blagostanje.

Obuka:

U Tebessüm Kahve radi ukupno 10 mladih ljudi s Downovim sindromom, od kojih su 6 mladića i 4 djevojke, kao osoblje za pružanje usluge. Kako bismo vodili, podržavali, pratili i organizirali naše mlade ljude s Downovim sindromom koji su uključeni u društveni i poslovni život, pružamo im podršku našeg stručnjaka za obrazovanje i naših zaposlenika koje obučavamo u pravilnim tehnikama komunikacije s mladima s Downovim sindromom.



Prepreke:

Osobe s Downovim sindromom slične su svojim vršnjacima koji se razvijaju obično više nego što se razlikuju od njih. Mladi s Downovim sindromom svakodnevno postižu izvanredne rezultate i obavljaju uobičajene zadatke. Oni su odlučni u postizanju svojih ciljeva i imaju nade i snove za budućnost.

Iako poteškoće u učenju koje uzrokuju kašnjenja u mnogim razvojnim područjima utječu na osobe s Downovim sindromom, sva razvojna područja nisu podjednako pogođena.



Više detalja na:

<https://www.tebessumkahvesi.com.tr/>

Naziv društvenog poduzeća:

Darüşşafaka (National)

Područje:

edukacija

#2



Broj zaposlenika: oko 700 zaposlenih i 1000 studenata

Kategorija smanjenih mogućnosti: Talentirana djeca čiji otac i/ili majka nisu živi, oni koji nemaju financijske mogućnosti

Prepreke: nepoznato

Posebne aktivnosti zaposlenike sa smanjenim mogućnostima: provedene za srednjoškolsko obrazovanje

OPIS

Društvo Darüşşafaka osnovano je 1863. s ciljem pružanja jednakih mogućnosti u obrazovanju siromašnoj, talentiranoj djeci koja su ostala bez roditelja. Od tada je zadržao svoju prisutnost s misijom "jednakih mogućnosti u obrazovanju".



Vizija:

Obrazovne institucije Darüşşafaka imaju za cilj postati jedna od najuglednijih i najboljih škola u Turskoj i svijetu koje pružaju kvalitetno obrazovanje neprivilegiranoj i talentiranoj djeci bez očeva i/ili majki.

Prepreke:

- Kad se radi o ranjivim skupinama: o mehanizmima isključivanja koji podižu svijest, uključujući stereotipe i predrasude nastavnika/administratora na razini zajednice i škole.
 - Ciljane mjere za smanjenje konkretnih mehanizama/prepreka isključivanja, kao i rad s „većinom“
 - Izbjegavanje procesa/mehanizama označavanja
 - Potreba za suradnjom između različitih aktera na razini škole + partnera izvan škole (poslodavci, socijalni radnici, roditelji, lokalna uprava, civilno društvo)
-
- Naglašavanje važnosti dopiranja do roditelja i suradnje s njima
 - Ne govoriti o skupinama u nepovoljnom položaju, nego razgovarati s njima i pronaći zajednički jezik

OBSTACLES

• Širenje mjera i holistički pristup

Djeca u Darüşşafaki:

- Centar za poduzetništvo i mlade Darüşşafaka Techno pomaže im u razvoju njihove kreativnosti.
- Nudi im se računalno potpomognuto obrazovanje u učionicama i laboratorijima opremljenim najnaprednijim tehnologijama.
- Koriste potpuno opremljenu i bogatu knjižnicu.
- Uče tečno i ispravno koristiti turski i engleski jezik.

- Igraju košarku, nogomet i tenis na otvorenim i zatvorenim sportskim terenima, uče plivati i vježbaju.
- Organiziraju i gledaju predstave i drame u velikoj dvorani kazališta.
- Uče svirati glazbeni instrument koji žele i za koji su talentirani.
- Imaju pristup zdravstvenim uslugama.



→ <https://www.darussafaka.org/en>

Naziv društvenog poduzeća:

Otsimo

Područje:

edukacija, digitalna aplikacija

#3



Broj zaposlenika: 19 osnivača,
+100 000 širom svijeta

Kategorija smanjenih mogućnosti:
Nonverbal childrens, Autism

Prepreke: nepoznato

Posebne aktivnosti provedene za zaposlenike sa smanjenim mogućnostima: više institucionalnih struktura putem aplikacije

OPIS

Otsimo je platforma za mobilne igre koja uključuje edukativne igre za djecu s posebnim obrazovnim potrebama. Cilj mu je omogućiti potrebno i nepotpuno obrazovanje kod kuće putem pametnih uređaja kako bi djeca s teškoćama u učenju zbog raznih bolesti dobila intenzivno i kvalitetno obrazovanje.



Jedan od osnivača Otsima je Zafer Elcik. Ima petnaestodišnjeg brata s autizmom. Možemo reći da je ideja o Otsimou nastala zahvaljujući Alperovim poteškoćama u pristupu adekvatnom obrazovanju u djetinjstvu i njegovom posebnom interesu za pametne uređaje.

Zaferova priča:

Mom bratu je dijagnosticiran teški autizam kada je imao 2 godine. Tada sam imao 10 godina. Dugo je bio neverbalan i nije mogao čitati. Sjećam se onih dana kada smo htjeli da progovori koju riječ.

Bilo mu je teško usredotočiti se i učiti. Ali kad sam kupio svoj prvi pametni telefon, shvatio sam da moj brat ima poseban interes za pametne uređaje, oko 10 puta veći od njegove uobičajene pažnje prema okolini. Nakon toga sam mu kupio iPad na poklon.





Tada sam primijetio problem. Nije bilo dobro dizajniranih aplikacija za djecu s teškoćama poput njegove. Neke komunikacijske aplikacije bile su preskupe, a igrice su mu bile jako teške. Zbog toga je mogao igrati samo neke, koje su uključivale oglase koji mu mogu biti štetni.

Tako smo s mojim bliskim prijateljem odlučili napraviti osnovnu igru boja kako bismo mog brata naučiti bojama. U relativno kratkom vremenu postao je sposoban razlikovati boje. Njegov interes i uspjeh nadahnuli su nas da napravimo igrice za svako dijete koje može imati koristi od njih, te smo stvorili Otsimo, mobilnu obrazovnu platformu za djecu s teškoćama u razvoju.

Danas smo dosegli 100.000 korisnika diljem svijeta.



<https://otsimo.com/en/>

Naziv društvenog poduzeća:

TOÇEV (Support for Contemporary Living Association)

Područje: edukacija i društvena podrška

Okumak Her Çocuğun Hakkıdır!



#4



Farkında mısınız? Dokunuyoruz



Broj zaposlenika: 150 zaposlenika(30% sa smanjenim mogućnostima)

Kategorija smanjenih mogućnosti: Siročad i osobe sa smanjenim mogućnostima

Prepreke: Ograničeni resursi, društvena stigma i nedostatak svijesti o potencijalu pojedinaca sa smanjenim mogućnostima

Posebne aktivnosti provedene za zaposlenike sa smanjenim mogućnostima: TOÇEV pruža strukovnu obuku, programe mentorstva i prilike za osobni razvoj zaposlenicima sa smanjenim mogućnostima.

OPIS

TOÇEV je društveno poduzeće koja ima za cilj pružiti obrazovanje, podršku siročadi i osobama sa smanjenim mogućnostima. Nude razne obrazovne programe, stipendije i obuku životnih vještina kako bi tim pojedincima omogućili samostalan i uspješan život.



Ciljana skupina: Siročad i osobe sa smanjenim mogućnostima

Konkurencija: TOÇEV surađuje s drugim nevladinim organizacijama, javnim institucijama i privatnim tvrtkama u Turskoj kako bi učinkovito odgovorio na potrebe svoje ciljne skupine.

Prenosivost u druge sektore: TOÇEV-ov model može se replicirati u drugim sektorima kako bi se podržali pojedinci sa smanjenim mogućnostima pružajući im potrebne vještine i prilike za osobni rast.



www.tocev.org.tr

Naziv društvenog poduzeća:

SosyalBen Foundation

Područje: Osnaživanje i obrazovanje mladih

#5



Broj zaposlenika: 25 zaposlenika (50% osoba sa smanjenim mogućnostima)

Kategorija smanjenih mogućnosti: Neprivilegirani mladi i studenti

Prepreke: Ograničen pristup kvalitetnom obrazovanju, nedostatak sredstava i društvena isključenost

Posebne aktivnosti provedene za zaposlenike sa smanjenim mogućnostima: Zaklada SosyalBen pruža radionice za razvoj vještina, mentorske programe i mogućnosti stažiranja za zaposlenike s malo prilika za poboljšanje svog profesionalnog razvoja.

OPIS

Zaklada SosyalBen je organizacija društvenog poduzetništva koja se fokusira na osnaživanje mladih i studenata u nepriviligiranom položaju kroz obrazovanje i mentorstvo. Oni daju stipendije, programe podučavanja i izvannastavne aktivnosti kako bi podržali akademski i osobni razvoj ovih pojedinaca.



Ciljana skupina: Neprivilegirani mladi i studenti

Konkurencija: Zaklada SosyalBen surađuje sa školama, sveučilištima i drugim nevladinim organizacijama kako bi osigurala sveobuhvatnu podršku ciljnoj skupini i maksimizirala njihov učinak.

Prenosivost u druge sektore: Pristup Zaklade SosyalBen može se prilagoditi različitim sektorima kako bi se osnažili pojedinci s malo mogućnosti kroz obrazovanje, mentorstvo i razvoj vještina.



www.sosyalben.org

***Sažetak
intervjua
s mladima***



Sažetak Rumunjsk a



Broj
ispitanika

26 ispitanika

42.31% žene

57.69% muškarci



Podjela po
spolu



Podjela po
području

38.64% ruralno

61.54% gradsko

godina 16-17 = 4

godina 18-20 = 9

godina 21-24 = 6

godina 25-30 = 7



Podjela po
godinama





- Njih 27% doživjelo je diskriminaciju na tržištu rada. Među tim diskriminacijama najviše je onih koje se odnose na njihovu etničku pripadnost i dob.
- 70% je izjavilo da ima ekonomska znanja: o prodaji, marketingu i osnovama ekonomije. S druge strane, postotak dosta pada u području primarnog i financijskog računovodstva, preko 60% izjavljuje da slabo poznaje to područje.
- Samo 38% zna kako pokrenuti poduzeće, start-up, i to nam potvrđuje da je to plodno tlo koje treba istražiti. Među onima koji su pokazali interes za otvaranje start-upa, njih 58% je priznalo da nema nikakvog znanja u području koje ih zanima, niti iskustva. Domena se jako razlikuje, od marketinga, mode, do IT-a, umjetnosti, događaja itd.
- 42% onih koji su izjavili da imaju iskustva u području dobili su ga sudjelovanjem u događajima i umrežavanjem s ljudima na terenu, ostali volontiranjem ili stvarnim radom na terenu.
- Glavno područje interesa im je poduzetništvo, menadžment i timski rad. Samo 4% izravno je zainteresirano za računovodstvo, dok ostala područja interesa prilično variraju.



Sažetak Litva



Broj
ispitanika

10 ispitanika

50% žene

50% muškarci



Podjela po
spolu



Podjela po
području

30% ruralno

70% gradsko

godina 16-17 = 0

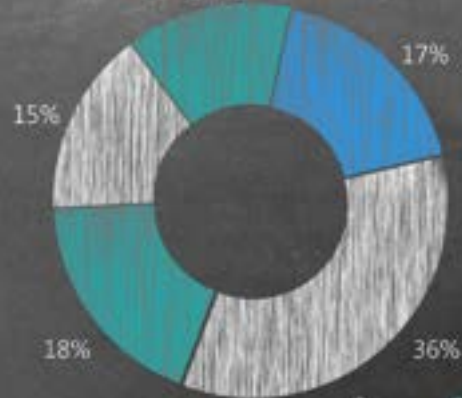
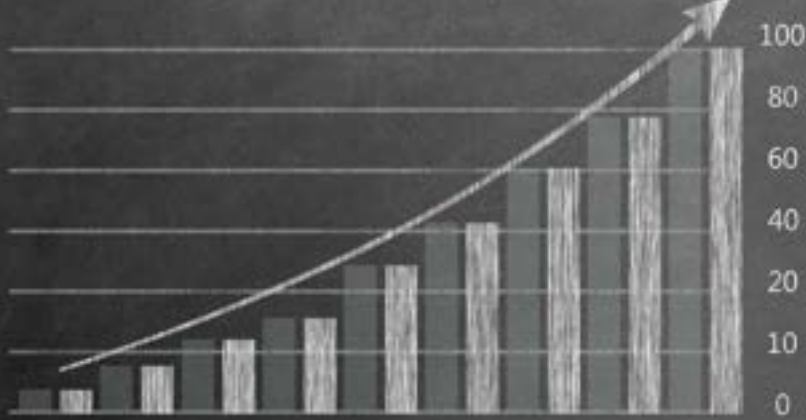
godina 18-20 = 1

godina 21-24 = 5

godina 25-30 = 4



Podjela
po
godinama



- Obrazovanje je bilo različito: 6 ispitanika ima diplomu prvostupnika, 2 više škole, 1 srednje stručne spreme, 1 osoba s magisterijem.
- Radno iskustvo u grupi je manje od 1 godine.
- Iskustvo koje su imali bilo je u umjetnosti, maloprodaji, uslužnim djelatnostima ili poljoprivredi.
- Glavne prepreke za ulazak na tržište rada: dugotrajna nezaposlenost, život u ruralnom području, kulturno podrijetlo, nezavršeno obrazovanje, intelektualne teškoće.
- Potrebna podrška u financijskom, obrazovnom, birokratskom i psihološkom smislu.
- Polovica ispitanika živi s obitelji i ona ih uzdržava.
- Mladi nemaju znanja o većini kategorija potrebnih za pokretanje posla.
- Međutim, grafikon ilustrira da bi 80% ispitanika željelo pokrenuti posao s partnerom, dok bi 20% željelo to učiniti sami.
- 70% ispitanika reklo je da bi koristilo javna sredstva za pokretanje svog poslovanja.
- 50% ispitanika želi saznati više o procesu stvaranja i testiranja ideje.



Sažetak Hrvatska



Broj
ispitanika

10 ispitanika

70% žene

30% muškarci



Podjela po
spolu



Podjela po
području

20% ruralno

80% gradsko

godina 16-17 = 0

godina 18-20 = 0

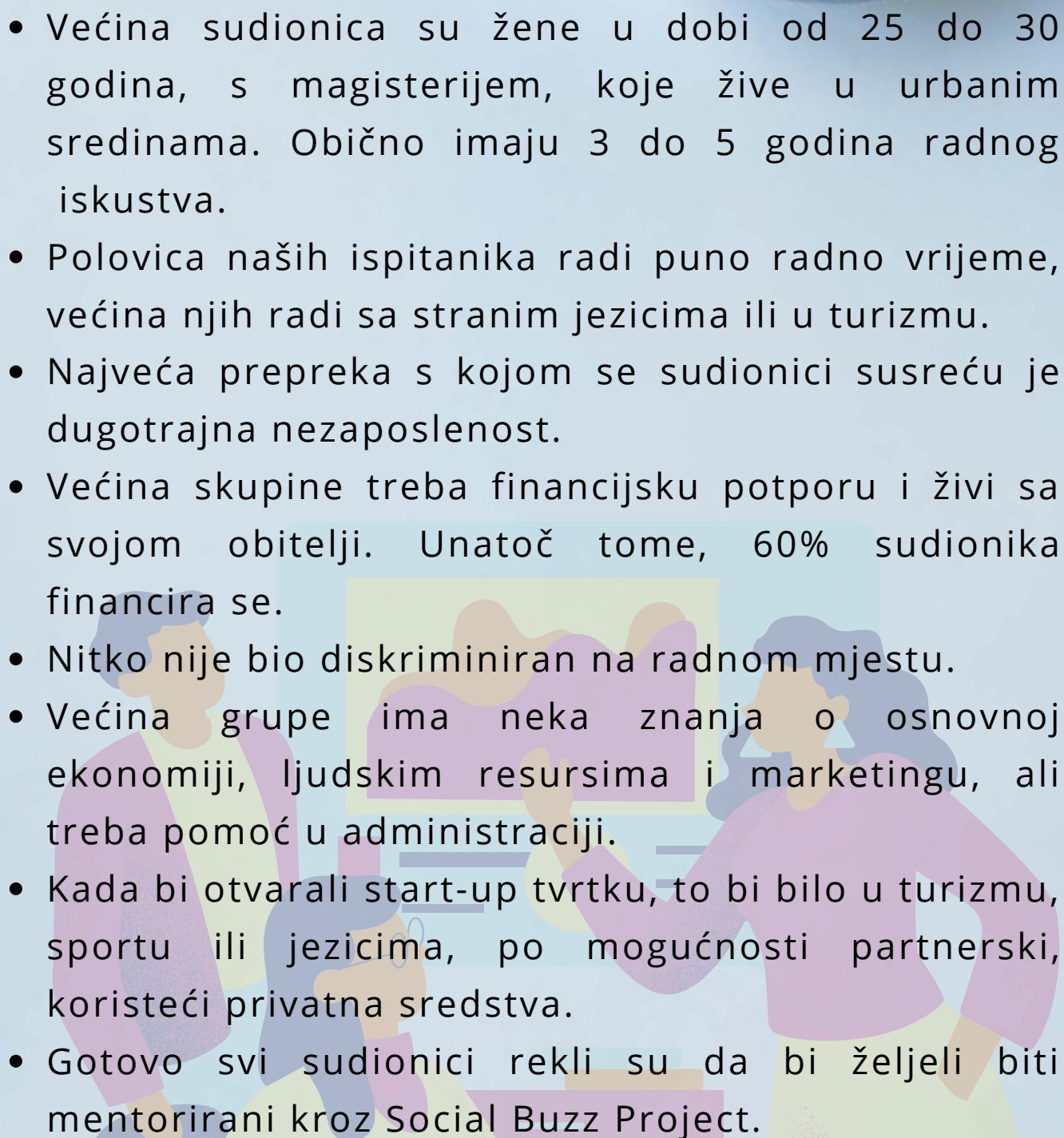
godina 21-24 = 2

godina 25-30 = 8



Podjela po
godinama



- 
- Većina sudionica su žene u dobi od 25 do 30 godina, s magisterijem, koje žive u urbanim sredinama. Obično imaju 3 do 5 godina radnog iskustva.
 - Polovica naših ispitanika radi puno radno vrijeme, većina njih radi sa stranim jezicima ili u turizmu.
 - Najveća prepreka s kojom se sudionici susreću je dugotrajna nezaposlenost.
 - Većina skupine treba financijsku potporu i živi sa svojom obitelji. Unatoč tome, 60% sudionika financira se.
 - Nitko nije bio diskriminiran na radnom mjestu.
 - Većina grupe ima neka znanja o osnovnoj ekonomiji, ljudskim resursima i marketingu, ali treba pomoć u administraciji.
 - Kada bi otvarali start-up tvrtku, to bi bilo u turizmu, sportu ili jezicima, po mogućnosti partnerski, koristeći privatna sredstva.
 - Gotovo svi sudionici rekli su da bi željeli biti mentorirani kroz Social Buzz Project.



Sažetak Turska



Broj
sudionika

11 ispitanika

63.6% žene

36.4% muškarci



Podjela po
spolu



Podjela po
području

9.1% ruralno

90.9% gradsko

godina 18-20 =

36%

godina 21-24 =

64%



Podjela
po
godinama



- Dok 45% ispitanika tvrdi da nema prethodnog radnog iskustva, mlađi punoljetni koji se još školuju i oni koji su diplomirali i sami žive čine 54,5% od ukupnog broja, dok njih 18,2% i dalje boravi u studentskom smještaju.
- Na tržištu rada diskriminacija je bila problem za njih 36,4%. Većina ovih oblika predrasuda temelji se na njihovoj dobi.
- 90% ispitanika tvrdi da ima znanja o prodaji. Nasuprot tome, brojka se znatno smanjuje kada je riječ o financijskom računovodstvu, gdje više od 63% ispitanika tvrdi da im nedostaje dublje znanje.
- Samo 45% ispitanika može pokrenuti posao ili start-up, što pokazuje da postoji dovoljno prostora za istraživanje.
- 46% ispitanika tvrdi da ima iskustva u području interesa, bilo kroz plaćeni posao, volonterski rad, sudjelovanje na događajima ili aktivnosti umrežavanja.
- 91% mladih ispitanika priznalo je da ne bi željeli primiti pomoć od države.
- Njihovo primarno područje interesa uključuje brendiranje i marketing. Ostali imaju vrlo različite interese.

Za pristup cijelom
istraživanju skenirajte
QR kod I

Scan me



***Sažetak
ankete s
osobama
koje rade
s mladima***



Broj
ispitanika

36

Rumunjska



58% žene



42% muškarci

Podjela po
spolu



Podjela po
području

12% ruralno

88% gradsko

godina 18-20 = 19%

godina 21-24 = 23%

godina >30 = 58%



Podjela po
godinama

ZAKLJUČCI



Kao zaključak, među anketiranim osobama koje rade s mladima, s prevladavajućom stručnošću iz gradske sredine, vrlo dobro obučenim i iskusnim u području rada, nalazimo povećan interes za poduzetništvo kod starijih od 30 godina, aktivnih u nevladinim organizacijama, koje rade s mladima sa smanjenim mogućnostima, prvenstveno kroz mentorstvo kako bi mlade osposobili za njihove projekte u zajednicama u kojima su aktivni.



Većina radnika koji rade s mladima obučava mlade ljude koji imaju geografske poteškoće i imaju manji pristup prilikama i informacijama, kao i mlade nezaposlene osobe koje trebaju veze s više točaka gledišta. Profil ovih mladih ljudi u prilično visokom postotku ocrtavaju oni koji iz različitih razloga nemaju financijsku stabilnost, a tek onda oni koji se suočavaju s raznim zdravstvenim problemima (bilo fizičkim, psihičkim ili raznim ovisnostima).



Za većinu radnika, metode rada u obliku poduzetničkih radionica najčešće su korištene u osposobljavanju spomenutih mladih ljudi, te kazalište i improvizacija, zatim studijski boravci, edukativni filmovi, kvizovi, javni kafići i drugi društveno-edukacijski programi.



Broj
ispitanika

33

Litva



25 žene



8 muškarci

Podjela po
spolu



Podjela po
području

15% ruralno

85% gradsko

godina 18-20 = 13

godina 21-24 = 13

godina >30 = 7



Podjela po
godinama

ZAKLJUČCI

- Ukupan broj ispitanika: 33
- 85% ispitanika živi na gradskom području.
- 76% ispitanika su žene.
- Raspon godina ispitanika je od 21 do 24.
- Rezultati radnog iskustva uvelike variraju.
- Ispitanici su visokoobrazovani.
- 73.3% ispitanika radi za nevladinu organizaciju/udrugu.
- Mentorstvo je najčešće prijavljeno iskustvo.
- Radionice su glavni oblik neformalnog obrazovanja.
- Mali postotak ispitanika posjeduje vještine vezane uz poduzetništvo.



Broj
ispitanika

32

Hrvatska



81% žene



19% muškarci

Podjela po
spolu



Podjela po
području

28% ruralno

72% gradsko

godina 18-20 = 46%

godina 21-24 = 21%

godina 25-30 = 21%

godina >30 = 12%



Podjela po
godinama

ZAKLJUČCI

- Većinu ispitanika čine žene od 18 do 20 godina, koje žive u urbanim sredinama, s diplomom magistra.
- Imaju više od 5 godina iskustva.
- Većina sudionika ne radi u nevladinoj organizaciji ili javnoj ustanovi.
- Većina grupe ima obrazovnih prepreka i živi na malom otoku.
- Većina ispitanika sudjeluje na radionicama poput open space i photo voice.
- Druge ljude uglavnom obučavaju u upravljanju, timskom radu, brendiranju i marketingu, kreiranju i testiranju ideje, poduzetništvu i razvoju proizvoda.
- Kompetencije koje većinu sudionika definiraju kao osobe koje rade s mladima su asertivne i nenasilne komunikacijske vještine.
- Većina grupe zainteresirana je za sudjelovanje u mobilnosti u drugu zemlju kako bi razvili svoje radne vještine i razmijenili vještine dobre prakse.
- Najzanimljivije teme za naše ispitanike su: kreiranje i testiranje ideje, brendiranje i marketing te poduzetništvo.



Broj ispitanika

109



55% žene



45% muškarci

Podjela po
spolu



Podjela po
području

8% ruralno

92% gradsko

godina 18-20 = 15%

godina 21-24 = 50%

godina 25-30 = 25%

godina >30 = 10%



Podjela po
godinama



ZAKLJUČCI

- Kao zaključak, nalazimo povećani interes za poduzetništvo onih koji su aktivni u sektoru nevladinih organizacija i rade s mladima sa smanjenim mogućnostima, prvenstveno kroz mentorstvo kako bi osposobili mlade za njihove projekte u zajednicama u kojima su aktivni.
- Ove osobe koje rade s mladima imaju većinu stručnog znanja iz urbanog područja, vrlo su dobro obučeni, obrazovani i iskusni u svom području rada.
- Većina radnika koji rade s mladima radi s mladom dobnom skupinom kojoj su potrebne veze iz nekoliko perspektiva, kao i s mladim ljudima koji su geografski nepovoljnog položaja i imaju ograničen pristup prilikama i informacijama.
- Ove mlade osobe imaju prilično visoku stopu financijske nestabilnosti zbog različitih uzroka, a također imaju razne zdravstvene probleme.
- Za većinu radnika, poduzetničke radionice su najčešće korištene metode osposobljavanja za navedene mlade ljude, a zatim slijede raznovrsne obuke i druge društveno-edukativne tehnike.

Za pristup cijelom
istraživanju skenirajte
QR kod I

Scan me



**INOVATIVNE
METODE KOJE SE
KORISTE KAO ALATI
ZA RAD S MLADIMA**

&

**RAZVIJANJE
KOMPETENCIJA U
DRUŠTVENOM
PODUZETNIŠTVU**

MJEŠOVITE METODE ZA 4 EUROPSKE ZEMLJE

ZAJEDNICE DRUŠTVENIH PODUZETNIKA

Prema istraživanju o mladima i osobama koje rade s mladima u 4 različite zemlje EU-a otkrili smo sljedeće:

Postoji mnogo posebnosti u svakoj zemlji, regiji, zajednici i skupini ljudi, i zato postoji tako velika raznolikost metoda i alata za poduzetnike diljem svijeta, ali, u isto vrijeme, postoji nedostatak kompatibilnosti pronalaženja pravih metoda ili prave prilike za spajanje s novim poduzetnikom i idejom/proizvodom/uslugom. Trebamo upakirati sve ovo u DRUŠTVENU perspektivu kako bismo imali kompetentnije mlade, jače zajednice i bolje vođene razvojne procese.



MJEŠOVITE METODE ZA 4 EUROPSKE ZEMLJE. ZAJEDNICE DRUŠTVENIH PODUZETNIKA.

Posebности: Postojeći alati za poduzetnike i poslovanje mogu se prilagoditi društvenom području, kroz gejmfikaciju, mentorstvo, improvizaciju, proces refleksije, dodavanje kreativnosti, prilagođavanje mladima i osobama koje rade s mladima u različitim zajednicama, prilagođeno ciljnoj skupini i specifikacija ideja/usluga/proizvoda, kako bi se uklapali u pravi tijek metode.



Alati

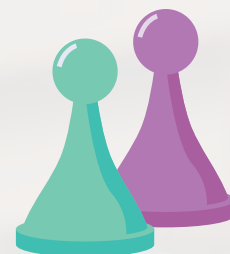
360° perspektive
za društveno
poduzetništvo



Alati za teme

Društveno/poduzetništvo
Kreiranje/testiranje ideje
Razvoj kupaca/proizvoda/usluge
Brendiranje i marketing
Prodaja
Računovodstvo
Upravljanje resursima – timski rad
Ulaganja i potpore
Vrsta poduzeća

Metoda #1. 360° PERSPEKTIVE ZA DRUŠTVENO PODUZETNIŠTVO



Edukativna društvena igra o poduzetništvu

Ovom metodom se potiče olakšavanje procesa samootkrivanja PLANA kako bi se sudionicima omogućilo da što više pitanja odgovore o svojoj ideji projekta ili poslovnom planu pod pritiskom vremena, interakcijom s drugim ljudima, ali i sažimanjem u ključne riječi koje će drugi koristiti za definiranje njihove ideje (Model: DIXIT i ACTIVITY igre za poduzetnike). Koristeći metode TABU ili GUESSING, ova igra može biti začinjena humorom i zabavom, ali također će razvijati vještine izazivajući sudionike da razmišljaju iz više perspektiva i pronalaze rješenja za svaki korak.



M#1.Društvena igra 360° PERSPEKTIVE ZA DRUŠTVENO PODUZETNIŠTVO



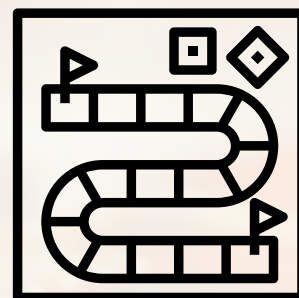
Tema: Edukativna društvena igra o poduzetništvu



Razina: Srednje teška, ali može se igrati i na visokoj razini radi provjere vašeg poslovnog plana tijekom igre. Potrebno je razumijevanje poduzetničkog procesa ili znatiželja za otvaranjem poduzeća, društvenog projekta, udruge itd.



Nova poduzetnici, početnici,
Pokretači projekta,
dob 18 - 40 godina.



Preporučuje se 4-6 igrača (može se prilagoditi grupama)



1-2 sata (voditelj može prilagoditi vrijeme ovisno o broju igrača, razini razumijevanja itd.).

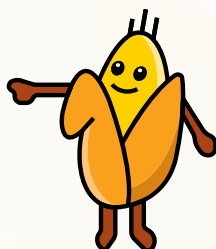
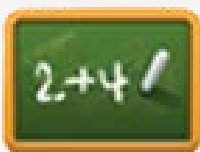
Vrijeme se može dodati kao povećanje učinkovitosti povećavajući količinu ideja i mijenjajući fokus: generiranje ideja kroz brainstorming koje se kasnije mogu razrađivati u mentorskom procesu.

M#1. Društvena igra 360° PERSPEKTIVE ZA DRUŠTVENO PODUZETNIŠTVO



Edukativna društvena igra o poduzetništvu

Postoje mnoge posebnosti u svakoj zemlji, regiji, zajednici i grupi ljudi, zbog čega postoji velika raznolikost metoda i alata za poduzetnike diljem svijeta. No istovremeno postoji nedostatak kompatibilnosti u pronalaženju pravih metoda ili traženju prave prilike koja odgovara novom poduzetniku i ideji/proizvodu/usluzi. Sve ovo se može uklopiti u društvenu perspektivu kako bismo imali kompetentniju mladež, jače zajednice i usmjerene razvojne procese.



Posebnosti: Postojeći alati za poduzetnike i poslovanje mogu se prilagoditi društvenom području kroz gejmfikaciju, mentorstvo, proces improvizacije i refleksije te dodavanje kreativnog pregleda, prilagođavajući se mladima i radnicima u mladenačkom sektoru u različitim zajednicama, uzimajući u obzir ciljnu skupinu i specifikacije ideja/usluga/proizvoda kako bi se uklopili u odgovarajuću metodu.

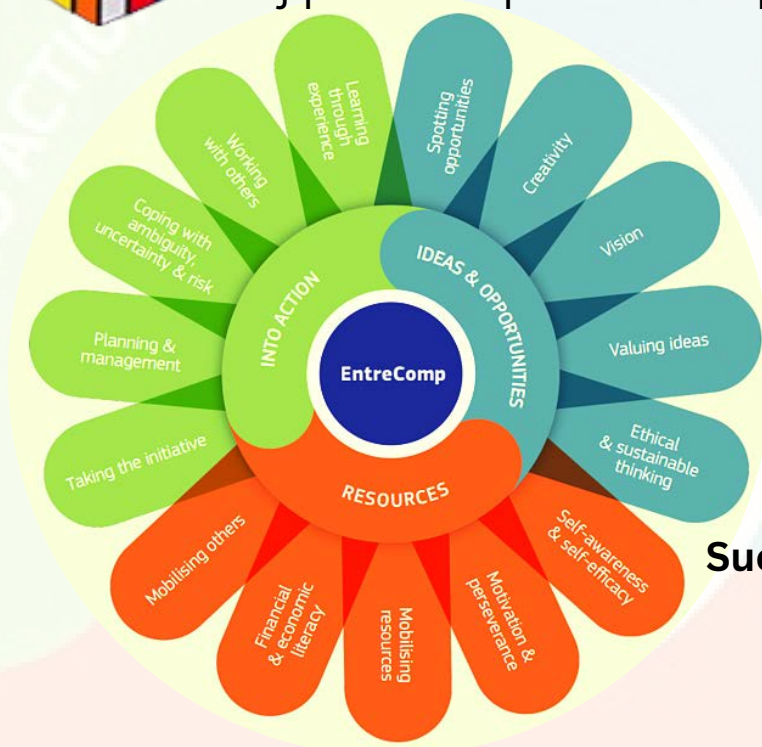


M#1. Društvena igra

360° PERSPEKTIVE ZA DRUŠTVENO PODUZETNIŠTVO



Ciljevi: Pružiti podršku u stvaranju poslovnog plana putem upoznavanja i isprobavanja različitih alata i metoda koje se koriste za olakšavanje procesa postajanja poduzetnikom. Promatrati svoj poslovni plan iz svih perspektiva.



Kompetencije:

kreativnost

Vizija

Motivacija

Samosvijest

Preuzimanje inicijative

Planiranje i menadžment

Učenje kroz iskustvo

Suočavanje s dvosmislenošću

Nesigurnost i rizik

**Davanje konstruktivne
povratne informacije**



ENTRECOMP: The European Entrepreneurship Competences Framework - Poduzetničke kompetencije prepoznate na europskoj razini.

<https://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=1317&langId=en>



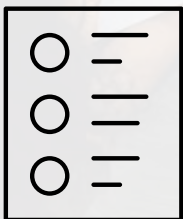
Potrebni materijali:

1 flip chart papie, olovke za crtanje i bojanje, A6-karton, A7- karte, pijuni

M#1. Društvena igra 360° PERSPEKTIVE ZA DRUŠTVENO PODUZETNIŠTVO



Osvrt i evaluacija: Ova metoda treba biti facilitirana kako bi se sudionicima pomoglo da odgovore na što više pitanja pod pritiskom vremena, koristeći ključne riječi (kao u igrama DIXIT i ACTIVITY). Koristeći metode TABU ili GUESSING, ova igra može biti začinjena humorom i zabavom, ali također će razvijati kompetencije tako da izaziva razmišljanje iz različitih perspektiva i pronalaženje rješenja za svaki korak.



Prije, tijekom i nakon igre:

- Koja je tema?
- Što se uči o temi?
- Što je bilo novo?
- Što je bilo jednostavno?
- Što je bilo zbunjujuće?
- Što da radim s onim što sam naučio?



M#1.Društvena igra

360° PERSPEKTIVE ZA DRUŠTVENO PODUZETNIŠTVO

Savjeti: Potaknite sudionike da razmišljaju o jednostavnoj ideji koju bi željeli zaživjeti ili o poslu koji će prije provesti u praksi, da razmišljaju o tome na 360° različitih načina. Imati barem 1 smjer i razjasniti na putu, otkrivajući i dovršavajući IDEJU ZAGONETKE tijekom procesa ove igre, odgovarajući na različita pitanja kako biste bolje razumjeli je li ideja dobra ili ne, voljena ili ne, je stvaran ili ga zadržati kao iluziju, i promijeniti ga realističnijim.

Potaknite ih na početku da napišu svoj SAN, IDEJU, PROJEKT, POSLOVNI PLAN, općenito, a zatim da detaljnije razrade različite dijelove toga i razvijaju u pokretu.



upute: PLOČA IGRE je utrka stazom koju treba postići vožnjom do sljedećih odredišta (korak po korak):

1. ODABIR ULOGE
2. IZRADI KARTU
3. RESURSI
4. TOČKA PROVJERE
5. REFLEKSIJA
6. MENTORSTVO
7. DIGITALNA ZAJEDNICA
8. POV RATNA INFORMACIJA
9. POBJEDA





Upute: PLOČA IGRE IZGLEDA OVAKO -> utrku koju treba završiti sljedeći sljedeće korake:

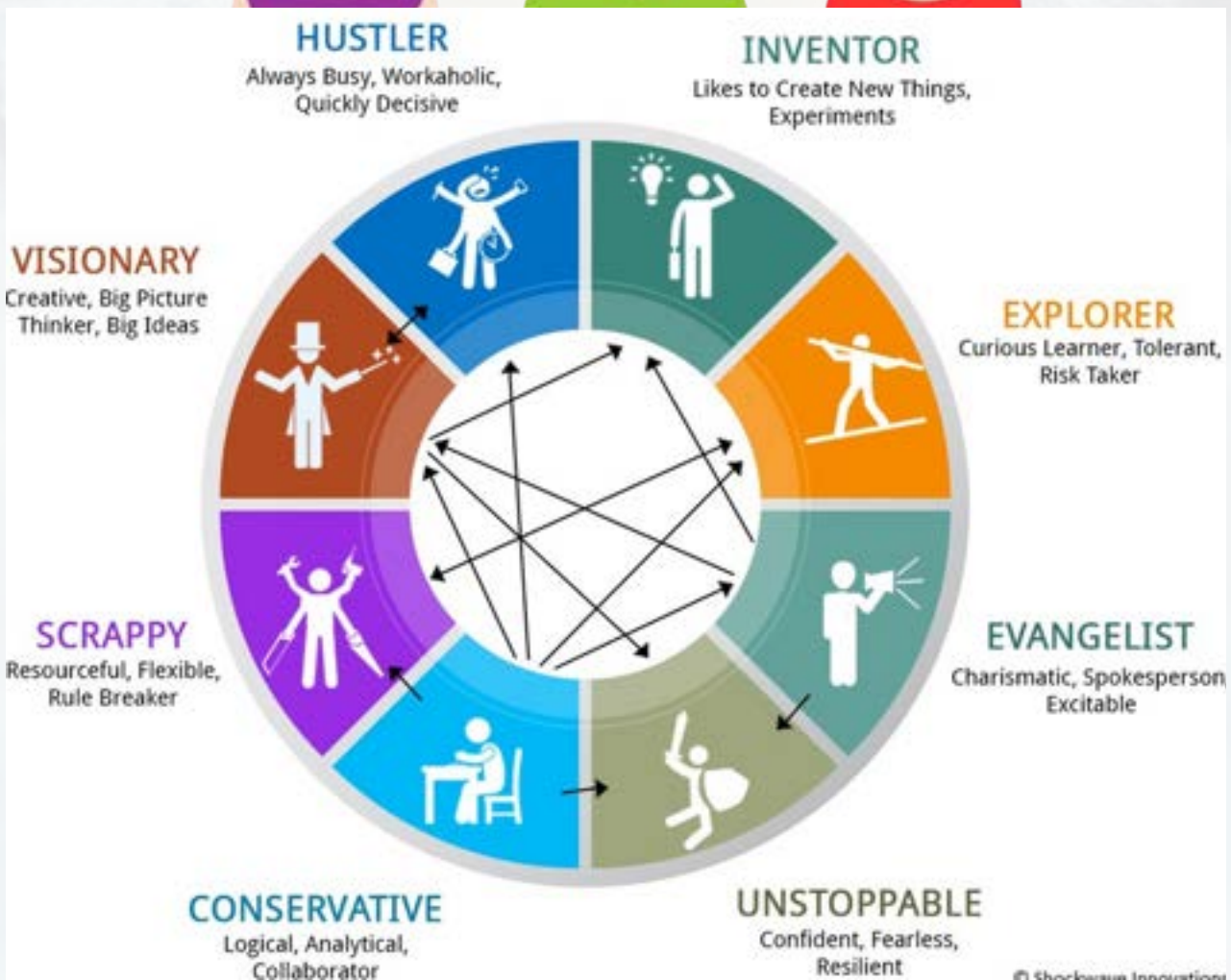
- ±0. Odabir svog pijuna ULOGE: Motivator, vođa, strastveni lovac, dizajner vizije,
- ±1. Stvaranje mape - Proces oluje ideja: pitanja i mapiranje ideje
- ±2. INFO KARTICE - dobre prakse
- ±3. TOČKA provjere - je li vaša ideja u skladu s ciljevima održivog razvoja
- ±4. KARTICE ZA RAZMIŠLJANJE OSNOVNI KVIZ: Tko, što, kada, kako, zašto?
- ±5. BUDITE TRENER - dajte i primite preporuke - u interakciji s drugim igračima i tijekom razmjene, podučavate jednog drugoga idejama, razmjenjujući OBJEKTIVNE perspektive
- ±6. DIGITALNA ZAJEDNICA
- ±GOVOR -> kako primiti povratnu informaciju - Dajte konstruktivne povratne informacije - objavite ih!
- ±Skriveni glasovi i uvjeti za pobjedu!

M#1. Društvena igra 360° PERSPEKTIVE ZA DRUŠTVENO PODUZETNIŠTVO

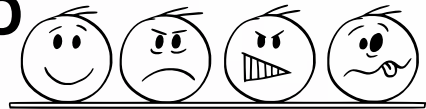


Izaberi ulogu!

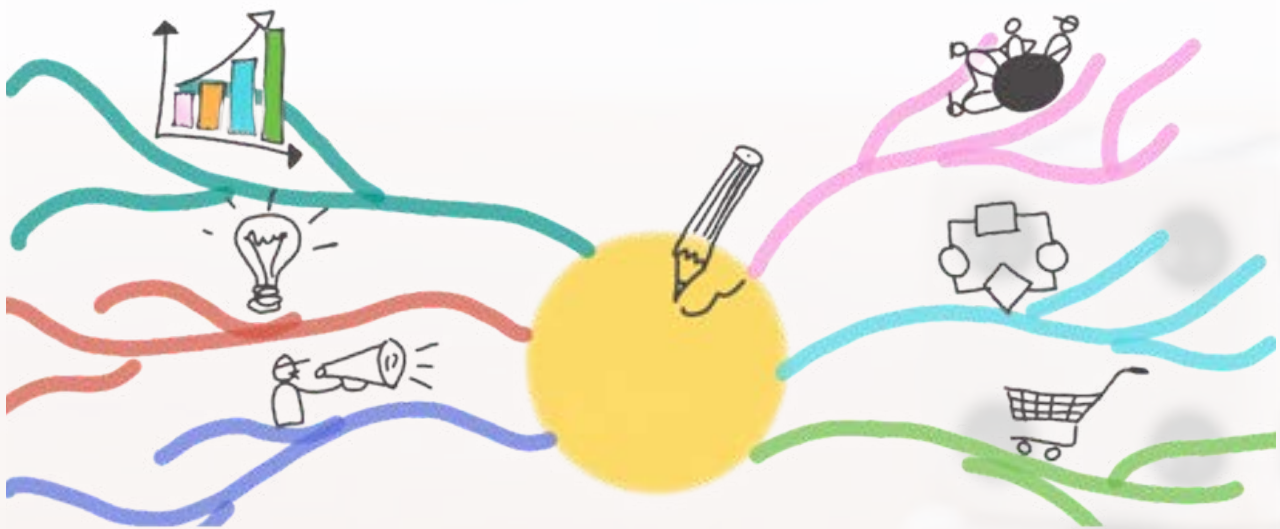
Gdje se vidite u timu? Jeste li motivator, ili vođa, strastven, kreativac ili pokretač?



M#1. Društvena igra 360° PERSPEKTIVE ZA DRUŠTVENO PODUZETNIŠTVO



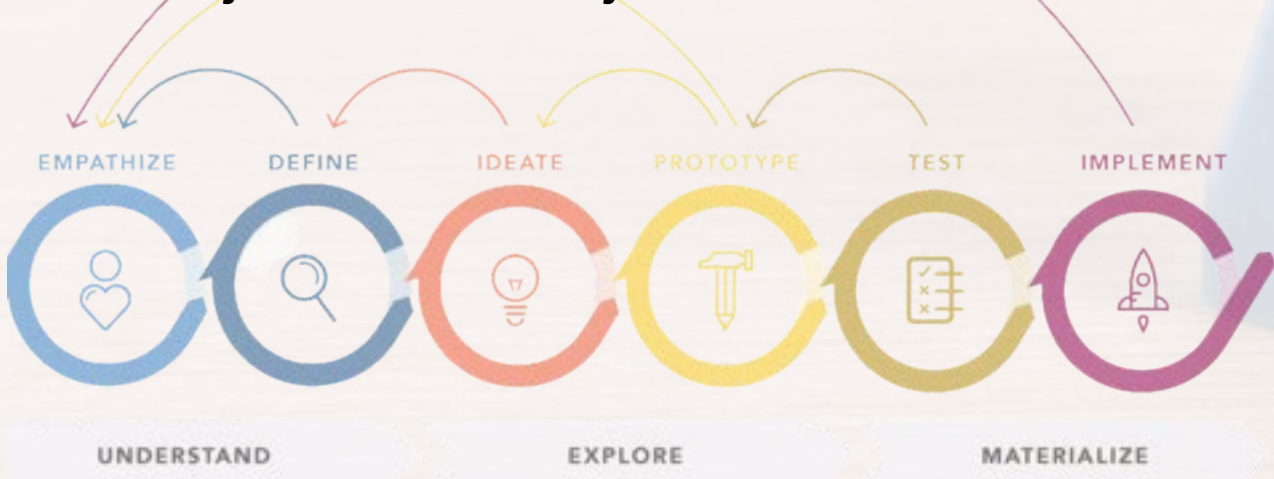
Mind Mapping – korištenje ove metode za početak razmišljanja o vašem poslovnom planu: tim, strategija, proizvod/usluga, profit, ideja, marketing:



Razmišljanje o vašoj društvenoj poslovnoj ideji:

Koji je najbolji ishod ove ideje/projekta?

RAZUMIJEVANJE (proces) -> ISTRAŽIVANJE (igranje i razmišljanje) -> MATERIJALIZIRANJE (idite dublje i stalno vizualizirajte dok to ne dobijete u stvarnosti)



M#1. Društvena igra

360° PERSPEKTIVE ZA DRUŠTVENO PODUZETNIŠTVO



Informacije i resursi (odaberite 1 od ovih 6 karata, bacanjem kockice ili samo izgovaranjem broja od 1 do 6, redosljedom karata, a ostali neka pogađaju ključne riječi):

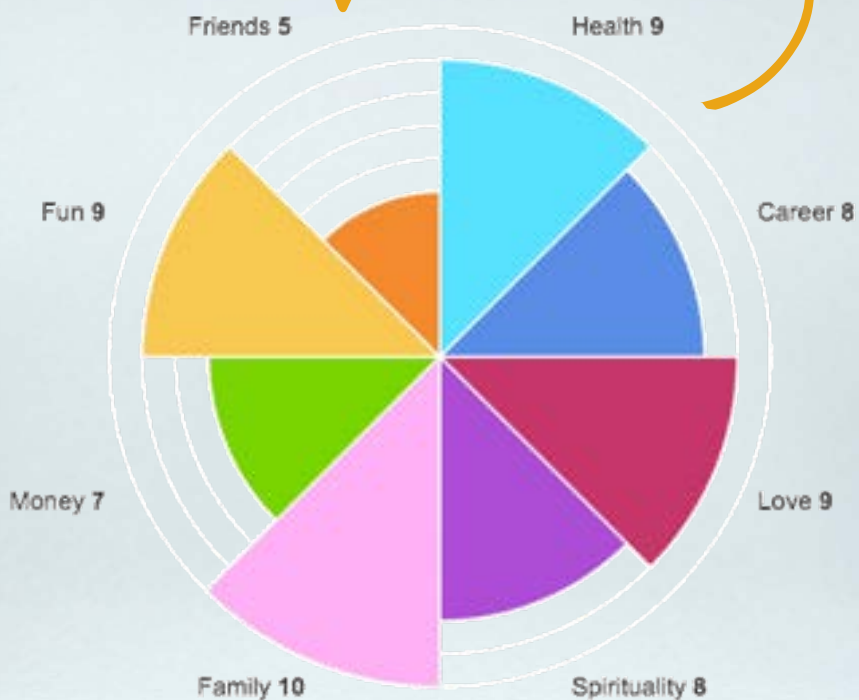
<p>1</p> <p>Ecopreneurship</p> <p>Entrepreneurship where the focus of the business is to operate sustainably or to help the environment. Known as environmental entrepreneurship and green entrepreneurship.</p>	<p>2</p> <p>Start-up</p> <p>A startup is a company that's in the initial stages of business.</p>	<p>3</p> <p>Ecosystem</p> <p>A group of people, startups, and related organizations that work as a system to create and scale new startups.</p>
<p>4</p> <p>Entrepreneur</p> <p>A person who organizes, operates, and assumes the risk for a business venture.</p>	<p>5</p> <p>Pitch</p> <p>To propose a business idea, usually with the goal of obtaining a contract or funding</p>	<p>6</p> <p>Business Angel</p> <p>An independent individual who provides capital for the development of a business</p>



THE GLOBAL GOALS

M#1. Društvena igra 360° PERSPEKTIVE ZA DRUŠTVENO PODUZETNIŠTVO

Kontrolna točka: Napravite svoj kotač života na osobnoj razini, zatim na profesionalnoj razini, imajući globalni pregled.



M#1. Društvena igra 360° PERSPEKTIVE ZA DRUŠTVENO PODUZETNIŠTVO

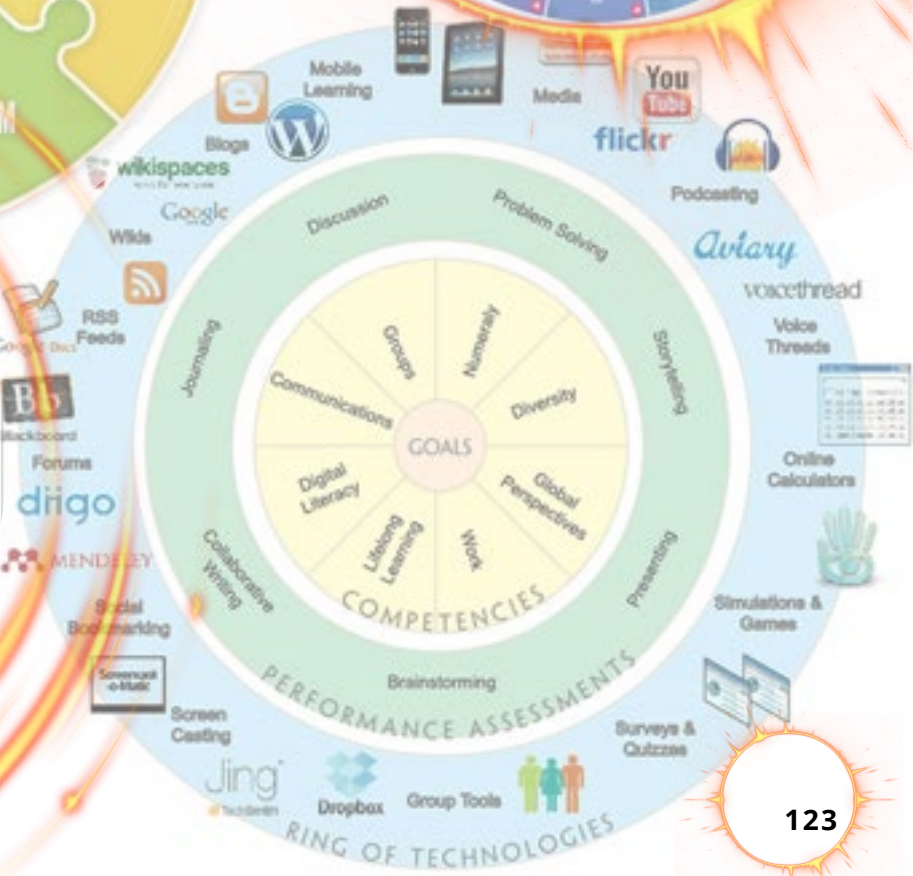
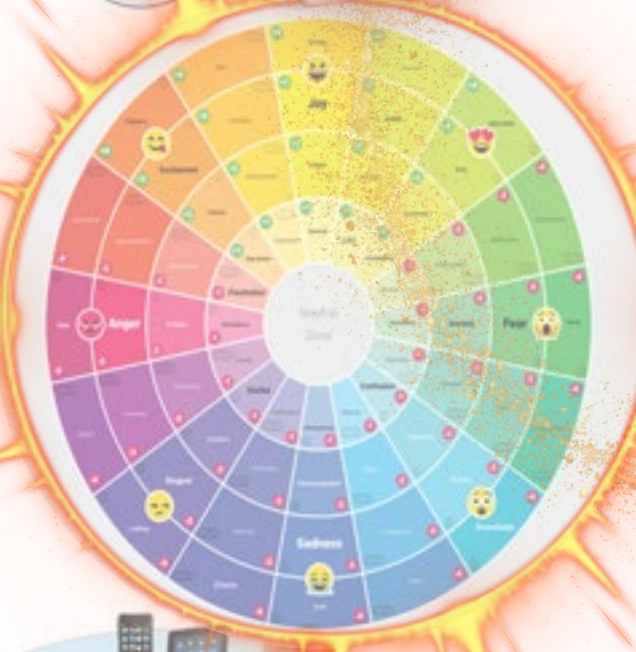
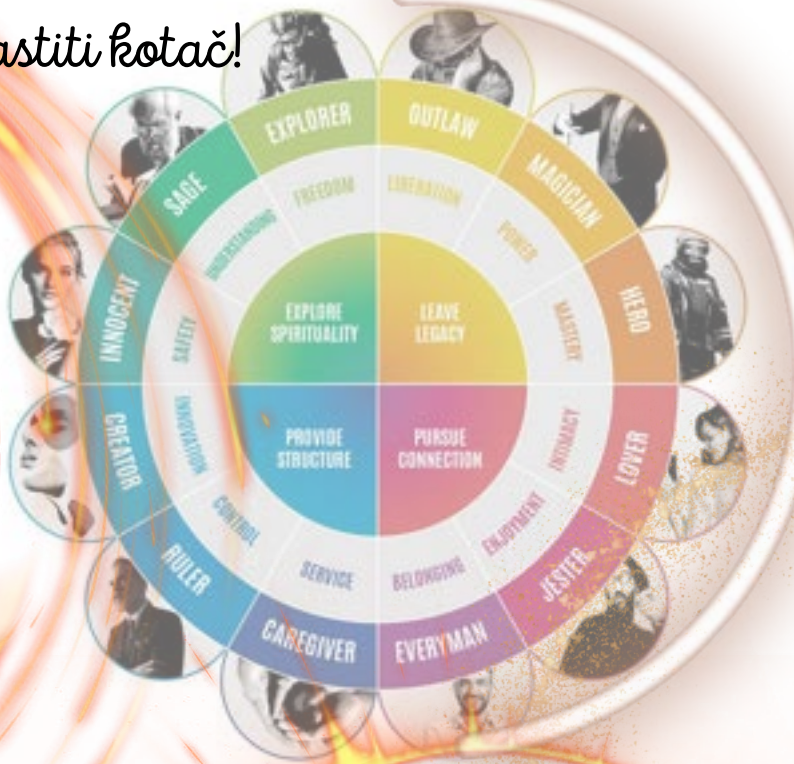


Kontrolna točka:

**CILJEVI PODUZETNIŠTVA ODRŽIVOG RAZVOJA -
Model kotača koji potiče održive ideje poduzeća**



Stvorite vlastiti kotač!

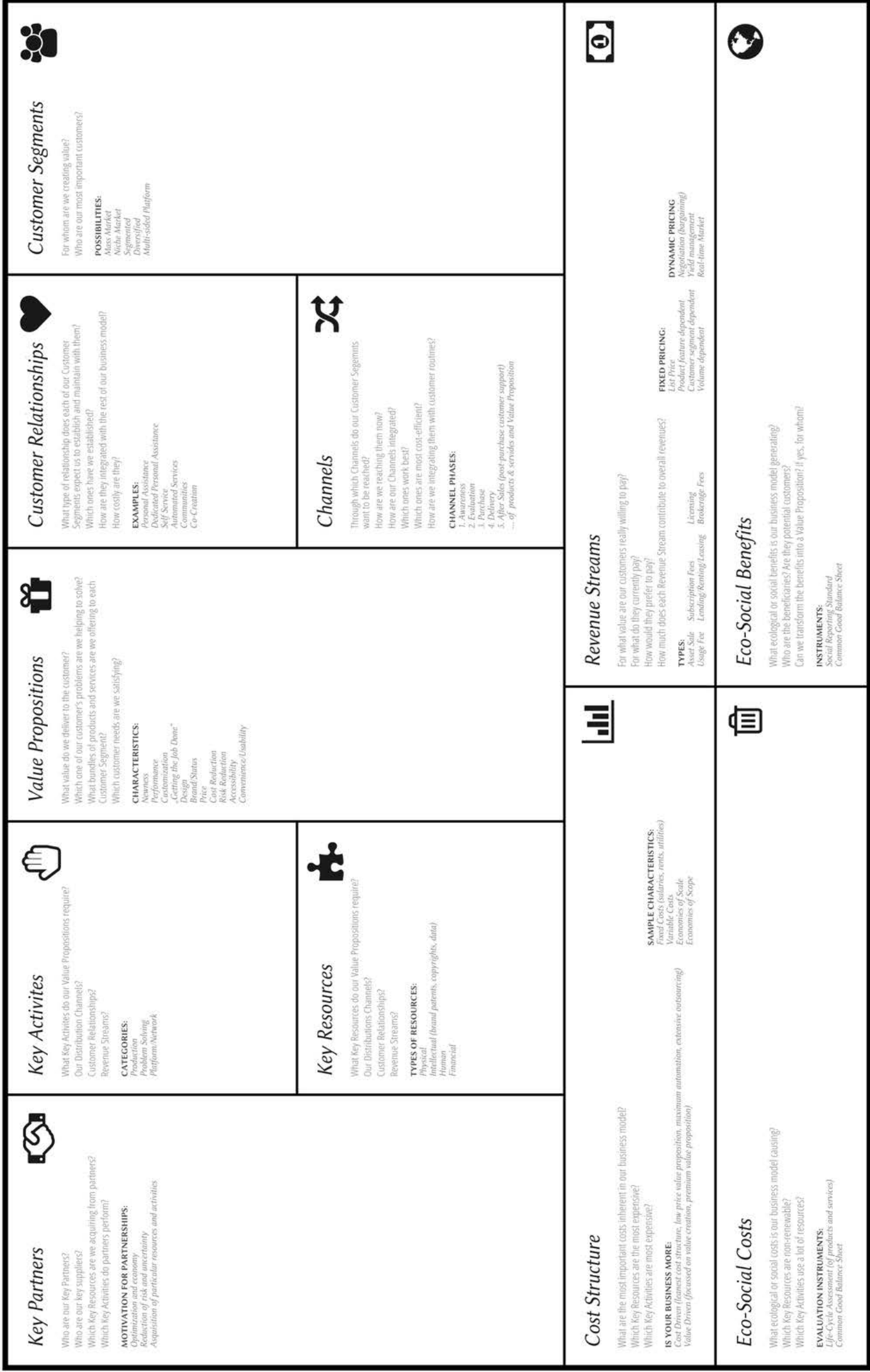


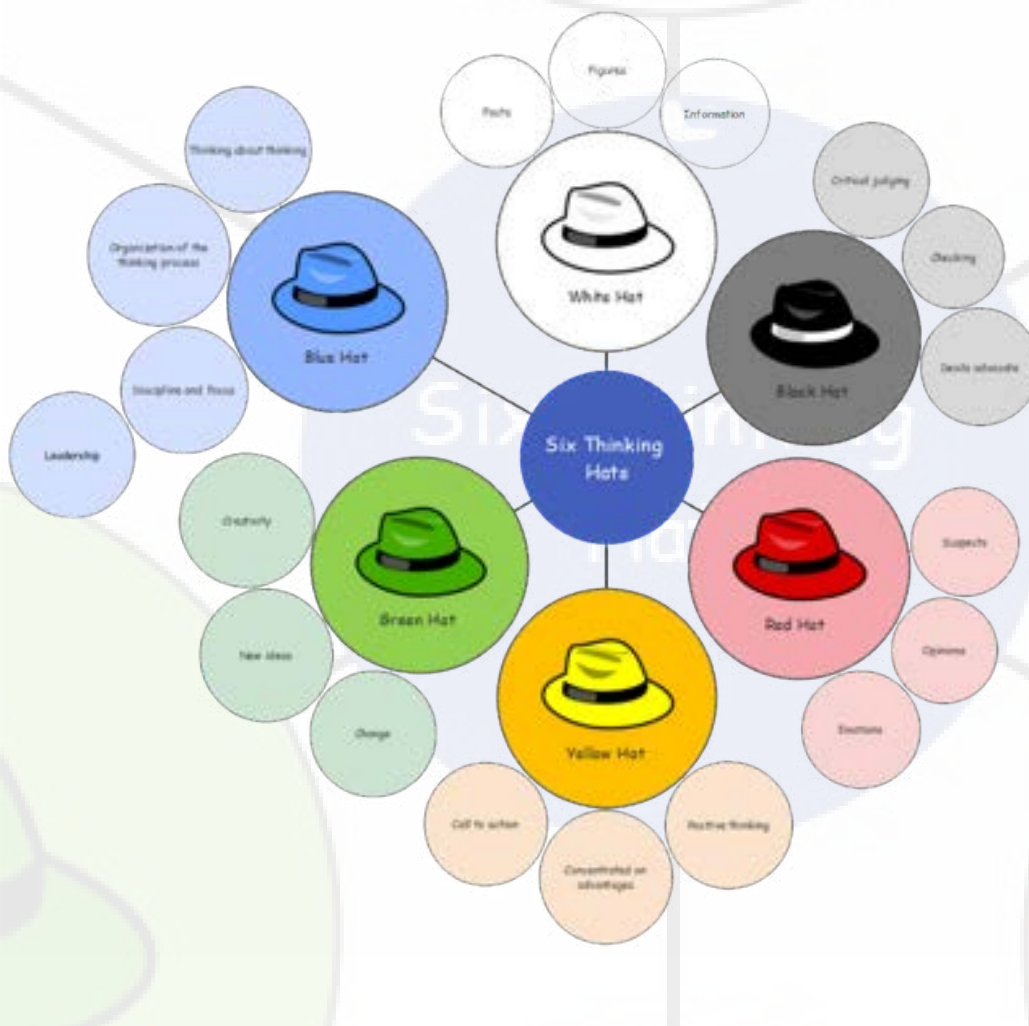
The Sustainable Business Model Canvas

Designed for:

Designed by:

On: _____
Version: _____





NAPRAVITE KONAČNU SLAGALICU ZA VAŠ POSLOVNI PLAN ILI PROJEKTNU IDEJU: (DOBIVATE 2 BODA ZA SVAKO POPUNJENO PODRUČJE – sami ste svoj sudac).

Navedite postotak svakog plana, kotača i procesa koje ste otkrili tijekom ove igre i izračunajte ukupni iznos postotka za konačnu ZAGONETKU.

DIGITALNI PODUZETNICI: Koristite se i digitalnim alatima za razvoj digitalnih kompetencija.

KOMPETENCIJE: PROVJERITE KOJE STE KOMPETENCIJE NAUČILI ILI MOŽETE NAUČITI

Izračunajte vlastiti postotak + skriven proces glasovanja + povratne informacije

METODA #2.

MENTORSKE KARTICE 360° PERSPEKTIVE ZA DRUŠTVENO PODUZETNIŠTVO



Vrsta aktivnosti: igra s kartama
Država: Rumunjska
Ime dizajnera: Diana Vestineanu



Tema: mentorstvo, poduzetništvo,
društvo, svijest, stvaranje ideja

Zahtjevnost: razina 2/ srednja



Ciljana skupina: 16+
Broj igrača: minimalno 2



Trajanje aktivnosti: 15-30 min



Ciljevi: Podići svijest o poduzetništvu,
postavljajući pitanja iz 360°.



Potrebni materijali: karte, papiri, olovke

METODA #2.

MENTORSKE KARTE 360°

PERSPEKTIVE ZA DRUŠTVENO

PODUZETNIŠTVO

Coaching Game – može se koristiti na mnogo načina:

1. BRZI SPOJ - Kao brzi spoj, raspoređivanje ljudi 2 po 2, jedan od njih uzima kartu sa špila i postavlja pitanje osobi ispred, a nakon 1 minute mijenjaju se uloge. Jedan je pripovjedač/govornik, a drugi je aktivni slušatelj.

2. BUDI MENTOR – Dajte i primite preporuku – u interakciji s drugim igračima i tijekom razmjene, podučavate jednog drugoga idejama, razmjenjujući OBJEKTIVNE perspektive.

3. PRIČANJE PRIČE – odaberite karticu, zatim odaberite osobu iz grupe koja će odgovoriti na pitanje u cca. 1 min ako je moguće, ali ovaj put nije natjecanje, to je razmjena perspektiva i informacija o zajedničkoj temi s različitim iskustvima i perspektivama.

KOMPETENCIJE:

kreativnost, vizija, motivacija,
samosvijest, preuzimanje inicijative,
suočavanje s dvosmislenošću, nesigurnost i rizik,
davanje konstruktivnih povratnih informacija,
aktivno slušanje,
pričanje priča/komunikacijske kompetencije

METODA #2.

MENTORSKE KARTE 360° PERSPEKTIVE ZA DRUŠTVENO PODUZETNIŠTVO

ZAŠTO SU MLADI LJUDI SPREMNI OTVORITI POSAO PRIJE NEGO ŠTO STEKNU IKAKVO ISKUSTVO?

ZAŠTO LJUDI OBIČNO POČNU PLANIRATI? ILI ŠTO MISLITE KAKO ZAPOČINJU POSAO?

ZAŠTO LJUDI ODLAZE U DRUGE ZEMLJE DA RADE? (KAKVA JE SITUACIJA U VAŠOJ ZEMLJI?)

ZAŠTO SE LJUDI SELE ZBOG POSLA, IZ MJESTA GDJE SU ROĐENI?

KOJI FAKTORI POTIČU LJUDE DA NAPUSTE SVOJU ZEMLJU KAKO BI POKRENULI POSAO?

KOJE ZEMLJE IMAJU NAJBOLJI USPJEH U PODUZETNIČKIM AKCIJAMA?

KOJE ZEMLJE PRIMAJU NAJVIŠE PODUZETNIKA?

KAKVE ZEMLJE PRIMAJU NAJMANJE PODUZETNIKA?

KAKO DRŽAVE ODLUČUJU KOLIKO LJUDI IZ NJIHOVE ZEMLJE SMIJE OTVORITI VLASTITI POSAO I KOLIKI POSTOTAK NJIH POTIČE DA RADE ZA DRUGE, ZA DRŽAVU ILI VELIKE TVRTKE?

RADI LI MNOGO LJUDI U VAŠOJ ZEMLJI KAO FREELANCERI ILI SU POSTALI PODUZETNICI?

ŠTO JE ZA VAS DRUŠTVENO PODUZETNIŠTVO ?

IZ VAŠE PERSPEKTIVE... U KOJOJ JE ZEMLJI NA SVIJETU NAJSIGURNIJE ŽIVJETI?

KADA BISTE SRELI OSOBU KOJA ZNA SVE ODGOVORE O PODUZETNICIMA, KOJA BISTE PITANJA POSTAVILI?

KOJA SU 3 FAKTORA KOJA PRIVLAČE LJUDE DA NAPUSTE SVOJU ZEMLJU?

KOJA SU TRI FAKTORA NEUSPJEŠNIH IDEJA/PROJEKATA/ POSLOVA?

ŠTO ZA VAS PREDSTAVLJA NOVAC? ZAJEDNICA? KAKO SE TO DVOJE MOŽE URAVNOTEŽITI?

KOJE SU PREDNOSTI I MANE PODUZETNIŠTVA?

ZAŠTO TOLIKO PODUZETNIKA ODLAZI U AMERIKU?

ŠTO JE PODUZETNIŠTVO I ZAŠTO JE VAŽNO?

ŠTO BISTE UČINILI DA ZEMLJA U KOJOJ ŽIVITE IMA VRLO RESTRIKTIVNA PRAVILA/OBIČAJE ZA PODUZETNIŠTVO (POPUT PLAĆANJA PREVISOKIH POREZA ITD.)?

ŠTO BISTE ŽELJELI ZNATI O BUDUĆNOSTI VAŠEG PROJEKTA?

KOJE PREDNOSTI MOŽETE RAZVITI U SVOJOJ ZEMLJI VIŠE NEGO U DRUGIMA?

KOJU STE SPONTANU ODLUKU DONIJELI O PUTOVANJU?

PODIJELITE JEDNU PRILIKU KADA STE PREKRŠILI PRAVILA!

Metoda #2.

MENTORSKE KARTE 360° PERSPEKTIVE ZA DRUŠTVENO PODUZETNIŠTVO

ŠTO BISTE UČINILI
DA ZEMLJA U
KOJOJ ŽIVITE IMA
VRLO
OGRANIČENU
SLOBODU?

ŠTO BISTE UČINILI
DA ŽIVITE U ZEMLJI
U KOJOJ IMA VIŠE
OBAVEZA NEGO
PREPORUKA?

KAKVU BISTE
PRILIKU ŽELJELI
DOBITI U SVOJOJ
ZEMLJI KAKO BISTE
BILI ZADOVOLJNI
SVOJOM BUDUĆOM
KARIJEROM?

ŠTO VAM JE
POTREBNO DA
BISTE BILI
SRETNNA OSOBA U
SVOJOJ ZEMLJI?

NA ČEMU STE
ZAHVALNI
SVOJOJ ZEMLJI?
A SVOJIM
RODITELJIMA?

U KOJOJ ZEMLJI
BISTE VOLJELI
ŽIVJETI? ZAŠTO?

ŠTO STE NAJVIŠE
VOLJELI IGRATI
PRIJE POLASKA U
ŠKOLU, PRIJE 6-7
GODINA?

TKO SU NAJVAŽNIJI
LJUDI IZ VAŠE
ZEMLJE? IZ DRUGIH
ZEMALJA?

ŠTO VAM JE
POTREBNO DA
PROMIJENITE
SVOJ ŽIVOT NA
BOLJE?

PODIJELITE JEDNU
PRILIKU U KOJOJ STE
NEKOME UČINILI
USLUGU?

ŠTO VAM IZMAMI
OSMIJEH KADA
POMISLITE NA
PODUZETNIKE?

S KIM BISTE SE
ŽELJELI NAĆI ZA
RAZGOVOR? OD
SVIH PODUZETNIKA
KOJE POZNAJETE?
ZAŠTO?

ŠTO ŽELITE DA SE
DOGODI U VAŠOJ
OKOLINI KAKO BISTE
SE OSJEĆALI
ZADOVOLJNI SVOJIM
ŽIVOTOM?

ŠTO BISTE
UČINILI DA STE
PREDSJEDNIK?

KOJA JE VAŠA
OMILJENA IZREKA O
FREE LANCERIMA
ILI
PODUZETNICIMA?

ŠTO ČINITE DA
SVOJ NAČIN
ŽIVOTA UČINITE
EKOLOŠKI
PRIHVATLJIVIJIM/
ODGOVORNIJIM?

ŠTO JE MIR PO
VAŠEM
MIŠLJENJU?

ŠTO SU ZA VAS
GRANICE? ŠTO
MISLITE ZAŠTO
POSTOJE?

NA ČEMU STE
ZAHVALNI? JESTE LI
SE DO SADA SUSRELI
I IMALI KORISTI OD
DRUŠTVENOG
PODUZETNIŠTVA?

PODIJELITE JEDNU
VOLONTERSKU
AKTIVNOST KOJU
STE NEKADA
RADILI, A KOJA SE
PRETVORILA U
PROJEKT/MALO
PODUZEĆE!

KAKO BI
IZGLEDAO VAŠ
SAVRŠEN DAN
DA STE
PODUZETNIK?

KAKO BISTE
OPISALI SVOJU
ZAJEDNICU? A
IDEALNU
ZAJEDNICU? 😊

KOJE BI BILE
VAŠE 4 ŽELJE ZA
VAŠ PLANET
ZEMLJU?

KOJE BISTE
NOVE STVARI
ŽELJELI
NAUČITI?



Metoda #2.

MENTORSKE KARTE 360° PERSPEKTIVE ZA DRUŠTVENO PODUZETNIŠTVO

KAKO POMAŽETE
DRUGIM
LJUDIMA U
SVOJOJ
ZAJEDNICI?

ŠTO JE ZA
VAS
ZAJEDNICA?

ČEGA SE SRAMITE
U SVOJIM
IDEJAMA, VEĆINU
VREMENA?

ŠTO PLANIRATE
POSTIĆI U
SLJEDEĆIH 6
MJESECI?

ŠTO BISTE
ŽELJELI IZUMITI
U SVOJOJ ZEMLJI
KADA BISTE
IMALI POSEBNU
MOĆ?

KAKVE ĆE VEZE
MEĐU LJUDIMA
BITI U
BUDUĆNOSTI NA
PROFESIONALNOJ
RAZINI?

ŠTO VAS
NAJVIŠE
ŽIVCIRA?

ŠTO ČINITE
KAKO BI ŽIVOT
SLJEDEĆIM
GENERACIJAMA
BIO BOLJI?

KOJA JE TO
AKTIVNOST
KOJA ČINI VAŠ
ŽIVOT LIJEPIM?

KAKVE VEZE IMATE
S NOVCEM?

ŠTO RADITE DA
BISTE SE
RAZVILI? ŠTO
RADITE KAKO
BISTE SVOJE
IDEJE PROVELI U
DJELO?

ŠTO JE
NAJZANIMLJIVIJE U
DRUŠTVENOM
PODUZETNIŠTVU?

GDJE CRPITE
ENERGIJU ZA
SVAKODNEVNI
ŽIVOT?

KOJI VAM JE
NAJDRAŽI DIO
PODUZETNIŠTVA?
NEKI FILM? NEKA
KNJIGA?

ŠTO BISTE UČINILI
KADA BISTE
DOBILI NA
LUTRIJI?

KOJA VAS
OSOBA IZ
DOMOVINE
INSPIRIRA?

PODIJELITE
JEDAN AHA
TRENUTAK KOJI
VAM JE
PROMIJENIO
ŽIVOT!

ŠTO VAS MOTIVIRA
DA OŽIVITE SVOJU
IDEJU/PROJEKT?

VIDITE LI
PUTOVANJE
KAO PRILIKU?
AKO DA,
ZAŠTO?

KOJU ZEMLJU
ŽELITE POSJETITI I
ZAŠTO? ŽELITE LI
TAMO OTVORITI
PODUZEĆE?

U ŠTO VJERUJEŠ?

NA KOJI
KONTINENT I U
KOJU DRŽAVU
BISTE SE ŽELJELI
TELEPORTIRATI?
ZAŠTO?

ŠTO JE NAJTEŽE
KOD ODLASKA IZ
SVOJE ZEMLJE? JE
LI TEŠKO ŽIVJETI
U DRUGOJ
ZEMLJI?

Metoda #3. "Otkrij financije"



Vrsta aktivnosti: društvena igra
Ime dizajnera: Romania, CPDIS
Association



Tema: financije



Zahtjevnost: srednja do visoka

Ciljana skupina: 16+

Broj igrača: minimalno 2, maksimalno 5



Trajanje aktivnosti: do 60 min



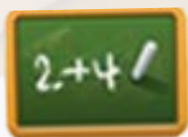
Ciljevi: Završiti društvenu igru i odgovoriti na sva pitanja, naučiti korisne informacije o financijama



Potrebni materijali: (velika) kocka, papir u boji, kartice za igru.

Kompetencije: pamćenje, osnovno financijsko znanje, mjerenje preuzimanja rizika, učenje učenja, pozornost, ustrajnost, suočavanje s dvosmislenošću, neizvjesnošću i rizikom.

Metoda #3. “Otkrij financije”



Opis: Igra u stilu društvene igre sa 6 kontrolnih točaka, svaki igrač treba donijeti odluku hoće li baciti kockice ili otići jednu pločicu naprijed. Ako bacaju kockice, mogli bi ići brže kroz stazu, ali dobiti manje informacija, a ako odluče ići sporo, igrač će dobiti informacije sa svake pločice. Svaka pločica daje informacije o temi financija. Za ulazak u kontrolnu točku igrač treba kockom pogoditi točan broj (ako igrač igra metodom kocke). Na kontrolnoj točki svaki će igrač morati izvući 4 karte i odgovoriti na pitanja napisana na karticama. Svaka kontrolna točka može se uhvatiti odgovorom na najmanje 3 od 4 pitanja u vezi s informacijama koje su dobili. (Igrač može biti eliminiran sa svog mjesta ako protivnik da sve točne odgovore) Na posljednjoj kontrolnoj točki moraju točno odgovoriti na sva pitanja u 3 minute, kako bi prošli kroz cilj. [posljednja pitanja su miješana i odnose se na sve faze (između kontrolnih točaka)]

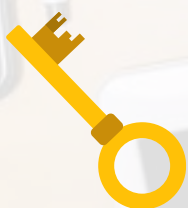


Evaluacija: Nema potrebe.

Savjeti za voditelja: Voditelj je potreban.

Igra se može prilagoditi na drugu temu mijenjanjem informacija koje se daju igračima i pitanja.

Prijedlozi: Poznavanje engleskog jezika.



Metoda #3.

OTKRIJTE FINANCIJE - UTRKA



Razine:

Razina 1 : linije financiranje : Start up nacija, europski fondovi, itd.(do 5)

Razina 2 : U vodiču za prijavu potpore.

Razina 3: Vlasnici tvrtki trebali bi se educirati o osnovnim financijskim vještinama i ostati organizirani kako bi učinkovito upravljali novcem.

Razina 4: Kako bi učinkovito upravljali financijama, vlasnici malih tvrtki trebali bi odvojiti novac za mogućnosti rasta, pratiti svoje knjige i uspostaviti dobre financijske navike kao što je redovito pregledavanje i ažuriranje financijskih podataka.

Razina 5: Upravljanje novčanim tokom kreativnim strategijama naplate može spriječiti probleme s novčanim tokom, a mjerenje rashoda i povrata ulaganja može osigurati da su ulaganja isplativa.

Razina 6: Planiranje budućnosti također je važno jer omogućuje donošenje strateških odluka koje mogu održati poslovanje ispred konkurencije.

Pitanja:

Razina 1: Navedite 4 linije financiranja!

Razina 2: Što prvo morate pročitati kako biste saznali kako se prijaviti za dobivanje fondova?

Razina 3: Kako bi bio temeljno financijski kompetentan i ostao organiziran za učinkovito upravljanje novcem, što bi vlasnik tvrtke trebao učiniti?

Razina 4: Što bi vlasnik tvrtke trebao učiniti kako bi učinkovito upravljao financijama?

Razina 5: Kako možete spriječiti probleme s protokom novca?

Razina 6: Koja je najveća korist od planiranja budućnosti?

Kombinirana pitanja sa svake razine. Kombinirajte s vremenskim trakama razine 1-6.



#3. "Otkrij financije"





#3. "Otkrij financije"

**RAZINA 1:
MOGUĆNOSTI
FINANCIRANJA:**
A. STARTUP
NACIJA
B. EUROPSKI
FONDOVI
C.
KONSTRUKCIJSKI
TEMELJI
D. POTPORE EGP-
A I NORVEŠKE
E. PRIVATNI
FONDOVI

RAZINA 2:
A. VODIČ
B. KRITERIJI
EVALUACIJE
C. KRITERIJ
PRIHVATLJIVOSTI
D. NACIONALNI
POZIV
E. PRORAČUN (ZA
ŠTO GA MOŽETE
KORISTITI)

RAZINA 3:
A. ISTRAŽIVANJE
TRŽIŠTA
B. ODREDITE
CILJANU SKUPINU
C. PREDSTAVITE
SVOJU IDEJU I
DOBIJTE
POVRATNE
INFORMACIJE
D. PROCJENA
RIZIKA
E. POSLOVNI PLAN

RAZINA 4:
A. SAMOSTALNI
PODUZETNIK
B. LLC (DRUŠTVO S
OGRANIČENOM
ODGOVORNOŠĆU)
C. DIONIČKO
DRUŠTVO
D. PARTNERSTVO
E. KORPORACIJA

RAZINA 5:
A. REZERVACIJA
NAZIVA TVRTKE
B. ODLUČITE O
PRAVNOJ
STRUKTURI SVOG
POSLOVANJA
C. ONLINE-
FIZIČKI
D. NAPRAVITE
POSLOVNI PLAN
E. INOVATIVNA
IDEJA

**RAZINA 6
(CILJ)**

“Otkrijte financije”



#3. "Otkrijte financije"

**RAZINA 1:
NAVEDITE 4
MOGUĆNOSTI
FINANCIRANJA**



**RAZINA 2: ŠTO
PRVO MORATE
PROČITATI KAKO
BISTE VIDJELI
KAKO SE PRIJAVITI
ZA DOBIVANJE
FONDOVA?
(NAVEDITE 4)**

**RAZINA 3: KAKO
ĆETE TESTIRATI
SVOJU IDEJU?**



**RAZINA 4: KAKAV
JE PRAVNI OBLIK
PRIKLADAN ZA
VAŠU TVRTKU?**

**RAZINA 5: ŠTO
TREBATE UČINITI
DA BISTE
OTVORILI SVOJU
NOVU TVRTKU?**







**RAZINA 6:
PITANJA SA
SVAKE RAZINE**

TIMETABLE

Day Time	Monday	Tuesday	Wednesday	Thursday	Friday

Izračunajte svoju potrošnju za 1 tjedan u odnosu na 9 mjeseci

						
1. mjesec						

Metoda #4. Unaprijedite svoj pothvat

Vrsta aktivnosti: Slušanje, grupna rasprava

Na mreži/uživo: na mreži

Država: Hrvatska

Ime dizajnera: Ivona Horvat



Zahtjevnost: razina 2



Ciljana skupina: mladi

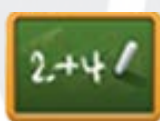


Broj sudionika: 5 - 10

Trajanje aktivnosti: 60 minuta



Opis: Ova aktivnost ohrabruje buduće poduzetnike u počecima pokretanja vlastitog posla i pomaže im da se nose s nekim problemima koji bi se mogli pojaviti.



Ciljevi: Pripremiti pojedince za probleme koji se mogu pojaviti prilikom otvaranja startupa, razumjeti odgovornosti koje donosi startup, pomoći jedni drugima pronaći odgovore.



Kompetencije: kritičko razmišljanje

Potrebni materijali: laptop, internet veza, slušalice i mikrofona, papir, olovka



Metoda #4. Unaprijedite svoj pothvat



Upute:

Voditelj priprema PowerPoint prezentaciju o 5 načela poduzetništva. Cijela grupa sastaje se online na nekoj platformi za video konferencije. Nakon kratkog predstavljanja i predstavljanja svakog sudionika, voditelj započinje s izlaganjem. Po završetku, posljednji slajd prezentacije treba sadržavati 5 ukratko objašnjenih principa. Sada grupa dobiva 15 minuta da razmisli o ovim načelima i stavi svoje misli na papir. Za svako načelo trebaju staviti najmanje tri rečenice. Nakon što završe, svatko od njih treba predstaviti svoje misli grupi.

Evaluacija:

Nakon svake prezentacije poželjno je da sudionici ostave komentar i na taj način pomognu jedni drugima.

Učinkovita načela:

Poduzetnička metoda se uglavnom sastoji od pet učinkovitih principa. Oni predstavljaju logiku razmišljanja koju neki od najstručnijih poduzetnika koriste za izgradnju svojih pothvata. Promatrajući veliki broj poduzetnika i pothvata tijekom vremena i u različitim industrijama, ovo su načela koja mogu pomoći poduzetnicima da unaprijede svoje pothvate.



Metoda #4. Unaprijedite svoj pothvat

Učinkovita načela

1. Počnite sa svojim sredstvima: Ako pokušavate izgraditi novi pothvat, trebali biste početi sa svojim raspoloživim sredstvima. Odnosno, morate se zapitati: tko ste, što znate i koga poznajete. Nakon što odgovorite na ova pitanja, možete početi zamišljati različite mogućnosti i ishode koji proizlaze iz vaših sredstava. Važno je ne fokusirati se samo na jedan određeni cilj, već biti otvoren za nove mogućnosti i prilike.
2. Usredotočite se na priuštivi gubitak: kako biste ograničili rizik negativnih posljedica, definirajte svoj priuštivi gubitak. Osobito u ranim fazama vašeg pothvata mnogo je razumnije ograničiti potencijal negativnih strana umjesto da se usredotočite na moguće povrate i slijedite riskantnu strategiju sve ili ništa. Međutim, uvijek unaprijed definirajte svoj priuštivi gubitak kako biste se zaštitili od potencijalnih kognitivnih predrasuda tijekom projekta.
3. Formirajte partnerstva: Zajednički rad sa zainteresiranim dionicima smanjuje neizvjesnost. Partnerstva vam mogu pomoći da stvorite nova tržišta zajedno s ljudima koji imaju komplementarne vještine vašima, što značajno smanjuje vaš vlastiti rizik. Osim toga, općenito je zabavnije raditi s drugima umjesto pokušavati sve učiniti sam.
4. Iskoristite nepredviđene situacije: Ako vam život daje limun, napravite limunadu. Naizgled loša iznenađenja i neočekivani obrati nisu uvijek loši, pokušajte ih vidjeti kao nove prilike. Možda ste upravo pronašli drugi način koji ne funkcionira. Ova iskustva mogu biti vrijednija nego što mislite. Zapravo, mnogi od najuspješnijih pothvata bili su rezultat još jednog neuspjelog projekta ili slučajnosti.
5. Kontrolirajte budućnost: Usredotočite se na aktivnosti koje su pod vašom kontrolom. Ako provodite previše vremena brinući se o tome što bi se moglo ili moglo dogoditi vašem pothvatu, odričete se kontrole. Koncentrirajte svoje napore na ono na što možete utjecati kako biste postigli svoje ciljeve jedan po jedan. Drugim riječima, ako kontrolirate budućnost, ne morate je predviđati.

Metoda #5. Igra protiv teorije!



Vrsta aktivnosti: društvena igra

Na mreži/uživo: uživo

Država: Hrvatska

Ime dizajnera: Ivona Horvat



Tema: društveno / poduzetništvo, brendiranje, marketing, prodaja, investiranje i potpore, kritičko razmišljanje



Zahtjevnost: razina 3



Ciljana skupina: mladi, 18-30 godina

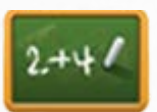


Broj igrača: 2-18 (može se igrati pojedinačno ili u malim grupama)

Trajanje aktivnosti: 1-3 sata



Opis: Ova društvena igra pomoći će u razumijevanju pokretanja poslovanja i donošenja odluka. Nove tehnologije, nastavni plan i program koji se temelji na STEM-u i nova uzbudljiva područja djelovanja znače da trebamo novu generaciju inovatora i kreatora poslovanja. Znanje i vizija koji su ključni za stvaranje promjene koja je potrebna našem svijetu zaključani su u vama. Igra protiv teorije zabavan je, edukativan i interaktivan način za učenje i vježbanje vještina potrebnih za zarađivanje novca u ovom novom svijetu i za pomoć u njegovom pomicanju naprijed.



Ciljevi: Učiti o novcu, inovacijama, poduzetništvu, stvarnim životnim situacijama, problemima u vašoj zemlji, transportu.

Kompetencije: donošenje odluka, razvoj ideja

Potrebni materijali: karte, olovke, bilježnica

Metoda #5. Igra protiv teorije!



Upute: Sudionici se sastaju oko stola, biraju kartu i igraju igru.

Voditelj mora objasniti pravila i odgovoriti na pitanja igrača. Igrači moraju biti upoznati sa situacijom u svojoj zemlji, biti inovativni, donositi odluke i razmišljati izvan okvira kako bi riješili problem prikazan na kartici koju su odabrali. Cilj je izraditi poslovni plan. Razvit će sve potrebne vještine dok se zabavljaju. Također će ih naučiti komunikaciji, planiranju, donošenju odluka, povjerenju.

Evaluacija:

Nakon što je igra gotova, svi raspravljaju o svom uspjehu, o svojoj strategiji i bi li nešto promijenili.



Prijedlozi:

različiti problemi i situacije uvijek se mogu dodati karticama

Metoda #5. Igra protiv teorije!

Primjer kartice:

Nina, 33 godine

- magistra ekonomije
- majka dvoje djece
- živi u malom mjestu 30km udaljenom od grada
- trenutno radi u pekari, puno radno vrijeme (40h tjedno)
- želi naći posao u području ekonomije
- razgovori za posao su obično u 10h ujutro, pa joj je teško dobiti slobodno na trenutnom poslu kako bi išla na razgovor
- nema iskustva u ekonomiji
- Mnogo mogućnosti za posao je jako daleko od njenog sela, tako da mora potrošiti mnogo novca na prijevoz

Marin i Ana, 26 godina

- Marin je magistar likovne pedagogije
 - Anna je završila srednju školu
 - žive u gradu
 - Trenutno oboje rade u tvornici, puno radno vrijeme (40h tjedno)
 - Marin želi pronaći drugi posao, po mogućnosti pedagoški
 - Anna ne želi promijeniti posao
 - Anna želi da rade zajedno i jako je protiv toga da on promijeni posao
 - Marin nema iskustva u pedagogiji i radu s djecom
 - Plaća na ovom poslu je dobra, ali Marin želi raditi pedagogiju koja je manje plaćena
- Oboje su u teškoj financijskoj situaciji zbog obnove kuće.

Ivan, 56 godina

- Završio srednju školu
- živi u gradu
- nezaposlen
- Mora uzdržavati svoju obitelj
- Ne govori engleski, govori samo maternji jezik
- Bez informatičkog znanja
- Posljednjih 20 godina radio u tvornici kemikalija

Metoda #5. Igra protiv teorije!

Primjer kartice:

Maja, 32 godina

- završila srednju školu
- govori engleski
- živi u gradu
- Radila je u zrakoplovnoj industriji
- Tamo je radila 2 godine
- Svakih 6 mjeseci dobiva novi ugovor
- Sad kad je trudna, uprava joj ne da novi ugovor pa ostaje bez posla

Jakov, 28 godina

- Magistar ekonomije
- Živi u gradu
- govori engleski
- Trenutno radi u maloj tvrtki kao administrator
- Nema iskustva u stvarnim ekonomskim pitanjima
- Niska plaća
- Želi pronaći drugi posao, bolje plaćen
- Ne može ići na razgovore za posao zbog trenutnog posla

Marija, 39 godina

- Magistra arhitekture
- Živi u gradu
- govori engleski
- nema posao
- 2 djece, samohrana majka
- Traži dobro plaćeni posao kako bi mogla uzdržavati svoju obitelj
- 10 godina iskustva u arhitekturi
- Često treba slobodno vrijeme zbog djece

Metoda #6.

Razbijte svoje predrasude



Vrsta aktivnosti: debata

Na mreži / uživo: uživo

Država: Turska

Ime dizajnera: EIG



Tema: Društveno / poduzetništvo, kritičko razmišljanje

Zahtjevnost: razina 2



Ciljana skupina: 13+ godina



Broj igrača: minimalno 2

Trajanje aktivnosti: 60 minuta



Opis: Ova aktivnost potiče sudionike na razmišljanje i raspravu o stereotipima vezanim uz poduzetništvo.

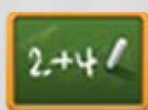


Ciljevi/kompetencije:

Razvoj komunikacijskih vještina

Poboljšanje samoizražavanja

Sposobnost raspravljanja o temi



Potrebni materijali:

Jedan A4 papir po izjavi

Metoda #6.

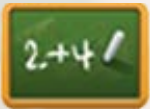
Razbijte svoje predrasude



Upute:

Napišite stereotipe na A4 papir i postavite ih u kutove. Evo nekoliko primjera:

- Poduzetništvo je samo za rizične.
- Glavna motivacija poduzetništva uvijek je novac.
- Poduzetnici se rađaju s tim talentom.
- Svi poduzetnici su kapitalisti.



1.dio

Podijelite sudionike u grupe i objasnite im da će imati 5 minuta po izjavi za debatu i diskusiju. Nakon 5 minuta moraju prijeći na sljedeću izjavu.

2.dio

Sudionici će se ponovno sastati oko kruga gdje će raspravljati o izjavama s kojima se u potpunosti slažu/ne slažu.

Dajte upute korak po korak:

Korak 1.....

Korak 2.....

itd.



Evaluacija:

Pitajte sudionike što misle o aktivnosti,

S kojim su se izjavama najviše slagali ili ne slagali i zašto?



Savjeti za voditelja:

Pokušajte smiriti sudionike i zatvoriti raspravu ako se neka rasprava počne vrtjeti u začarani krug.

Prijedlozi:

Umjesto da naprave krug na dijelu 2, grupe u dijelu 1. mogu napraviti prezentaciju o zadnjoj izjavi o kojoj su govorili. Ova prezentacija treba sadržavati pozitivne i negativne točke u izjavi.

Metoda #7.

Igra simulacije društvenog poduzeća



Vrsta aktivnosti: igra simulacije

Na mreži / uživo: uživo

Država: Turska

Ime dizajnera: Ilias J. SHAWKAT



Tema: Upravljanje resursima – timski rad



Zahtjevnost: razina 2



Ciljana skupina: mladi

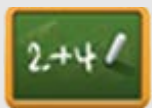
Broj igrača: minimalno 3 / ili grupa od 3



Trajanje aktivnosti: 60 -90 minuta



Opis: Ova igra simulacije omogućit će sudionicima da iskuse izazove vođenja društvenog poduzeća. Sudionici će raditi u timovima kako bi donosili odluke vezane uz upravljanje resursima, timsku suradnju i financijsku održivost.



Ciljevi: Poučiti sudionike o izazovima vođenja društvenog poduzeća, razviti vještine timskog rada i suradnje, potaknuti sudionike na strateško razmišljanje, razviti vještine upravljanja financijama.

Kompetencije: Timski rad, strateško razmišljanje, upravljanje financijama, komunikacija

Metoda #7.

Igra simulacije društvenog poduzeća



Upute:

Uvod u igru simulacije:

Objasnite svrhu simulacijske igre i ciljeve učenja.

Naglasite važnost timskog rada, suradnje i strateškog razmišljanja u vođenju društvenog poduzeća.

Predstavite pravila igre.

Objašnjenje pravila:

Detaljno opišite pravila simulacijske igre. Objasnite kako će se igra igrati, kako će se izmjenjivati i kako će se zaraditi bodovi. Razgovarajte o različitim ulogama i odgovornostima članova tima.

Formiranje tima i raspodjela uloga:

Formirajte timove od 3-5 sudionika, ovisno o broju sudionika. Svakom članu tima dodijelite određenu ulogu, kao što je izvršni direktor, voditelj marketinga, financijski upravitelj i upravitelj operacija.

Igranje igre:

Dajte sudionicima vremena da igraju igru simulacije, slijedeći pravila i o kojima se govori u koraku 2.

Pratite napredak timova i dajte smjernice po potrebi.

Evaluacija:

Provedite grupnu raspravu o iskustvima i izazovima s kojima ste se susreli tijekom igre. Potaknite sudionike da razmisle o onome što su naučili o timskom radu, suradnji, strateškom razmišljanju i upravljanju financijama.



Metoda #7.

Igra simulacije društvenog poduzeća



Savjeti za voditelja:

Naglasite važnost učinkovite komunikacije i suradnje. Potaknite sudionike da razmišljaju strateški i razmotre dugoročnu financijsku održivost svog društvenog poduzeća.



Prijedlozi:

Ova se metodologija može prilagoditi različitim modelima društvenih poduzeća i ciljnoj publici.



Savjeti:

Omogućite sudionicima da prilagode svoj model društvenog poduzeća i ciljeve na temelju svojih interesa i stručnosti.



Dodatne informacije:

Uživo: Simulacijsku igru mogu osmisлити i proizvesti voditelji ili je mogu nabaviti iz postojećih izvora.



Metoda #8.

OTKRIJTE SVOJU DARMU



Vrsta aktivnosti: čitanje i rasprava

Na mreži / uživo: uživo

Država: Hrvatska

Ime dizajnera: Ivona Horvat



Tema: društveno / poduzetništvo, kritičko razmišljanje



Zahtjevnost: razina 1



Ciljana skupina: mladi

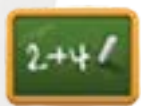
Broj sudionika: 5-10



Trajanje aktivnosti: 60 minuta



Opis: Ova aktivnost sastoji se od čitanja s razumijevanjem i grupne rasprave s ciljem pomoći ljudima pronaći njihov pravi poziv kad je u pitanju posao.



Ciljevi: Pronaći svoj poziv, dobiti ideje o pokretanju novog posla, razumijeti sebe, svoje želje i potrebe.



Kompetencije: čitanje s razumijevanjem, grupna rasprava

Potrebni materijali: Knjiga, papir s pitanjima, kemijske

Metoda #8.

OTKRIJTE SVOJU DARMU



UPUTE:

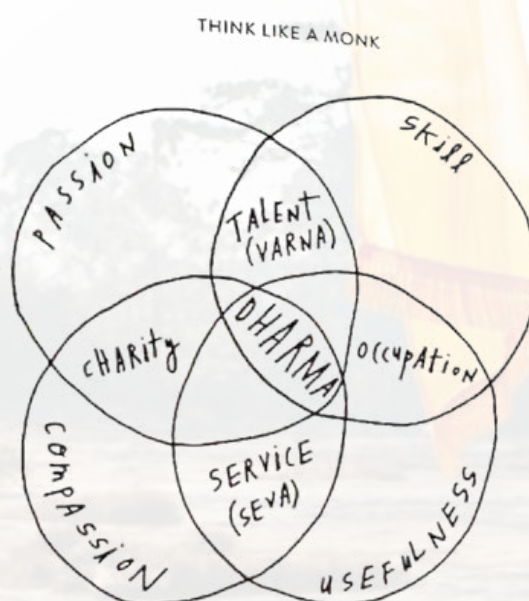
Sudionici sjede za okruglim stolom. Voditelj počinje čitati prvi dio knjige Razmišljaj kao redovnik autora Jay Shettyja, odnosno uvod u upitnik. Nakon uvoda svaki sudionik dobiva papir s pitanjima i kemijsku kako bi odgovorili na pitanja. Trajanje je oko 10 do 20 minuta. Tada broje bodove i dobivaju rezultat. Kada su svi gotovi, svaka osoba dobiva prazan papir, a vođa čita rezultate za svaki od 4 vrste. Sada sudionici moraju staviti svoju vrstu kao naslov na vrh papira, a njihove karakteristike ispod. Kada završe imaju 10 minuta za raspravu o rezultatima s osobom koja sjedi pored njih. Ova refleksija će im pomoći bolje razumjeti sebe i dobiti zaključke o tome tko su i koji bi im posao odgovarao. Sudionici bi trebali postavljati pitanja kako bi se bolje razumjeli. Nadalje, vođa čita ulomak iz knjige o Dharmi. Dharma je određen način života koji je ujednačen s planom za čovječanstvo. Drugim riječima, to je čovjekov poziv, posao koji je njegova strast i za kojeg je stručan.

Upitnik: stranica 283 – 287

Poglavlje 5: Svrha, stranica 93 – 99



Evaluacija: Svaki sudionik dijeli svoje zaključke s drugima.





Dharma, ikigai i društveno poduzetništvo dijele zajedničke niti koje se odnose na svrhu, značenje i stvaranje pozitivnog utjecaja. Evo poveznica između ovih pojmova:

Dharma: Dharma je sanskrtski izraz s višestrukim tumačenjima, ali općenito se odnosi na nečiju dužnost, svrhu ili moralnu odgovornost u životu. Obuhvaća život u skladu s vlastitim vrijednostima, ispunjavanje društvenih obveza i doprinos dobrobiti drugih. Društveno poduzetništvo, kao težnja vođena društvenom misijom, može se smatrati utjelovljenjem dharme, budući da uključuje rad za veće dobro i rješavanje društvenih izazova.

Ikigai: Ikigai je japanski koncept koji predstavlja sjecište četiri elementa: ono što volite, ono u čemu ste dobri, ono što svijet treba i ono za što možete biti plaćeni. Označava pronalaženje osjećaja svrhe, ispunjenja i razloga postojanja. Društveno poduzetništvo često se slaže s ikigaijem jer kombinira strast, vještine, društvene potrebe i financijsku održivost. Društveni poduzetnici nastoje pronaći svoj ikigai stvarajući pothvate koji pridonose vlastitoj dobrobiti i poboljšanju društva.



Svrha i značenje: I dharma i ikigai naglašavaju važnost posjedovanja osjećaja svrhe i smisla u životu. Društveno poduzetništvo omogućava pojedincima da ostvare svoju svrhu rješavanjem društvenih ili ekoloških problema kroz inovativna i održiva rješenja. Stvaranjem pothvata koji pozitivno utječu na društvo, društveni poduzetnici pronalaze svrhu i smisao svog rada.

Pristup vođen utjecajem: Dharma i ikigai usko su povezani s idejom pozitivnog utjecaja na svijet. Društveno poduzetništvo prihvaća ovaj pojam stavljajući snažan naglasak na rješavanje društvenih ili ekoloških izazova i stvaranje održivih rješenja. Društveni poduzetnici nastoje ostvariti značajan i mjerljiv učinak, nastojeći poboljšati živote pojedinaca i zajednica.

Dharma, Ikigai i društveno poduzetništvo međusobno su povezani kroz fokus na svrhu, značenje i stvaranje pozitivnog utjecaja. Oni pružaju okvire i filozofije koje vode pojedince u usklađivanju njihovih osobnih težnji s društvenim potrebama, čime se u konačnici pridonosi svrhovitijem i društveno odgovornijem svijetu.

Metoda #9.

Zaljubite se u društveno poduzetništvo



Vrsta aktivnosti: igra

Na mreži / uživo: uživo

Država: Litva

Ime dizajnera: Sophia Raineri



Tema: Društveno poduzetništvo, posao, kultura rada



Zahtjevnost: razina 2



Ciljana skupina: Mladi ljudi, osobe koje rade s mladima, šira javnost zainteresirana za društvena poduzeća

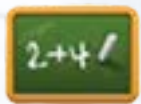
Broj igrača: minimalno 6



Trajanje aktivnosti: 60 minuta



Opis: Ova aktivnost pomaže sudionicima da razmisle i individualiziraju vrijednosti i karakteristike svoje radne etike i upoznaju uspješne društvene tvrtke diljem svijeta.



Ciljevi: kritički razmišljati o postojećem društvenom poslovanju; razmišljati o osobnoj radnoj etici; poboljšati vještine prezentacije i javnog nastupa



Kompetencije: Kreativnost; kritičko razmišljanje; timski rad; prezentacijske vještine; javni govor
Potrebni materijali: Plakati, markeri, 3 kartice za svaku grupu s opisom 3 različita društvena poduzeća

Metoda #9.

Zaljubite se u društveno poduzetništvo

Evaluacija:

Sudionici su podijeljeni u grupe i svaka dobiva 3 kartice s opisima 3 različita socijalna poduzeća;

- Sudionici trebaju pročitati 3 kartice i odabrati jednu od organizacija – onu koja najbolje predstavlja njihovu radnu etiku, vrijednosti i interese. Ovo će biti organizacija u koju će se "zaljubiti".
- Sudionici će imati 30 minuta da pripreme poster o odabranoj organizaciji. Trebali bi istaknuti rad organizacije, njihovu misiju i viziju, vrijednosti i objasniti što je u organizaciji usklađeno s radnom etikom grupe.
- Svaki tim ima 10 minuta da predstavi svoj poster i odgovori na potencijalna pitanja drugih grupa i voditelja.

Kako bi uspješno dovršili aktivnost, svaka grupa treba jasno predstaviti svoje plakate i prenijeti razloge zašto su se "zaljubili" u odabrani društveni posao. To treba učiniti poštujući vremenska ograničenja aktivnosti.

Savjeti za voditelja:

Odaberite društvene tvrtke koje se međusobno jako razlikuju (npr. različite vrijednosti, misija, ciljne skupine). To će sudionicima omogućiti veći izbor i dublje razmišljanje o tome koje društveno poduzeće ih najbolje predstavlja.

Prijedlozi:

Aktivnost se također može implementirati na mreži korištenjem platformi Canva, Miro ili druge za izradu plakata.



Metoda #10.

Poslovno pamćenje



Vrsta aktivnosti: igra pamćenja

Na mreži / uživo: uživo

Država: Lithuania

Ime dizajnera: Sophia Raineri



Tema: Društveno poduzetništvo, poduzeća, ekonomija



Zahtjevnost: razina 2



Ciljana skupina: Mladi ljudi, osobe koje rade s mladima, šira javnost zainteresirana za društvena poduzeća

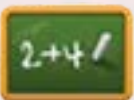
Broj igrača: minimalno 6



Trajanje aktivnosti: 60 minuta



Opis: Aktivnost će sudionicima pružiti osnovno razumijevanje bitnih koncepata povezanih s poslovanjem, što će postaviti temelje za sljedeće aktivnosti i radionice.



Ciljevi: 1) upoznati sudionike s važnim poslovnim konceptima; 2) team-building

Kompetencije: čitanje s razumijevanjem, grupna rasprava



Potrebni materijali: memorijske kartice (oko 20 za svaku skupinu), od kojih polovica ima uvjete poslovanja (npr. ulaganje, odljev novca), a druga polovica ima njihova objašnjenja.

Metoda #10.

Poslovno pamćenje

Evaluacija:



Sudionici su podijeljeni u male grupe (2-6) i daju im se memorijske kartice. Polovina kartica ima poslovne pojmove (npr. ulaganje, odljev novca, prihod, dobit, gubitak), a druga polovica ima svoju definiciju (npr. odljev novca je ...);

- Svaka grupa igra igru pamćenja - jedan po jedan sudionik pokazuje karticu i mora pronaći par. Igra se nastavlja dok sve karte ne dobiju svoj par.
- Kada sve grupe završe svoju igru, morat će predstaviti naučene pojmove i definicije drugim grupama, a voditelj će intervenirati i pružiti dodatne informacije kada je to potrebno.



Svaka grupa treba na vrijeme završiti igru i ostalim grupama jasno predstaviti značenje naučenih poslovnih pojmova.



Savjeti za voditelja:

Provjerite jesu li odabrani pojmovi relevantni za ostale aktivnosti/obuku i jesu li objašnjenja jasna i lako razumljiva.

MENTORSKI PROGRAM



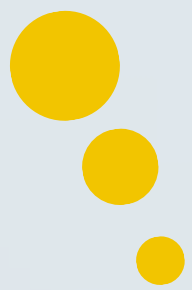
Što je mentorstvo?

Mentorstvo je proces kroz koji pojedinci nude profesionalnu stručnost i podršku drugima koji su manje iskusni od njih. Mentor se obično naziva "iskusan i pouzdan savjetnik" i može služiti kao učitelj, savjetnik i zagovornik onima koji od njega traže vodstvo. Mentori su poznati kao stručnjaci za predmet unutar svog područja učenja. Za razliku od treninga, mentorstvo omogućuje učeniku da posjeduje i ciljeve i proces, te modelira svoje ponašanje na danim primjerima i iskustvu svog mentora.

Glavne tehnike za razvoj društvene poslovne ideje:



- Budite okrenuti prema budućnosti
- Budite usmjereni na utjecaj
- Iskoristite prilike
- Gradite na svojim vrijednostima, snagama i kompetencijama
- Razvijte duboko razumijevanje za svoje klijente
- Postavljajte prava pitanja
- Bacite pogled odozgo
- Uzmite malo odmora
- Razmišljajte o budućnosti, učite na greškama iz prošlosti
- Razmišljajte strateški



Učinkovito **mentorstvo** uključuje nekoliko ključnih elemenata. Prije svega, mentor mora raditi na uspostavljanju snažnog **odnosa** s mentorom, temeljenog na otvorenoj **komunikaciji** i međusobnom **povjerenju**. To se može postići predlaganjem relevantnih otvorenih pitanja koja potiču mentoriranu osobu da podijeli svoje misli i osjećaje. Osim toga, mentor mora pokazati **suosjećanje** i istinsku **brigu** za dobrobit mentoriranog, te demonstrirati vještine **aktivnog slušanja** kako bi osigurao da u potpunosti razumije što mu mentor pokušava prenijeti. Konačno, mentor mora biti izvor **podrške** za mentoriranu osobu, pružajući mu **smjernice** i **ohrabrenje** dok radi na postizanju svojih osobnih i profesionalnih ciljeva. Utjelovljujući ove kvalitete, mentor može pomoći svom učeniku da dosegne nove razine uspjeha i ispunjenja.

SMJERNICE ZA TRENING VJEŠTINA. 10 TEMA

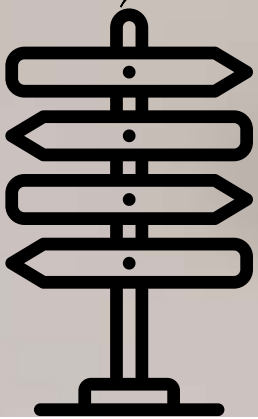


Teme

Društveno poduzetništvo
Kako do ideje i kako ju validirati
Razvoj kupaca i proizvoda
Brendiranje, marketing i prodaja
Financije
Upravljanje i timski rad
Ulaganje
Koju vrstu poduzeća odabrati



1 2 3
0 5 8 4 6
9 7 10



Društveno

PODUZETNIŠTVO

Društveno poduzetništvo je planska poduzetnička aktivnost kreirana na način da se pronađu inovativna i održiva rješenja društvenih problema.

CILJ:

Ispunjavanje društvenih odgovornosti i pomoć marginaliziranim skupinama u društvu, s fokusom na društvenu pravdu i smanjenje nejednakosti kroz jačanje solidarnosti i društvene povezanosti.

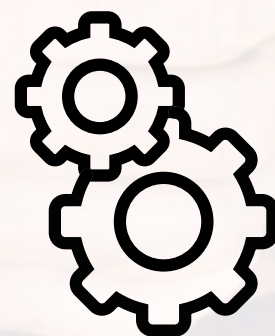
ZAŠTO TO ODABRATI?

Pokreće pozitivne promjene, naglašava odgovornost svih institucija, proširuje značenje i praksu demokracije, utječe na stavove, ponašanja, zakone, politike i institucije kako bi se razvile i odražavale vrijednosti uključenosti, pravednosti, različitosti i mogućnosti.

DRUŠTVENI PODUZETNIK:

Njegov primarni cilj je ispunjavanje društvenih odgovornosti, rješavanje problema zajednice i pomoć onim skupinama u društvu koje su u opasnosti od socijalne isključenosti.

Ova vrsta poduzeća ima za cilj stvaranje nove vrijednosti, ali ne profitne, već društvene prirode, a prihode od poduzetničkih aktivnosti usmjerava prema ispunjenju svoje misije. Temelji se na načelima društvene, ekološke i ekonomske održivosti, a svi ostvareni profiti/viškovi prihoda ulažu se u cijelosti ili najvećim dijelom za dobrobit zajednice.



Kako do ideje i kako ju validirati

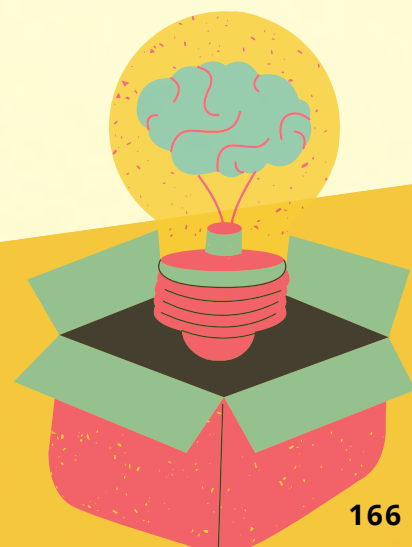


"Kada pronađete ideju o kojoj jednostavno ne možete prestati razmišljati, to je vjerojatno dobra ideja."



1. Ispraznite mozak - ispraznite misli
2. Slatka točka - pronađite jednu ideju koja zaokružuje vašu strast, vaše talente i zahtjeve tržišta
3. Pronađite problem - koji se problem može riješiti sa vašim proizvodom
4. Koji je vaš cilj? - razmislite što želite postići
5. Zatim stavite vremenski graničnik da zvoni za nekoliko minuta i provjerite koliko ideja možete stvoriti u vremenskom roku (primjer donesite 20 ideja u 2 minute). Zatim od tih 20 odaberite samo jednu najčudniju i najzanimljiviju i tijekom druge 2 minute napišite sve što vam pada na pamet o tim idejama.

Zatim uzmite jednu od ideja i razmislite kako tu ideju možete pretočiti u stvarnost. Vrlo kratko vrijeme za neke specifične zadatke može potaknuti vaš um na razmišljanje "bez razmišljanja" :)



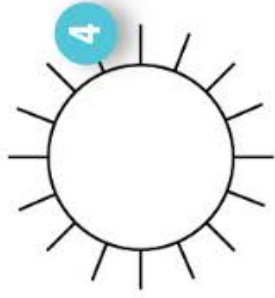
Razvoj kupaca

Razvoj kupaca je proces koji uključuje razumijevanje i provjeru potreba, preferencija i ponašanja vaših ciljanih kupaca. Pomaže društvenim poduzetnicima u izgradnji proizvoda ili usluga koje učinkovito odgovaraju tim potrebama. Evo sažetka kako se razvoj kupaca može provesti u praksi u kontekstu društvenog poduzetništva:

1. Identificirajte svoje ciljne kupce i razumite njihove potrebe i preferencije.
2. Potvrdite društveni problem angažiranjem potencijalnih kupaca.
3. Razmišljajte o potencijalnim rješenjima koja su u skladu s potrebama kupaca.
4. Razvijte pojednostavljeni prototip za prikupljanje povratnih informacija od kupaca.
5. Ponovite svoje rješenje na temelju povratnih informacija korisnika.
6. Testirajte i potvrdite dorađeno rješenje s većom skupinom kupaca.
7. Usredotočite se na stabilnost i održivost za dugoročni uspjeh.
8. Kontinuirano komunicirajte s klijentima radi stalnih povratnih informacija i uvida.
9. Izmjerite i priopćite društveni učinak koji postiže vaše rješenje.

Slijedeći ove korake, društveni poduzetnici mogu učinkovito razviti rješenja usmjerena na klijente koja se bave stvarnim potrebama, povećavaju njihove šanse za uspjeh i stvaraju pozitivan društveni učinak.





POSITIVE TRENDS

Positive trends from the environment

5

OPPORTUNITIES

Professional and work related positive outcomes

6

HOPES

Personal goals and hopes



NEGATIVE TRENDS

Negative trends from the environment

8

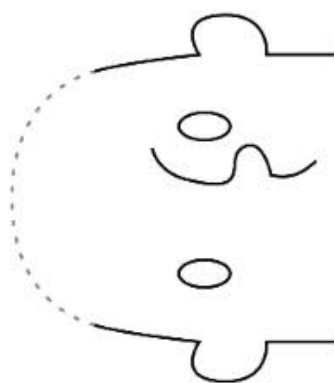
HEADACHES

Professional and work related issues

9

FEARS

Personal issues



NEED

What does this person really want?

1

NAME _____

ROLE _____

2



RAZVOJ PROIZVODA



Vrste novih proizvoda:

- Potpuno novi proizvod
- Linija novih proizvoda
- Proširenje linije
- Poboljšanja proizvoda
- Repozicionirani proizvod
- Proizvod proizveden po nižoj cijeni

Trgovačko poduzeće može steći nove proizvode na više načina: kupnjom poduzeća i njegovih proizvoda, kupnjom patenta, kupnjom licence ili franšize, razvojem novih proizvoda.



Financijska stabilnost je preduvjet za razvoj novih proizvoda. Razvoj novih proizvoda je najvrjedniji pristup, ali ne mogu si ga sve tvrtke priuštiti. Razdoblje povrata uloženog novca za razvoj visokokvalitetnih novih proizvoda dulje je nego za druge alternative.

Tvrtke koje sudjeluju u procesu razvoja imaju nekoliko očekivanja od novog proizvoda, kao što su:

- Inovativnost
- Obrana tržišnog udjela
- Osvajanje novih tržišta
- Korištenje tehnologije na nov način



PRODAJA



Prodaja je proces nuđenja i prodaje proizvoda ili usluga potencijalnim kupcima u zamjenu za novčanu naknadu.

CILJ: Uvjeriti kupca da kupi proizvod ili uslugu i time ostvari korist za sebe.

Postoje dvije različite vrste prodaje:
B2C (business-to-consumer)
B2B (business-to-business)

Kupce najčešće motiviraju različite potrebe i želje, pa bi prodavači toga trebali biti svjesni i prilagoditi svoj pristup kupcu.

Za uspješnu prodaju proizvoda/usluga i stvaranje dugoročnih poslovnih odnosa važno je izgraditi povjerenje i održati dobar odnos s kupcima.

Proces prodaje uključuje:

- Poznavanje proizvoda/usluge
- Razumijevanje kupca
- Postavljanje ciljeva
- Priprema prodajne prezentacije
- Pregovori
- Zatvaranje prodaje
- Postprodajna korisnička podrška



Brendiranje i marketing



Društveno poduzetništvo uključuje kombiniranje načela poduzetništva s fokusom na rješavanje društvenih ili ekoloških pitanja. U kontekstu društvenog poduzetništva, marketing i menadžment igraju ključnu ulogu u postizanju željenog učinka i održivosti pothvata. Evo sažetka marketinga i menadžmenta u procesu društvenog poduzetništva.



Primjenom sljedećih marketinških strategija i strategija brendiranja, društveni poduzetnici mogu učinkovito komunicirati svoju misiju, angažirati dionike, izgraditi snažnu prisutnost robne marke i u konačnici stvoriti veći pozitivan društveni učinak.

Brendiranje i marketing



Marketinške strategije za društveno poduzetništvo:

1. **Ciljano slanje poruka:** Jasno definirajte svoju ciljanu publiku i prilagodite svoje marketinške poruke tako da odgovaraju njihovim potrebama, vrijednostima i težnjama. Obratite se izravno njihovim bolnim točkama i naglasite kako se vaš društveni pothvat odnosi na njih.
2. **Pripovijedanje:** Osmislite uvjerljive priče koje prenose misiju, utjecaj i putovanje vašeg društvenog pothvata. Upotrijebite tehnike pripovijedanja kako biste se emocionalno povezali sa svojom publikom i nadahnuli ih da podrže vaš cilj.
3. **Marketing sadržaja:** Stvorite vrijedan i edukativan sadržaj, kao što su postovi na blogu, videozapisi, infografike i podcasti, koji je u skladu s interesima vaše ciljane publike i pruža uvid u društveni problem kojim se bavite.
4. **Digitalni marketing:** Iskoristite mrežne platforme, uključujući web stranice, društvene medije, marketing putem e-pošte i optimizaciju za tražilice, kako biste povećali svoju online vidljivost, uključili se u svoju publiku i privukli promet na svoju digitalnu imovinu.
5. **Angažman na društvenim medijima:** Aktivno sudjelujte u razgovorima na društvenim mrežama koji se odnose na vaš cilj. Podijelite nadahnjujuće priče, komunicirajte sa sljedbenicima i potaknite osjećaj zajedništva oko svog društvenog pothvata.
6. **Partnerstva s utjecajnim osobama:** surađujte s utjecajnim osobama, misaonim vođama i stručnjacima koji dijele afinitet prema vašoj stvari. Njihovo odobravanje i podrška mogu vam pomoći da pojačate svoju poruku i dosegnete širu publiku.



Brendiranje i marketing

Strategije brendiranja za društveno poduzetništvo:

- 1. Usklađenost misije i vrijednosti:** Osigurajte da je identitet vašeg brenda usklađen s vašom društvenom misijom i temeljnim vrijednostima. Jasno komunicirajte pozitivne promjene koje želite postići i kako vaš brend utjelovljuje te težnje.
- 2. Vizualni identitet:** Razvijte vizualno privlačan i karakterističan identitet robne marke koji odražava bit vašeg društvenog pothvata. To uključuje uvjerljiv logotip, paletu boja, tipografiju i slike koje odgovaraju vašoj ciljanoj publici.
- 3. Autentičnost i transparentnost:** Izgradite povjerenje i kredibilitet tako što ćete biti autentični i transparentni u komunikaciji svoje marke. Jasno priopćite svoj društveni utjecaj, podijelite priče korisnika i pružite dokaze o svojim postignućima.
- 4. Angažman zajednice:** Potaknite osjećaj zajednice oko svoje robne marke tako što ćete komunicirati sa svojom publikom, tražiti njihove povratne informacije i uključiti ih u svoje društvene inicijative. Potaknite sadržaj koji generiraju korisnici i suradnju.
- 5. Partnerstva s brendovima istomišljenika:** surađujte s drugim brendovima, neprofitnim organizacijama ili tvrtkama koje dijele slične vrijednosti i ciljeve. Zajednička robna marka ili unakrsna promocija mogu vam pomoći proširiti doseg i povećati vidljivost vaše robne marke.
- 6. Dosljednost u svim kanalima:** osigurajte dosljednost u porukama robne marke, vizualnim prikazima i tonu u svim marketinškim kanalima. Ova dosljednost pomaže u jačanju identiteta vaše marke i gradi prepoznatljivost i povjerenje među vašom publikom.

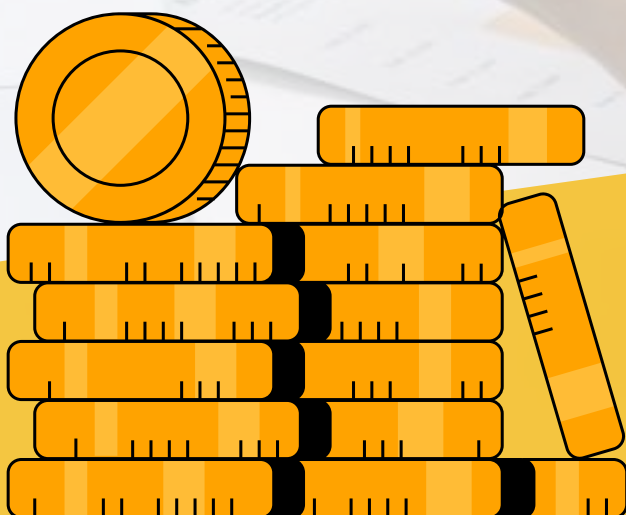
Financije

Upravljanje financijama može biti izazov za vlasnike malih poduzeća. Ako nemate iskustva u upravljanju poslovnim financijama, to se može činiti teškim i dovesti do loših financijskih navika koje mogu naštetiti vašem poslovanju. Uspjeh vaše male tvrtke može ovisiti o vašim vještinama u izradi proizvoda ili pružanju usluga, zbog čega je još važnije dati prioritet pravilnom financijskom upravljanju.

Obrazovanje i organizacija ključni su za osiguranje financijskog zdravlja malih poduzeća. Pravilno financijsko upravljanje stabilizira tvrtku i smanjuje rizik od propasti.

Vlasnici malih poduzeća trebali bi si davati plaću, održavati dobru kreditnu sposobnost, pratiti svoje knjige i planirati unaprijed. Dužničko financiranje uključuje naknade za kamate i otplate, dok dioničko financiranje daje manju kontrolu nad poslovima tvrtke.

Vlasnici tvrtki trebali bi se educirati o osnovnim financijskim vještinama i ostati organizirani kako bi učinkovito upravljali novcem. Za vlasnike tvrtki važno je da sebi daju odgovarajuću naknadu i održavaju dobre osobne i poslovne financije.

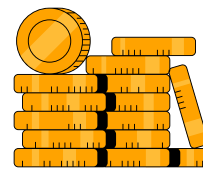


Kako bi učinkovito upravljali financijama, vlasnici malih poduzeća trebali bi odvojiti novac za mogućnosti rasta, pratiti svoje knjige i uspostaviti dobre financijske navike kao što je redovito pregledavanje i ažuriranje financijskih podataka. Dobivanje zajmova može biti od pomoći za kupnju opreme ili povećanje novčanog toka, ali važno je pravilno upravljati dugom i tražiti samo sredstva koja se lako mogu vratiti. Upravljanje novčanim tokom kreativnim strategijama naplate može spriječiti probleme s novčanim tokom, a mjerenje rashoda i povrata ulaganja može osigurati da su ulaganja isplativa. Planiranje budućnosti također je važno jer omogućuje donošenje strateških odluka koje mogu održati poslovanje ispred konkurencije.

Tromjesečni rok za financijsko planiranje



Financije



Upravljanje financijama u društvenom poduzeću zahtijeva jedinstveni pristup koji uravnotežuje potrebu za stvaranjem prihoda s društvenom ili ekološkom misijom organizacije. Evo nekoliko važnih stvari koje morate imati na umu kada upravljate financijama u socijalnom poduzeću:

Financial Plan: A Roadmap to Happiness



- 1. Jasno definirajte financijske ciljeve:** Kao društveno poduzeće, vaši financijski ciljevi trebali bi biti usko usklađeni s vašom društvenom ili ekološkom misijom. Trebali biste jasno definirati financijske ciljeve koji podupiru vašu misiju, kao što je ponovno ulaganje dobiti u projekte društvenog utjecaja ili širenje poslovanja kako biste dosegli više ljudi.
- 2. Razvijte održiv poslovni model:** kako biste osigurali dugoročnu financijsku održivost vašeg društvenog poduzeća, trebali biste razviti poslovni model koji generira dovoljno prihoda da pokrije vaše troškove i postigne vaše financijske ciljeve. To može uključivati diversifikaciju tokova prihoda, identificiranje novih tržišta ili smanjenje troškova.
- 3. Pratite novčani tok:** Upravljanje novčanim tokom ključno je za svaku organizaciju, a društvena poduzeća nisu iznimka. Trebali biste redovito pratiti svoj novčani tok kako biste bili sigurni da imate dovoljno gotovine za pokrivanje troškova, plaćanje računa i ulaganje u rast.

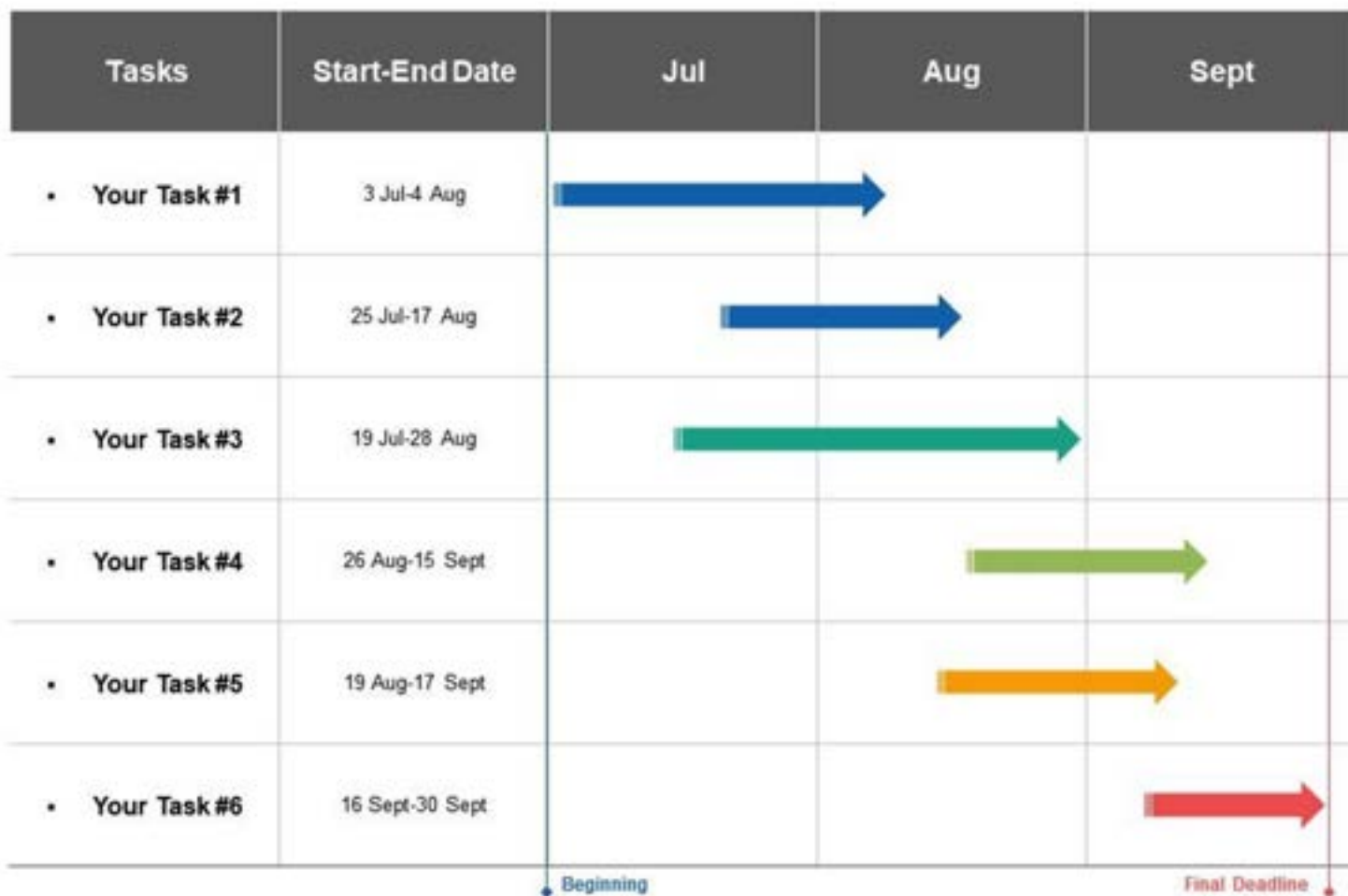


4. Mjerite učinak i povrat ulaganja: Osim financijskih pokazatelja, društvena poduzeća također trebaju mjeriti svoj učinak i povrat ulaganja u društvenom ili ekološkom smislu. To će vam pomoći da shvatite učinkovitost svoje misije i donesete odluke o budućim ulaganjima na temelju podataka.

5. Ostanite transparentni i odgovorni: Društvena poduzeća često se oslanjaju na podršku i dobru volju zajednice, stoga je važno održavati transparentnost i odgovornost u upravljanju financijama. Budite transparentni u pogledu svoje financijske uspješnosti, komunicirajte o svom društvenom utjecaju i budite odgovorni dionicima.

Općenito, upravljanje financijama u društvenom poduzeću zahtijeva pažljivu ravnotežu između financijske održivosti i društvenog učinka. Slijedeći ova načela, možete osigurati da je vaše društveno poduzeće financijski održivo, a istovremeno daje značajan doprinos društvu ili okolišu.

3 Months Timeline For Task Planning & Scheduling



Upravljanje i timski rad

Upravljanje

- ključna komponenta svake uspješne organizacije
- planiranje
- organiziranje
- vođenje
- kontroliranje resursa
- jake vještine vođenja

Timski rad

- ključ za postizanje organizacijskog uspjeha
- komunikacija
- suradnja
- povjerenje
- poštovanje
- zajednička vizija uspjeha

Osobine koje definiraju dobre menadžere:

Komunikacijske vještine

- Može jasno izraziti svoje ideje i očekivanja

Učinkovitost

- Zna postaviti prioritete i upravljati svojim vremenom i resursima

Emocionalna inteligencija

- Ima sposobnost prepoznavanja i upravljanja vlastitim emocijama i emocijama drugih te uspostavljanje pozitivnih međuljudskih odnosa.

Razvoj tima

- Vodi timove do uspjeha i razvija talent i potencijal

Odlučnost

- Može donositi teške odluke i preuzeti odgovornost za njih





BUSINESS MODEL CANVAS



Dizajnirajte svoj poslovni plan

Kako mapirati poslovni model:

Počnite sa "Zašto" za posao. Zatim "za koga?" - kao ciljane skupine.

KORAK PO KORAK

- KORAK 1: kupci - problemi, potrebe, ponašanja
- KORAK 2: vrijednost
- KORAK 3: kanali
- KORAK 4: Odnosi s kupcima
- KORAK 5: Tokovi prihoda

- KORAK 6: Ključne aktivnosti,
- KORAK 7: Ključni resursi
- KORAK 8: Ključna partnerstva
- KORAK 9: Struktura troškova
- KORAK 10: Prijave, pregled i sljedeći koraci, Konkurentnost

Koju vrstu poduzeća odabrati?



Vrste poduzeća koje možete otvoriti u Europi 2023. ovisit će o nizu čimbenika, uključujući zemlju u kojoj planirate poslovati, pravno i regulatorno okruženje te vaše vlastite vještine i resurse.



STRENGTHS



NOW



FUTURE

OPPORTUNITIES



Evo nekoliko koraka koje možete poduzeti kako biste odredili vrstu poduzeća koje možete otvoriti u Europi 2023.:

Istražite zakonsko i regulatorno okruženje: Svaka država u Europi ima svoje zakone i propise koji reguliraju osnivanje poduzeća. Morat ćete istražiti pravne uvjete za osnivanje tvrtke u zemlji u kojoj planirate poslovati.

Identificirajte svoje vještine i resurse: uzmite u obzir vlastite vještine, iskustvo i resurse kada odlučujete o vrsti poduzeća koje možete otvoriti. Na primjer, ako imate iskustvo u tehnologiji, možete razmisliti o otvaranju tvrtke za razvoj softvera.

Analizirajte tržišne trendove: Razmotrite trenutne tržišne trendove i potražnju za proizvodima ili uslugama u regiji u kojoj planirate poslovati. To vam može pomoći da prepoznate nedostatke na tržištu i potencijalne prilike za novo poduzeće.

Potražite savjet: Posavjetujte se sa stručnjacima na tom području ili s poslovnim organizacijama kako biste dobili više informacija i smjernica o vrstama poduzeća koja su najuspješnija u Europi 2023.

1. Napravite svoju SWOT analizu za prepoznavanje prednosti, slabosti, prilika i prijetnji. To daje dobar pregled i stvara razumijevanje izazova. Omogućuje dobro razumijevanje vašeg projekta, naglašava čemu treba dati prioritet i koje su vaše jake strane.

Općenito, određivanje vrste poduzeća koje možete otvoriti u Europi 2023. zahtijevat će pažljivo istraživanje, analizu i planiranje. Prilikom donošenja odluke važno je uzeti u obzir pravno i regulatorno okruženje, vlastite vještine i resurse, tržišne trendove i stručne savjete.



WEAKNESSES

THREATS



Ulaganje

Pristup ulaganjima i bespovratnim sredstvima u Europi 2023. ovisit će o vrsti financiranja koje tražite i specifičnim zahtjevima organizacije ili programa koji financira. Evo nekih općih koraka koje možete poduzeti da istražite mogućnosti financiranja:

Odredite vrstu financiranja koja vam je potrebna: dostupne su različite vrste financiranja, uključujući rizični kapital, ulaganja, zajmove i bespovratna sredstva. Svaka vrsta financiranja ima svoje zahtjeve i postupak prijave.

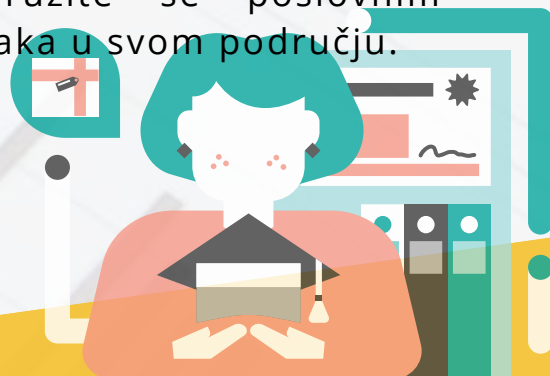
Mogućnosti financiranja istraživanja: Potražite mogućnosti financiranja koje odgovaraju vašim potrebama i kriterijima prihvatljivosti. Svoje istraživanje možete započeti promatranjem vladinih agencija, poslovnih organizacija i tvrtki rizičnog kapitala za koje je poznato da ulažu u vašu industriju ili vrstu poslovanja.

Razvijte poslovni plan: Dobro razvijen poslovni plan ključan je za osiguranje financiranja. Vaš poslovni plan trebao bi jasno artikulirati vašu poslovnu ideju, ciljno tržište, model prihoda i financijske projekcije.

Prijavite se za financiranje: Nakon što ste identificirali priliku za financiranje koja odgovara vašim potrebama, možete se prijaviti za nju podnošenjem prijave koja ispunjava zahtjeve organizacije ili programa koji financira. Pažljivo slijedite smjernice za prijavu i navedite sve potrebne podatke.

Umrežite se i tražite savjet: Izgradnja odnosa s investitorima i mentorima može biti od pomoći u osiguravanju financiranja. Posjećujte događaje u industriji, pridružite se poslovnim organizacijama i potražite savjet od stručnjaka u svom području.

Općenito, pristup ulaganjima i bespovratnim sredstvima u Europi 2023. zahtijeva pažljivo istraživanje, planiranje i izvršenje. Slijedeći ove korake, možete povećati svoje šanse za osiguranje sredstava koja su vam potrebna za pokretanje ili razvoj vašeg poslovanja.



Dodaci- pitanja za igru s kartama:

- 1) Why do young people are willing to open a business before having any experience?
- 2) Why do people usually start planning? Or how do you think they start a business?
- 3) Why do people go to other countries to work? (how is situation in your country?)
- 4) Why do people move for work, from their place they born?
- 5) What factors push people to leave their country in order to open a business?
- 6) Which countries have the best success with entrepreneurial actions?
- 7) What kind of countries take in the most entrepreneurs?
- 8) What kind of countries take in the least entrepreneurs?
- 9) How do countries decide how many people from their country should be allowed to open their own business, and what percentage of them they are encourage to work for others, for state or big companies?
- 10) Do many people freelancing or became entrepreneurs from your country?
- 11) What is for your social entrepreneurship?
- 12) From your perspective ... Which country in the world is the safest to live in?
- 13) If you would meet the person that knows all the answers about entrepreneurs, what questions you would ask?
- 14) What are 3 factors that pull people to leave their country?
- 15) What are three pull factors in unsuccessful ideas/ projects/ businesses?
- 16) What represents money for you? But community? How can be balanced?
- 17) What is the pros and cons of entrepreneurship?
- 18) Why do so many entrepreneurs go to America?
- 19) What is entrepreneurship and why is it important?
- 20) What would you do if the country you live in has very restrictive rules/customs for being an entrepreneur (like paying too high taxes etc.)?
- 21) What you would like to know about your future of your project?
- 22) What strengths can you develop in your country more than in others?
- 23) What any spontaneous decision you have made about a trip?
- 24) Share one occasion when you broke rules!
- 25) What would you do if the country you live in has very limitations of freedom?
- 26) What would you do if you live in a country where there are more obligations than recommendations?
- 27) What opportunity you would like to receive in your country in order to be happy with your future career?
- 28) What would you need to be a happy person in your country?
- 29) What you are thankful to your country for? But to your parents?
- 30) What country you would like to live in? Why?
- 31) What did you enjoyed playing most before you start going to school, before 6-7y.o.?
- 32) Who are the most important people from your country? But from other country?

Dodaci- pitanja za igru s kartama:

- 33) What you need to change your life for better?
- 34) Share one occasion that you made someone with your work/ at your work/ with your services?
- 35) What makes you smile when you think about entrepreneurs?
- 36) Whom you would like to meet for a talk? But from all entrepreneurs that you know? Why?
- 37) What you wish to happen in your surrounding in order to feel satisfied with your life?
- 38) What you would do if you were president?
- 39) Which is your favourite saying about free lancers or entrepreneurs?
- 40) What you do to make your lifestyle more eco-friendly/ responsible?
- 41) What you are grateful for? Did you interact and received any benefits from social entrepreneurship till now?
- 42) Share one voluntary activity you have once done, and that changed into a project/ small business!
- 43) What would your perfect day look like, if you were a ENTREP?
- 44) How would you describe your community? But your ideal one? 😊
- 45) What would be your 4 wishes for your planet Earth?
- 46) What kind of new things you would like to learn? Which do you think would deserve to be very well paid?
- 47) How you help other people in your community?
- 48) What is a community for you?
- 49) What are you embarrassed with about your ideas, most of the time?
- 50) What you are planning to achieve in the next 6 months?
- 51) What you would like to invent in your country if you had a special power?
- 52) What connections between people will be in the future on professional level?
- 53) What annoys you the most?
- 54) What you do to make life better for next generations?
- 55) What is that activity that makes your life delicious?
- 56) What is your connection with money?
- 57) What you do to develop yourself? What you do to put your ideas into action?
- 58) What is the most interesting thing about social entrepreneurship?
- 59) Where you get your energy for your daily living?
- 60) What is your favourite part of ENTREP? Any movie? Any book?
- 61) What would you do if you won lottery?
- 62) What person from home country inspires you? But from another one?
- 63) Share one AHA moment that changed your life!
- 64) What motivates you in order to give life to your idea/ project?
- 65) Do you see traveling as an opportunity? If yes, why?
- 66) Which country you would like to must visit and why? But to open a enterprise there?
- 67) What you would like to know about your future of your project?
- 68) What strengths can you develop in your country more than in others?
- 69) What any spontaneous decision you have made about a trip?

Annexes - QUESTIONS FOR CARDGAME:

70) Share one occasion when you broke rules!

71) What you believe in?

72) What continent and country would you like to teleport? Why?

73) What is the most difficult part about leaving your country? But living in other country?



Social Buzz mentoriranje i trening



Co-funded by
the European Union

Potpora Europske komisije za izradu ove publikacije ne znači odobravanje sadržaja, koji odražava samo stajališta autora, a Komisija ili Nacionalna agencija ne mogu se smatrati odgovornima za bilo kakvu upotrebu informacija sadržanih u njemu.