

# SOCIAL BUZZ



## SOCIAL GİRİŞİMİNİZE BAŞLAYIN

*Çok sevilen gençlik iş dergisi*



## 2022-2023'DE BAŞARILI TAVSİYELER

*İşte sizin için başarı ipuçları! Ünlü girişimcilerden başarı ipuçları alın.*

## EN İYİ 10 YENİLİKÇİ

*Sizi yönlendirecek ve motive edecek dünyanın en iyi 10 yenilikçiyle birlikte*

## READ THE CONTENT

## BAŞARI İPUÇLARI GENÇLER İÇİN MENTÖRLÜK VE KAPASİTE EĞİTİMİ UYGULAMASI

## İŞİNİZE NASIL BAŞLARSINIZ?

[www.sb Buzz.eu](http://www.sb Buzz.eu)



Co-funded by  
the European Union

2021-1-RO01-KA220-YOU-00028711



## SOCIAL BUZZ

# İÇİNDEKİLER

1 PROJE HAKKINDA

97 GENÇLİK ÇALIŞANLARI ANKETİ

2 KONSORSİYUM HAKKINDA

107 10 YENİ YÖNTEM

3 İYİ UYGULAMALAR

156 MENTORLUK PROGRAMI METODOLOJISI

87 FIRSATLARI SINIRLI OLAN GENÇLERLE RÖPORTAJ

159 KAPASİTE EĞİTİMİ METODOLOJISI



Co-funded by  
the European Union

Avrupa Komisyonu'nun bu yayının üretimi için sağladığı destek, yalnızca yazarların görüşlerini yansıttığından içeriğin onayını teşkil etmez. Komisyon veya Ulusal Ajans, içerisinde yer alan bilgilerin kullanımından kaynaklanabilecek herhangi bir sorumluluğu kabul etmez.

# PROJE HAKKINDA

Projenin amaçları ve hedefleri, öncelikler dikkate alınarak oluşturulmuştur. Proje, fırsatları sınırlı olan gençlere (18-30 yaş arası) ilgili eğitim, mentorluk ve çevrimiçi araçlar sağlayarak onların sosyal girişimciler olmasına yardımcı olmayı hedeflemektedir. Bu amaç doğrultusunda, özel olarak eğitilmiş sosyal/gençlik çalışanları, kariyer uzmanları ve girişimciler projede yer alacaktır. Kısacası, sBUZZ projesi, fırsatları sınırlı olan gençlerin sosyal girişimcilik konusunda desteklenmesine odaklanmaktadır.

## THE OBJECTIVES ARE

1. Fırsatları sınırlı gençler arasında sosyal girişimcilik beceri ve uygulamalarını değerlendirmek, ortak ülkelerde desteklemek. HEDEF: 40 fırsatları sınırlı genç ile görüşme yapmak, 120 gençlik çalışanıyla anket yapmak, 3 ay içinde 20 iyi uygulamayı analiz etmek.

2. Genç girişimcilere yeni geliştirilen yöntemlerle nasıl eğitim ve mentorluk yapılacağı konusunda gençlik çalışanlarının niteliklerini ve yetkinliklerini geliştirmek. HEDEF: 1 ay içinde 12 gençlik çalışanının eğitimi.

3. Gençlerin iş kurmaya yönelik kapasitelerini artırmak için gençlere yönelik kapasite eğitimleri düzenlemek. HEDEF: Her bir ortak ülkede 10 farklı konuda eğitimlere katılan 20 genç katılımcı, her bir eğitim 10 ay sürecek.

4. Fırsatları sınırlı gençlere destek sağlamak için etkileşimli bir çevrimiçi platform oluşturmak. HEDEF: 4 ay içinde oluşturulan platformun takip eden 14 ay içinde en az 400 ziyaretçi toplaması.

5. Dezavantajlı gençlere iş kurma yolunda rehberlik etmek amacıyla Mentorluk Programı'nı başlatmak. HEDEF: Her bir ortak ülkede 9 ay boyunca 30 fırsatları sınırlı genç, içeriği oluşturmak için beyin fırtınası yapacak. Yeni başlayan mısınız? Eşsiz bir isimle akılda kalıcı bir başlık tasarlayın.

# KONSORSİYUM HAKKINDA



**Asociatia CPDIS**, 2012 yılı sonbaharında kurulmuş kar amacı gütmeyen bir organizasyondur. Misyonumuz, yerel ve bölgesel alandaki **gençler** arasında **non-formal** eğitim yöntemleriyle gelişmelerini teşvik eden bir topluluk oluşturmaktır. CPDIS, **girişimcilik eğitimi**, video prodüksiyonu, spor etkinlikleri, sosyal katılım, sanat, yaratıcı etkinlikler, inovasyon, eğitim vb. konularda ilgi paylaşan gönüllülere destek sağlar; bu konuları bir meslek veya hobiden biri olarak benimseyen kişilere yardımcı olur.

Active Youth Association (AY), Litvanya'da ve sınırların ötesinde gençlerle ve ihtiyaç sahibi **topluluklarla** çalışan bir amacı olan bir kuruluştur. Non-formal eğitim alanında geniş **deneyime** sahibiz ve aynı zamanda göç, **girişimcilik**, sağlıklı yaşam tarzı, insan hakları gibi çeşitli konuları da içerir.



Institut za poticanje mladih (Gençlerin Gücü Enstitüsü), Hırvatistan'ın Rijeka şehrinde bulunan bir Kar Amacı Gütmeyen Kuruluş/Dernek'tir. Hükümet dışı bir kuruluş/dernek olarak Şubat 2018'de kuruldu. Bir araya getiren vizyon, **otantik** ve özgün bir toplum inşa etmektir. Kapsadığımız temel alanlar (sosyal) **girişimcilik**, sürdürülebilirlik, **liderlik**, genç işsizliği, dijital beceriler ve formal ve non-formal eğitim yöntemleri ve araçları aracılığıyla spor.

Avrupa Entegrasyon Grubu (EiG), 2015 yılında İstanbul, Türkiye'de birkaç genç ve **dinamik** kişi tarafından kurulmuştur. Grup, yerel ve uluslararası düzeyde sosyal projelerin gerçekleştirilmesinde **deneyime** sahip olan bireylerden oluşmaktadır. Grup, toplumun tüm (**sosyal** ve etnik gruplarından) **başarılı** bir şekilde entegre olmasının refah, istikrar, demokrasi ve hoşgörü için temel bir unsur olduğuna inanmaktadır.



## ARAŞTIRMA

Tüm 4 ortak ÷lkede ulusal ve yerel düzeyde sosyal girişimcilik alanında iyi uygulama örnekleri



İleriye yönelik, fırsatları sınırlı gençlerin girişimciliklerini destekleme konusunda zaten var olan uygulamaları belirlemek için gençler ve gençlik çalışanlarıyla yapılan görüşmeler ve anketler gerçekleştirildi.



# Romanya'da iyi uygulama örnekleri

# SOSYAL GİRİŞİMCİLİK NEDİR ?

Romanya'da

Girişimcilik, sadece kar elde etmek amacıyla bir işletme kurmayı hedeflerken, sosyal girişimcilik ise öncelikli olarak toplum içindeki sosyal sorunları çözmeyi amaçlar ve kar elde etme amacı ikinci planda yer alır.



Romanya'da, sosyal girişimcilik, kendi yasal çerçevesi olan bir sosyal ekonomik yapı olarak mevcuttur. Sosyal ekonomik yapı prensipleri şunlardır:



**1**

**KAR ARTIŞINDAN ÖNCE BİREYSEL VE SOSYAL HEDEFLERE ÖNCELİK VERİLMESİ;**

**2**

**DAYANIŞMA VE KOLEKTİF SORUMLULUK;**

**3**

**ORTAK ÜYELERİN ÇIKARLARI İLE GENEL ÇIKAR VE/VEYA BİR TOPLUMUN ÇIKARLARI ARASINDA YAKINSAMA;**

**4**

**ÜYELER TARAFINDAN YÜRÜTÜLEN FAALİYETLER ÜZERİNDE DEMOKRATİK KONTROLÜN SAĞLANMASI;**

**5**

**SOSYAL EKONOMİNİN ALANINA ÖZGÜ ÖRGÜTLENME BİÇİMLERİNDE DERNEĞİN GÖNÜLLÜ VE ÖZGÜR NİTELİĞİ;**



Ayrıca, Ekleme için sosyal ekonomik yapılar da bulunmaktadır ve bu yapılar, önceden bahsedilen koşulları kümülatif olarak sağlayan ve aşağıdakileri içeren sosyal işletmeler olarak tanımlanır:

**MUST**

**HAVE**

**6**

**İŞE ALINMIŞ PERSONELİN EN AZ %30'UNUN SAVUNMASIZ GRUPLARA MENSUP OLMASI VE**

**7**

**ÇALIŞANLARIN TOPLAM ÇALIŞMA SÜRESİNİN EN AZ %30'UNU TEMSİL ETMESİ GEREKMEKTEDİR.**

**8**

**AYRICA, ÖRGÜTÜN AYRICALIKLI YASAL KİŞİLİĞE SAHİP OLMASI, YÖNETİM ÖZERKLİĞİ VE KAMU OTORİTELERİNDEN BAĞIMSIZ OLMASI GEREKMEKTEDİR.**

**9**

**KÂR/FİNANSAL FAZLALIĞIN EN BÜYÜK KISMININ GENEL ÇIKAR, BİR TOPLUMUN ÇIKARI VEYA ÜYELERİN KİŞİSEL GAYRİMENKUL OLMAYAN ÇIKARLARININ GERÇEKLEŞTİRİLMESİNE YÖNLENDİRİLMESİ GEREKMEKTEDİR.**

**Sosyal Girişimcilik İsmi:**  
**After school - Karolina Kids**  
**Faaliyet Alanı: Eğitim**

**#1**



**Çalışan Sayısı:** şu anda 4 öğretmen bulunmaktadır.

**Dezavantajlı kişilerin kategorisi:**  
Az olanaklara sahip kişiler

**Karşılaşılan engeller:** Afterschool pazarına giriş yapmak ve ardından pazar payını korumak

**Az olanaklara sahip çalışanlar için uygulanan özel faaliyetler:**  
Gençlerle nasıl çalışacaklarını bilmeleri için eğitim ve mentorluk

## GENEL TANIM

Afterschool Karolina Kids, hizmetler ve eğitim alanında faaliyet gösterir ve faaliyet konusu olarak çocuklara düzenli bir eğitim ortamında vakit geçirme imkanı sunmak ve bu sürece bağlı olarak yemek ve konaklama hizmetleri sunmak için kurumsal ve organizasyonel bir yapı oluşturmayı amaçlar.



3-7 yaş arası okul öncesi çocuklar ve 1-4. sınıf öğrencileri için hizmet vermeyi hedefler. Okul öncesi çocuklar için müfredat alanı, çocukların müfredat ve okul konularına kolay adapte olmalarını sağlayacak beceri ve bilgi gelişimine vurgu yapar ve eğitim sistemine dahil olan çocuklar için geçerlidir.

## GENEL TANIM

1-4. sınıflarda öğrencilere ev ödevlerini anlama ve tamamlama konusunda destek sağlanmasına öncelik verilecektir.

Bu sosyal girişimin gerçekleştirdiği faaliyetlerin çift bir ekonomik ve sosyal bileşeni bulunmaktadır:

- İş yaratmış ve sürdürmüş olan kişiler aracılığıyla, bunlar savunmasız gruplara (az olanaklara sahip) dahil olacaktır.
- Kurumsallaşmış çocukların diğer çocuklar arasında entegrasyonunu da içeren faaliyetin sosyal karakteri aracılığıyla.



**Hedef Grup:** Bu sosyal ekonomi yapısının müşterileri şunlardır:

1. Okul öncesi çocuklar ve 1. sınıftan 4. sınıfa kadar olan okul çocukları için Karolina Kids hizmetlerini kullanmak isteyen ailelerin çocukları
2. Kurumsallaşmış Çocuk Merkezleri'nden gelen çocuklar, yaşlarına sahip olanlar



## **Rekabet:**

Bu tür bir hizmet için piyasada birçok şirket bulunmaktadır. Bu şirketler, okul öncesi ve küçük okul çocuklarının ebeveynlerinin çoğunlukla günün büyük bir kısmını kaplayan ekonomik faaliyetlerle meşgul olmaları nedeniyle çocuklara ayrılan zaman ve eğitim gereksinimlerini karşılamada zorluk yaşayan ebeveynlere hizmet vermek amacıyla kurulmuştur.

## **Diğer sektörlere transfer edilebilirlik:**

Sosyal ekonomi yapısı içinde ele alınan faaliyet türü, ilgili hizmetlerden faydalanan hedef grupların bulunduğu il/ilçe Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Müdürlükleri ile ilgili sivil toplum kuruluşlarının lojistik desteğiyle bölgenin tamamında kolaylıkla uygulanabilir ve genişletilebilir.



Daha fazla bilgi için:  
<http://karolina-kids.ro/>

**Sosyal girişimin adı:**

Atelierul SUK

**Faaliyet alanı:**

Tekstil üretimi

**#2**



**Çalışan sayısı:** Arz ve talebe bağlı olarak değişir

**Az olanaklara sahip olanlar kategorisi:** Az olanaklara sahip insanlar

**Karşılaşılan engeller:** Mali engeller, düşük seviyede tedarikçiler

**Az olanaklara sahip çalışanlar için uygulanan özel faaliyetler:** Onlara destek olma - eğitim atölyeleri ve takım oluşturma etkinlikleri



## GENEL TANIM

SUK atölyesi, çeşitli ev / otel tekstillerinin üretimi için terzilik hizmetleri sunmaktadır: yatak takımları, battaniyeler, perdeler, kornişler, masa örtüleri, terlikler, önlükler vb. Faaliyetinizle ilgili olan hizmetler. Tarafımızdan yapılan tüm ürünler, hem nakış hem de doğrudan kumaş üzerine baskı yapma yoluyla özelleştirilebilir.



(Hem tekrarlayan yıkamalara dayanıklılık sağlayarak hem de renkleri koruyarak kaliteyi garanti ederek). Ayrıca, nakış veya özel ürünlere doğrudan baskı yapma yoluyla kişiselleştirme hizmetleri de sunabiliriz.

**Hedef Grup:** Geleneksel aileler, gençler, yetişkinler

**Rekabet:** Tekstil üretim sektöründeki aynı şirketler

**Diğer sektörlere aktarılabilirlik:** Farklı alıcılarla esneklik göstermektedirler. Dobrogea bölgesindeki otel ve restoranlara odaklanmaktadır.



Daha fazla bilgi için:  
<https://www.facebook.com/AtelierulSUK/>

# Sosyal Girişimin Adı:

Nod Maker Space

# Faaliyet Alanı:

İş Alanı (Business Space)

# #3



**Çalışan Sayısı:** 70'den fazla SERBEST ÇALIŞAN VE ŞİRKET Toplulukta 100'den fazla ÜYE

**Az fırsatları olanlar kategorisi:**  
#Azfırsatlıgirişimciler, #yeni başlayanlar, #yeni girişimciler, #gençler

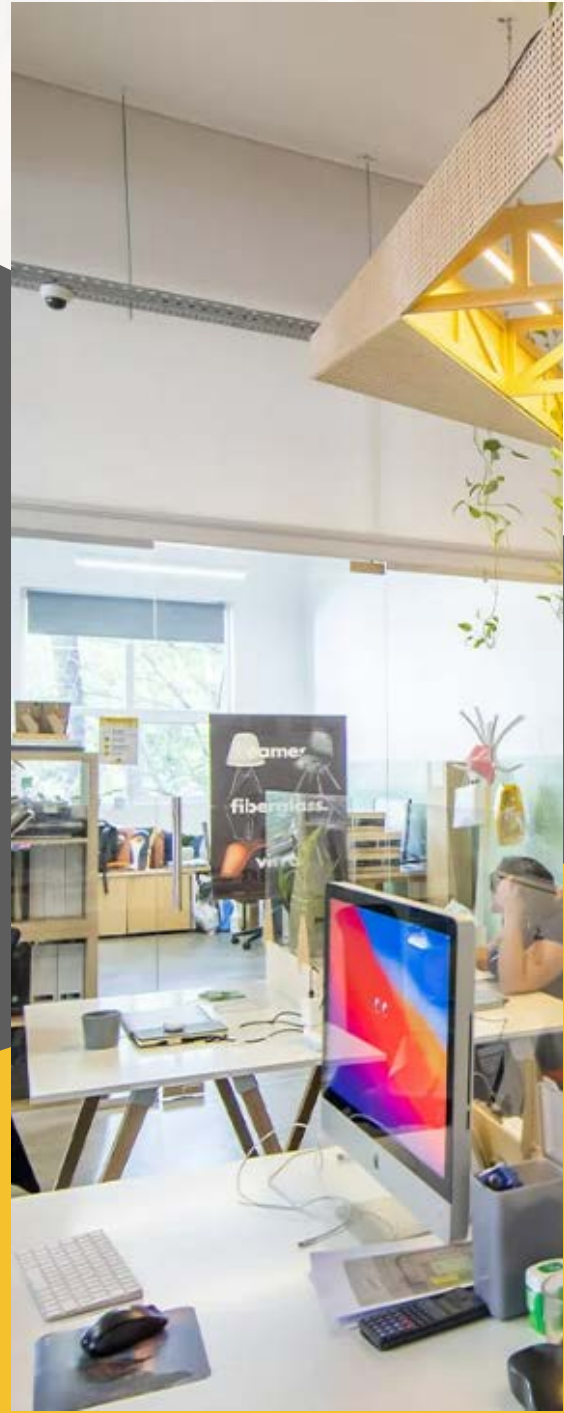
Orta Avrupa Girişim Ödülleri'ne göre En İyi Çalışma Alanı.

**Az fırsatları olan çalışanlar için uygulanan özel faaliyetler:** Yeni girişimcilerin kendilerini ve işlerini geliştirmelerini desteklemek - eğitim atölyeleri ve olanaklar: Makerspace (Yapıcı Alan), Coworking (Ortak Çalışma), Etkinlik mekanları, Malzeme kütüphanesi, Topluluk, Makershop (Yapıcı Dükkan), Ağ oluşturma.

## GENEL TANIM

Çalışma alanları, yapıcı alanlar, ahşap ve metal atölyeleri, özel stüdyolar, toplantı ve etkinlik mekanları, MATER - Güneydoğu Avrupa'daki ilk ve tek malzeme kütüphanesi ve Makershop - yerel üretim ürünlerin bulunduğu çevrimiçi mağaza gibi hizmetler sunmaktadır.

Node Hakkında Nod Makerspace, Romanya'da tasarımı, mühendisliği ve yaratıcı eğitimi demokratikleştirmeyi amaçlayan ilk büyük ölçekli yaratıcı merkezdir.



### #NOD Nedir?

Nod Makerspace, dijital üretim ve hızlı prototipleme için geniş bir araç ve ekipman yelpazesine üyelik tabanlı erişim sunan bir yaratıcı çalışma alanıdır. Bu projenin uzun vadeli hedefi, yaşam standartlarını yerel ve küresel düzeyde iyileştirmek için fırsatlar yaratmak (kuluçka) ve güçlü bir açık kaynak topluluğu oluşturmaktır.

Biz bu tür bir mekana ihtiyaç duyanlara hitap ediyoruz ve yalnızca onlara değil: mekan aynı zamanda yaratmanın, tasarımın keyfini deneyimlemek isteyenlere, imalat dünyasına adım atmak isteyenlere, öğrenmek isteyenlere, fikirlerini hayata geçirmek isteyenlere açıktır:

- 7 yaş ve üzeri: öğrenciler, lise ve genel okul öğrencileri
- Yaratıcı kişiler: mobilya tasarımcıları, moda tasarımcıları, mücevher tasarımcıları, mimarlar, ürün tasarımcıları
- İcatçılar, yenilikçiler ve üreticiler. Tam zamanlı çalışanlar, hatta fazla mesai yapanlar, boş zamanlarında, çalışma saatleri dışında inşa etme ve icat etme tutkusuna sahip olanlar.
- Girişimciler ve başlatanlar. Fikri olanlar ve onu üretebilecekleri bir yer veya teknik destek ihtiyacı olanlar.
- Öğrenmek isteyenler. Kendilerini geliştirmek ve öğrenmek isteyenler.

Rekabet: Bükreş'teki diğer coworking alanları: Regus [www.regus.com](http://www.regus.com), Seneca AntiCafe [senecanticafe.ro](http://senecanticafe.ro), Space Works [www.spacesworks.com](http://www.spacesworks.com), Impacthub <https://impacthub.net/>, Mind Space <https://hs.mindspace.me/>, Match Office [www.matchoffice.com](http://www.matchoffice.com), Pluria [pluria.co](http://pluria.co)



More details at:  
<https://nodmakerspace.ro/despre-noi/>

**Sosyal girişimin adı:**  
Diamond System România  
**Faaliyet alanı:**  
İş Eğitimi

**#4**

 **Diamond System**



**Livia Soare**



**Octavian Baban**

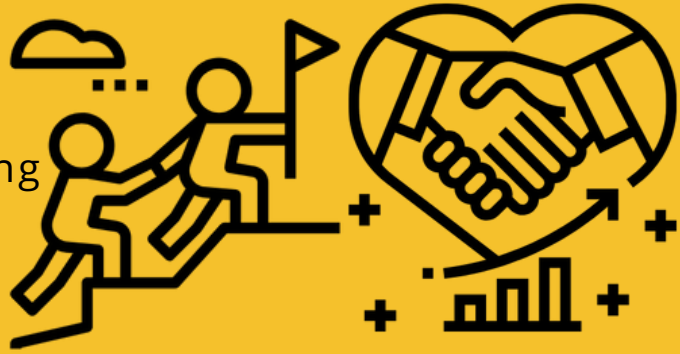


**Felician Solomon**

**Çalışan sayısı: Romanya'da 3, dünya çapında 25 ülkede faaliyet gösteriyor. Diamond System România, dünya çapında insanlara tüm alanlarda başarıya ulaşmalarına yardımcı olmayı amaçlamaktadır.**

**Az imkâna sahip çalışanlar için uygulanan özel etkinlikler:**

- Etkinlikler
- Mastermind
- Express Takım Eğitimi
- Seed System Mentoring
- Podcast'ler
- Eğitimler
- Kitaplar
- Mentorluk Oturumları ve Sınıflar



Diamond Cutter Institute'nin misyonu, insanlara dünya genelinde tüm alanlarda başarıya ulaşmalarına yardımcı olmaktır: maddi başarı ve refahı, tatmin edici bir kariyeri, iş ve hayat ortaklarıyla tatmin edici ve kalıcı ilişkileri, fiziksel ve zihinsel olarak sağlıklı olmayı, iç huzuru ve odaklanma gücünü elde etmeyi ve son olarak, yaşadıkları aile, toplum ve ülkeyi daha iyiye değiştirmeye yardımcı olabilmeyi sağlamaktır.



Az imkanlara sahip kişilerin kategorisi:  
#herhangiigirişimciler #başarısızışletmeler  
#yenibaşlayanlar #yenişletmeciler #gençler

Hedef Grup: Bu sistem, girişimcilerin ve uzmanların faaliyet alanlarında tüm düzeylerde başarı elde etmelerine yardımcı olmayı amaçlar.



In-depth courses:



30-day challenges



Thematic courses

Diamond Cutter Sistemi: İşinizi ve kariyerinizi yönetmek için tutarlı, adil ve mantıklı bir sistemdir. Her zaman işe yarar, uygulaması basit ve keyiflidir. Hedeflerinizi gerçekleştirmenize yardımcı olurken aynı zamanda etrafınızdakilerin büyümesine de katkıda bulunur.

**Diamond System**

**SEED YOUR BUSINESS**

program de **mastermind** pentru antreprenori

Diamond Cutter Sistemi (veya Seed Sistemi), hayatınızdaki her şeyi ortaya çıkarmak için yeni ve önemli bir fikir sunar ve her zaman işe yarayan bir sistemdir. Temelinde, başımıza gelen her şeyin etrafımızdakilere nasıl davrandığımızla bağlı olduğu değişmez gerçeği yatar. Ayrıca, Diamond Cutter Enstitüsü, başkalarına nasıl davrandığımızın zihnimizde bir tohum olarak depolandığının açık bir açıklamasını sunar. Bu tohum zihinde meyve verir ve daha sonra etrafımızda gördüğümüz şeyleri ve insanları belirler.



Financial  
independence



Fulfilled Relationships  
& Healthy Body



Peace of Mind



Contribution

Diamond Cutter, binlerce yıldır insanlar arasında aktarılan evrensel bir sistemdir. Geshe Michael Roach'ın büyük bir başarısı, bu sistemi 19 yıl boyunca uygulayarak etkinliğini kanıtlayabilmesidir. Andin International şirketi, 2009 yılında Warren Buffet tarafından satın alındığında 3 kıtada 10.000'den fazla çalışana ve 250 milyon dolarlık bir ciroya sahipti. Bu süreçte şirket, 50.000 dolarlık bir krediden büyümüştür.

### **Diğer sektörlere aktarılabilirlik:**

Bu tür hizmetlerden faydalanan hedef grupların da içinde bulunduğu tüm sektörlerde uygulanabilir.



Daha fazla bilgi için:  
<http://diamondcutter.ro>





**No. of employees:** yaklaşık 50 kişiden oluşan Roma zanaatkârları ve üreticileri ağı

**Few opportunities category:** Roma etnik azınlığı

**Karşılaşılan engeller:** Finansman

**Az fırsat sahibi çalışanlar için uygulanan özel faaliyetler:** Geleneksel Roma el sanatları ve zanaatkârlarının tanıtılması, gelirlerinin artırılması ve geleneklerinin yaygınlaştırılması

## GENEL TANIM

Meşteshukar ButiQ, geleneksel Roman el sanatlarını değerlendirmeyi başarmış bir zanaatkâr ve sosyal ekonomi işletmeleri ağıdır. MBQ, herhangi bir bağlamda öne çıkan hikayesi ve tasarımı olan premium yaşam tarzı ürünleri sunar. Bu ürünler, geleneksel üretim tekniklerinin çağdaş ürün tasarımıyla harmanlanmasının bir sonucudur.



Meşteshukar ButiQ, gelenekler, zanaat ve tasarıma ilgi duyan tüketicilerin ihtiyaçlarını odaklanarak ev dekorasyonu ve giyim tasarımı genel pazarına hitap etmektedir. Satılan her ürün, onu üreten zanaatkârlara doğrudan gelir sağlamaktadır.

## **Hedef Grup:**

Roman zanaatkârlar (doğrudan),  
gelenekler ve zanaatla ilgilenen  
tüketiciler (dolaylı)

## **Rekabet:**

Roman Geleneksel Zanaatkârlar  
ve Tüccarlar Derneği (Asociația  
Meșteșugarilor și Comercianților  
Tradiționali Romi)  
(<http://mestesugarii-rromi.ro/>)



## Diğer sektörlere aktarılabilirlik:

Fikir, herhangi bir geleneği sanat standardına yükseltmek ve satışını teşvik etmek için herhangi bir geleneğe aktarılabilir. Ayrıca, herhangi bir azınlık grubunu (etnik, dini veya herhangi bir şekilde dezavantajlı olanları) desteklemek için benzersizliklerini bir işe dönüştürerek teşvik etmek amacıyla kullanılabilir.



Daha fazla bilgi için:  
<https://mbq.ro/>



# LITVANYA

## Sosyal Girişim Kavramı:

Ekonomik faaliyetlerin bir parçası olarak, halk, grup veya çevresel hedeflere ulaşmayı ve belirtilen kriterlere uygun olarak toplumsal sosyal sorunları çözmeyi amaçlayan özel veya kamu hukuki bir varlık.

- Boyut
- Belirli sorunlar için ölçülebilir olumlu sosyal etki
- Ekonomik faaliyetlerden elde edilen gelirin bir bölümünün ayrılması
- Kârın belirli bir şekilde tahsis edilmesi
- Stakeholder'ların tüm iş sürecine dahil edilmesi



---

Neredeyse tüm işletmeler, Vilnius ve Kaunas gibi büyük şehirlerde veya Neringa ve Palanga gibi mevsimsel ve sahil şehirlerinde kurulmaktadır, diğer şehirler ve belediyeler ise yatırımcıları çekmekte veya işletmelerin gelişmesi için koşulları yaratmada zorluklar yaşamaktadır. Bu paradigmayı takip ederek, sosyal işletmeler mevcut işletmelerden ve gelecek olanlardan çok daha yüksek bir rekabetle karşılaşacaktır. 2018 yılında Citadele bankası, Litvanya'nın farklı bölgelerindeki işletmelerin karşılaştığı engelleri belirlemek amacıyla bir araştırma yapmıştır. En çok zorluk yaşayan belediyelerin uzman eksikliği, bürokrasi, artan vergiler ve mal fiyatları olduğu belirlenmiştir.

## HUKUKI SINIRLAR

"Toplumsal İşletme" statüsünün elde edilmesi oldukça uzun ve karmaşık bir süreçtir. Statü tesis edildiğinde bile sürdürmek kolay değildir. Örneğin, toplumsal işletmeler yatırımcılara veya hissedarlara temettü ödeyemez, çalışanlara ortalama ücretten daha iyi bir maaş sağlayamaz ve gelirin %50'si ticari faaliyetlerden elde edilmelidir.







W E A K

PUBLIC

D I A L O G U E

Sivil toplum kuruluşları sosyal işletmelerle ilgili bilgilere, eğitimlere ve konferanslara kolayca erişebilirken, genel halkın sınırlı bir yeteneği vardır. Son yıllarda sosyal işletme fikirleri daha yaygın hale gelse de, bu yeterli değildir. İlgilenenler birçok bilgi bulabilir, ancak büyük medya sosyal girişimciliği yeterince tanıtmamaktadır, bu nedenle girişimler ve gönüllü katılım sosyal işletmelerde oldukça düşüktür. Litvanya'daki genel düşük sivil etkinlik de bu zorluğa katkıda bulunur.



Girişimciler için başlangıç sermayesi olmadan başarılı bir iş kurmak çok daha zor olmaktadır. İşe başlamak için kredi almak zordur - özellikle gençler için. Bankanın iş için uygun bir miktar kredi sağlaması için kişinin kredi skoru ve olası bir teminat değerlendirilecektir. Eğer kişi geğmiş yıllarda istikrarlı ve ortalamanın üstünde bir gelire sahip değilse, ödenmemiş borçları ve/veya faturalarda gecikmeleri varsa, teklif edilen kredi için başlaması için yetersiz olabilir ve başka kaynaklardan fon aramak gerekebilir.

**Sosyal girişimin adı:**

"Pirmas Blynas"

**Faaliyet alanı:**

Restoran



**Çalışan sayısı:** 10 çalışan

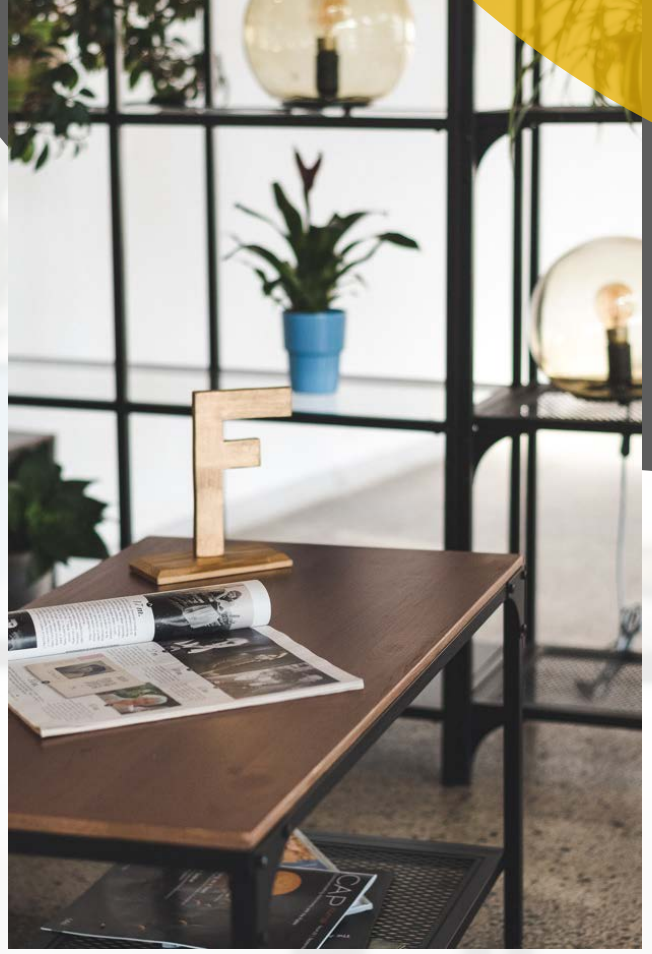
**Fırsatların az olduğu kategori:** Engellilerin sosyal dahil edilmesi ve yemek hizmetleri

**Karşılaşılan engeller:** Finansal endişeler en büyük engeldi. Şirketin kurucusu Hollandalı olduğu için Litvanca konuşamıyordu ve dil bariyeri mevcuttu.



## GENEL TANIM

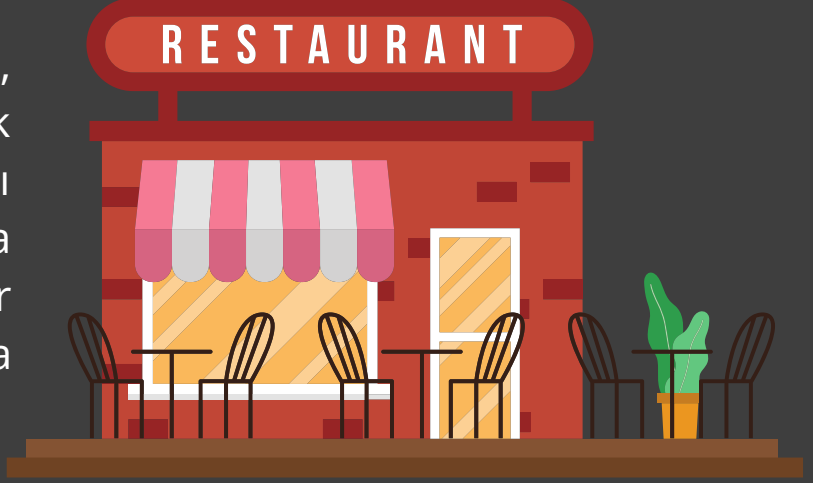
"Pirmas Blynas" isimli bir sosyal pancake restorani, Vilnius'un Eski Şehri'nde bulunmaktadır. İşletme 2018 yılında açılmış olup o zamandan beri faaliyet göstermektedir. "Pirmas Blynas" restorani, son derece lezzetli pankekleri ve dostane personeliyle tanınmaktadır ve bu nedenle "TripAdvisor" tarafından gezginlerin tercihi rozeti ile ödüllendirilmiştir.



## "PIRMAS BLYNAS" ÖDÜLLENDİRİLMESİ

"Pirmas Blynas", 2018 yılında Litvanya'da bir sosyal işletme ödülü kazanmıştır. Bu ödül, sosyal sorumluluk ilkelerini benimsemeyi teşvik etmek ve Litvanya'daki şirketlere bu ilkeleri uygulamaları konusunda teşvik etmek amacıyla verilmektedir.

"Pirmas Blynas", engellilere yönelik güvenli ve kapsayıcı bir ortam sağlama gibi önemli bir sosyal misyona sahiptir.



"Pirmas Blynas", engellilere yönelik güvenli ve kapsayıcı bir ortam sağlama gibi önemli bir sosyal misyona sahiptir.



Restoranın amacı, engelli bireylere iş bulmaları, para kazanmaları, bağımsız hissetmeleri ve daha saygın bir yaşam sürmelerine yardımcı olmaktır. Bunun yanı sıra, şirket sahibi engelli bireylere karşı olumlu tutumun teşvik edilmesini ve toplumsal dahilinin teşvik edilmesini istemektedir.

## ENGELLİ BİREYLER

Engellilerin restoranda çalışması, büyük etki yarattığı gözlemlenmiştir. Bir işe sahip olmak ve diğer insanlara yardım etmek, onlara bağımsızlık ve özgüven hissi vermektedir. Ayrıca iletişim becerilerini geliştirmekte ve hayatları üzerinde kontrol sahibi olma duygusu vermektedir.



I N C L U S I O N



Daha fazla bilgi için:

<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)

**Sosyal girişimin adı:**

Mano Guru

**Faaliyet alanı:**

Catering hizmetleri

**#2**

**Çalışan sayısı:** 25 çalışan

**Az imkana sahip grup kategorisi:** Çalışanların %70'i  
**az imkana sahip Karşılaşılan engeller:** Hedef grup için konaklama imkanları, yenileme çalışmalarından kaynaklanan büyük finansal kayıplar

**Az imkana sahip çalışanlar için uygulanan özel faaliyetler:** Hedef grubu desteklemek için konaklama imkanları, mentorlar ve personele destek sağlanması



## GENEL TANIM

"Mano Guru" 2004 yılında faaliyete geçti ve Litvanya'daki ilk sosyal işletmelerden biridir. Bu restoranda herkes çeşitli lezzetli salataların tadını çıkarabilir ve yeni tatlar keşfedebilir. Burada herkese sıcak bir karşılama ve olağanüstü müşteri hizmeti sunulmaktadır.



"Mano Guru", hapishaneden serbest bırakılan veya bağımlılıktan kurtulan insanların topluma ve iş gücüne yeniden entegrasyonunu sağlar. Bu hedefe ulaşmak için mutfak, garsonluk ve barmenlik gibi alanlarda profesyonel eğitimler verilir. Çalışanlara ayrıca psikolojik ve sosyal danışmanlık hizmetleri de sunulur.



**Eski suçlular ve bağımlılar, "Mano Guru"da çalışarak hayatlarının kontrolünü ele geçirebilir ve günlük yaşamlarında rutin oluşturabilir. Bir süre sonra yeni beceriler kazanır, kendi eylemlerinden daha sorumlu hale gelir ve kendi kimliklerini keşfederler.**



**Restoranın psikolojik destek programının bir parçası olarak, çalışanlara terapi imkanı sunulmaktadır. Bireysel ve grup seansları gibi çeşitli seçenekler mevcuttur. Çalışma dönemlerini tamamladıktan sonra, çalışanlar gelecekte iş bulmalarına yardımcı olacak bir diploma alırlar. 'Mano Guru' salata barı, toplum üzerinde kesinlikle olumlu bir etki yaratmıştır. 17 yıllık faaliyeti boyunca, proje yaklaşık 700 kişiye hizmet vermiş olup bunların %75'i iş gücü piyasasına geri dönebilmiştir.**

## KARŞILAŞILAN SORUNLAR

"Mano Guru" restoranı kuruluş aşamasında birçok sorunla karşılaşmıştır. İlk olarak, hedef kitle için konaklama yerlerinin bulunması başlangıçta zorluk arz etmiştir. Ayrıca, salata barı Vilnius'un merkezinde yer aldığından ve yenileme çalışmaları nedeniyle ciddi finansal kayıplar yaşamıştır. İşletmenin kurulması için Vilnius Caddesi'nin modernize edilmesinden yaklaşık bir yıl geçmiştir. Bunun yanı sıra, "Mano Guru" daha az fırsata sahip olan çalışanlar için özel etkinlikler düzenlemiş ve onları mükemmel garsonlar, aşçılar veya barmenler haline getirmek için eğitim vermiştir. Salata barı, hedef kitleye destek sağlamak ve eski suçluların veya bağımlıların topluma daha iyi adapte olmalarına yardımcı olmak için mentörler ve personele yönelik özel programlar sunmaktadır.



Daha fazla bilgi için:  
<https://www.govilnius.lt/visit-vilnius/vilnius-pass-attractions/mano-guru-restaurant>

**Sosyal girişimin adı:**

Acorus Calamus

**Faaliyet alanı:**

Bitki çayı üretimi

**#3**



**Çalışan sayısı:**

23 çalışan

**Az fırsatlar kategorisi:**

%50'si az fırsatlara sahip çalışanlar

**Karşılaşılan engeller:**

Lisans almak, mali zorluklar

**Az fırsatlara sahip çalışanlar için uygulanan özel faaliyetler:**

Engellilere çeşitli faydalar sunulmaktadır.

## GENEL TANIM

"Acorus Calamus", 15 yıldan fazla bir süre önce Litvanya'nın kuzeyindeki güzel bir kaçış noktası olan Pakruojis'ta kurulmuştur. Baltık ülkelerindeki en büyük bitki üreticisi ve pazarlamacısıdır. Gıda takviyeleri, bitkisel fonksiyonel çaylar ve çay hediye setleri üreticisi olarak şirket, geniş bir ürün yelpazesinde kapsamlı deneyime sahiptir.



Bitkisel ürünler, köklü geleneklerin, geniş bilginin ve mükemmelleştirilmiş üretim süreçlerinin yanı sıra yenilikçilik ile birleştirilerek oluşturulmaktadır.

Daha etkili ve uygun bir şirket haline gelmek için "Acorus Calamus", geleneksel çay tariflerini daha modern ve etkili bir hale dönüştürmektedir. Şirketin çay karışımları, yapay tatlandırıcılar içermeyen, kokulu doğal notalara sahiptir, bu da müşterilerin 200'den fazla tat, fonksiyon ve karışım içeren en yüksek kalitede çayın keyfini çıkarmasını sağlar. Bunun yanı sıra, "Acorus Calamus" günlük görevlere yardımcı olması için engelli bireyleri işe almakta ve çeşitli işleri nasıl yapacaklarını öğretmektedir.



## AZ OLANAKLARA SAHİP KİŞİLER KATEGORİSİ: ENGELLİLER

"Acorus Calamus", engelli bireylere çeşitli faydalar sunmaktadır. Az olanaklara sahip olanlar yeni beceriler öğrenir, daha sorumluluk sahibi olurlar ve refahlarını iyileştirirler. Başkalarına yardım etmekten gelen aidiyet duygusu, hedef kitlenin topluma daha çok ait hissetmelerini sağlar. "Acorus Calamus", engelli bireylerin tam teşekküllü çalışanlar olduğunu ve iş gücüne katılabilmeleri gerektiğini diğer şirketlere büyük bir örnek teşkil etmektedir.



## KARŞILAŞILAN ENGELLER

Şirketin ilaç üretimi için lisans alması ve çaylar için mükemmel bitki kombinasyonunu bulabilmesi için kapsamlı araştırmalar ve testler gereklidir. "Acorus Calamus" kuruluş aşamasında finansal zorluklarla da karşılaşmıştır. Ancak günümüzde "Acorus Calamus", dünya genelinde 32 ülkede mevcuttur. Yurtdışında satış noktalarını genişletmek ve işbirliği fırsatları aramakla birlikte, şirket sürekli olarak en iyi sonuçlara ulaşmak için güvenilir bir bitkisel ürünler şirketi olarak ününü artırmaktadır.



Daha fazla bilgi için:  
<https://www.acorus.lt/>

# Sosyal Girişimin Adı:

"Orus namai"

# Faaliyet Alanı:

Konaklama

# #4



**Çalışan Sayısı:** 2 çalışan

**Az olanaklara sahip grup kategorisi:** Az olanaklara sahip bireylerin sosyal dahil edilmesi

**Karşılaşılan engeller:** Yüksek mülkiyet fiyatları, finansman, yeni daireler için uygun alan eksikliği

**Hedef kitle:** Yaşlılar

**Rekabet:** Huzurevleri





## GENEL TANIM

"Orus namai", yaşlıların ihtiyaçlarına uygun olarak düzenlenmiş yaşlı apartman bloklarında güvenli, konforlu, ekonomik ve topluluk odaklı bir yaşam sürmeleri için koşullar yaratmayı amaçlayan bir sosyal proje. Vilnius'ta bulunan deneysel yaşlı apartman binası 2018 sonbaharında açıldı. "Orus namai", yaşlıları eski evlerini kiraya verip "Orus namai" apartman bloğundaki özel olarak tasarlanmış dairelere taşınmaya davet ediyor. Kiralama geliri, yaşam maliyetinin tamamını karşılar (ekstra kira, fatura, internet veya kablo yoktur), böylece tüm emekli maaşı yaşlıların diğer ihtiyaçları için kalır. Vilnius'taki "Orus namai" apartman bloğu, dört adet 27 m2 daireden ve herkesin buluşabileceği, sosyalleşebileceği ve favori aktivitelerini yapabileceği ortak bir salon dan oluşur.

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 "ORİĆ  
NAĆ".

4.



HIS LIVING HERE IS  
PAID FROM HIS  
RENT

5.



THE SENIOR'S  
ENTIRE PENSION  
REMAINS FOR HIS  
OTHER NEEDS

Diğer sektörlere transfer edilebilirlik: hedef kitlesini genişleterek ve farklı şehirlerde genişleyerek mümkündür.

www

Daha fazla bilgi için:  
<https://orusnamai.lt/>



Orus namai

**Sosyal Girişimin Adı:**  
**“Miesto laboratorija”**  
**Faaliyet Alanı:**  
toplum merkezi



**#5**



**Çalışan sayısı:** 10 çalışan

**Az fırsatlar kategorisi:** toplum üyelerinin dahil edilmesi

**Karşılaşılan engeller:** toplum merkezinin sürdürülebilmesi için maddi kaynak eksikliği

**Hedef kitle:** Antakalnis bölgesi topluluğu

**Rekabet:** diğer kültürel, gençlik ve toplum merkezleri



MIESTO  
LABORATORIJA

## GENEL TANIM

"Miesto laboratorija", bir kafe, açık etkinlik alanı, ekolojik yenilikler, hidroponik bahçe, eğitim bahçesi, galeri ve çocuklar için kendin yap açık hava oyun alanı bulunan sürdürülebilir ve çevre dostu bir eğitim toplum merkezidir.

"Miesto laboratorija" durumunda, iki sorun belirlenmiş ve iki hedef belirlenmiştir: yerel toplumu harekete geçirmek ve etkilemek, daha sürdürülebilir ve çevre dostu bir yaşam tarzı için fikirlerin yayılmasına katkıda bulunmak. Bu iki hedefe uyumlu faaliyetler yürütmek amacıyla sürdürülebilir bir eğitim toplum merkezi kurulmuştur.





## GENEL TANIM

Başka bir önemli nokta da işin ticari tarafıdır. Tüm faaliyetleriyle toplum merkezini finansal olarak sürdürebilmek için bir yiyecek kafe oluşturulmuştur. Kafenin kuruluşundan bu yana, "Miesto laboratorija"nın toplam gelirinin %80 ila %90'ını oluşturarak tüm projeyi desteklemiştir. Yıl sonunda karlı ise, tüm karlar yeni faaliyetlere, altyapı iyileştirmelerine ve yeni projelerin geliştirilmesine yeniden yatırılmaktadır. Bu şekilde, iş prensipleriyle yürütülen bu sosyal-çevresel proje, mali açıdan sürdürülebilir, öz yeterli ve kamu finansmanından bağımsızdır.

Diğer sektörlere geçirilebilirlik:  
Toplumun ilgisini sürdürmek için  
diğer sektörlerle işbirliği yapma.



Daha fazla bilgi için:  
<https://miestolaboratorija.lt/>



# Hırvatistan'da iyi uygulama örnekleri



**Sosyal girişimcilik**, son 30 yılda dünya genelinde giderek daha popüler hale gelen bir girişimcilik ve ekonomi alanıdır. Bununla birlikte, Hırvatistan'da sosyal girişimcilikle ilgili konular, 2015-2020 dönemi için **Hırvatistan Cumhuriyeti Sosyal Girişimcilik Geliştirme Stratejisi**'nin geliştirilmesi ve kabul edilmesi nedeniyle son yıllarda odak noktası haline gelmiştir.

# Sosyal Girişimin Adı:

Humana Nova

Faaliyet alanı: El sanatı

# #1



**Çalışan sayısı:** 45 çalışan, bunlardan 25'i engelli, 13'ü engellerle karşılaşmış

**Az fırsatlar kategorisi:** Engelliler, NEET (Eğitimde veya işgücünde olmayan gençler)

**Karşılaşılan engeller:** Engellilik, iş bulma zorlukları

**Az fırsatlara sahip çalışanlar için uygulanan özel faaliyetler:** Hoşgörülü toplumsal ilişkilerin geliştirilmesi ve kaynakların dengeli kullanımı

## GENEL TANIM

Onlar, işgücü entegrasyonu ve geri dönüşüm konularında örnek gösterilen bir sosyal girişimdir ve daha geniş bir bölgede tanınmaktadır. Faaliyetleri aracılığıyla, hoşgörülü toplumsal ilişkilerin geliştirilmesine ve kaynakların dengeli kullanımına katkıda bulunmaktadır.



Marjinalleşmiş grupları istihdam ederek tekstil malzemelerini toplamak, yeniden kullanmak ve geri dönüşümünü sağlamak ve yerel işbirliğiyle aktif olarak yoksulluk azaltımına, yerel toplumun sürdürülebilir kalkınmasına ve doğa korumaya katkıda bulunmaktadır.



**Rekabet:** Benzer ürünler satan birçok benzer şirket bulunmasına rağmen, onlar Hırvatistan'da ürünlerinin engelli bireyler tarafından yapıldığı tek şirkettir.



**Hedef kitlesi:** Engelli bireyler ve engellerle karşılaşanlar.

**Diğer sektörlere aktarılabilirlik:** Bu şirketin başarısı, engelli bireylerin gelişimlerine katkıda bulunabileceği konusunda diğer şirketlere örnek olabilir.

Daha fazla bilgi için:  
<https://humananova.org/>



## Sosyal Girişimin Adı:

edona

## Faaliyet alanı:

Gastronomi

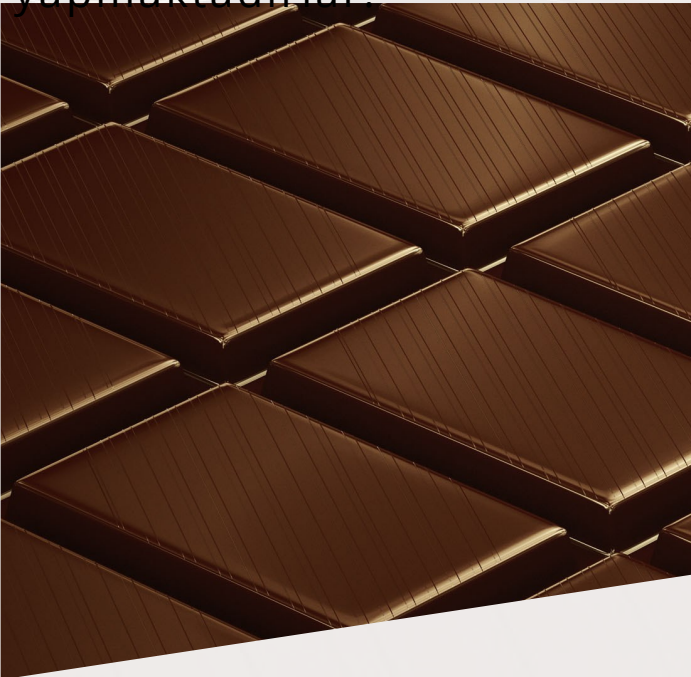
# #2

**Çalışan Sayısı:** 18 çalışan,  
bunlardan 9'u engellidir.

**Az fırsatlar kategorisi:** Engelliler,  
NEET (Eğitim, istihdam veya  
eğitimde olmayan gençler)

**Karşılaşılan engeller:** Engellilik,  
iş bulma zorlukları

**Daha az fırsata sahip olan  
çalışanlar için uygulanan özel  
faaliyetler:** Eğitim, gelişim ve  
büyüme konularında kesin bir  
şekilde yeniden yatırım  
yapmaktadır.



## GENEL TANIM



2013 yılında, Krizevci çikolata atölyesi olan "Chocolateria Chris" projesi kapsamında, Petar Gataric tarafından yönetilen engelliler derneği olan Krizevci Derneği tarafından kuruldu. Hedona, tatlı hikayesine 60 metrekarelik alanda ve 6 çalışanla başladı, bunlardan 4'ü engelli çalışanlardı.

Fikirler dünyayı değiştirir, onların durumunda ise daha tatlı ve daha hoşgörülü hale getirir. HEDONA, engelli bireylerin zorlu istihdamıyla ilgili bir meydan okumaya cevaptır. Açık istihdam, her bireyin sosyal entegrasyonunun, zihinsel sağlığının, refahının ve kendini gerçekleştirmesinin temelidir.

**Hedef kitle:** Engelli bireyler ve engellerle karşılaşanlar

**Rekabet:** Benzer ürünleri satan birçok benzer şirket bulunmasına rağmen, onlar Hırvatistan'da ürünlerinin engelli bireyler tarafından yapıldığı tek şirkettir.

**Diğer sektörlere transfer edilebilirlik:** Bu şirketin başarısı, diğer şirketlere engelli bireylerin gelişime katkıda bulunabileceği konusunda bir örnek olabilir.



<https://hedona.hr/>

**Sosyal girişimin :**  
Sfera Visia  
**Faaliyet alanı:**  
Kozmetik

**#3**



**Çalışan sayısı:** 6 çalışan, 3 engelli, kör veya kısmi görme engelli

**Az olan fırsatlar kategorisi:** Engelli bireyler, NEET (eğitimde, istihdamda veya eğitimle istihdam arasında olmayan gençler)

**arşılaşılan engeller:** Engellilik, iş bulma zorlukları

**Daha az fırsata sahip olan çalışanlar için uygulanan özel faaliyetler:** Dernek üyeleri olan işsiz kişilere (kör veya kısmi görme engelli) iş imkanları yaratmak.

## GENEL TANIM



Avrupa Birliği tarafından desteklenen bir projesi bulunmakta ve bu proje kapsamında sabun üretim sürecini artırmayı ve daha fazla kör ve/veya kısmi görme engelli kişiyi istihdam etmeyi hedeflemektedir. Üç kör ve/veya kısmi görme engelli kişi, doğal malzemelerden "Touch of Nature" adlı sıvı sabun üretimi için istihdam edilmektedir.

Talep ve piyasada yerleşime bağlı olarak, ek istihdam olanakları planlanmaktadır.

**Hedef kitle: Engelliler ve engellerle karşılaşan bireyler**

**Rekabet: Benzer ürünleri satan birçok benzer şirket bulunmasına rağmen, bu şirket Hırvatistan'da ürünlerinin engelliler tarafından yapıldığı tek şirkettir.**

**Diğer sektörlere aktarılabilirlik: Bu şirketin başarısı, engellilerin diğer şirketlere katkı sağlayabileceği konusunda diğer şirketlere örnek olabilir.**



Daha fazla bilgi için:  
<https://sferavisia.hr/>

# Sosyal Girişimin Adı:

Act Konto

Faaliyet alanı

finans

# #4



## Çalışan sayısı:

Engellilerden 3 kişi

## Az fırsatlar kategorisi:

Engelliler

## Karşılaşılan engeller:

Engellilik, iş bulma zorlukları



## GEENEL TANIM

Act Konto, kar amacı gütmeyen bir sosyal girişimdir ve Hırvatistan Cumhuriyeti'ndeki kar amacı güden ve kar amacı gütmeyen kuruluşlara profesyonel ve yüksek kaliteli muhasebe hizmetleri, mali işlemler ve yönetim konularında eğitim ve danışmanlık sağlama konusunda uzmanlaşmıştır. Elde edilen kar, sahiplerine ödenmez, tamamen gelişime ve engelli bireylerin eğitimine ve istihdamına yeniden yatırılır.



**Hedef kitle: Engelli ve dezavantajlı durumda olan bireyler**

**Rekabet:** Benzer birçok şirket olsa da, bu şirketin çalışanları ve yöneticileri kadınlar tarafından yönetilen tek şirkettir.

**Diğer sektörlere taşınabilirlik:** Bu şirket, sürekli olarak personel eğitimine ve gelişimine yapılan yatırımlar sayesinde başarılı olmuştur.



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

## Sosyal Girişimin Adı:

Buba bar

## Faaliyet planı:

hospitality

# #5



**Çalışan Sayısı:** Engelli 10 kişi

**Az İstihdam Fırsatları Kategorisi:** Engelli bireyler

**Karşılaşılan Engeller:** Engellilik, iş bulma zorlukları

## GENEL TANIM

Buba Bar, Vinkovac Engelliler Derneği "Bubamara" tarafından açılan bir kafedir ve aynı zamanda geniş bir bowling salonunu da içermektedir. Buba Bar, çoğunlukla Down sendromlu olmak üzere on engelli bireyi istihdam etmektedir. Buba Bar projesi aracılığıyla, Bubamara engelli bireylerin işte çalışırken engelli maaş haklarını kaybetmeden çalışabilmesine yönelik yasal bir çözümün kabul edilmesine katkıda bulunmuştur.



"Bu projenin aracılığıyla engelli bireyleri iş gücüne dahil etmek ve topluma engelli bireylerin ne kadar bilgi ve değer sahibi olduklarını göstermek istiyoruz."



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



# Türkiye'de iyi uygulama örnekleri

Avrupa Komisyonu'nun  
tanımına göre:

"Bir sosyal girişim, kâr amacıyla değil, asıl hedefi olan sahiplerine veya hissedarlarına kar sağlamaktan ziyade, sosyal ekonomiye katkıda bulunan ve sosyal etkisi olan bir işletmedir. Girişimcilik ve yenilikçi bir şekilde mal ve hizmetler sunarak pazarın taleplerini karşılar ve elde ettiği kârı öncelikli olarak sosyal hedeflere ulaşmak için kullanır."



İş dünyasının yüzünü değiştiren girişimciler gibi, sosyal girişimciler de toplumsal dönüşümde değişimin araçlarıdır. Maddi fayda ve kârı önceliklendirmeden, temel toplumsal sorunları çözmeyi ve sorunları ortadan kaldırmayı amaçlarlar. Ticari girişimciler gibi, diğerlerinin göremediklerini gören, sistemleri değiştiren ve yeni yaklaşımlar olarak toplumun önemli sorunlarına çözümler bulan yeni fırsatlar yaratırlar.



Sosyal girişimciler yolculuklarında birçok farklı araç kullanır. Kimi hiçbir kuruluş kurmadan sosyal hareketlere öncülük ederken, kimi sivil toplum kuruluşlarıyla, kimi kooperatiflerle ve kimi de sosyal fayda şirketi yapılarıyla bilinen sosyal girişimlerle çalışır.



Türk hukukunda, sosyal girişim kavramı tanımlanmamış olup, sosyal girişimlere özgü yasal düzenlemeler veya hukuki statü bulunmamaktadır. Sosyal girişimciler, faaliyet alanları ve fırsatları doğrultusunda mevcut yasal statüler arasından kendilerine uygun olan yapıyı seçerek örgütlenirler. Bu nedenle, Türkiye'deki sosyal girişimlerin tercih ettiği hukuki yapıyı anlamak ve ilgili yasal düzenlemeleri belirlemek için her bir hukuki yapı için ayrı açıklamalar yapmak gerekmektedir.

Türk hukukunda sosyal girişimcilerin tercih edebileceği hukuki yapılar:

•

1. **Gerçek Kişi Tacir**
2. **Adi Ortaklık**
3. **Kollektif Şirket**
4. **Limited Şirket**
5. **Anonim Şirket**
6. **Komandit Şirket**
7. **Kooperatif**
8. **Dernek**
9. **Vakıf**



**Sosyal Girişim Adı:**  
Tebessüm Kahvesi  
**Faaliyet alanı:** Café

**#1**



**Çalışan sayısı:** Şu anda 4 öğretmen, hizmet personeli olarak 10 Down sendromlu genç ve bilinmeyen sayıda yönetici ve eğitim uzmanı bulunmaktadır.

**Az imkanlara sahip kişiler kategorisi:** Down sendromlu gençler

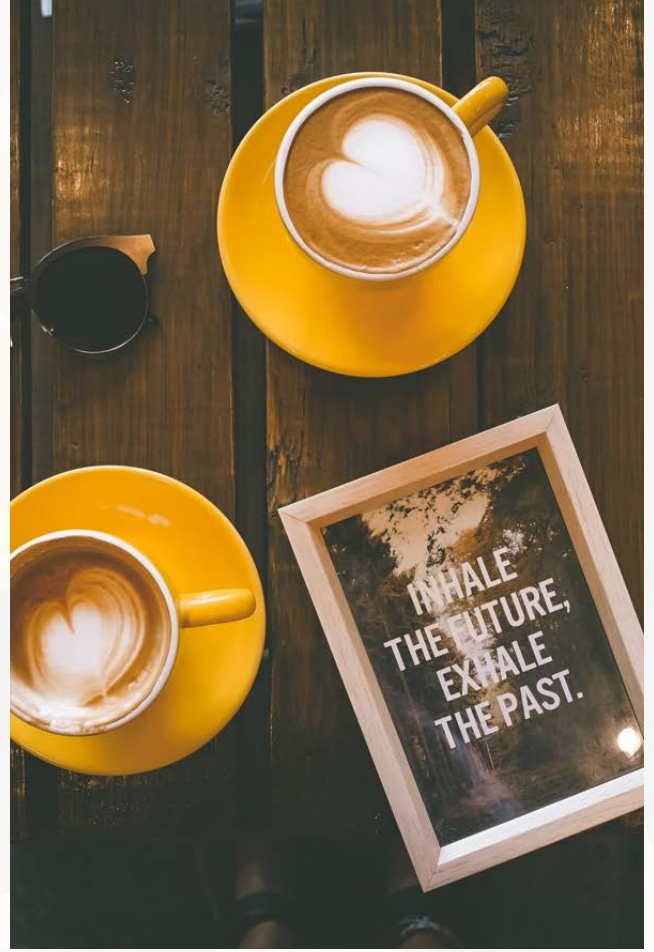
**Karşılaşılan engeller:** Eğitim programları

**Az imkanlara sahip çalışanlar için uygulanan özel faaliyetler:** Sosyal etkinlikler ve özel eğitim programları.



## GENEL TANIM

Üsküdar Burhan Felek köşkünün bahçesinde 21.03.2016 tarihinde ilk şubesini açarak hizmete başlayan Tebessüm Kahvesi'nin ikinci şubesi, 3.12.2019 tarihinde Üsküdar Belediyesi hizmet binası altında faaliyete geçti. Tebessüm Kahvesi'nin şubelerinde Down Sendromlu gençler hizmet personeli olarak çalışmakta ve sizi memnuniyetle karşılamaktadır.



Tebessüm Kahvesi şubelerinde Down Sendromlu gençler, haftanın 7 günü açık olan şubelerimizde, 08:00 ile 18:00 saatleri arasında, günlük maksimum 6 saatlik vardiyalar halinde çalışmaktadır. Gençlerimiz, haftada 1 gün izin yapmaktadır.



### Vizyon:

Down Sendromlu gençlerin potansiyellerini geliştirmek ve ortaya çıkarmak, yeteneklerine uygun bir işte eğitmek, onları mesleki ve sosyal yaşam becerileri kazanmış, özgüvene sahip, üretim ve sosyal hayata tam katılım sağlayan genç bireyler olarak yetiştirmek; ayrıca ekonomik ve sosyal refahlarını sağlamak.

### Eğitim:

Tebessüm Kahve'de toplamda 10 Down Sendromlu genç, 6 erkek ve 4 kız, hizmet personeli olarak çalışmaktadır. Sosyal ve iş hayatına dahil olan Down Sendromlu gençlerimizin yönlendirilmesi, desteklenmesi, takibi ve örgütün işleyişini sağlamak amacıyla, Down Sendromlu gençlerle doğru iletişim teknikleri konusunda eğitim aldığımız Eğitim Uzmanımız ve personellerimizle birlikte onların yanında durmaktayız.



### Engeller:

Down sendromlu bireyler, tipik olarak gelişen yaşlılarına benzerlik gösterir ve farklılık göstermekten daha çok benzerlik gösterir. Down sendromlu gençler, hem olağanüstü hem de sıradan görevleri günlük olarak yerine getirirler. Hedeflerine ulaşmak için kararlıdırlar ve gelecekleri için umutlar ve hayalleri vardır.

Down sendromlu bireyleri etkileyen öğrenme sorunları, birçok gelişimsel alanı geciktiren etkileri nedeniyle, tüm gelişimsel alanları eşit şekilde etkilemez.



Daha fazla bilgi için:

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

**Sosyal Girişim Adı:**

Darüşşafaka

**Faaliyet alanı:**

Eğitim

**#2**



**Çalışan sayısı:** Yaklaşık 700 çalışan ve 1000 öğrenci

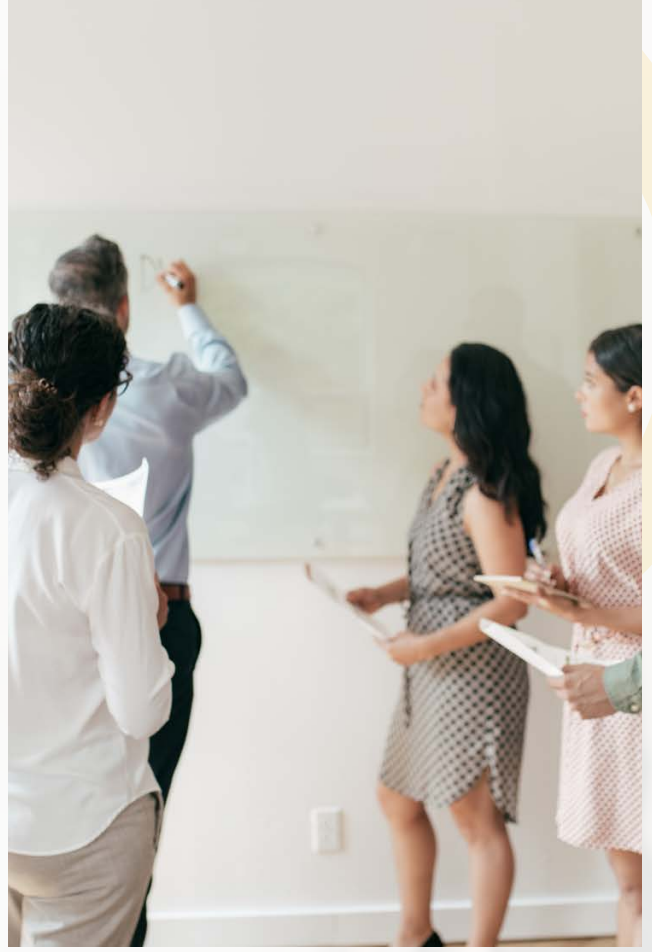
**Az imkanlara sahip kişiler kategorisi:** Finansal gücü olmayan, babası ve/veya annesi hayatta olmayan yetenekli çocuklar

**Karşılaşılan engeller:** Bilinmiyor

**Az imkanlara sahip çalışanlar için uygulanan özel faaliyetler:** Ortaokul ve lise eğitimi

## GENEL TANIM

Darüşşafaka Cemiyeti, 1863 yılında babalarını kaybetmiş muhtaç ve yetenekli çocuklara eğitimde fırsat eşitliği sağlama amacıyla kurulmuştur. O zamandan beri, "eğitimde fırsat eşitliği" misyonuyla varlığını sürdürmektedir.



### Vizyon:

Darüşşafaka Eğitim Kurumları, dezavantajlı ve yetenekli babasız ve/veya annesiz çocuklara nitelikli eğitim sunan, Türkiye'de ve dünyada en saygın ve en iyi okullardan biri olmayı hedeflemektedir.

Engeller:

- Zor durumda olan gruplarla çalışırken, toplum ve okul düzeyinde öğretmenler/yöneticilerin dışlama mekanizmalarına ilişkin farkındalığını artırmaya yönelik çalışmaların yapılması, stereotipler ve önyargılar dahil.
- Somut dışlama mekanizmalarını/engellerini azaltmaya yönelik hedefli önlemler almak, aynı zamanda "çoğunluk"la çalışmak.
- Etiketleme süreçlerinin/mechanizmalarının önlenmesi.
- Okul düzeyinde çeşitli paydaşlar arasında işbirliği gerekliliği + okul dışındaki ortaklarla (işverenler, sosyal çalışmacılar, veliler, yerel yönetimler, sivil toplum)
- Velilere ulaşmanın ve onlarla işbirliği yapmanın öneminin vurgulanması.
- Dezavantajlı gruplardan bahsetmek yerine, onlarla konuşmak ve ortak bir dil bulmak.

OBSTACLES

- Önlemlerin ve bütüncül yaklaşımın yaygınlaştırılması Darüşşafaka'daki çocuklar:
  - Darüşşafaka Tekno Girişimcilik ve Gençlik Merkezi, öğrencilerin yaratıcılıklarının gelişimine yardımcı olmaktadır.
  - En gelişmiş teknolojilerle donatılmış sınıflar ve laboratuvarlarda bilgisayar destekli eğitim alır.
  - Tam donanımlı ve zengin bir kütüphaneden yararlanır.
  - Hem Türkçe hem de İngilizce'yi akıcı ve doğru bir şekilde kullanmayı öğrenir.
  - Açık ve kapalı spor alanlarında basketbol, futbol ve tenis oynar, yüzme öğrenir ve egzersiz yapar.
  - Büyük ve görkemli tiyatro salonunda gösteriler ve dramalar düzenler ve izler.
  - İsteddiği enstrümanı çalmayı ve yetenekli olduğu müzik aletlerini öğrenir.
  - Sağlık hizmetlerine erişimi vardır.



## Sosyal Girişim Adı:

Otsimo

## Faaliyet alanı:

Dijital eğitim

# #3



**Çalışan sayısı:** 19 Kurucu, dünya genelinde 100.000'den fazla

**Az imkanlara sahip kişiler kategorisi:** Sözel iletişim becerisine sahip olmayan çocuklar, Otizm

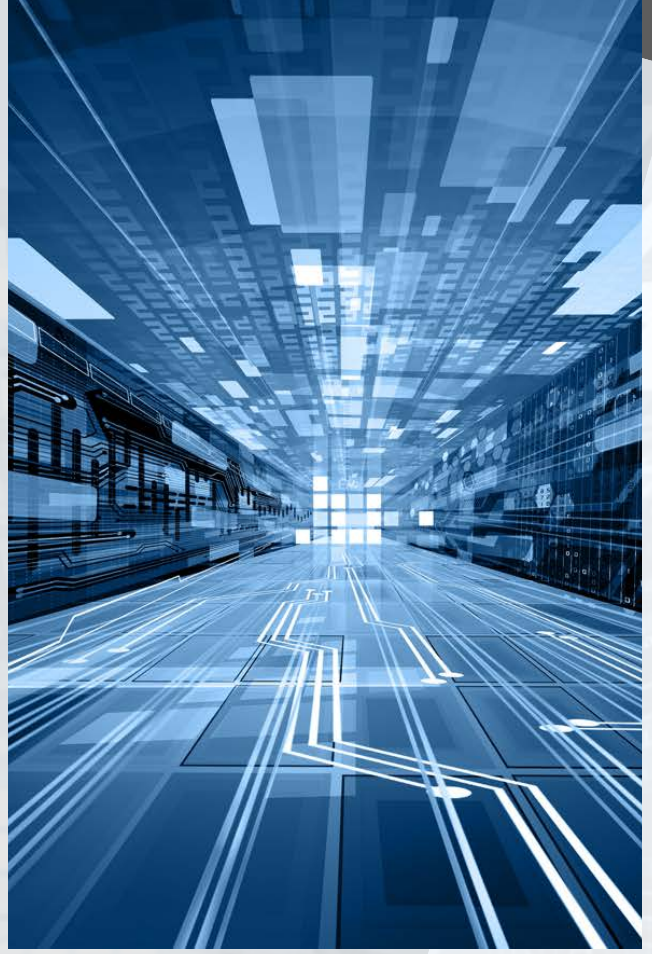
**Karşılaşılan engeller:** Bilinmiyor

**Az imkanlara sahip çalışanlar için uygulanan özel faaliyetler:** Uygulama aracılığıyla çeşitli kurumsal yapılar.



## GENEL TANNIM

Otsimo, özel eğitim ihtiyaçları olan çocuklar için eğitici oyunları içeren bir mobil oyun platformudur. Çeşitli rahatsızlıklardan dolayı öğrenme zorluğu yaşayan çocukların, evde akıllı cihazlar aracılığıyla eksiksiz ve gerekli eğitimi almalarını sağlayarak yoğun ve kaliteli bir eğitim almalarını amaçlar.



Otsimo'nun kurucularından biri Zafer Elcik'tir. Otizmlı bir kardeşı olan 15 yaşında bir çocuğu vardır. Otsimo fikri, Alper'in çocukluk döneminde yeterli eğitime erişimde yaşadığı zorluklar ve akıllı cihazlara olan özel ilgisi sayesinde ortaya çıkmıştır.

## Zafer'in hikayesi:

Kardeşim 2 yaşında ciddi bir otizm tanısı aldı. O zamanlar ben 10 yaşındaydım. Uzun bir süre sözel iletişim kuramıyor ve okuyamıyordu. Ona bir kelime söylemesini istediğimiz o günleri hatırlıyorum.

Odaklanmak ve öğrenmek konusunda zorluk yaşıyordu. Ancak ilk akıllı telefonumu aldığımda, kardeşimin akıllı cihazlara özel bir ilgisi olduğunu fark ettim, çevresine olan normal dikkatinden yaklaşık 10 kat daha uzun süre ilgileniyordu. Bundan sonra, ona bir hediye olarak bir iPad satın aldım.





Sonra bir sorun fark ettim. Onun gibi engelli çocuklar için uygun şekilde tasarlanmış uygulamalar yoktu. Bazı iletişim uygulamaları (AAC) çok pahalıydı ve oyunlar onun için çok zorlayıcıydı. Bu yüzden sadece birkaç uygulama oynayabiliyordu ve bazıları da ona zararlı olabilecek reklamlar içeriyordu. Bu nedenle yakın arkadaşım ile birlikte, kardeşime renkleri öğretmek için temel bir renk oyunu yapmaya karar verdik. Kısa bir süre içinde renkleri ayırt etmeyi başarır hale geldi. Onun ilgisi ve başarısı bizi, bundan fayda sağlayabilecek her çocuk için oyunlar yapmaya ilham verdi ve engelli çocuklar için bir mobil eğitim platformu olan Otsimo'yu oluşturduk. Bugün dünya genelinde 100.000 kullanıcıya ulaştık.

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



## Sosyal Girişim Adı:

TOÇEV

Field of activity: Eğitim ve sosyal destek

Okumak Her Çocuğun Hakkıdır!



# #4



Farkında mısınız? Dokunuyoruz



**Çalışan sayısı:** 150 çalışan (%30'u az imkanlara sahip)

**Az imkanlara sahip kişiler kategorisi:** Yetimler ve dezavantajlı bireyler

**Karşılaşılan engeller:** Sınırlı kaynaklar, toplumsal önyargılar ve az imkanlara sahip bireylerin potansiyeli hakkında farkındalık eksikliği

**Az imkanlara sahip çalışanlar için uygulanan özel faaliyetler:** TOÇEV, az imkanlara sahip çalışanlara mesleki eğitim, mentorluk programları ve kişisel gelişim fırsatları sağlar.

## GENEL TAMIM

TOÇEV, yetimler ve dezavantajlı bireylere eğitim, destek ve güçlendirme sağlamayı amaçlayan bir sosyal girişimcilik kuruluşudur. Bu bireylerin bağımsız ve başarılı bir yaşam sürmelerine olanak sağlamak için çeşitli eğitim programları, burslar ve yaşam becerileri eğitimi sunar.



### Hedef Grup:

Yetimler ve dezavantajlı bireyler Rekabet: TOÇEV, Türkiye'deki diğer sivil toplum kuruluşları, kamu kurumları ve özel şirketlerle işbirliği yaparak hedef grubunun ihtiyaçlarını etkili bir şekilde karşılamayı hedefler. Diğer sektörlere aktarılabilirlik: TOÇEV'in modeli, az imkanlara sahip bireylere gerekli becerileri ve kişisel gelişim için fırsatları sunarak desteklemek amacıyla diğer sektörlere uyarlanabilir.



www

[www.tocev.org.tr](http://www.tocev.org.tr)

## Sosyal Girişimin Adı :

SosyalBen

**Faaliyet alanı:** Gençlerin güçlendirilmesi ve eğitimi

# #5



**Çalışan sayısı:** 25 çalışan (%50'si az imkanlara sahip)

**Az imkanlara sahip kişiler kategorisi:** Dezavantajlı gençler ve öğrenciler

**Karşılaşılan engeller:** Nitelikli eğitime sınırlı erişim, kaynak eksikliği ve toplumsal dışlanma

**Az imkanlara sahip çalışanlar için uygulanan özel faaliyetler:** SosyalBen Vakfı, az imkanlara sahip çalışanlar için yetenek geliştirme atölyeleri, mentorluk programları ve staj imkanları sağlayarak profesyonel gelişimlerini desteklemektedir.

## GENEL TANIM

SosyalBen Foundation is a social entrepreneurship organization that focuses on empowering underprivileged youth and students through education and mentorship. They provide scholarships, tutoring programs, and extracurricular activities to support the academic and personal development of these individuals.



**Çalışan sayısı:** 25 çalışan (%50'si az imkanlara sahip)

**Az imkanlara sahip kişiler kategorisi:** Dezavantajlı gençler ve öğrenciler

**Karşılaşılan engeller:** Nitelikli eğitime sınırlı erişim, kaynak eksikliği ve toplumsal dışlanma

**Az imkanlara sahip çalışanlar için uygulanan özel faaliyetler:** SosyalBen Vakfı, az imkanlara sahip çalışanlar için yetenek geliştirme atölyeleri, mentorluk programları ve staj imkanları sağlayarak profesyonel gelişimlerini desteklemektedir.



***Gençlerle  
yapılan  
röportajl  
arın özeti***





## Romanya Özeti



Katılımcı  
sayısı

26 katılımcı

%42,31 kadın  
%57,69 erkek



Cinsiyete  
göre dağılım:



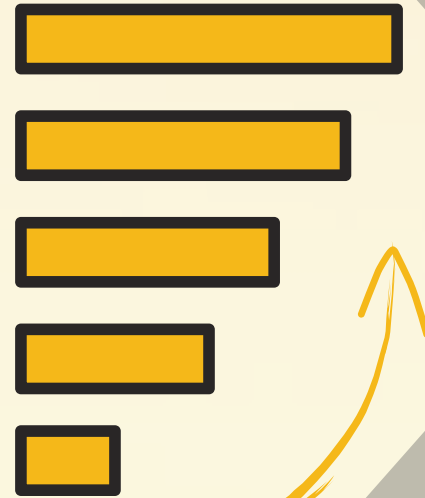
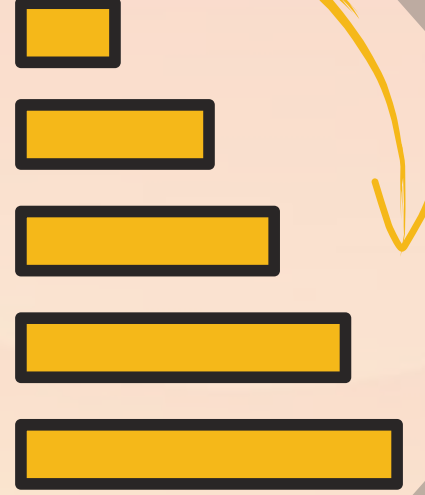
Bölgeye göre  
dağılım:

%38,64 kırsal  
%61,54 kentsel

16-17 yaş = 4  
18-20 yaş = 9  
21-24 yaş = 6  
25-30 yaş = 7



Yaşa göre  
dağılım:





- İşgücü piyasasında %27'si **ayrımcılık** deneyimledi. Bu ayrımcılığın çoğunluğu etnik kökenleriyle ve yaşlarıyla ilgiliydi.
- **%70**'i satış, pazarlama ve temel ekonomi hakkında **ekonomik** bilgiye sahip olduklarını belirtti. Ancak temel muhasebe ve finansal muhasebe alanında bu yüzde oldukça düşmektedir, %60'ın üzerindeki bir oran bu alanda bilgi sahibi olmadığını belirtti.
- Sadece %38'i bir girişim, bir start-up nasıl **başlatılacağını** biliyor ve bu alanda keşfedilmeyi bekleyen verimli bir alan olduğunu doğruluyor. Bir start-up açma konusunda gösterenler arasında, %58'i ilgilendikleri alanda bilgi veya deneyime sahip olmadığını itiraf etti. Alan çok çeşitli olup, pazarlama, moda, IT, sanat, etkinlikler vb.
- İlgilendikleri alanda deneyime sahip olduklarını belirtenlerin yüzdesi %42'dir. Bu deneyim, etkinliklere katılarak, ilgili alanda insanlarla iletişim kurarak, **gönüllü** çalışma veya alanda gerçekten çalışma yoluyla elde edilmiştir.
- Ana ilgi alanları: **girişimcilik, yönetim ve takım çalışması**. Sadece %4'ü doğrudan **muhasebeyle** ilgilenirken, diğer ilgi alanları oldukça çeşitlidir.
-



## Litvanya Özeti



Katılımcı  
sayısı

10 katılımcı

50% Kadın

50% Erkek



Cinsiyete  
göre dağılım



Bölgeye  
göre dağılım

30% Kırsal

70% Kentsel

16-17 yaş = 0

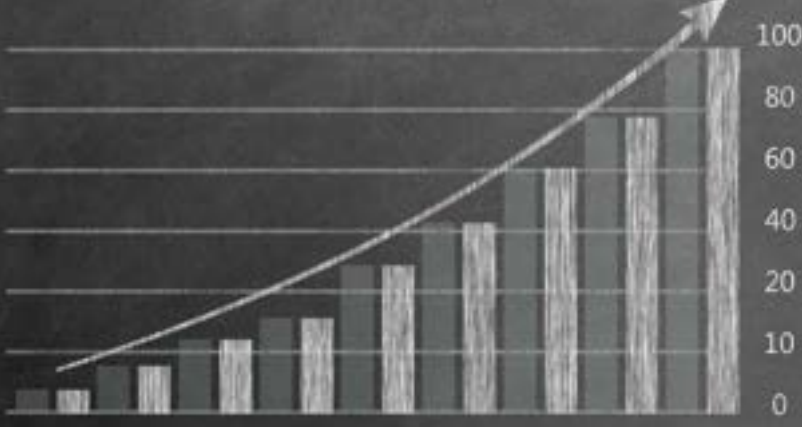
18-20 yaş = 1

21-24 yaş = 5

25-30 yaş = 4



Yaşa göre  
dağılım



- Eğitim **çeşitlilik** gösterdi: 6 katılımcı lisans derecesine sahip, 2'si meslek yüksekokulu diplomasına sahip, 1 kişi ilkokul mezunu ve 1 kişi yüksek lisans derecesine sahiptir.
- Grup deneyimi bir yıldan azdır.
- Sahip oldukları deneyim **sanat, perakende, hizmet sektörleri** veya **tarım** alanındadır.
- İş alanına girmenin başlıca engelleri: **uzun süreli işsizlik**, kırsal alanda yaşamak. Bunun yanında, kültürel geçmiş, tamamlanmamış eğitim, zihinsel engellilik gibi etkenler de bulunmaktadır.
- Mali, **eğitimsel, bürokratik** ve psikolojik destek gerekmektedir.
- Katılımcıların yarısı ailesiyle birlikte yaşamakta ve onlardan destek almaktadır.
- Gençlerin çoğunluğu iş kurmak için gereken konularda **bilgi** sahibi değildir.
- Bununla birlikte, grafik, katılımcıların %80'inin bir ortakla **iş kurmak** istediğini, %20'sinin ise tek başına yapmak istediğini göstermektedir.
- Katılımcıların %70'i işlerini başlatmak için kamu fonlarını kullanacaklarını belirtmiştir.
- Katılımcıların %50'si **fikir oluşturma ve test etme** süreci hakkında daha fazla bilgi edinmek istemektedir.



## Summary Croatia



Katılımcı  
Sayısı

10 Katılımcı

70% Kadın

30% Erkek



Cinsiyete  
göre  
Dağılım



Bölgeye göre  
dağılım

20% kırsal

80% Kentsel

16-17 yaş = 0

18-20 yaş = 0

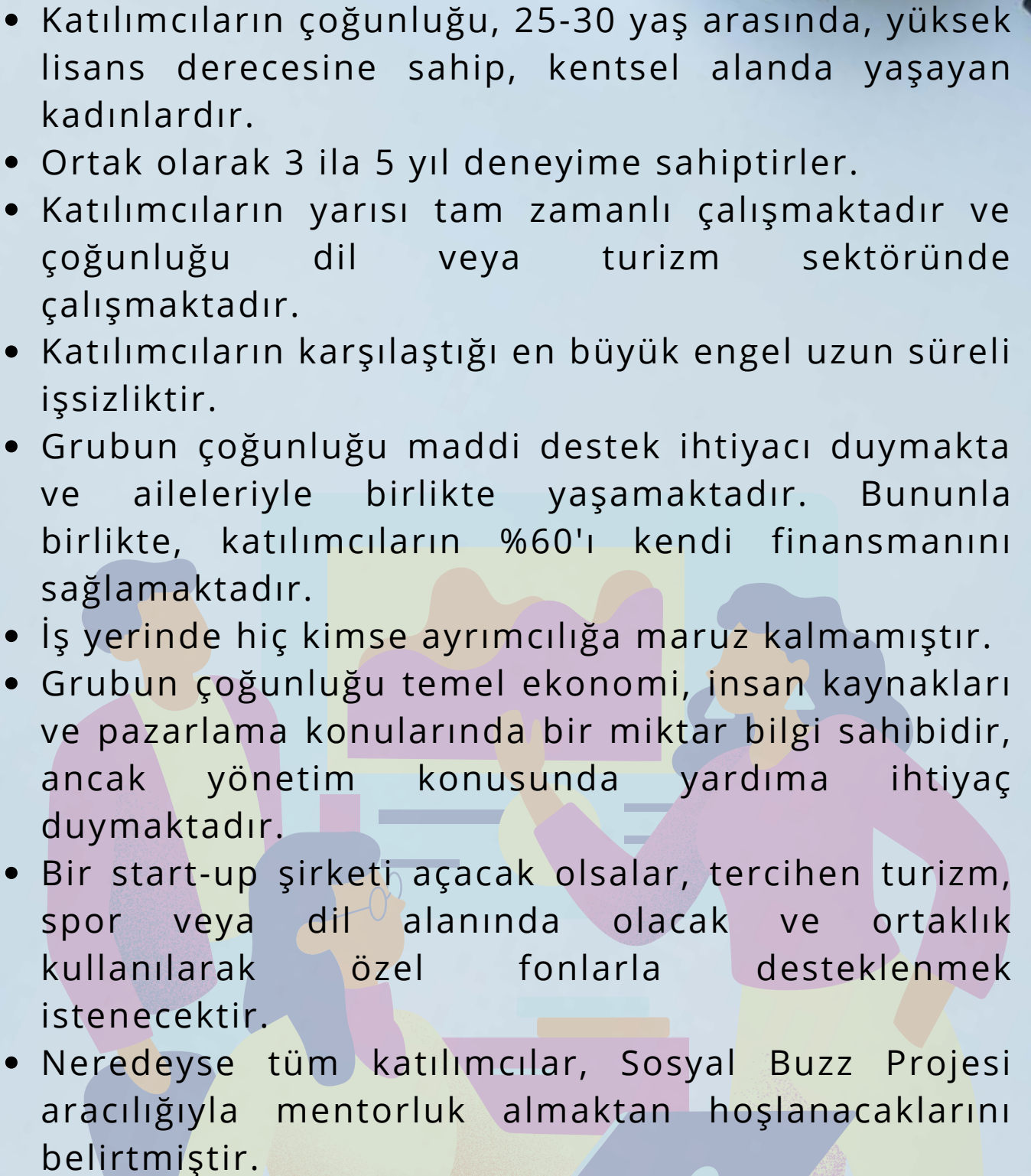
21-24 yaş = 2

25-30 yaş = 8



Yaşa göre  
Dağılım



- 
- Katılımcıların çoğunluğu, 25-30 yaş arasında, yüksek lisans derecesine sahip, kentsel alanda yaşayan kadınlardır.
  - Ortak olarak 3 ila 5 yıl deneyime sahiptirler.
  - Katılımcıların yarısı tam zamanlı çalışmaktadır ve çoğunluğu dil veya turizm sektöründe çalışmaktadır.
  - Katılımcıların karşılaştığı en büyük engel uzun süreli işsizliktir.
  - Grubun çoğunluğu maddi destek ihtiyacı duymakta ve aileleriyle birlikte yaşamaktadır. Bununla birlikte, katılımcıların %60'ı kendi finansmanını sağlamaktadır.
  - İş yerinde hiç kimse ayrımcılığa maruz kalmamıştır.
  - Grubun çoğunluğu temel ekonomi, insan kaynakları ve pazarlama konularında bir miktar bilgi sahibidir, ancak yönetim konusunda yardıma ihtiyaç duymaktadır.
  - Bir start-up şirketi açacak olsalar, tercihen turizm, spor veya dil alanında olacak ve ortaklık kullanılarak özel fonlarla desteklenmek istenecektir.
  - Neredeyse tüm katılımcılar, Sosyal Buzz Projesi aracılığıyla mentorluk almaktan hoşlanacaklarını belirtmiştir.



## Summary Türkiye



Katılımcı  
sayısı

11 katılımcı

63.6% Kadın

36.4% Erkek



Cinsiyete  
göre dağılım



Division by  
area

9.1% Kırsal

90.9% Kentsel

18-20 yaş = 36%

21-24 yaş = 64%



Yaşa göre  
Dağılım



- Katılımcıların %45'i daha önce çalışma deneyimine sahip olmadığını belirtiyor.
- Okulda hâlâ eğitim alan genç yetişkinler ve mezun olup kendi başına yaşayanlar toplamın %54.5'ini oluştururken, bunların %18.2'si hâlâ öğrenci konaklamasında yaşamaktadır.
- İş piyasasında, katılımcıların %36.4'ü ayrımcılıkla karşılaştıklarını belirtmiştir. Bu ayrımcılık türlerinin çoğunluğu yaşlarına dayalıdır.
- Katılımcıların %90'ı satış konusunda bilgi sahibi olduklarını iddia etmektedir. Bununla birlikte, bu oran temel ve finansal muhasebe konularına geldiğinde önemli ölçüde düşmektedir, katılımcıların %63'ten fazlası derinlemesine bilgi eksikliği olduğunu belirtmektedir.
- Yalnızca %45'i bir iş veya start-up başlatabilecek yeteneğe sahip olduğunu ifade etmektedir, bu da keşfedilecek çok alan olduğunu göstermektedir.
- Katılımcıların %46'sı ilgi alanlarında deneyime sahip olduklarını, ödenen iş, gönüllü çalışma, etkinliklere katılma ve ağ oluşturma faaliyetleri veya ikisini birden içeren deneyimlerini belirtmektedir.
- Genç katılımcıların %91'i hükümetten yardım almak istemediğini kabul etmektedir.
- Ana ilgi alanları arasında markalaşma ve pazarlama yer almaktadır. Diğer ilgi alanları ise oldukça çeşitlidir.

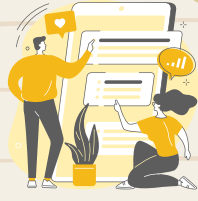


Tam araştırmaya erişim  
için lütfen QR kodunu  
tarayın. I

Scan me



***Genç  
İşçilerle  
Yapılan  
Anketin  
Özeti***



Katılımcı  
Sayısı

36

Romanya



58% Kadın



42% Erkek

Cinsiyete Göre  
Dağılım



12% Kırsal

Bölgeye Göre  
Dağılım

88% Kentsel

18-20 Yaş = 19%



21-24 Yaş = 23%

>30 Yaş = 58%

Yaşa Göre  
Dağılım

# SONUÇLAR



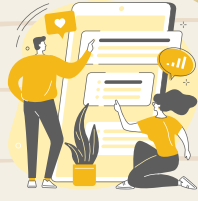
Araştırma yapılan genç çalışanlar arasında, özellikle kentsel bölgelerden gelen ve çoğunlukla iyi eğitilmiş, eğitim almış ve deneyimli olan genç işçilerin olduğunu gözlemliyoruz. 30 yaş üstü, STK sektöründe aktif olarak çalışan ve daha az fırsata sahip gençlerle çalışanların girişimcilik konusunda artan bir ilgiye sahip olduğunu görüyoruz. Bu genç işçiler genellikle mentorluk ve koçluk yoluyla gençleri toplumda aktif oldukları bölgelerdeki projelerinde eğitmek amacıyla çalışmaktadır.



Çoğu gençlik çalışanı, coğrafi olarak dezavantajlı olan ve fırsatlara ve bilgiye daha az erişimi olan gençleri ve çok yönlü bağlantılara ihtiyaç duyan NEET'leri (Eğitimde, İstihdamda veya Eğitimden Uzakta olan gençler) eğitmektedir. Bu gençlerin profili, çeşitli nedenlerle maddi istikrara sahip olmayanlar tarafından oldukça yüksek bir yüzdeyle belirlenmektedir ve ardından çeşitli sağlık sorunlarıyla karşılaşanlar (fiziksel, zihinsel veya çeşitli bağımlılıklar) tarafından belirlenmektedir.



Çalışanların çoğunluğu, söz konusu gençleri eğitirken girişimcilik atölyeleri şeklinde iş yöntemlerini en sık kullananlardır. Bunun yanı sıra tiyatro ve doğaçlama, ardından çalışma ziyaretleri, eğitici filmler, bilgi yarışmaları, halk kafeleri ve diğer sosyo- eğitimsel faaliyetler de kullanılmaktadır.



Katılımcı  
Sayısı

33

Litvanya



25 Kadın

8 Erkek



Cinsiyete Göre  
Dağılım



Bölgeye Göre  
Dağılım

15% Kırsal

85% Kentsel

18-20 Yaş = 13

21-24 Yaş = 13

>30 Yaş = 7



Yaşa Göre  
Dağılım

# SONUÇLAR

- Toplam katılımcı sayısı: 33
- Katılımcıların %85'i kentsel bölgelerde yaşamaktadır.
- Katılımcıların %76'sı kadındır.
- Yaş grubu 21-24 arasındadır.
- İş deneyimi sonuçları büyük ölçüde farklılık göstermektedir.
- Katılımcılar arasında yüksek düzeyde eğitim bulunmaktadır.
- Katılımcıların %73.3'ü STK'larda çalışmaktadır.
- Mentörlük en sık bildirilen deneyimdir.
- Atölyeler, gayri resmi eğitimin ana şeklidir.
- Katılımcıların küçük bir yüzdesi girişimcilikle ilgili becerilere sahiptir.



Katılımcı  
Sayısı

32

Hırvatistan



81% Kadın  
19% Erkek



Cinsiyete Göre  
Dağılım



Bölgeye Göre  
Dağılım

28% Kırsal

72% Kentsel

18-20 Yaş = 46%  
21-24 Yaş = 21%  
25-30 Yaş = 21%  
>30 Yaş = 12%

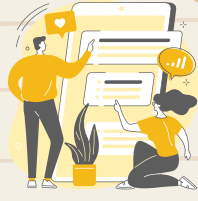


Yaşa Göre  
Dağılım

# SONUÇLAR

- Grubun çoğunluğu, kentsel alanda yaşayan, 18 ila 20 yaş arasında, yüksek lisans derecesine sahip olan kadınlardır.
- Grubun çoğunluğu 5 yıldan fazla deneyime sahiptir.
- Katılımcıların çoğunluğu STK veya kamu kurumlarında çalışmamaktadır.
- Grubun çoğunluğu eğitimsel engellerle karşı karşıyadır ve küçük bir adada yaşamaktadır.
- Katılımcıların çoğunluğu atölye çalışmaları, açık alan etkinlikleri ve fotoses yapmaktadır.
- Katılımcılar genellikle yönetim-takım çalışması, markalaşma ve pazarlama, fikir oluşturma ve test etme, girişimcilik ve ürün geliştirme konularında diğer insanları eğitmektedir.
- Katılımcıları gençlik çalışanları olarak tanımlayan yetkinlikler, etkili iletişim ve şiddetsiz iletişim becerileridir.
- Grubun çoğunluğu, çalışma becerilerini geliştirmek ve iyi uygulama deneyimlerini paylaşmak için başka bir ülkeye hareketlilik programına katılmaya ilgi duymaktadır.
- Katılımcılar için en ilgi çekici konular: fikir oluşturma ve test etme, markalaşma ve pazarlama ve girişimciliktir.





Katılımcı  
Sayısı

109

Türkiye



55% Kadın  
45% Erkek



Cinsiyete Göre  
Dağılım



Bölgeye Göre  
Dağılım

8% Kırsal

92% Kentsel

18-20 Yaş = 15%  
21-24 Yaş = 50%  
25-30 Yaş = 25%  
>30 Yaş = 10%



Yaşa Göre  
Dağılım



# SONUÇLAR

- Sonuç olarak, NGO sektöründe faaliyet gösteren ve sınırlı fırsatlara sahip gençlerle çalışanlarda girişimcilik konusunda artan bir ilgi olduğunu gözlemliyoruz. Bu gençlik çalışanları, genellikle mentorluk ve koçluk aracılığıyla gençleri projelerinde eğitmek için faaliyet gösterdikleri toplumlarda aktif olanlardır.
- Bu gençlik çalışanlarının çoğunluğu, kentsel alanlardan gelen uzmanlığa sahip olup, alanlarında çok iyi eğitim almış ve deneyimli kişilerdir.
- Gençlik çalışanlarının çoğunluğu, bağlantılara çeşitli açılardan ihtiyaç duyan genç yaş gruplarıyla çalışmakta ve coğrafi açıdan dezavantajlı olan, fırsatlara ve bilgiye sınırlı erişimi olan gençlere destek vermektedir.
- Bu genç bireyler, çeşitli nedenlerle oldukça yüksek bir maddi istikrarsızlık oranına sahiptir ve ardından çeşitli sağlık sorunlarıyla karşılaşabilirler.
- Çoğu çalışan için, girişimcilik atölyeleri, bahsedilen gençler için en sık kullanılan eğitim yöntemleridir. Bunun yanı sıra, çeşitli eğitim ve diğer sosyo-ekonomik teknikler de kullanılmaktadır.

Arastırmanın tümüne  
erişim için lütfen QR  
kodunu tarayın.

Scan me



**GENÇ ÇALISANLAR  
IÇIN KULLANILAN  
YENILIKÇI  
YÖNTEMLER**

**&**

**SOSYAL  
GIRIŞIMCILIKTE  
YETKINLIKLERIN  
GELIŞTIRILMESI**

## 4 AVRUPA ÜLKESİ İÇİN KARMA YÖNTEMLER.

Sosyal Girişimcilerin Toplulukları ;

4 farklı AB ülkesinde gençlik ve gençlik çalışanları için yapılan araştırmaya göre aşağıdakiler tespit edilmiştir.:

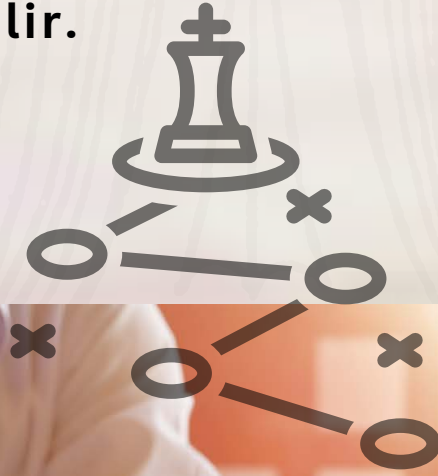


Her ülkede, bölgede, toplulukta ve insan grubunda birçok özgünlük bulunmaktadır ve bu nedenle dünyada girişimciler için çok çeşitli yöntem ve araçlar bulunmaktadır. Ancak, aynı zamanda doğru olanları bulma veya yeni bir girişimciyle ve fikir/ürün/hizmetle eşleşme için doğru fırsatı arama konusunda uyumsuzluk yaşanmaktadır. Tüm bunları SOSYAL perspektifle bir araya getirerek daha yetkin gençler, daha güçlü topluluklar ve daha yönlendirilmiş ve gelişim süreçleri elde etmek amaçlanmaktadır.



## 4 AVRUPA ÜLKESİ İÇİN KARMA YÖNTEMLER. SOSYAL GİRİŞİMCİ TOPLULUKLARI.

Özellikler: Mevcut girişimciler ve işletmeler için var olan araçlar, oyunlaştırma, koçluk, mentorluk, doğaçlama ve yansıtma süreci yoluyla sosyal alana uyarlanabilir. Yaratıcı bir BAKIŞ AÇISI ekleyerek, farklı topluluklardaki gençlere ve gençlik çalışanlarına uyum sağlayabilir ve fikirlerin/hizmetlerin/ürünlerin hedef kitleye ve özelliklere uygun şekilde uyarlanmasını sağlayabilir. Böylece DOĞRU YÖNTEM AKIŞINA uyum sağlanabilir.



## Araçlar

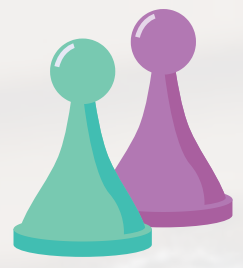
Sosyal girişimcilik  
için 360°  
perspektifler



## Tools for the Topics

Sosyal/Girişimcilik  
Fikir oluşturma/test etme  
Ürün ve Hizmet Geliştirme  
Marka ve Pazarlama ve Satış  
Muhasebe  
Kaynak yönetimi - ekip çalışması  
Yatırımlar ve hibe kaynakları  
Hangi tür işletme tipi

# Method #1. SOSYAL GİRİŞİME 360° BAKIŞ AÇISI



## Girişimcilik üzerine Eğitici Bir Masa Oyunu

Bu yöntem, katılımcıları projeleri veya iş planları hakkında mümkün olduğunca çok soruya cevap vermeye yönlendirmek ve süre baskısı altında, diğer insanlarla etkileşime girerek ve bunu özetleyerek kendilerini keşfetme sürecini kolaylaştırmak için teşvik edilmektedir. Bu oyunda, diğer insanların fikrinizi tanımlamak için kullanacakları anahtar kelimelerle özetlemeye bakarak, zaman baskısı altında projenizi veya iş planınızı anlatmanız gerekmektedir (Model: Diğer iki popüler oyun: DIXIT ve GİRİŞİMCİLER için AKTİVİTE). TABU veya TAHMİN ETME yöntemlerini kullanarak, bu oyun mizah ve eğlence ile renklendirilebilir, ancak aynı zamanda daha fazla perspektiften düşünmeyi ve her adımda çözümler bulmayı zorlayarak becerilerin gelişmesine katkı sağlayacaktır.





# M#1. Masa Oyunu

## Sosyal Girişim Üzerine 360 Derece Perspektifler



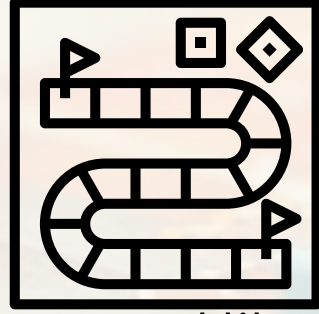
### Konu: Girişimcilik Üzerine Eğitici Bir Masa Oyunu



Orta düzeyde ve yüksek düzeyde oynanabilir ve iş planınızı doğrulamak için kullanılabilir. Girişimcilik sürecini anlama veya bir işletme, sosyal bir kuruluş vb. açma konusunda merak gereklidir.



Yeni Girişimciler, Başlangıç Seviyesi, Proje başlatıcıları, 18 - 40 yaş arası.



Önerilen 4-6 kişi (gruplara göre esneklik sağlanabilir)



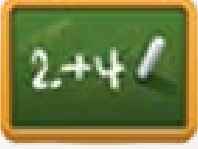
1-2 saat (fasilitatör, katılımcı sayısına, anlama düzeyine vb. adapte edilmiş farklı süreler ekleyebilir).

Zaman, fikir miktarını artırarak etkinliği daha etkili hale getirmek ve odak noktasını değiştirmek için eklenilebilir: Sonradan mentorluk sürecinde daha derinlemesine incelenebilecek fikirlerin beyin fırtınası yapılması.

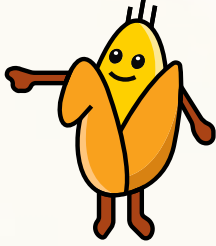
# M#1. Masa Oyunu Sosyal Girişim Üzerine 360 Derece Perspektifler



## Girişimcilik üzerine Eğitici Bir Masa Oyunu



Her ülkenin, bölgenin, topluluğun ve insan grubunun kendine özgü özellikleri vardır ve bu nedenle dünyada girişimciler için birçok farklı yöntem ve araç bulunmaktadır. Ancak aynı zamanda, doğru olanı bulma konusunda uyum eksikliği yaşanmakta veya yeni girişimci ve fikir/ürün/hizmetle eşleşmek için doğru fırsatı aramaktadır. Tüm bunları SOSYAL perspektifte bir araya getirerek, daha yetkin gençler, daha güçlü topluluklar ve daha yönlendirilmiş ve gelişmeye açık süreçler elde etmek amaçlanmaktadır.



Özellikler: Girişimciler ve işletmeler için mevcut araçlar, oyunlaştırma, koçluk, mentorluk, improvizasyon ve yansıtma süreci gibi yöntemlerle sosyal alana uyarlanabilir. Bunun yanında, gençler ve gençlik çalışanlarına farklı topluluklarda, hedef kitleye ve fikirlerin/hizmetlerin/ürünlerin özelliklerine uygun bir şekilde, yaratıcı bir GENEL BAKIŞ eklenerek doğru YÖNTEM AKIŞI'na uyum sağlanabilir.

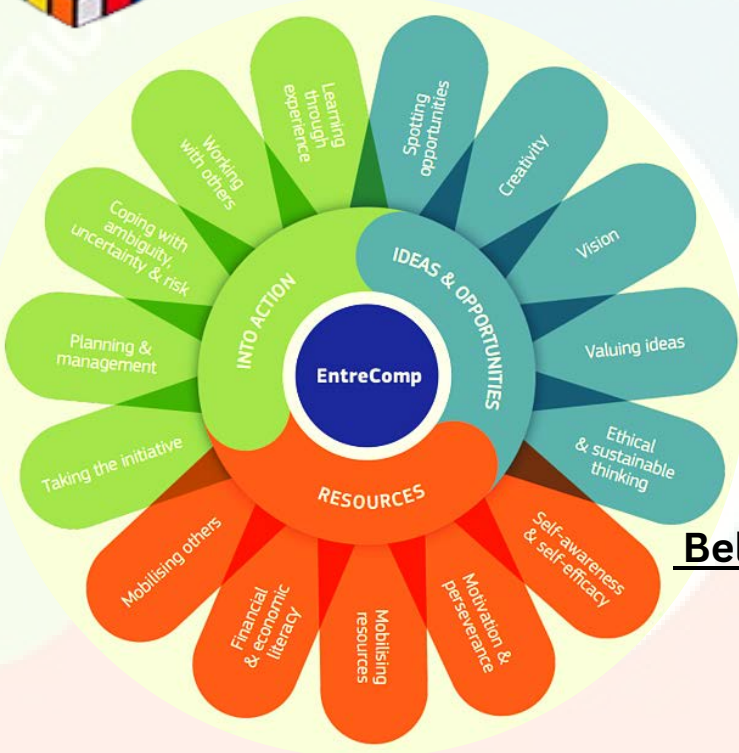


# M#1. Masa Oyunu

## Sosyal Girişim Üzerine 360 Derece Perspektifler



**Hedefler:** Girişimci olma sürecini kolaylaştırmak için farklı araçları ve yöntemleri deneyimleyerek bir iş planı oluşturma konusunda destek sunmak. İş planınızı 360 derecelik bir perspektifle ele almak.



Yetkinlikler:

Yaratıcılık

Vizyon

Motivasyon

Öz farkındalık

İnisiyatif alma

Planlama ve yönetim

Deneyim yoluyla öğrenme

Belirsizlik ve riskle başa çıkma

Yapıcı geribildirim verme



**ENTRECOMP: Avrupa Girişimcilik Yetkinlikleri Çerçevesi** - Avrupa düzeyinde tanınan Girişimcilik Yetkinlikleri.

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



**Gereken Malzemeler:**

1 adet flip chart kağıdı, çizim malzemeleri, A6 kartonlar, A7 kartlar, oyun taşları

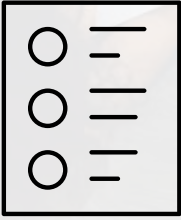
# M#1. Masa Oyunu

## Sosyal Girişim Üzerine 360 Derece Perspektifler



### Değerlendirme ve Geri Bildirim:

Bu yöntem, katılımcıları mümkün olduğunca çok soruya cevap vermeleri konusunda yönlendirmek ve zaman baskısı altında bazı anahtar kelimeler kullanmak için kolaylaştırılması teşvik edilen bir yöntemdir (DIXIT ve ACTIVITY gibi oyunlarda olduğu gibi). TABU veya TAHMİN etme yöntemleri kullanarak, bu oyun mizah ve eğlenceyle harmanlanabilir, aynı zamanda farklı bakış açılarıyla düşünmeye meydan okuyarak ve her adımda çözümler bulmaya çalışarak yetkinliklerin gelişmesine katkıda bulunacaktır.



### Oyun öncesi, oyun sırasında ve oyun sonrasında:

- Konu neydi?
- Konuyla ilgili olarak neler öğrenildi?
- Yeni olan nedir?
- Basit olan nedir?
- Kafa karıştıran nedir?
- Keşfettiklerimle ne yapmalıyım?



# M#1. Masa Oyunu

## Sosyal Girişim Üzerine 360 Derece Perspektifler

**İpuçları:** Katılımcıları, hayata geçirmek istedikleri basit bir fikir veya uygulamadan önce düşünmeye teşvik edin. Bu fikri 360 derece farklı yönlerden düşünmelerini sağlayın. En azından bir yönlendirme olmasını ve bu oyun sürecinde bulmaca fikrini keşfetmelerini ve tamamlamalarını sağlayın. Farklı sorulara cevap vererek, fikrin iyi olup olmadığını, sevilen bir fikir olup olmadığını, gerçek mi yoksa bir hayal mi olduğunu daha iyi anlamaları için anlamaya çalışın ve daha gerçekçi bir fikirle değiştirebilirler.

Başlangıçta, katılımcıları DREAM (hayal), IDEA (fikir), PROJECT (proje), BUSINESS PLAN (iş planı) gibi genel olarak yazmaya teşvik edin ve daha sonra bunun farklı bölümlerine ZOOM IN yaparak üzerinde geliştirmeler yapmalarını ve süreç ilerledikçe detaylandırmalarını sağlayın.



**TALİMAT: OYUNUN TAHTASI,** aşağıdaki hedeflere (adım adım) ulaşmak için takip edilmesi gereken bir yol yarışıdır.

1. ROL SEÇME
2. HARİTA OLUŞTURMA
3. BİLGİLENDİRME KAYNAKLAR
4. KONTROL NOKTASI
5. YANSIMA
6. KOÇLUK
7. DİJİTAL TOPLULUK
8. GERİ BİLDİRİM
9. KAZANMA.





**TALİMAT: OYUNUN TAHTASI AŞAĞIDAKİ ADIMLARI TAMAMLAYARAK TAMAMLANACAK ŞEKİLDE GÖRÜNÜYOR:**

- ±0. ROL PAWN SEÇME: Motivatör, Lider, Tutku Avcısı, Vizyon Tasarımcısı
- ±1. HARİTA OLUŞTURMA - Beyin fırtınası süreci: Sorular ve fikrin zihin haritasıyla çalışmak
- ±2. BİLGİ KARTLARI - İyi uygulamalar
- ±3. KONTROL NOKTASI - Fikrinizin SÜRDÜRÜLEBİLİR olup olmadığına dair SDG çarkıyla kontrol etme
- ±4. YANSIMA KARTLARI TEMEL TEST: Kim, ne, ne zaman, nasıl, neden?
- ±5. KOÇ OLMANIZ - Öneriler verme ve almanız - diğer oyuncularla etkileşim kurarken ve fikirleri birbirinize koçluk yaparken, NESNEL perspektiflerinizi paylaşma
- ±6. DİJİTAL TOPLULUK
- ±ASANSÖR KONUŞMASI - köpekbalıklarına - GERİBİLDİRİM almanın yolları - yapıcı GERİBİLDİRİM verme - yayınlama
- ±Gizli oylar ve Kazanma Koşulu.!

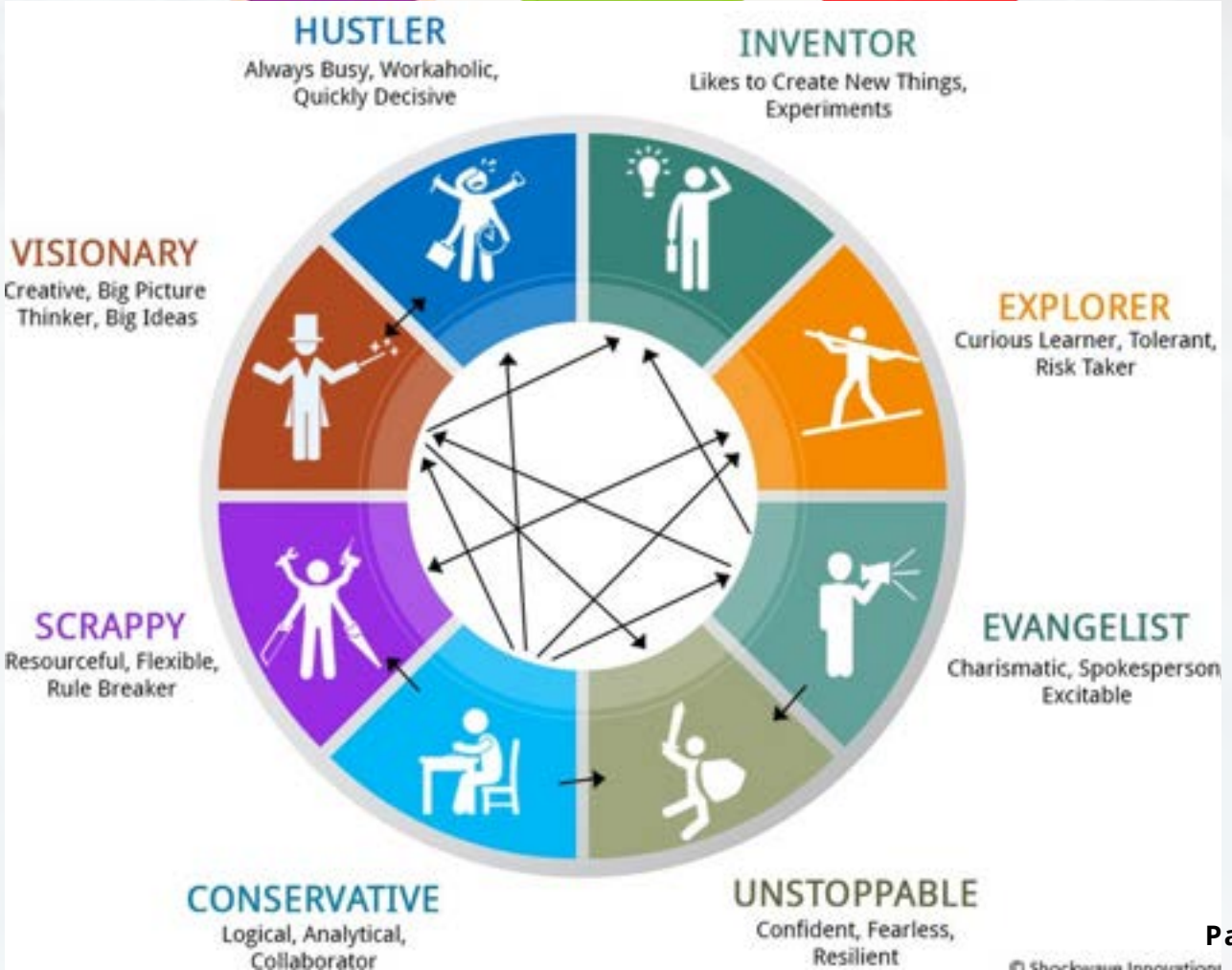
# M#1. Masa Oyunu

## Sosyal Girişim Üzerine 360 Derece Perspektifler



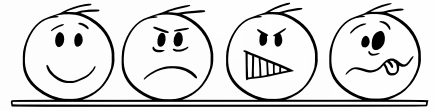
### ROLÜNÜ SEÇ.

Bir ekip içinde kendinizi nereye koyarsınız? Motivatör müsünüz, lider mi, tutkulu mu, yaratıcı mı yoksa yönlendiren mi?

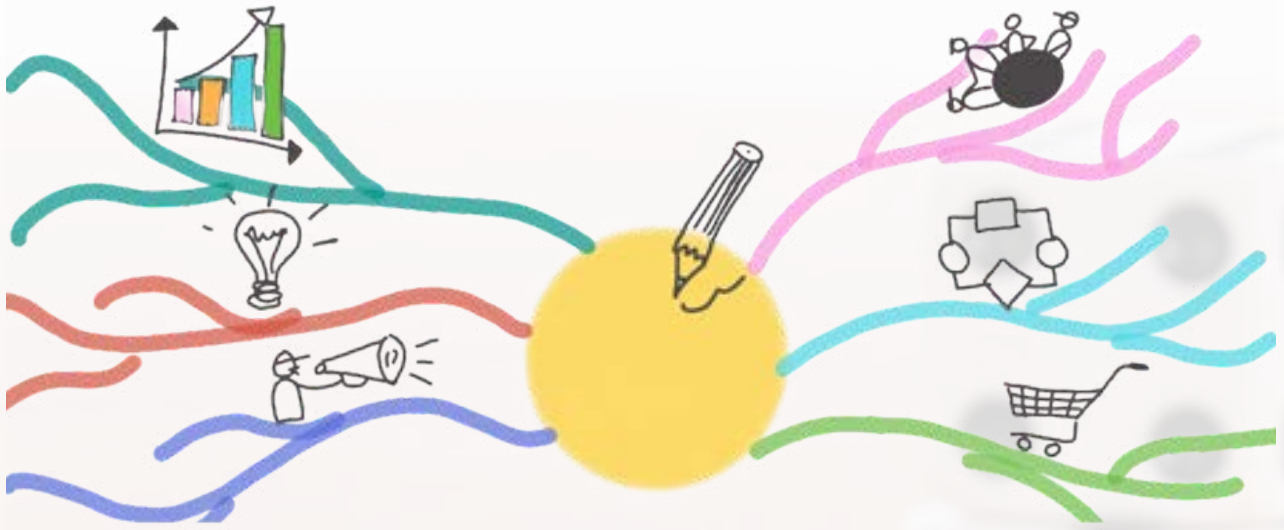


# M#1. Masa Oyunu

## Sosyal Girişim Üzerine 360 Derece Perspektifler

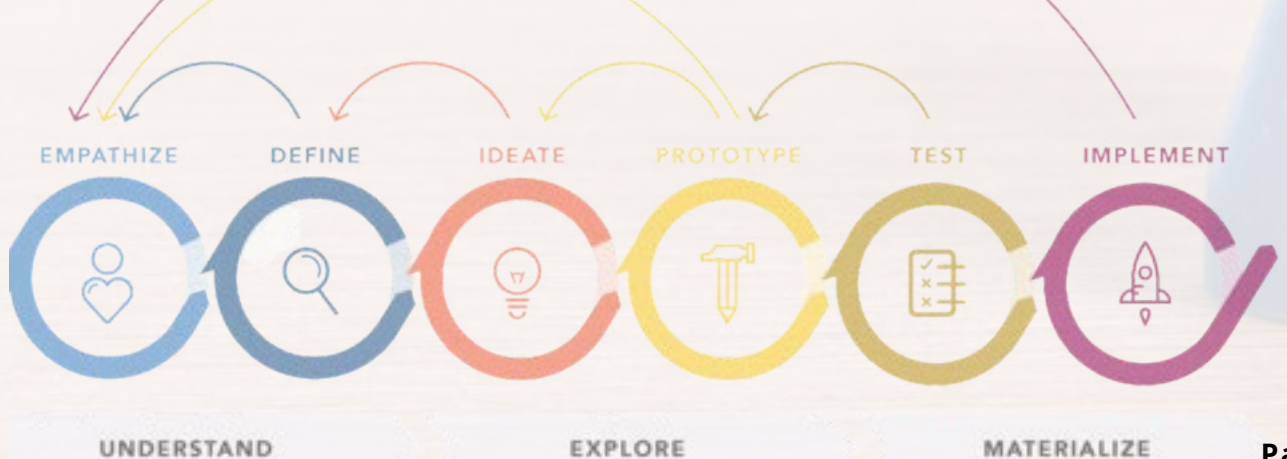


Zihin Haritalama - İş planınız için beyin fırtınası yapmaya başlamak için bu yöntemi kullanın: ekip, strateji, ürün/hizmet, kar, fikir, pazarlama:



**Sosyal iş fikrinizi beyin fırtınası yapma**

Bu fikir/proje için düşünebileceğiniz en iyi sonuç nedir?  
ANLAYIN (süreci) -> KEŞFEDİN (oynayın ve beyin fırtınası yapın) -> SOMUTLAŞTIRIN (daha derinlemesine gidin ve sürekli görselleştirin, gerçeklikte sahip olana kadar)





# M#1. Masa Oyunu

## Sosyal Girişim Üzerine 360 Derece Perspektifler



Bilgi ve Kaynaklar (bir zar atarak veya kartların sırasına göre 1'den 6'ya kadar bir sayı söyleyerek, bu 6 karttan birini seçin ve diğerlerine anahtar kelimeleri tahmin ettirin):

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

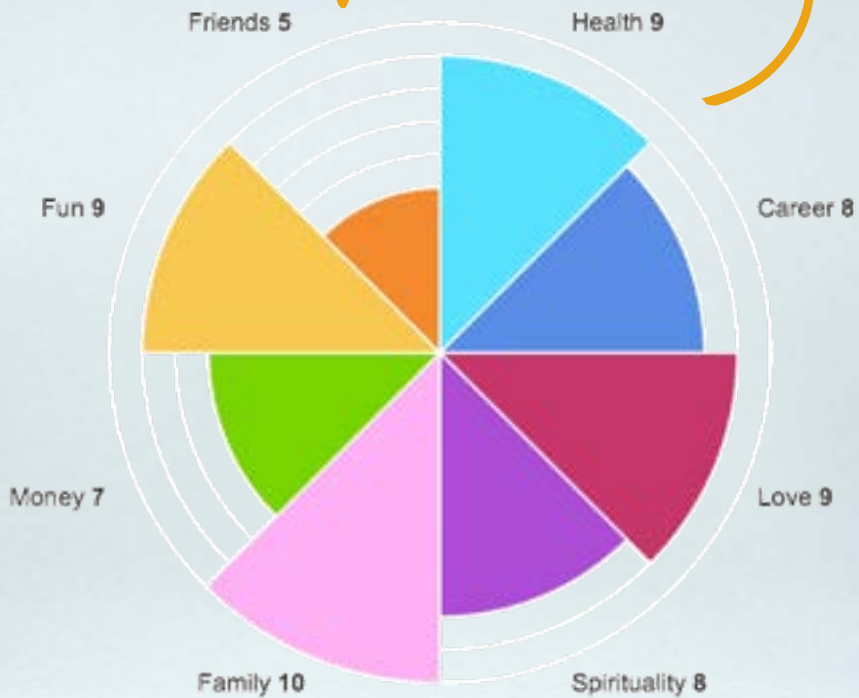
# M#1. Masa Oyunu



THE GLOBAL GOALS

## Sosyal Girişim Üzerine 360 Derece Perspektifler

Kontrol noktası: Kişisel düzeyde yaşam çarkınızı oluşturun, ardından profesyonel düzeyde yaparak genel bir bakış elde edin.



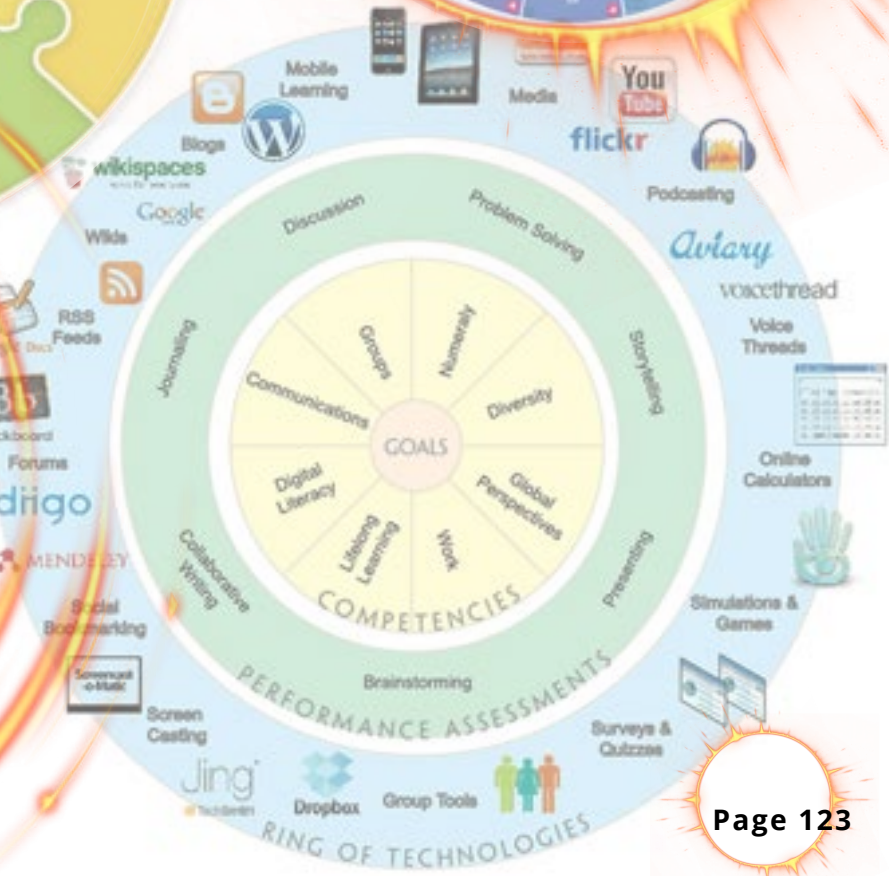
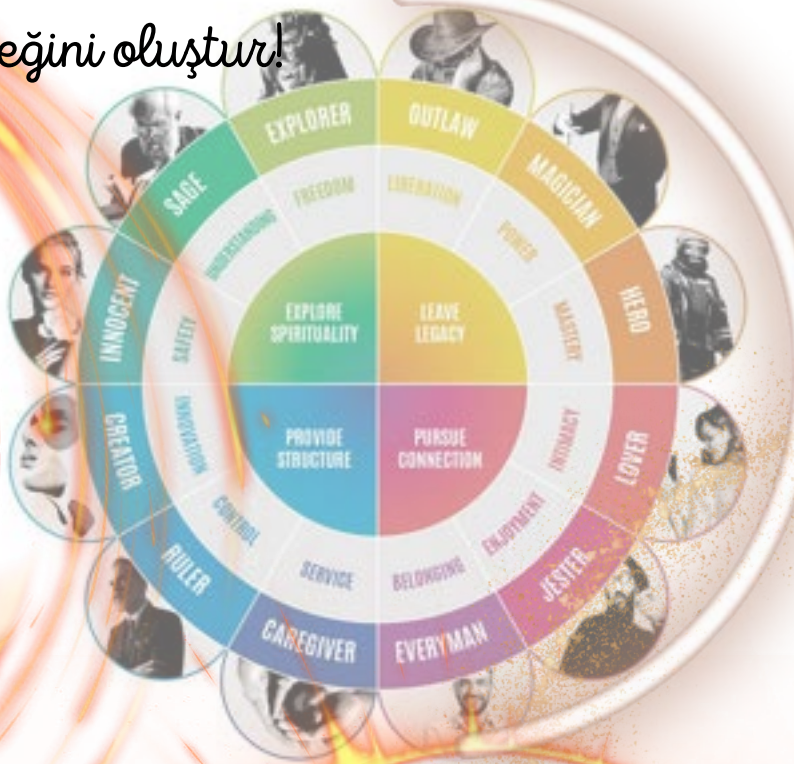
# M#1. Masa Oyunu

## Sosyal Girişim Üzerine 360 Derece Perspektifler

Kontrol noktası: SÜRDÜRÜLEBİLİR KALKINMA GİRİŞİMCİLİK HEDEFLERİ - Sürdürülebilir iş fikirlerini teşvik eden tekerlek modeli.



Kendi tekerleğini oluştur!

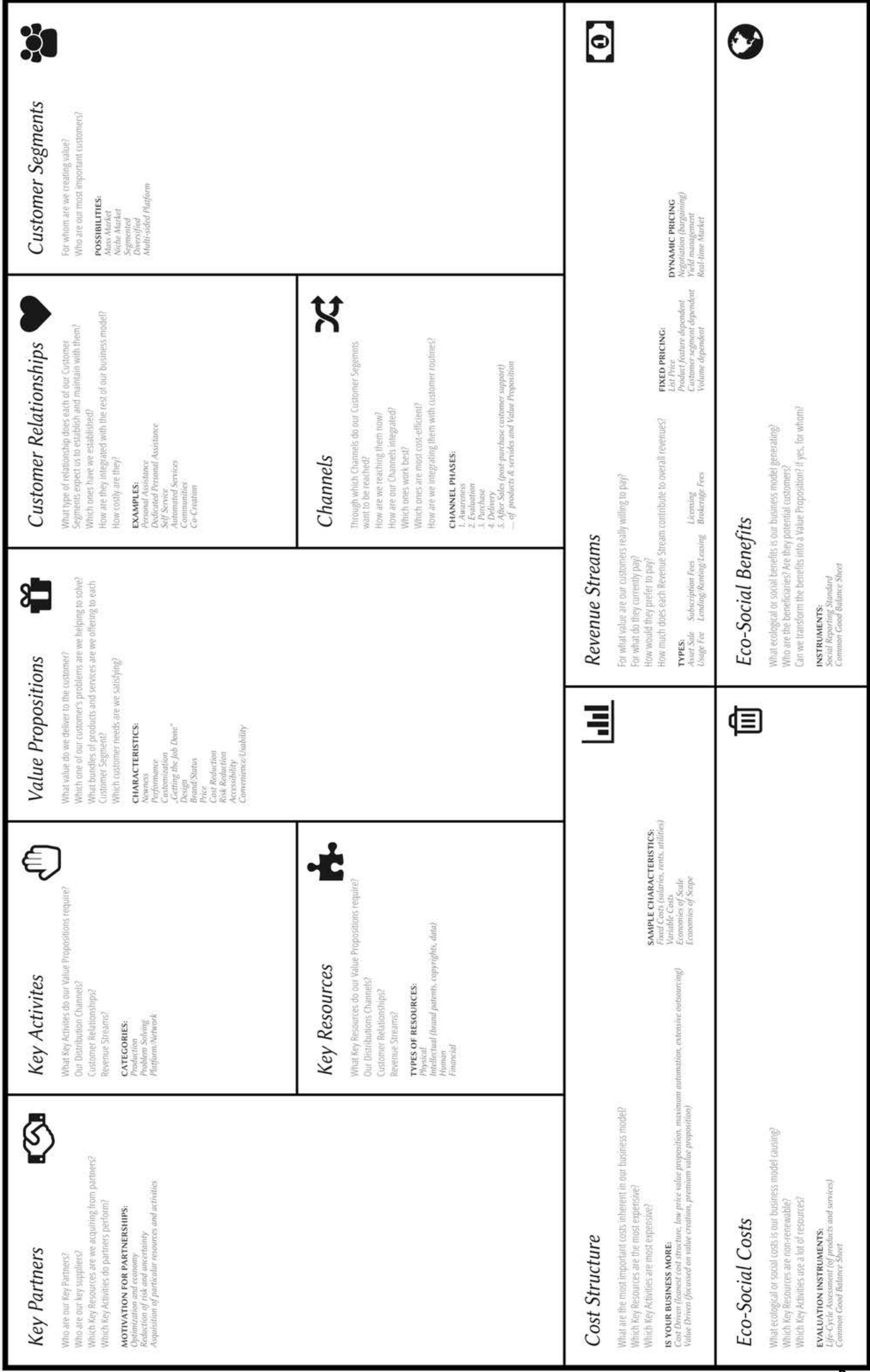


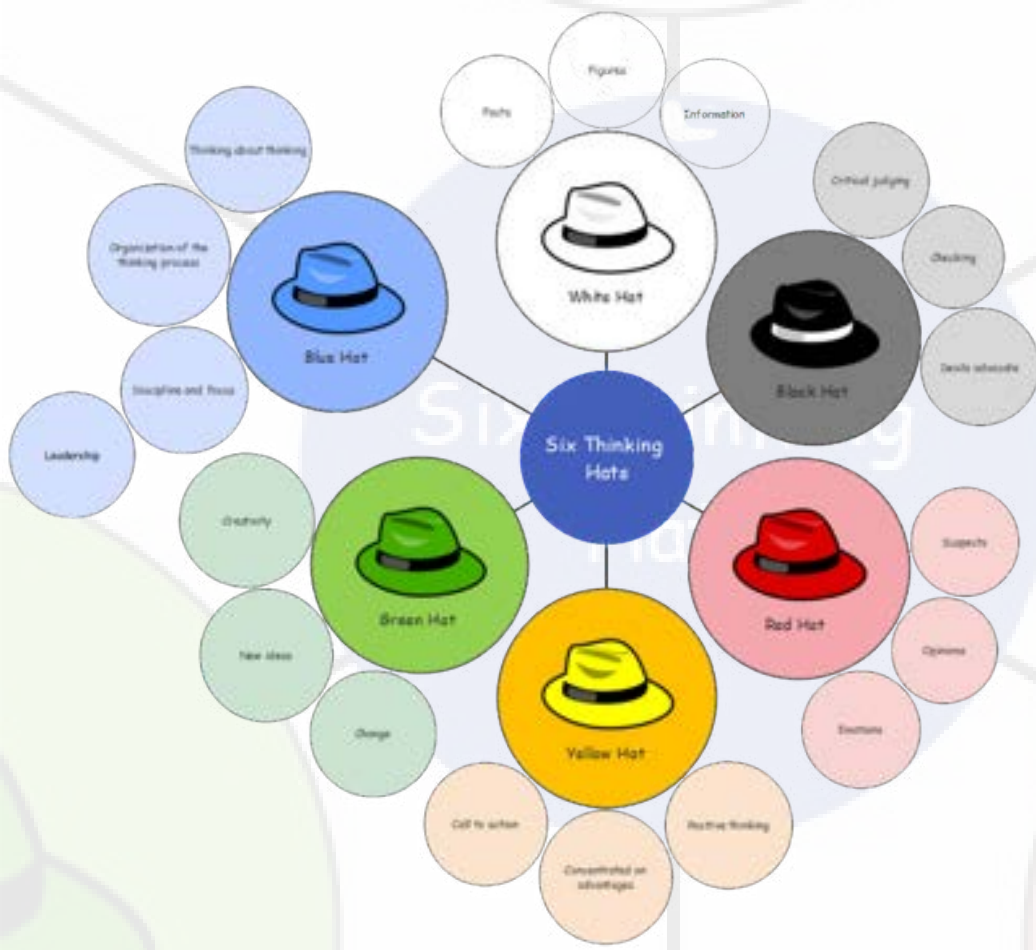
# The Sustainable Business Model Canvas

Designed for:

Designed by:

On: \_\_\_\_\_  
Version: \_\_\_\_\_





**İŞ PLANINIZI YA DA PROJE FİKRİNİZ İÇİN SON PUZZLE'Yİ OLUŞTURUN: (HER TAMAMLANAN ALAN İÇİN 2 PUAN ALIRSINIZ - KENDİNİZİN HAKEMİSİNİZ).**

**Planınızın, tekerleğinizin ve bu oyun sırasında keşfettiğiniz sürecin yüzdesini verin ve son PUZZLE için toplam yüzde miktarını hesaplayın.**

**DİJİTAL GİRİŞİMCİLER, dijital yetkinlikleri geliştirmek için dijital araçları da kullanın**

**GİRİŞİMCİ YETKİNLİKLERİ (ÖĞRENDİĞİNİZ YA DA ÖĞRENEBİLECEĞİNİZ YETKİNLİKLERİ İŞARETLEYİN)**

**Kendi yüzdesini hesapla + Gizli oy verme süreci + sandviç geri bildirim**

Call to action

Positive thinking

## Method #2.

# COACHING CARDS 360° PERSPECTIVES ON SOCIAL ENTREPRISE



Etkinlik Türü: Kart Oyunu Ülke: Romanya

Tasarımcı: Diana Vestineanu

Tematik: Koçluk, Girişimcilik, Sosyal Farkındalık, Fikir Oluşturma



Karmaşıklık: Seviye 2/Orta

Hedef Grup: 16 yaş ve üzeri Minimum

katılımcı sayısı: 2



Etkinlik Süresi: 15-30 dakika

Hedefler:



1. Girişimcilik hakkında farkındalık oluşturmak.

2. Katılımcıları 360° perspektifinden düşünmeye teşvik etmek.



3. Sosyal farkındalık ve fikir oluşturma konularını desteklemek.



Gereken Malzemeler:

1. Kartlar

2. İsteğe bağlı: Not almak veya beyin fırtınası yapmak için kağıt ve kalem.

## Yöntem #3

# KOÇLUK KARTLARI: SOSYAL GİRİŞİMDE 360° PERSPEKTİFLER

Koçluk Oyunu - Birçok farklı şekilde kullanılabilir:

- 1.HIZLI TANIŞMA - İnsanları ikili olarak eşleştirerek hızlı tanışma etkinliği düzenleyin. Bir kişi desteden bir kart alır ve karşısındaki kişiye soruyu sorar. Ardından 1 dakika sonra rolleri değiştirirsiniz. Biri anlatıcı/konuşmacı rolünde olurken diğeri aktif bir dinleyici olur.
- 2.KOÇ OL - Tavsiye Ver ve Al - Diğer oyuncularla etkileşim halindeyken, birbirinizin fikirlerini koçluk yaparak değış tokuş edin ve NESNEL bakış açılarını paylaşın.
- 3.HİKAYE ANLATMA - Bir kart seçin ve ardından gruptan bir kişiyi yaklaşık 1 dakika içinde mümkünse soruya cevap vermek üzere seçin. Bu sefer bir rekabet olmayacak, farklı deneyimler ve perspektiflerle ortak konu hakkında bilgi ve bakış açısı paylaşımı yapılacak.

Yetkinlikler:

Yaratıcılık, Vizyon, Motivasyon Öz farkındalık, İnisiyatif alma Belirsizlik, belirsizlik ve riskle başa çıkma Yapıcı geri bildirim verme Aktif dinleme Hikaye anlatma / İletişim becerileri



## Method #2.

# COACHING CARDS 360° PERSPECTIVES ON SOCIAL ENTREPRISE

**GENÇ İNSANLAR  
NEDEN HİÇ  
DENEYİMLERİ  
OLMADAN BİR İŞ  
KURMAYA İSTEKLI  
OLUYORLAR?**

**İNSANLAR  
GENELLİKLE NEDEN  
PLANLAMAYA  
BAŞLAR? YA DA BİR  
İŞE NASIL  
BAŞLADIKLARINI  
DÜŞÜNÜYORSUNUZ?**

**İNSANLAR NEDEN  
BAŞKA ÜLKELERE  
ÇALIŞMAK İÇİN  
GİDER?  
(ÜLKENİZDE  
DURUM NASIL?)**

**İNSANLAR  
NEDEN  
DOĞDUKLARI  
YERDEN  
ÇALIŞMAK İÇİN  
BAŞKA YERLERE  
TAŞINIRLAR?**

**İNSANLARI KENDİ  
ÜLKELERİNDEN  
AYRILARAK BİR İŞ  
KURMAYA  
YÖNLENDİREN  
FAKTÖRLER  
NELERDİR?**

**HANGİ ÜLKELER  
GİRİŞİMCİLİK  
FAALİYETLERİNDEN  
EN BAŞARILI  
OLANLARDIR?**

**EN FAZLA  
GİRİŞİMCİYİ  
HANGİ TÜR  
ÜLKELER  
KABUL EDER?**

**EN AZ  
GİRİŞİMCİYİ  
HANGİ TÜR  
ÜLKELER  
KABUL EDER?**

**BİR ÜLKE, KENDİ  
VATANDAŞLARININ KENDİ  
İŞİNİ AÇMASINA NE KADAR  
İZİN VERİLMESİ GEREKTİĞİNİ  
VE BU KİŞİLERİN KAÇININ  
BAŞKALARI İÇİN, DEVLET  
İÇİN VEYA BÜYÜK  
ŞİRKETLERDE ÇALIŞMAYA  
TEŞVİK EDİLMESİ  
GEREKİĞİNİ NASIL  
BELİRLER?**

**ÜLKEMİZDE  
BİRÇOK İNSAN  
SERBEST ÇALIŞMA  
YAPIYOR VEYA  
GİRİŞİMCİ OLUYOR  
MU?**

**SOSYAL  
GİRİŞİMCİLİK  
NEDİR?**

**SIZE GÖRE  
YAŞAMAK İÇİN EN  
GÜVENLİ ÜLKE  
HANGİSİDİR ?**

**GİRİŞİMCİLİK  
HAKKINDA HER ŞEY  
BİLEN BİRİYLE  
TANIŞSANIZ HANGİ  
SORUYU SORARDINIZ  
?**

**İNSANLARI  
ÜLKELERİNDEN  
AYRILMAYA  
ÇEKEN 3 NEDEN  
NEDİR ?**

**WHAT ARE THREE  
PULL FACTORS IN  
UNSUCCESSFUL  
IDEAS/ PROJECTS/  
BUSINESSES?**

**WHAT  
REPRESENTS  
MONEY FOR  
YOU? BUT  
COMMUNITY?  
HOW CAN BE  
BALANCED?**

**WHAT IS THE  
PROS AND CONS  
OF  
ENTREPRENEURS  
HIP?**

**WHY DO SO MANY  
ENTREPRENEURS  
GO TO AMERICA?**

**WHAT IS  
ENTREPRENEUR  
SHIP AND WHY  
IS IT  
IMPORTANT?**

**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.)?**

**WHAT YOU WOULD  
LIKE TO KNOW  
ABOUT YOUR  
FUTURE OF YOUR  
PROJECT?**

**WHAT  
STRENGTHS CAN  
YOU DEVELOP  
IN YOUR  
COUNTRY MORE  
THAN IN  
OTHERS?**

**WHAT ANY  
SPONTANEOUS  
DECISION YOU  
HAVE MADE  
ABOUT A TRIP?**

**SHARE ONE  
OCCASION  
WHEN YOU  
BROKE RULES!**



## Method #2.

# COACHING CARDS 360° PERSPECTIVES ON SOCIAL ENTREPRISE

WHAT WOULD YOU DO IF THE COUNTRY YOU LIVE IN HAS VERY LIMITATIONS OF FREEDOM?

WHAT WOULD YOU DO IF YOU LIVE IN A COUNTRY WHERE THERE ARE MORE OBLIGATIONS THAN RECOMMENDATIONS?

WHAT OPPORTUNITY WOULD YOU LIKE TO RECEIVE IN YOUR COUNTRY IN ORDER TO BE HAPPY WITH YOUR FUTURE CAREER?

WHAT WOULD YOU NEED TO BE A HAPPY PERSON IN YOUR COUNTRY?

WHAT YOU ARE THANKFUL TO YOUR COUNTRY FOR? BUT TO YOUR PARENTS?

WHAT COUNTRY YOU WOULD LIKE TO LIVE IN? WHY?

WHAT DID YOU ENJOYED PLAYING MOST BEFORE YOU START GOING TO SCHOOL, BEFORE 6-7Y.O.?

WHO ARE THE MOST IMPORTANT PEOPLE FROM YOUR COUNTRY? BUT FROM OTHER COUNTRY?

WHAT YOU NEED TO CHANGE YOUR LIFE FOR BETTER?

SHARE ONE OCCASION THAT YOU MADE SOMEONE WITH YOUR WORK/ AT YOUR WORK/ WITH YOUR SERVICES?

WHAT MAKES YOU SMILE WHEN YOU THINK ABOUT ENTREPRENEURS?

WHOM YOU WOULD LIKE TO MEET FOR A TALK? BUT FROM ALL ENTREPRENEURS THAT YOU KNOW? WHY?

WHAT YOU WISH TO HAPPEN IN YOUR SURROUNDING IN ORDER TO FEEL SATISFIED WITH YOUR LIFE?

WHAT YOU WOULD DO IF YOU WERE PRESIDENT?

WHICH IS YOUR FAVOURITE SAYING ABOUT FREE LANCERS OR ENTREPRENEURS?

WHAT YOU DO TO MAKE YOUR LIFESTYLE MORE ECO-FRIENDLY/ RESPONSIBLE?

WHAT PEACE IS IN YOUR OPINION?

WHAT ARE THE BOARDERS FOR YOU? WHY DO YOU THINK THEY EXIST?

WHAT YOU ARE GRATEFUL FOR? DID YOU INTERACT AND RECEIVED ANY BENEFITS FROM SOCIAL ENTREPRENEURSHIPS TILL NOW?

SHARE ONE VOLUNTARY ACTIVITY YOU HAVE ONCE DONE, AND THAT CHANGED INTO A PROJECT/ SMALL BUSINESS!

WHAT WOULD YOUR PERFECT DAY LOOK LIKE, IF YOU WERE A ENTREP?

HOW WOULD YOU DESCRIBE YOUR COMMUNITY? BUT YOUR IDEAL ONE? 😊

WHAT WOULD BE YOUR 4 WISHES FOR YOUR PLANET EARTH?

WHAT KIND OF NEW THINGS YOU WOULD LIKE TO LEARN?





**Method #2.**  
**COACHING CARDS 360° PERSPECTIVES ON SOCIAL  
ENTREPRISE**

**HOW YOU HELP  
OTHER PEOPLE  
IN YOUR  
COMMUNITY?**

**WHAT IS A  
COMMUNITY  
FOR YOU?**

**WHAT ARE YOU  
EMBARRASSED  
WITH ABOUT  
YOUR IDEAS,  
MOST OF THE  
TIME?**

**WHAT YOU ARE  
PLANNING TO  
ACHIEVE IN THE  
NEXT 6  
MONTHS?**

**WHAT YOU  
WOULD LIKE TO  
INVENT IN YOUR  
COUNTRY IF YOU  
HAD A SPECIAL  
POWER?**

**WHAT  
CONNECTIONS  
BETWEEN PEOPLE  
WILL BE IN THE  
FUTURE ON  
PROFESSIONAL  
LEVEL?**

**WHAT ANNOYS  
YOU THE  
MOST?**

**WHAT YOU DO  
TO MAKE LIFE  
BETTER FOR  
NEXT  
GENERATIONS?**

**WHAT IS THAT  
ACTIVITY THAT  
MAKES YOUR  
LIFE DELICIOUS?**

**WHAT IS YOUR  
CONNECTION  
WITH MONEY?**

**WHAT YOU DO  
TO DEVELOP  
YOURSELF?  
WHAT YOU DO  
TO PUT YOUR  
IDEAS INTO  
ACTION?**

**WHAT IS THE MOST  
INTERESTING  
THING ABOUT  
SOCIAL  
ENTREPRENEURSHI  
P?**

**WHERE YOU GET  
YOUR ENERGY  
FOR YOUR  
DAILY LIVING?**

**WHAT IS YOUR  
FAVOURITE  
PART OF  
ENTREP? ANY  
MOVIE? ANY  
BOOK?**

**WHAT WOULD  
YOU DO IF YOU  
WON LOTTERY?**

**WHAT PERSON  
FROM HOME  
COUNTRY  
INSPIRES YOU?  
BUT FROM  
ANOTHER ONE?**

**SHARE ONE AHA  
MOMENT THAT  
CHANGED YOUR  
LIFE!**

**WHAT MOTIVATES  
YOU IN ORDER TO  
GIVE LIVE TO YOUR  
IDEA/ PROJECT?**

**DO YOU SEE  
TRAVELING AS  
AN  
OPPORTUNITY?  
IF YES, WHY?**

**WHICH COUNTRY  
YOU WOULD LIKE  
TO MUST VISIT  
AND WHY? BUT TO  
OPEN A  
ENTERPRISE  
THERE?**

**WHAT YOU  
BELIEVE IN?**

**WHAT  
CONTINENT  
AND COUNTRY  
WOULD YOU  
LIKE TO  
TELEPORT?  
WHY?**

**WHAT IS THE  
MOST DIFFICULT  
PART ABOUT  
LEAVING YOUR  
COUNTRY? BUT  
LIVING IN OTHER  
COUNTRY?**



## Method #3. "Finansı Bul"



Aktivite Türü: Masa Oyunu

Tasarımcıların Adı: Romanya, CPDIS  
Derneği



Konu: Finans

Karmaşıklık: Orta ila yüksek



Hedef Grup: 16 yaş ve üzeri

Oyuncu Sayısı: En az 2 oyuncu, en fazla 5  
oyuncu



Aktivite Süresi: En fazla 60 dakika



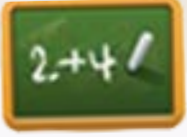
Amaçlar: Board oyununu tamamlamak ve  
tüm soruları yanıtlayarak finans hakkında  
yararlı bilgiler öğrenmek



Gerekli Malzemeler: (Dev) Zar, oyun  
tahtasını oluşturmak için renkli kağıt,  
oynama kartlarını yazdırmak

Yetkinlikler: Hafıza, temel finansal bilgi,  
risk alma ölçümü, öğrenmeyi öğrenme,  
dikkat, azim, belirsizlik, belirsizlik ve  
riskle başa çıkma

## Method #3. "Finansı Bul"



**Açıklama:** Boardgame tarzında bir oyun, 6 kontrol noktası bulunuyor ve her oyuncu zarı atma veya bir kare ilerleme kararı vermek zorunda kalıyor. Eğer zarı atarlarsa, daha hızlı ilerleyebilirler, ancak daha az bilgi alırlar. Yavaşça ilerlemeyi seçerlerse, her karede bilgi alırlar. Her kare, finans temasıyla ilgili bilgiler verir. Kontrol noktasına girmek için oyuncunun zarla tam sayıyı yakalaması gerekir (oyuncu zar yöntemiyle oynuyorsa). Kontrol noktasında her oyuncunun 4 kart çekmesi ve kartlarda yazılı soruları yanıtlaması gerekecektir. Her kontrol noktası, elde ettikleri bilgilere ilişkin 4 sorudan en az 3'ünü yanıtlayarak ele geçirilebilir. (Oyuncu, rakibi tüm doğru cevapları verirse yerinden çıkarılabilir). Son kontrol noktasında, bitiş çizgisine ulaşmak için 3 dakika içinde tüm soruları doğru yanıtlamaları gerekmektedir. [Son sorular karışık ve tüm aşamalarla ilgilidir (kontrol noktaları arasında)]




**Debriefing ve değerlendirme:** Gerekli değil  
Fasilitasyon İpuçları: Fasilitatör kesinlikle gereklidir




Oyun, oyunculara verilen bilgileri ve soruları değiştirerek başka bir konuya uyarlanabilir.  
Öneriler: İngilizce dil bilgisi.

## Method #3.

### "Finans Yarışını Keşfedin"

- 
- Seviyeler:
- Seviye 1: Finansman Hatları: Başlangıç ülkesi, Avrupa fonları, vb. (en fazla 5 tanesi)
- Seviye 2: Hibe başvurusunun uygulama kılavuzunda
- Seviye 3: İş sahipleri, temel finansal beceriler konusunda kendilerini eğitmeli ve para yönetimini etkili bir şekilde düzenli tutmalıdır.
- Seviye 4: Finansları etkili bir şekilde yönetmek için küçük işletme sahipleri, büyüme fırsatları için para ayırmalı, defterlerini takip etmeli ve düzenli olarak finansal bilgileri gözden geçirme ve güncelleme gibi iyi finansal alışkanlıklar edinmelidir.
- Seviye 5: Faturalandırma stratejileriyle yaratıcı olmak, nakit akışı sorunlarını önleyebilir ve harcamaları ve yatırım getirisini ölçmek, yatırımların değerli olup olmadığını sağlayabilir.
- Seviye 6: Gelecek için önceden planlama da önemlidir, çünkü bu, iş rekabetin önünde tutabilecek stratejik kararlar almayı sağlar.

- 
- Sorular:
- Seviye 1: 4 finansman hattının adını verin!
- Seviye 2: Fonlara nasıl başvurulacağını görmek için ilk olarak neyi okumalısınız? Nerede bulabilirsiniz?
- Seviye 3: Temel finansal yetkin olmak ve para yönetimini etkili bir şekilde düzenli tutmak için bir iş sahibi ne yapmalıdır?
- Seviye 4: Finansları etkili bir şekilde yönetmek için bir iş sahibi ne yapmalıdır?
- Seviye 5: Nakit akışı sorunlarını nasıl önleyebilirsiniz?
- Seviye 6: Gelecek için önceden planlamanın en büyük faydası nedir?

Her seviyeden kombinasyon soruları. Seviyelerin infografiklerle birleştirilmiş zaman çizelgesi.

### #3. “Finansı Bul”





## #3. “Finansı Bul”

**SEVIYE 1:  
FINANSMAN  
FIRSATLARI:**  
A. START-UP  
NATION  
(BAŞLANGIÇ  
ULUSU)  
B. AVRUPA  
FONLARI  
C. YAPISAL  
FONLAR  
D. EEA & NORVEÇ  
HİBELERİ  
E. ÖZEL FONLAR

**SEVIYE 2:**  
A. KILAVUZ  
B.  
DEĞERLENDİRME  
KRİTERLERİ  
C. YETERLİLİK  
KRİTERLERİ  
D. ULUSAL ÇAĞRI  
E. BÜTÇE (NE  
İÇİN  
KULLANILABİLİR)

**SEVIYE 3:**  
A. PAZAR  
ARAŞTIRMASI  
B. (BELİRLİ) HEDEF  
GRUBU BELİRLEME  
C. FIKRİNİZİ SUNUN  
VE GERİ BİLDİRİM  
ALIN  
D. RISK  
DEĞERLENDİRMESİ  
E. İŞ MODELİ KANVASI

**SEVIYE 4:**  
A. ŞAHİS ŞİRKETİ  
B. LIMITED  
ŞİRKET (SINIRLI  
SORUMLULUK  
ŞİRKETİ)  
C. ANONİM  
ŞİRKET  
D. ORTAKLIK  
E. ŞİRKET

**SEVIYE 5:**  
A. ŞİRKETİN İSİM  
REZERVASYONU  
B. İŞLETMENİZİN  
YASAL YAPISINI  
BELİRLEYİN  
C. ÇEVİRİMİÇİ-  
FİZİKSEL  
D. BİR İŞ PLANI  
OLUŞTURUN  
E. YENİLİKÇİ  
FİKİR

**SEVIYE 6  
(BİTİŞ ÇİZGİSİ)**



# “Finansı Bul”



## #3“Finansı Bul”

**SEVİYE 1: 4  
FINANSMAN  
FIRSATININ  
ADINI VERİN?**



**SEVİYE 2:  
FONLARA NASIL  
BAŞVURULACAĞI  
NI GÖRMEK İÇİN  
OKUMANIZ  
GEREKEN İLK ŞEY  
NEDİR? (4  
TANESİNİ  
ADLANDIRIN)**

**SEVİYE 3:  
FIKRİNİZİ NASIL  
TEST  
EDECEĞİNİZİ  
ANLATALIM**



**SEVİYE 4:  
ŞİRKETİNİZ İÇİN  
HANGİ TÜR  
YASAL YAPI  
UYGUN?**

**SEVİYE 5:  
ŞİRKETİNİZ İÇİN  
HANGİ TÜR  
YASAL YAPI  
UYGUN?**










**SEVİYE 6: HER  
SEVİYEDEN  
SORULAR**

# TIMETABLE

Day Time	Monday	Tuesday	Wednesday	Thursday	Friday

Bir hafta ve dokuz ay için harcamalarınızı hesaplayın.

Month 1							

## Method #4. "Girişiminizi ilerletin"



Etkinlik Türü: Dinleme, grup tartışması

Çevrimiçi/Çevrimdışı Aracı: Çevrimiçi

Ülke: Hırvatistan

Tasarımcının Adı: Ivona Horvat



Zorluk Seviyesi: Seviye 2



Hedef Kitle: Gençler



Katılımcı Sayısı: 5 - 10

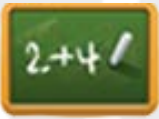
Etkinlik Süresi: 60 dakika



Açıklama: Bu etkinlik, kendi işini kurmaya başlayan gelecekteki girişimcileri teşvik eder ve karşılaşılabilecekleri bazı sorunlarla başa çıkmalarına yardımcı olur.



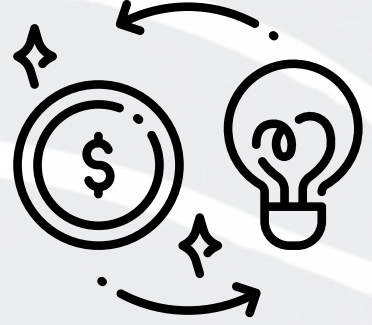
Hedefler: Bir startup açarken karşılaşılabilecekleri sorunlara bireyleri hazırlamak, bir startup ile birlikte gelen sorumlulukları anlamak, birbirlerine cevapları bulmada yardımcı olmak.



Yetkinlikler: Eleştirel düşünme



Gereken Malzemeler: Dizüstü bilgisayar, internet bağlantısı, kulaklık ve mikrofon, kağıt, kalem



## Method #4."Girişiminizi iletin"



Talimat:

Lider, girişimcilik alanında 5 prensibi içeren bir PowerPoint sunusu hazırlar. Tüm grup, bir video konferans platformunda çevrimiçi olarak bir araya gelir. Kısa bir tanıtım ve her katılımcının kendini tanıtmasının ardından lider sunuma başlar. Sunum tamamlandığında, son slaytta 5 prensip kısaca açıklanmalıdır. Şimdi grup, bu prensipler hakkında düşünmek ve düşüncelerini kağıda aktarmak için 15 dakika süreye sahip olacaktır. Her prensip için en az üç cümle yazmaları gerekmektedir. İşleri bitirdikten sonra, her biri düşüncelerini gruba sunmalıdır.

Değerlendirme ve Geri Bildirim:

Her sunumun ardından, katılımcıların yorum bırakması ve bu şekilde birbirlerine yardımcı olması önerilir.

Etkin Prensipler:

Girişimcilik Metodu, temel olarak beş etkili prensipten oluşur. Bu prensipler, en deneyimli girişimcilerin girişimlerini oluşturmak için kullandığı düşünme mantığını temsil eder. Zaman içinde ve farklı sektörlerde birçok girişimci ve girişime gözlemleyerek, bu prensipler girişimcilerin girişimlerini iletmelerine yardımcı olabilecek prensiplerdir.



# Method #4. "Girişiminizi iletin"

## Etkin Prensipler

1. Mevcut kaynaklarınızla başlayın: Yeni bir girişim oluşturmaya çalışıyorsanız, mevcut kaynaklarınızla başlamalısınız. Yani kendinize şu soruları sormalısınız: Kimim, ne biliyorum ve kimleri tanıyorum. Bu sorulara cevap verdikten sonra, kaynaklarınızdan kaynaklanan farklı olasılıklar ve sonuçlar hayal etmeye başlayabilirsiniz. Tek bir belirli hedefe odaklanmak yerine, yeni olasılıklar ve fırsatlar için açık olmak önemlidir.
2. Uygun kaybı odaklanın: Olumsuz riskinizi sınırlamak için uygun kaybınızı belirleyin. Özellikle girişiminizin erken aşamalarında, olumsuz potansiyeli sınırlamak daha mantıklıdır, olası getirilere odaklanmak ve riskli bir hepsi ya da hiçbir şey stratejisini takip etmek yerine. Bununla birlikte, projenin sürecinde potansiyel bilişsel yanılgılar karşısında kendinizi korumak için her zaman uygun kaybınızı önceden tanımlayın.
3. Ortaklıklar kurun: İlgilenen paydaşlarla birlikte çalışmak belirsizliği azaltır. Ortaklıklar, yeteneklerinizin tamamlayıcı olduğu insanlarla birlikte yeni pazarlar oluşturmanıza yardımcı olabilir ve kendi riskinizi önemli ölçüde azaltır. Ayrıca, her şeyi tek başınıza yapmaya çalışmak yerine başkalarıyla birlikte çalışmak genellikle daha eğlencelidir.
4. Tesadüfleri değerlendirin: Eğer hayat size limon veriyorsa, limonata yapın. Görünüşte kötü sürprizler ve beklenmedik dönüşler her zaman kötü olmak zorunda değildir, onları yeni fırsatlar olarak görmeye çalışın. Belki de işe yaramayan başka bir yol buldunuz. Bu deneyimler düşündüğünüzden daha değerli olabilir. Aslında, en başarılı girişimlerin birçoğu başarısız bir projenin veya tesadüflerin sonucudur.
5. Geleceği kontrol edin: Kontrolünüz dahilinde olan faaliyetlere odaklanın. Girişiminizle ilgili ne olabilir veya olabilir diye çok fazla endişelenirseniz, kontrolü bırakırsınız. Hedeflerinize ulaşmak için etkileyebileceğiniz şeylere odaklanın. Başka bir deyişle, geleceği kontrol ederseniz, onu tahmin etmek zorunda kalmazsınız.

# Method #5.Oyun vs. Teori!



Etkinlik Türü: Masa Oyunu

Çevrimiçi/Çevrimdışı Aracı: Çevrimdışı

Ülke: Hırvatistan

Tasarımcının Adı: Ivona Horvat



Tema: Sosyal/Girişimcilik, markalaşma ve pazarlama, satışlar, yatırımlar ve hibe destekleri, Eleştirel düşünme



Zorluk Seviyesi: Seviye 3

Hedef Grup: 18-30 yaş aralığındaki gençler

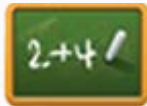


Katılımcı Sayısı: 2-18 (bireysel olarak veya küçük gruplar halinde oynanabilir)

Etkinlik Süresi: 1-3 saat



Açıklama: Bu masa oyunu, işletme girişimlerini ve karar verme süreçlerini anlamaya yardımcı olur. Yeni teknolojiler, STEM tabanlı müfredat ve heyecan verici yeni alanlar, yeni bir nesil yenilikçi ve iş yaratıcısına ihtiyaç duyulduğu anlamına gelir. Dünyamızın ihtiyaç duyduğu değişimi yaratmak için önemli olan bilgi ve vizyon sizde saklıdır. Game Against Theory, bu yeni dünyada para kazanmak için gereken becerileri öğrenmek ve pratik yapmak için eğlenceli, eğitici ve etkileşimli bir yol sunar.



Hedefler: Para, yenilikçilik, girişimcilik, gerçek yaşam durumları, ülkenizdeki sorunlar, ulaşım hakkında bilgi edinmek.

Yetkinlikler: Karar verme, fikir geliştirme

Gereken Malzemeler: Kartlar, kalemler, not defteri

## Method #5.Oyun vs. Teori!



Talimatlar: Katılımcılar bir masa etrafında toplanır, kart seçer ve oyunu oynarlar. Lider kuralları açıklar ve katılımcılar soru sorduğunda cevaplar. Oyuncular ülkelerindeki duruma aşina olmalı, yenilikçi olmalı, kararlar almalı ve kartta sunulan sorunu çözmek için sıradışı düşünmelidir. Hedef, bir iş planı oluşturmaktır. Eğlenirken tüm gerekli becerileri geliştirecekler. Ayrıca iletişim, planlama, karar verme, özgüven gibi yetkinlikleri öğretecektir.



Değerlendirme ve Geribildirim: Oyun bittiğinde, herkes başarılarını, stratejilerini ve bir şeyleri değiştirip değiştirmeyeceklerini tartışır.



Metodun çeşitleri: Kartlara farklı sorunlar ve durumlar her zaman eklenebilir.



# Method #5.Oyun vs. Teori!

Kart örneği:

Nina, 33 yaşında

- Ekonomi alanında yüksek lisans derecesine sahip
- İki çocuk annesi
- Başkentin 30 km uzağındaki küçük bir köyde yaşıyor
- şu anda fırında tam zamanlı çalışıyor (haftada 40 saat)
- Ekonomi alanında bir iş bulmak istiyor
- İş görüşmeleri genellikle sabah 10'da olduğu için mevcut işten boş zaman bulmak zor
- Ekonomi alanında deneyimi yok
- Birçok iş fırsatı köyünden çok uzakta olduğu için ulaşım için çok para harcamak zorunda

Marin ve Anna, 26 yaşında

- Marin sanat pedagojisi alanında yüksek lisans derecesine sahip
  - Anna lise mezunu
  - şehirde yaşıyorlar
  - şu anda her ikisi de bir fabrikada tam zamanlı çalışıyor (haftada 40 saat)
  - Marin başka bir iş bulmak istiyor, tercihen pedagoji alanında
  - Anna işini değiştirmek istemiyor
  - Anna ikisinin birlikte çalışmasını ve Marin'in iş değiştirmesine karşı çıkıyor
  - Marin'in pedagoji veya çocuklarla çalışma konusunda deneyimi yok
  - Bu işte maaş iyi, ancak Marin daha az ücretli olan pedagoji alanında çalışmak istiyor
- Evlerinin yenilenmesi nedeniyle her ikisi de zor bir mali duruma sahiptir

Ivan, 56 yaşında

- Lise mezunu
- Bir şehirde yaşıyor
- İşsiz
- Ailesini desteklemek zorunda
- İngilizce bilgisi yok, sadece anadilini konuşuyor
- Bilgisayar bilgisi yok
- Son 20 yıldır bir kimya fabrikasında çalıştı

# Method #5.Oyun vs. Teori!

Kart örneği:

Maja, 32 yaşında

- Lise mezunu
- İngilizce konuşuyor
- Bir şehirde yaşıyor
- Havacılık sektöründe çalıştı
- Orada 2 yıldır çalışıyor
- Her 6 ayda bir yeni bir sözleşme alıyor
- Şimdi hamile olduğu için yönetim yeni sözleşme vermiyor, bu yüzden işini kaybediyor

Jacob, 28 yaşında

- Ekonomi alanında yüksek lisans derecesine sahip
- Bir şehirde yaşıyor
- İngilizce konuşuyor
- Şu anda bir şirkette yönetici olarak çalışıyor
- Gerçek ekonomik konularda deneyimi yok
- Düşük maaş
- Başka bir iş, daha iyi ücretli bir iş bulmak istiyor
- Mevcut işi nedeniyle iş görüşmelerine katılamıyor

Mary, 39 yaşında

- Mimarlık alanında yüksek lisans derecesine sahip
- Bir şehirde yaşıyor
- İngilizce konuşuyor
- Bir işi yok
- 2 çocuklu, yalnız bir anne
- Ailesini destekleyebilmek için iyi ücretli bir iş arıyor
- Mimarlık alanında 10 yıl deneyimi var
- Sık sık çocukların nedeniyle boş zamanlara ihtiyaç duyuyor

# Method #6.

## Yargılarınızı Parçalayın



Aktivite Türü: Tartışma  
Çevrimiçi/Çevrimdışı Araç: Çevrimdışı  
Ülke: Türkiye  
Tasarımcıların İsmi: EIG



Konu: Sosyal/Girişimcilik, Eleştirel Düşünme



Karmaşıklık: Seviye 2



Hedef Grup: 13 yaş ve üstü gençler

Katılımcı Sayısı: En az 2

Aktivite Süresi: 60 Dakika

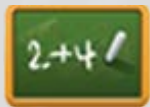


Açıklama: Bu etkinlik, katılımcıların girişimcilikle ilişkili kalıplar hakkında düşünmelerini ve tartışmalarını sağlar.



Hedefler/Yetenekler:  
İletişim becerilerinin geliştirilmesi  
Öz ifade becerisinin iyileştirilmesi  
Bir konu hakkında tartışabilme yeteneği

Gerekten Malzemeler:



Her bir ifade için bir adet A4 kağıdı

# Method #6.

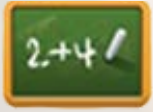
## Yargılarınızı Parçalayın



### İTalat

A4 kağıtlarına kalıpları yazın ve köşelere yerleştirin. İşte birkaç örnek:

- Girişimcilik sadece risk alanlar içindir.
- Girişimcilik motivasyonunun tek sebebi her zaman para kazanmaktır.
- Girişimciler o yeteneğe doğuştan sahiptir.
- Tüm girişimciler kapitalisttir.



### Bölüm 1:

Katılımcıları gruplara ayırın ve her bir kalıp için tartışmak ve görüş alışverişinde bulunmak için 5 dakika süreleri olduğunu açıklayın. 5 dakika sonra bir sonraki kalıba geçmeleri gerektiğini belirtin.

### Bölüm 2:

Katılımcılar tekrar bir çemberin etrafında toplanacaklar ve güçlü bir şekilde katıldıkları/katılmadıkları kalıpları tartışacaklar.

Adım adım talimat verin:

Adım 1.....

Adım 2.....

vb.



### Değerlendirme ve Değerlendirme:

Katılımcılara etkinlik hakkında nasıl hissettiklerini sorun,

En çok hangi kalıplara katıldıklarını veya katılmadıklarını ve nedenini sorun.



### Moderatör İçin İpuçları:

Katılımcıları sakinleştirmeye ve tartışmanın kötü bir döngüye dönüşmesi halinde tartışmayı sonlandırmaya çalışın.

### Yöntemin Çeşitlilikleri:

Bölüm 1'de oluşturulan gruplar, Bölüm 2'de bir sunum yapabilir. Bu sunum, tartıştıkları son kalıp hakkında olumlu ve olumsuz bakış açılarını içermelidir.

# Method # 7

## Sosyal Girişimcilik Simulasyon Oyunu



Etkinlik Türü: Simülasyon oyunu  
Çevrimiçi/Çevrimdışı Aracı: Çevrimdışı  
Ülke: Türkiye  
Tasarımcıların İsmi: Ilias J. SHAWKAT



Konu: Kaynak Yönetimi - İşbirliği  
Karmaşıklık: 2. Seviye / Orta düzey



Hedef Grup: Gençler  
Katılımcı Sayısı: En az 3 / veya 3 kişilik bir grup



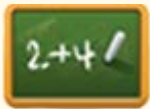
Etkinlik Süresi: 60-90 Dakika



Açıklama: Bu simülasyon oyunu, katılımcıların bir sosyal girişimi yönetmenin zorluklarını deneyimlemelerini sağlayacaktır. Katılımcılar, kaynak yönetimi, takım işbirliği ve mali sürdürülebilirlikle ilgili kararlar almak için ekipler halinde çalışacaklardır.



Amaçlar: Katılımcılara bir sosyal girişimi yönetmenin zorlukları hakkında bilgi vermek  
Takım çalışması ve işbirliği becerilerini geliştirmek  
Katılımcıları stratejik düşünmeye teşvik etmek  
Mali yönetim becerilerini geliştirmek



Yetkinlikler: İşbirliği, stratejik düşünme, mali yönetim, iletişim

# Method #

## Sosyal Girişimcilik Simulasyon Oyunu



Simülasyon oyununa giriş:

Simülasyon oyununun amacını ve öğrenme hedeflerini açıklayın. Sosyal bir işletmenin yönetiminde takım çalışmasının, iş birliğinin ve stratejik düşüncenin önemini vurgulayın. Oyunun kuralları ve mekaniği hakkında genel bir açıklama yapın.

Kuralların açıklanması:

Simülasyon oyununun kurallarını detaylı bir şekilde açıklayın. Oyunun nasıl oynanacağını, sıra nasıl geçileceğini ve puanların nasıl kazanılacağını anlatın. Takım üyelerinin farklı rollerini ve sorumluluklarını tartışın.

Takım oluşturma ve rollerin atanması:

Katılımcıların sayısına bağlı olarak 3-5 kişilik takımlar oluşturun. Her takım üyesine CEO, pazarlama yöneticisi, finans yöneticisi ve operasyonlar yöneticisi gibi belirli bir rol atayın.

Oyunun oynanması:

Katılımcılara, adımlar 2'de tartışılan kurallar ve mekaniklere uyarak simülasyon oyununu oynamak için zaman verin. Takımların ilerlemesini takip edin ve gerektiğinde rehberlik sağlayın.



Değerlendirme ve değerlendirme:

Oyun sırasında yaşanan deneyimler ve zorluklar hakkında bir grup tartışması yapın. Katılımcıları, takım çalışması, iş birliği, stratejik düşünme ve finansal yönetim konularında öğrendikleri üzerine düşünmeye teşvik edin.

# Method # 7

## Sosyal Girişimcilik Simulasyon Oyunu



TFasilitatör için ipuçları:

Etkili iletişim ve iş birliğinin önemini vurgulayın. Katılımcıları stratejik düşünmeye teşvik edin ve sosyal işletmenin uzun vadeli finansal sürdürülebilirliğini göz önünde bulundurmalarını sağlayın.



Metodun çeşitlilikleri:

Bu yöntem, farklı sosyal işletme modellerine ve hedef kitlelere uyarlanabilir.



Öneriler:

Katılımcılara kendi ilgi alanları ve uzmanlıklarına dayanarak sosyal işletme modelini ve hedeflerini özelleştirmelerine izin verin.



Ek bilgi:

Çevrimdışı: Simülasyon oyunu, fasilitatörler tarafından tasarlanabilir ve üretilebilir veya mevcut kaynaklardan temin edilebilir.



## Method #8. DHARMA'NIZI KEŞFEDİN



Etkinlik Türü: Okuma ve tartışma  
Online / Offline Aracı: Çevrimdışı  
Ülke: Hırvatistan



Tasarımcının Adı: Ivona Horvat



Tema: Sosyal/Girişimcilik, Eleştirel Düşünme  
/ veya diğerleri



Karmaşıklık: Seviye 1

Hedef Grup: Gençler

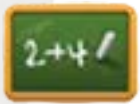
Katılımcı Sayısı: 5-10



Etkinlik Süresi: 60 Dakika



Açıklama: Bu etkinlik, iş seçimi konusunda insanların gerçek çağrılarını bulmalarına yardımcı olmak için okuma anlama ve grup tartışması kullanır.



Amaçlar: Gerçek çağrınızı bulmak, bir startup hakkında fikir edinmek, kendinizi, isteklerinizi ve ihtiyaçlarınızı anlamak.



Yetkinlikler: Okuma anlama, grup tartışması

Gerekli Malzemeler: Kitap, soru kağıtları, kalemler



## Method #8.

### DHARMA'NIZI KEŞFEDİN



Talimat:

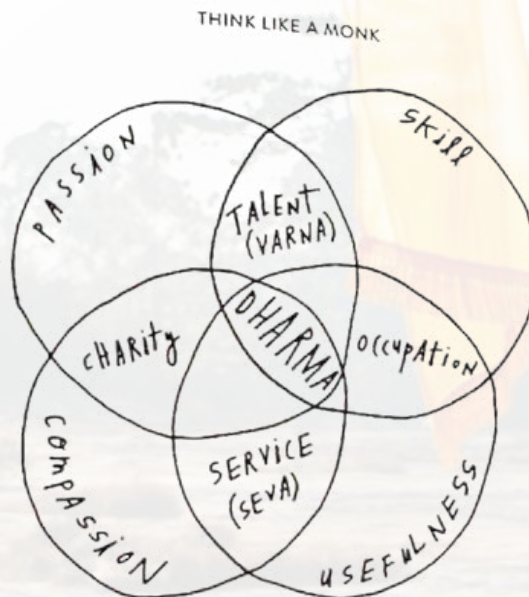
Tüm katılımcılar yuvarlak bir masanın etrafına oturur. Lider, Jay Shetty'nin "Think Like a Monk" adlı kitabının ilk bölümüyle başlar, bu bölüm anketin girişini içerir. Girişten sonra, her katılımcıya bir soru kağıdı ve kalem verilir ve sorulara cevap vermeleri istenir. Bu işlem yaklaşık 10 ila 15 dakika sürecektir. Ardından, herkes puanlarını sayar ve sonucunu alır. Herkes işini bitirdiğinde, her kişiye bir boş kağıt verilir ve lider dört farklı tipteki sonuçları okur. Katılımcılar başlık olarak kendi tipini yazmalı ve altında özellikleri belirtmelidir. Bu tamamlandıktan sonra, katılımcılara, yanlarında oturan kişiyle sonuçlarını tartışmak için 10 dakika verilir. Bu değerlendirme, katılımcıların kendilerini daha iyi anlamalarına ve kim oldukları ve hangi işin kendilerine uygun olabileceği konusunda bazı sonuçlara varmalarına yardımcı olacaktır. Katılımcılar kendilerini daha iyi anlamak için sorular sormalıdır. Ayrıca, lider aynı kitaptan başka bir bölüm olan "Dharma" hakkında bir bölüm daha okur. Dharma, insanlık planına uyumlu bir yaşam şeklidir. Başka bir deyişle, bu kişinin çağrısıdır; tutkunuz olan ve yetenekli olduğunuz bir iş.

Soru formu: 283 - 287. sayfalar

Bölüm 5: Amaç, 93 - 99. sayfalar



Değerlendirme ve geri bildirim: Her kişi diğerleriyle konuşarak ve sonuçlarını paylaşarak değerlendirme yapar.





Dharma, ikigai ve sosyal girişimcilik, amaç, anlam ve pozitif etki yaratma ile ilgili ortak noktalara sahiptir. İşte bu kavramlar arasındaki bağlantılar:

**Dharma:** Dharma, çeşitli yorumlara sahip olan Sanskrit bir terimdir, ancak genel olarak bir kişinin yaşamdaki görevini, amacını veya ahlaki sorumluluğunu ifade eder. Değerlerle uyumlu yaşamayı, toplumsal yükümlülükleri yerine getirmeyi ve diğerlerinin refahına katkıda bulunmayı kapsar. Bir sosyal misyon tarafından yönlendirilen bir takip olarak sosyal girişimcilik, dharma'nın bir tezahürü olarak görülebilir, çünkü daha büyük bir iyilik için çalışmayı ve toplumsal zorluklara çözüm bulmayı içerir.

**Ikigai:** Ikigai, dört unsurun kesişimi olarak temsil edilen bir Japon kavramıdır: sevdiğiniz şey, iyi olduğunuz şey, dünyanın ihtiyaç duyduğu şey ve ödeme alabileceğiniz şey. Bu, bir amaç hissi, tatmin ve varoluş nedeni bulmayı ifade eder. Sosyal girişimcilik genellikle ikigai ile uyumlu bir şekilde ilerler, çünkü tutkuyu, yetenekleri, toplumsal ihtiyaçları ve finansal sürdürülebilirliği bir araya getirir. Sosyal girişimciler, kendi refahlarına ve toplumun iyileştirilmesine katkıda bulunan girişimler yaratarak ikigai'lerini bulmaya çalışırlar.



Anlam ve Amacı: Dharma ve ikigai, hayatta anlam ve amaca sahip olmanın önemini vurgular. Sosyal girişimcilik, sosyal veya çevresel sorunları yenilikçi ve sürdürülebilir çözümlerle ele alarak bireylerin amacını takip etmesine olanak sağlar. Topluma olumlu etki eden girişimler oluşturarak, sosyal girişimciler çalışmalarında anlam ve amaç bulurlar.

Etki Odaklı Yaklaşım: Dharma ve ikigai, dünyada pozitif bir etki yaratma fikriyle yakından ilişkilidir. Sosyal girişimcilik, sosyal veya çevresel sorunları ele almak ve sürdürülebilir çözümler yaratmak konusunda büyük önem taşır. Sosyal girişimciler anlamlı ve ölçülebilir etki yaratmayı hedefler, bireylerin ve toplulukların yaşamını iyileştirmeyi amaçlar.

Dharma, ikigai ve sosyal girişimcilik, amacı, anlamı ve olumlu etki yaratmayı odak noktasına alarak birbirleriyle bağlantılıdır. Bu çerçeveler ve felsefeler, bireylerin kişisel hedeflerini toplumsal ihtiyaçlarla uyumlu hale getirmelerine rehberlik eder ve sonuçta daha anlamlı ve sosyal sorumluluk sahibi bir dünyaya katkıda bulunurlar.



# Method #9.

## Sosyal İşletme Aşkı



Etkinlik Türü: Sosyal İşletme Aşkı

Online/Offline Araç: Çevrimdışı

Ülke: Litvanya



Tasarımcıların İsimleri: Sophia Raineri

Tema: Sosyal girişimcilik, işletme, iş kültürü



Karmaşıklık: Seviye 2



Hedef Grup: Gençler, gençlik çalışanları, sosyal işletmelere ilgi duyan genel halk

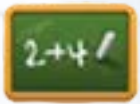
Katılımcı Sayısı: En az 6 kişi



Etkinlik Süresi: 60 Dakika



Açıklama: Bu etkinlik, katılımcıların iş etiği değerlerini düşünmelerine ve kişisel olarak benimsemelerine yardımcı olmak ve dünya çapında başarılı sosyal işletmeleri tanımalarını sağlamak amacıyla tasarlanmıştır.



Hedefler: Mevcut sosyal işletmeler hakkında eleştirel düşünme; kişisel iş etiği üzerine düşünme; sunum ve halkla ilişkiler becerilerini geliştirme



Yetkinlikler: Yaratıcılık; eleştirel düşünme; takım çalışması; sunum becerileri; halkla ilişkiler becerileri

Gerekli Malzemeler: Posterler, marker kalemler, her bir gruba 3 farklı sosyal işletmenin tanımını içeren kartlar.

# Method #9.

## Sosyal İşletme Aşkı

Değerlendirme ve Değerlendirme:

DEĞERLENDİRME:

Katılımcılar gruplara ayrılır ve her biri 3 farklı sosyal işletmenin tanımlarını içeren 3 kart alır;

- Katılımcılar 3 kartı okumalı ve iş etiği, değerleri ve ilgi alanlarıyla en iyi şekilde temsil eden bir organizasyonu seçmelidir. Bu, "aşık olacakları" organizasyon olacaktır.
- Katılımcılara seçtikleri organizasyon hakkında bir poster hazırlamak için 30 dakika verilir. Posterde organizasyonun çalışmaları, misyonu ve vizyonu, değerleri vurgulanmalı ve organizasyonun grubun iş etiğiyle nasıl uyumlu olduğu açıklanmalıdır.
- Her grup, posterlerini sunmak ve diğer gruplardan ve kolaylaştırıcılardan potansiyel soruları yanıtlamak için 10 dakika süreye sahiptir.

DEĞERLENDİRME:

Etkinliği başarıyla tamamlamak için her bir grup, posterlerini açık bir şekilde sunmalı ve neden seçtikleri sosyal işletmeye "aşık olduklarını" anlatmalıdır. Bu, etkinliğin zaman sınırlarına saygı gösterilerek yapılmalıdır.

Kolaylaştırıcı İpuçları:

Farklı değerlere, misyona ve hedef kitlelere sahip farklı sosyal işletmeler seçin. Bu, katılımcıların daha geniş bir seçim yapmalarını ve hangi sosyal işletmenin onları en iyi şekilde temsil ettiği konusunda derin düşüncelerini sağlayacaktır.

Yöntem Çeşitleri:

Etkinlik ayrıca Canva/Miro/Diğer platformları kullanarak çevrimiçi olarak da gerçekleştirilebilir.



# Method #10.

## İş Hafızası



Etkinlik Türü: Hafıza Oyunu Çevrimiçi/  
Çevrimdışı

Araç: Çevrimdışı

Ülke: Litvanya

Tasarımcının Adı: Sophia Raineri



Tema: Sosyal girişimcilik, işletmeler, ekonomi



Karmaşıklık: Seviye 2

Hedef Grup: Gençler, gençlik çalışanları, sosyal işletmelere ilgi duyan genel halk



Katılımcı Sayısı: Minimum 6 kişi

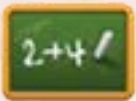


Etkinlik Süresi: 60 Dakika



Açıklama: Bu etkinlik, katılımcılara temel işle ilgili kavramların temel bir anlayışını sağlayacak ve sonraki etkinlikler ve çalışmalar için bir temel oluşturacaktır.

Hedefler: 1) Katılımcıları önemli iş kavramlarıyla tanıştırmak; 2) Takım oluşturma



Yetkinlikler: Okuma anlama, grup tartışması



Gerekli Malzemeler: Her bir grup için yaklaşık 20 adet hafıza kartı, yarısında iş terimleri (örneğin, yatırım, nakit çıkışı) ve diğer yarısında bu terimlerin açıklamaları bulunmalıdır.

## Method #10. İş Hafızası



**Değerlendirme:** Katılımcılar küçük gruplara (2-6 kişi) ayrılır ve hafıza kartları verilir. Kartların yarısı iş terimlerini içerir (örneğin, yatırım, nakit çıkışı, gelir, kar, zarar) ve diğer yarısı bu terimlerin tanımlarını içerir (örneğin, nakit çıkışı şudur...). • Her grup hafıza oyununu oynar - bir katılımcı sırayla bir kart gösterir ve çiftini bulmaya çalışır. Oyun, tüm kartların çiftini bulana kadar devam eder. • Tüm gruplar oyunlarını bitirdiğinde, öğrenilen terimleri ve tanımları diğer gruplara sunmaları beklenir ve facilitator gerektiğinde ek bilgi sağlar

**Değerlendirme:**

Her grup oyunu zamanında bitirmeli ve öğrenilen iş terimlerinin anlamını diğer gruplara net bir şekilde sunmalıdır.



**Fasilitatör için İpuçları:**

Seçilen terimlerin geri kalan etkinlikler/eğitimler için ilgili olmasını sağlayın ve açıklamaların net ve anlaşılır olmasına dikkat edin..



# MENTÖRLÜK PROGRAMI





# Mentörlük Nedir ?

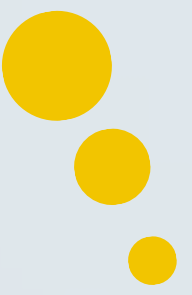
Mentörlük, deneyimi daha az olanlara profesyonel uzmanlık ve destek sunma sürecidir. Bir mentör genellikle "deneyimli ve güvenilir bir danışman" olarak adlandırılır ve öğüt arayanlara rehberlik için öğretmen, danışman ve savunucu olarak hizmet edebilir. Mentörler, öğrenme alanlarındaki konu uzmanları olarak bilinirler. Koçluktan farklı olarak, mentörlük öğrencinin hem hedefleri hem de süreci sahiplenmesine olanak tanır ve davranışlarını mentörlerinin verdiği örnekler ve deneyimler üzerine modellemesine izin verir.

**Sosyal iş fikirlerinin geliştirilmesi için temel teknikler:**

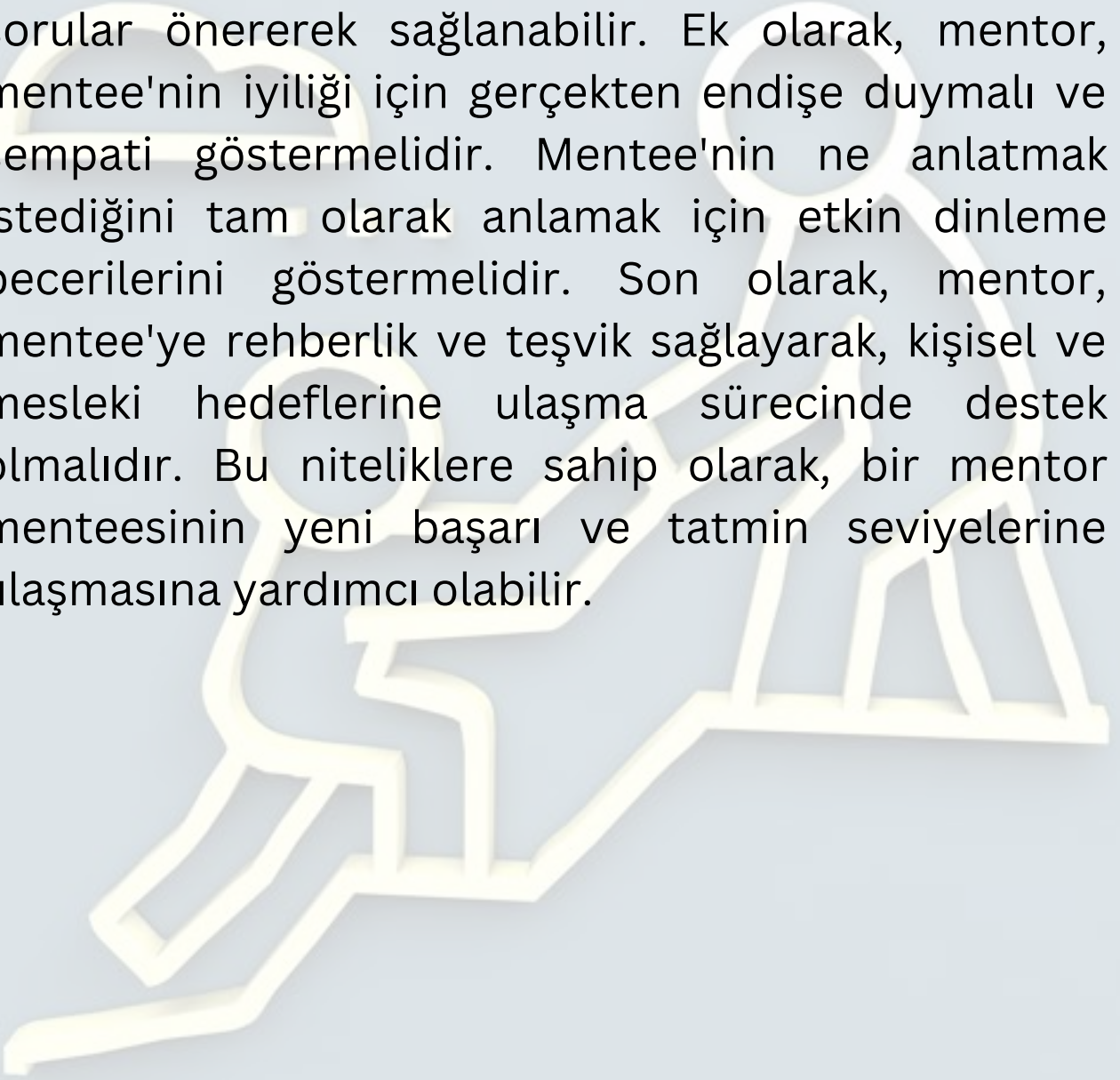


- Gelecek odaklı olun
- Etki odaklı olun
- Fırsatları takip edin
- Değerlerinize, güçlü yönlerinize ve yeteneklerinize dayanın
- Müşterilerinizi derinlemesine anlayın
- Doğru soruları sorun
- Genel bir bakış açısı benimseyin
- Biraz zaman ayırın
- Refleksif döngüyü takip edin

Stratejik düşünceyi bir düşünce tarzı haline getirin



Etkili mentörlük, birkaç temel unsuru içerir. İlk olarak, mentorun mentee ile güçlü bir ilişki kurması gerekmektedir. Bu ilişki, açık iletişim ve karşılıklı güvene dayanmalıdır. Bu, mentee'nin düşüncelerini ve duygularını paylaşmaya teşvik eden ilgili açık uçlu sorular önererek sağlanabilir. Ek olarak, mentor, mentee'nin iyiliği için gerçekten endişe duymalı ve sempati göstermelidir. Mentee'nin ne anlatmak istediğini tam olarak anlamak için etkin dinleme becerilerini göstermelidir. Son olarak, mentor, mentee'ye rehberlik ve teşvik sağlayarak, kişisel ve mesleki hedeflerine ulaşma sürecinde destek olmalıdır. Bu niteliklere sahip olarak, bir mentor menteesinin yeni başarı ve tatmin seviyelerine ulaşmasına yardımcı olabilir.



# KAPASITE EĞİTİMİ İÇİN YÖNERGELER. 10 ANA KONU

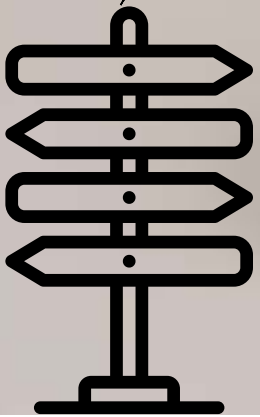


## Başlıklar

Sosyal/Girişimcilik  
Fikir Oluşturma/Test Etme  
Ürün ve Hizmet ve Müşteri  
Geliştirme  
Marka ve Pazarlama ve Satış  
Muhasebe Kaynak Yönetimi -  
Takım Çalışması Yatırımlar ve Hibe  
Hangi tür girişim



1 2 3  
0 5 8 4 6  
9 7 10



# Sosyal

# GİRİŞİMCİLİK

Sosyal girişimcilik, sosyal sorunlara yenilikçi ve sürdürülebilir çözümler bulmak amacıyla planlı bir girişimcilik faaliyetidir.

## AMAÇ:

Toplumsal sorumlulukları yerine getirmek ve sosyal adalet odaklı olarak, dayanışmayı ve toplumsal bağlantıyı güçlendirerek sosyal adaleti ve eşitsizlikleri azaltma amacıyla toplumda marjinalleşmiş gruplara yardım etmek.

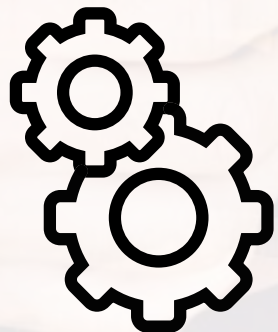
## NEDEN SEÇİLMELİ?

Sosyal girişimcilik, olumlu değişim başlatır, tüm kurumların hesap verebilirliğini vurgular, demokrasinin anlamını ve uygulamasını genişletir, tutumları, davranışları, yasaları, politikaları ve kurumları geliştirir ve yansıtır; kapsayıcılık, adalet, çeşitlilik ve fırsat eşitliği değerlerini etkiler.

## Sosyal Girişimci.

Ana hedefi sosyal sorumlulukları karşılamak, toplumsal sorunları ele almak ve toplumda sosyal dışlanma riski taşıyan gruplara yardımcı olmaktır.

Bu tür bir şirket, kar odaklı olmayan, sosyal bir doğaya sahip yeni değerler yaratmayı hedefler ve girişim faaliyetlerinden elde edilen geliri misyonunu yerine getirmeye yönlendirir. Sosyal, çevresel ve ekonomik sürdürülebilirlik prensiplerine dayanır ve oluşan kar veya fazla gelir, tamamen veya çoğunlukla toplumun yararına yatırılır.



# Fikir oluşturma ve test etme.



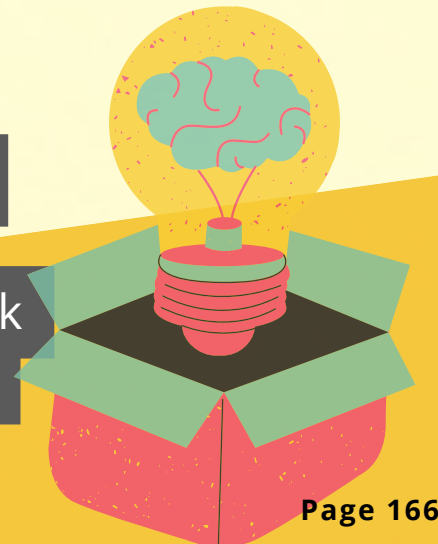
***"Eęer üzerinde dűőünmeyi durduramadığınız bir fikir bulursanız, muhtemelen takip etmek için iyi bir fikirdir."***



**IDEA**

1. Brain dumping - dűőüncelerinizi boşaltın.
2. Tatlı nokta - Tutkunuzu, yeteneklerinizi ve pazar taleplerini kapsayan bir fikir bulun.
3. Bir sorun bulun - ürününüzle çözülebilecek bir sorun nedir?
4. Hedefiniz nedir? - Ne elde etmek istedięinizi dűőünün.
5. Ardından, birkaç dakika içinde çalacak bir zamanlayıcı koyun ve belirli bir süre içinde kaç fikir üretebileceğinizi kontrol edin (örneğin, 2 dakikada 20 fikir getirin). Daha sonra, bu 20 fikirden en tuhaf ve ilginç olanını seçin ve diğer 2 dakika boyunca o fikir hakkında aklınıza gelen her Şeyi yazın.

Ardından, ZOOM IN ile fikirlerin çözümlerinden birini seçin ve o fikri gerçeęe nasıl dönüřtürebileceęinizi dűőünün. Belirli bazı görevler için çok kısa bir süre, dűőünmeden dűőünme Őeklinde dűőünce yapınızı dönüřtürebilir :)



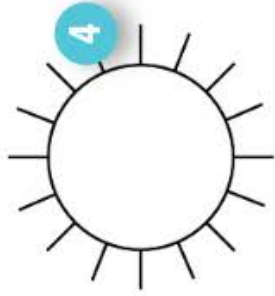
# Müşteri geliştirme

Müşteri geliştirme, hedef müşterilerinizin ihtiyaçlarını, tercihlerini ve davranışlarını anlama ve doğrulama sürecini içeren bir süreçtir. Bu süreç, sosyal girişimcilerin bu ihtiyaçları etkili bir şekilde karşılayan ürünler veya hizmetler oluşturmalarına yardımcı olur. İşte müşteri geliştirmenin sosyal girişimcilik bağlamında nasıl uygulanabileceğine dair bir özet:

- 1.Hedef müşterilerinizi belirleyin ve ihtiyaçlarını ve tercihlerini anlayın.
- 2.Potansiyel müşterilerle etkileşim kurarak sosyal sorunu doğrulayın.
- 3.Müşteri ihtiyaçlarıyla uyumlu olabilecek potansiyel çözümler için beyin fırtınası yapın ve fikirler üretin.
- 4.Müşterilerden geri bildirim almak için basit bir prototip geliştirin.
- 5.Müşteri geri bildirimleri doğrultusunda çözümü tekrar gözden geçirin ve geliştirin.
- 6.Daha geniş bir müşteri grubuyla rafine edilmiş çözümü test edin ve doğrulayın.
- 7.Uzun vadeli başarı için ölçeklenebilirlik ve sürdürülebilirlik üzerinde odaklanın.
- 8.Sürekli olarak müşterilerle etkileşimde bulunarak sürekli geri bildirim ve bilgiler alın.
- 9.Çözümünüzün ulaştığı sosyal etkiyi ölçün ve iletişim kurun.
- 10.

Bu adımları takip ederek, sosyal girişimciler gerçek ihtiyaçları karşılayan müşteri odaklı çözümler geliştirebilir, başarı şanslarını artırabilir ve olumlu bir sosyal etki yaratabilir.





### 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

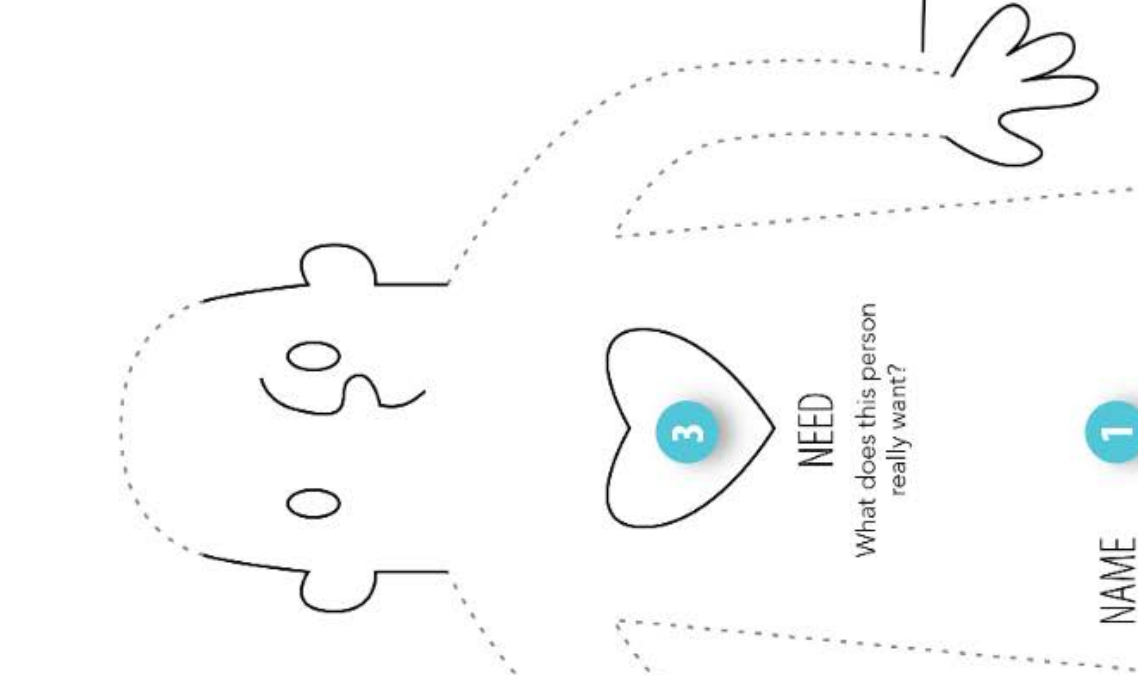
### HEADACHES

Professional and work related issues

9

### FEARS

Personal issues



3

### NEED

What does this person really want?

1

NAME \_\_\_\_\_

ROLE \_\_\_\_\_



# ÜRÜN GELİŞTİRME



**Yeni ürün türleri:**

**Tamamen yeni ürün**

**Yeni ürün serisi**

**Ürün serisi genişletmesi**

**Ürün iyileştirmeleri**

**Yeniden konumlandırılmış ürün**

**Daha düşük maliyetle üretilen ürün**

**Bir ticaret şirketi yeni ürünler edinmek için çeşitli yollarla hareket edebilir: bir şirketi ve ürünlerini satın alarak, bir patent satın alarak, bir lisans veya franchise satın alarak veya yeni ürünler geliştirerek.**



**Finansal istikrar, yeni ürünler geliştirmenin bir önkoşuludur. Yeni ürünler geliştirmek en değerli yaklaşımdır, ancak tüm şirketler buna maliyet açısından katlanamayabilir. Yüksek kaliteli yeni ürünler geliştirmenin geri ödeme süresi diğer alternatiflere göre daha uzundur.**

Geliştirme sürecine dahil olan şirketlerin yeni bir üründen beklentileri şunlar gibi olabilir:

**Yenilikçilik**

**Pazar payını savunmak**

**Yeni pazarları fethetmek**

- Teknolojiyi yeni bir şekilde kullanmak



# SATIŞ



**Satış, potansiyel müşterilere ürün veya hizmetleri sunma ve karşılığında maddi bir ödeme alarak satma sürecidir.**

**HEDEF: Müşteriyi ürün veya hizmeti satın almaya ikna etmek ve böylece kendileri için fayda sağlamaktır.**

Farklı satış türleri bulunmaktadır:  
B2C (işletmeden tüketiciye)  
• B2B (işletmeden işletmeye)

Alıcılar genellikle farklı ihtiyaçlar ve isteklerle motive olurlar, bu nedenle satıcılar bunun farkında olmalı ve müşteriye yönelik yaklaşımlarını buna göre ayarlamalıdır.

Ürün/hizmetleri başarıyla satmak ve uzun vadeli iş ilişkileri oluşturmak için müşterilerle güven inşa etmek ve iyi bir ilişki sürdürmek önemlidir..

Satış süreci şunları içerir:

Ürün/hizmet bilgisine sahip olmak

Müşteriyi anlamak  
Hedefler

belirlemek

Satış sunumu hazırlamak

Pazarlık yapmak

Satışı tamamlamak

Satış sonrası müşteri desteği



# Pazarlama ve Markalaşma



Sosyal girişimcilik, girişimcilik prensiplerini sosyal veya çevresel sorunların ele alınmasına odaklanarak birleştiren bir kavramı ifade eder. Sosyal girişimcilik bağlamında, pazarlama ve yönetim, girişimin istenen etkisini ve sürdürülebilirliğini sağlamak için önemli roller oynar. İşte sosyal girişimcilik sürecinde pazarlama ve yönetimin özeti



Bu pazarlama ve markalaşma stratejilerini uygulayarak, sosyal girişimciler misyonlarını etkili bir şekilde iletebilir, paydaşları dahil edebilir, güçlü bir marka varlığı oluşturabilir ve nihayetinde daha büyük bir olumlu sosyal etki yaratabilirler.

# Pazarlama ve Markalaşma



## Sosyal Girişimcilik için Pazarlama Stratejileri:

**Hedeflenmiş Mesajlaşma:** Hedef kitlenizi net bir şekilde tanımlayın ve pazarlama mesajlarınızı onların ihtiyaçlarına, değerlerine ve hedeflerine uygun olarak uyarlayın. Onların sorunlarını doğrudan ele alın ve sosyal girişiminizin bu sorunları nasıl çözdüğünü vurgulayın.

**Hikaye Anlatımı:** Sosyal girişiminizin misyonunu, etkisini ve yolculuğunu aktaran ikna edici hikayeler oluşturun. Hikaye anlatma tekniklerini kullanarak izleyicilerinizle duygusal bir bağ kurun ve onları desteklemeye ilham verin.

**İçerik Pazarlaması:** Blog yazıları, videolar, infografikler ve podcast'ler gibi değerli ve eğitici içerikler oluşturun. Bu içerikler, hedef kitlenizin ilgi alanlarıyla uyumlu olmalı ve ele aldığınız sosyal konu hakkında içgörüler sunmalı.

**Dijital Pazarlama:** Web siteleri, sosyal medya, e-posta pazarlama ve arama motoru optimizasyonu (SEO) gibi çevrimiçi platformları kullanarak çevrimiçi görünürlüğünüzü artırın, hedef kitlenizle etkileşimde bulunun ve dijital varlıklarınıza trafik yönlendirin.

**Sosyal Medya Etkileşimi:** Konunuzla ilgili sosyal medya konuşmalarına aktif olarak katılın. İlham verici hikayeler paylaşın, takipçilerinizle etkileşimde bulunun ve sosyal girişiminiz etrafında bir topluluk duygusu oluşturun.

**Etkileyici Ortaklıklar:** Misyonunuza bir ilgi duyan etkileyiciler, düşünce liderleri ve uzmanlarla işbirliği yapın. Onların desteği ve onayı, mesajınızın daha geniş bir kitleye ulaşmasına yardımcı olabilir.



# Pazarlama ve Markalaşma

## Sosyal Girişimcilik için Marka Stratejileri:

1. Misyon ve Değerlerin Uyumlu Olması: Marka kimliğinizin sosyal misyonunuz ve temel değerlerinizle uyumlu olduğundan emin olun. Pozitif bir değişim sağlamayı hedeflediğiniz konuyu net bir şekilde iletişim kurun ve markanızın bu amaçları nasıl yansıttığını vurgulayın.

2. Görsel Kimlik: Sosyal girişiminizin özünü yansıtan görsel olarak çekici ve farklı bir marka kimliği geliştirin. Bunlar, hedef kitlenizle uyumlu olan etkileyici bir logo, renk paleti, tipografi ve görselleri içerir.

3. Otantiklik ve Şeffaflık: Marka iletişimlerinizde otantik ve şeffaf olmak suretiyle güven ve güvenilirlik inşa edin. Sosyal etkinizi açıkça iletişim kurun, faydalanıcıların hikayelerini paylaşın ve başarılarınızın kanıtlarını sunun.

4. Topluluk Katılımı: Markanız etrafında bir topluluk duygusu oluşturun. İzleyicilerinizle etkileşime geçin, geri bildirimlerini isteyin ve onları sosyal girişimlerinizde dahil edin. Kullanıcı üretimi içerik ve işbirliğini teşvik edin.

5. Benzer Değerlere Sahip Markalarla İşbirlikleri: Benzer değerlere ve hedeflere sahip diğer markalar, kar amacı gütmeyen kuruluşlar veya işletmelerle işbirliği yapın. Ortak markalama veya karşılıklı tanıtım, erişiminizi genişletmenize ve markanızın görünürlüğünü artırmanıza yardımcı olabilir.

6. Kanallar Arası Tutarlılık: Tüm pazarlama kanallarında marka mesajlarınızda, görsellerinizde ve tonunuzda tutarlılık sağlayın. Bu tutarlılık, marka kimliğinizi pekiştirir ve hedef kitleniz arasında tanınma ve güven oluşturur.

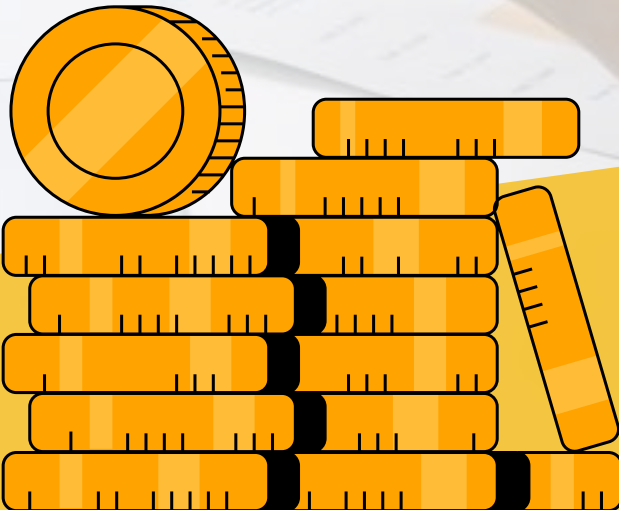
# MUHASEBE

Finans yönetimi, küçük işletme sahipleri için bir zorluk olabilir. İşletme finanslarını yönetme konusunda deneyiminiz yoksa, bununla başa çıkmak zor olabilir ve işletmenize zarar verebilecek kötü finansal alışkanlıklara yol açabilir. Küçük işletmenizin başarısı, ürününüzü üretme veya hizmetinizi sağlama becerilerinize dayanabilir, bu nedenle uygun finansal yönetimi önceliklendirmek daha da önemlidir.

**Küçük işletmeler için finansal sağlığı sağlamak için eğitim ve düzenleme önemlidir. Doğru finansal yönetim şirketi dengelemeye ve başarısızlık riskini en aza indirmeye yardımcı olur.**

Küçük işletme sahipleri kendilerine ödeme yapmalı, iyi bir kredi geçmişi tutmalı, kayıtlarını düzenli olarak takip etmeli ve finansları etkili bir şekilde yönetmek için ileriye yönelik planlama yapmalıdır. Borç finansmanı faiz ve geri ödemeleri içerirken, özkaynak finansmanı şirket işlerine daha az kontrol sağlar.

İşletme sahipleri temel finansal becerilere sahip olmalı ve para yönetimini etkili bir şekilde yapabilmek için düzenli olmalıdır. İşletme sahipleri kendilerini uygun şekilde tazmin etmeli ve kişisel ve işletme finanslarını iyi yönetmelidir.

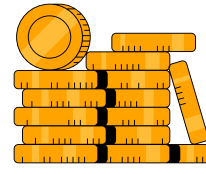


Finansları etkili bir şekilde yönetmek için küçük işletme sahipleri büyüme fırsatları için para ayırmalı, kayıtlarını düzenli olarak takip etmeli ve finansal bilgileri düzenli olarak gözden geçirme ve güncelleme gibi iyi finansal alışkanlıklar oluşturmalarıdır. Ekipman satın almak veya nakit akışını artırmak için kredi almak yardımcı olabilir, ancak borcu düzgün bir şekilde yönetmek ve kolayca geri ödenebilecek fonlara başvurmak önemlidir. Faturalandırma stratejileriyle yaratıcı olmak, nakit akışı sorunlarını önleyebilir ve harcamaları ve yatırım getirisini ölçmek, yatırımların değerli olup olmadığını sağlayabilir. Gelecek için önceden planlama da önemlidir, çünkü işletmeyi rekabetin önünde tutacak stratejik kararlar almayı sağlar.

### 3 Aylık Finansal Planlama Zaman Çizelgesi



# FİNANS



Bir sosyal girişimde finans yönetimi, gelir elde etme ihtiyacını kuruluşun sosyal veya çevresel misyonuyla dengelemeyi gerektiren özel bir yaklaşım gerektirir. Sosyal bir girişimde finans yönetimini yaparken akılda tutmanız gereken bazı önemli konular şunlardır:

## Financial Plan: A Roadmap to Happiness



- 1. Finansal hedefleri net bir şekilde belirleyin:** Sosyal bir girişim olarak, finansal hedefleriniz sosyal veya çevresel misyonunuzla yakından ilişkili olmalıdır. Misyonunuzu destekleyen finansal hedefleri net bir şekilde belirlemelisiniz, örneğin karları sosyal etki projelerine yeniden yatırmak veya daha fazla kişiye ulaşmak için operasyonları genişletmek gibi.
- 2. Sürdürülebilir bir iş modeli geliştirin:** Sosyal girişiminizin uzun vadeli finansal sürdürülebilirliğini sağlamak için, maliyetlerinizi karşılayacak ve finansal hedeflerinize ulaşmanızı sağlayacak kadar gelir üreten bir iş modeli geliştirmelisiniz. Bu, gelir kaynaklarını çeşitlendirmeyi, yeni pazarlar belirlemeyi veya giderleri azaltmayı içerebilir.
- 3. Nakit akışını takip edin:** Nakit akışı yönetimi herhangi bir kuruluş için önemlidir ve sosyal girişimler istisna değildir. Harcamaları karşılamak, faturaları ödemek ve büyümeye yatırım yapmak için yeterli nakitin elinizde olduğundan emin olmak için düzenli olarak nakit akışınızı takip etmelisiniz.



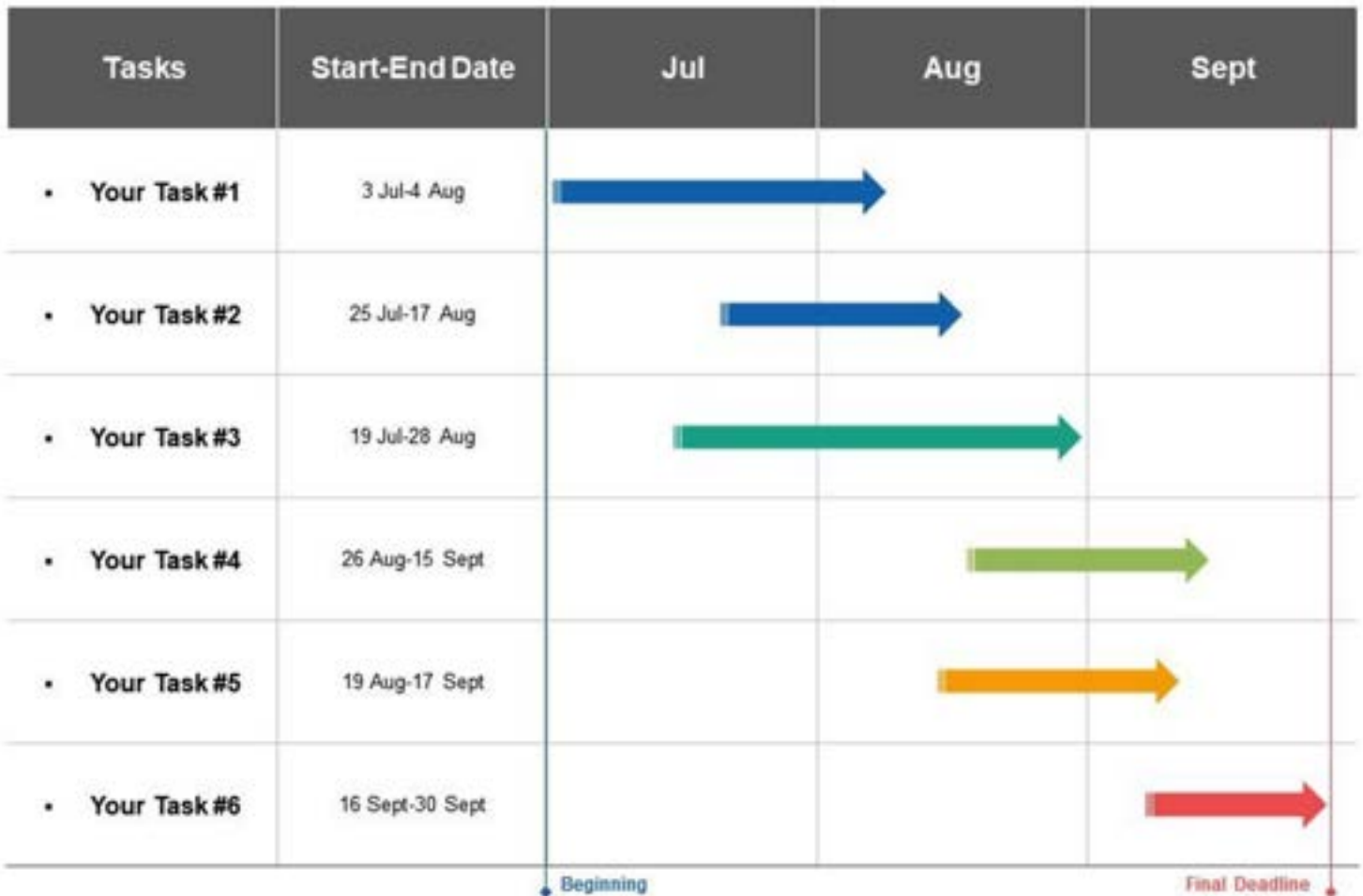


4. Etkiyi ve yatırım getirisini ölçün: Finansal ölçümlerin yanı sıra, sosyal girişimlerin etki ve sosyal veya çevresel olarak yatırım getirisini de ölçmeleri gerekmektedir. Bu, misyonunuzun etkinliğini anlamana ve gelecekteki yatırımlar hakkında veri odaklı kararlar vermenize yardımcı olacaktır.

5. Şeffaf ve sorumluluk sahibi olun: Sosyal girişimler genellikle topluluk desteğine ve iyi niyete dayanır, bu nedenle finansal yönetimde şeffaflığı ve sorumluluğu sürdürmek önemlidir. Finansal performansınız hakkında şeffaf olun, sosyal etkinizi iletişim kurun ve paydaşlara karşı sorumluluk sahibi olun.

Genel olarak, sosyal bir girişimde finans yönetimi, finansal sürdürülebilirlik ile sosyal etki arasında dikkatli bir denge gerektirir. Bu prensipleri takip ederek, sosyal girişiminizin finansal olarak sürdürülebilir olmasını sağlayabilir ve aynı zamanda topluma veya çevreye anlamlı bir katkı yapabilirsiniz.

### 3 Months Timeline For Task Planning & Scheduling



# Yönetim Ve Takım Çalışması

## Yönetim

- Her başarılı organizasyonun temel bileşenleri:
- planlama
- organizasyon
- liderlik
- kaynak yönetimi strong liderlik becerileri

## Takım Çalışması

- Kurumsal başarıya ulaşmanın anahtarı:
- success
- iletişim
- iş birliği
- güven
- saygı
- ortak başarı vizyonu

## İyi yöneticileri tanımlayan nitelikler:

### İletişim Becerileri

- Fikirlerini ve beklentilerini açıkça ifade edebilir.

### Etkinlik

- Öncelikleri belirleyebilir ve zamanını ve kaynaklarını yönetmeyi bilir.

### Duygusal Zeka

- Kendi duygularını ve diğer insanların duygularını tanıma ve yönetme yeteneğine sahiptir, aynı zamanda olumlu kişilerarası ilişkiler kurabilir.

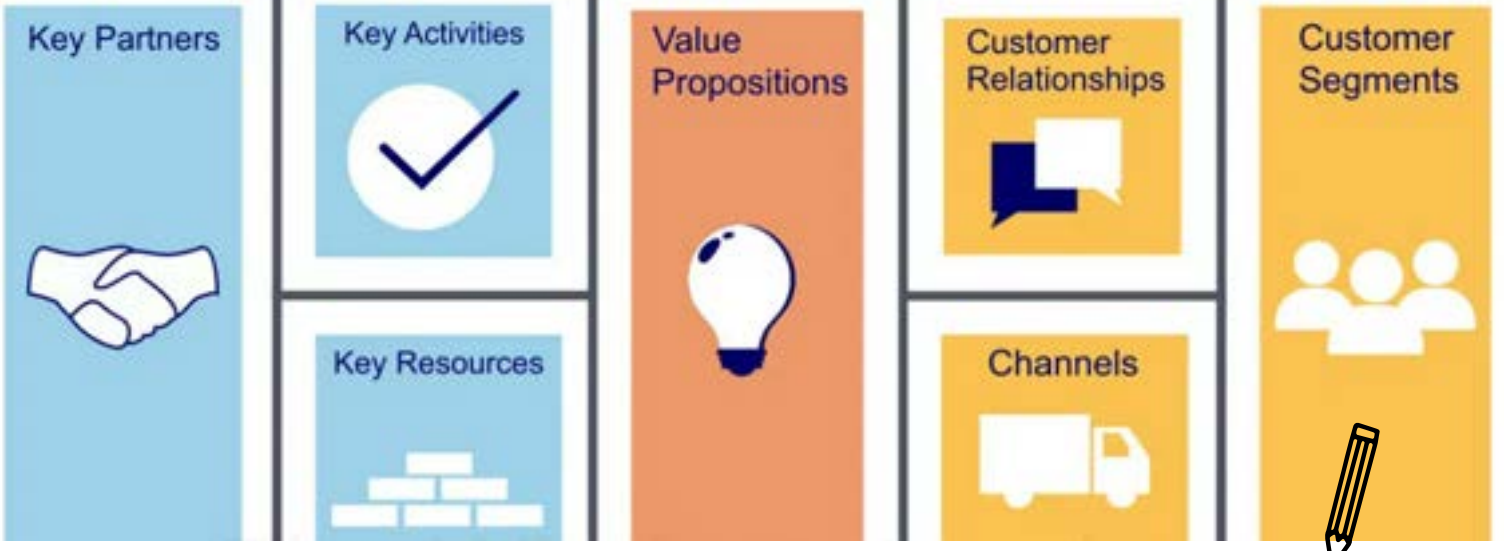
### Takımın Birlikte Çalışma Yeteneği

- Takımları başarıya yönlendirir ve yetenekleri ve potansiyelleri geliştirir.

### Kararlılık

- Zor kararlar alabilir ve bunlardan sorumluluk üstlenebilir.





BUSINESS MODEL CANVAS



### İş Modeli Tablonuzu Tasarlayın

Bir İş Modeli Nasıl Haritalanır: İşin "Nedeni" ile başlayın. Ardından "Kime?" - hedef kitlesi olarak, bu **MÜŞTERİ SEGMENTLERİ** Nr 1 için **BAŞLANGIÇ NOKTASI** olarak hizmet eder. İş Modeli Tablosu'nun **Güçlü ve Zayıf Yönlerini Belirleyin** (bir sonraki sayfadan)

#### ADIM ADIM (BMC)

Adım 1 (10 Adımdan): Müşteri Segmentleri

1. Müşteri Segmentleri
2. Segmentin Bileşimi
3. Sorunlar, İhtiyaçlar, Davranışlar ve Mevcut Alternatiflerin Sonucu

Adım 2 (10 Adımdan): Değer Önerileri  
Değer nedir?

Sonuç

Adım 3 (10 Adımdan): Kanallar

Adım 4 (10 Adımdan): Müşteri İlişkileri

Adım 5 (10 Adımdan): Gelir Akışları

Adım 6 (10 Adımdan): Ana Faaliyetler, Sonuç

Adım 7 (10 Adımdan): Ana Kaynaklar

Adım 8 (10 Adımdan): Ana Ortaklıklar

Adım 9 (10 Adımdan): Maliyet Yapısı

Adım 10 (10 Adımdan): Uygulamalar, Gözden Geçirme ve İleriki Adımlar, Temel Uygulamalar, Rekabetçilik

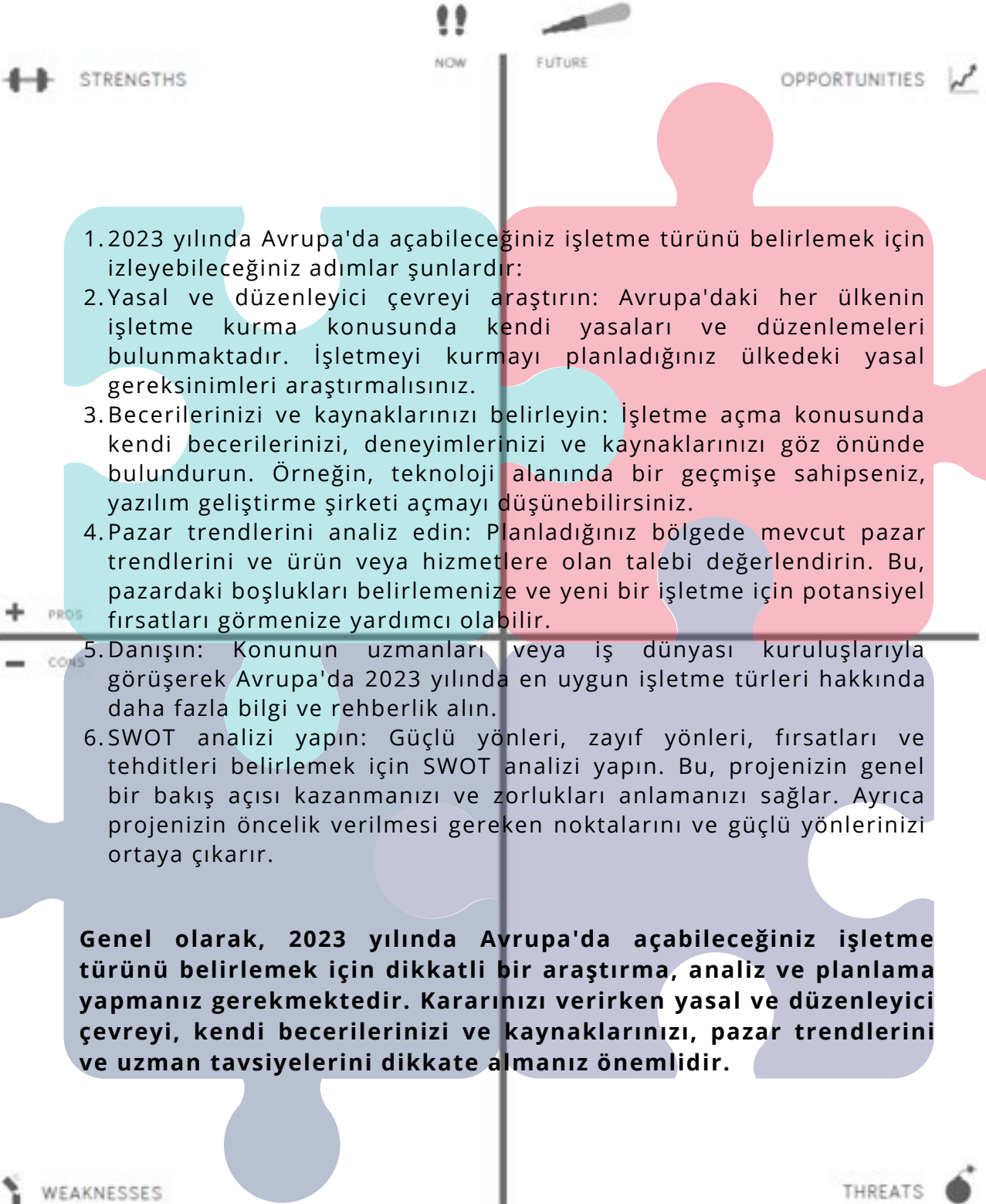
Adım 10 (10 Adımdan): Uygulamalar, Gözden Geçirme ve İleriki Adımlar, Temel Uygulamalar, Rekabetçilik

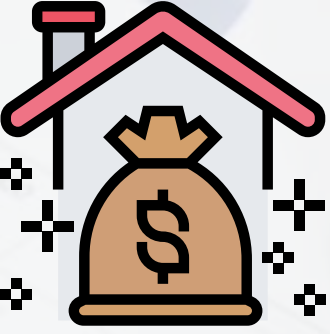
Adım 10 (10 Adımdan): Uygulamalar, Gözden Geçirme ve İleriki Adımlar, Temel Uygulamalar, Rekabetçilik

Adım 10 (10 Adımdan): Uygulamalar, Gözden Geçirme ve İleriki Adımlar, Temel Uygulamalar, Rekabetçilik

# Ne tür bir şirket kurmalıyız?

2023 yılında Avrupa'da açabileceğiniz işletmelerin türleri, işletme faaliyetlerinizi yürütmeyi planladığınız ülke, yasal ve düzenleyici çevre ile kendi beceri ve kaynaklarınıza bağlı olarak değişiklik gösterecektir.





# Investments and grants

2022 yılında Avrupa'da yatırımlara ve hibelere erişmek, aradığınız fonlama türüne ve fon sağlayan kuruluş veya programın belirli gereksinimlerine bağlı olacaktır. İşte fonlama fırsatlarını keşfetmek için izleyebileceğiniz genel adımlar:

**İhtiyacınız olan fon türünü belirleyin:** Risk sermayesi, melek yatırımlar, krediler ve hibeler gibi farklı türde fonlama seçenekleri bulunmaktadır. Her fonlama türünün kendi gereksinimleri ve başvuru süreci vardır.

**Fonlama fırsatlarını araştırın:** İhtiyaçlarınıza ve uygunluk kriterlerinize uygun fonlama fırsatlarını arayın. Araştırmaya, sektörünüze veya iş türünüze yatırım yapan bilinen devlet kurumları, iş örgütleri ve risk sermayesi firmalarını inceleyerek başlayabilirsiniz.

**Bir iş planı geliştirin:** Fon sağlamak için iyi bir iş planı oluşturmak önemlidir. İş planınız, iş fikrinizi, hedef pazarınızı, gelir modelinizi ve finansal projeksiyonlarınızı net bir şekilde açıklamalıdır.

**Fon başvurusunda bulunun:** İhtiyaçlarınıza uygun bir fonlama fırsatı belirledikten sonra, fon sağlayan kuruluş veya programın gereksinimlerini karşılayan bir başvuru yapabilirsiniz. Başvuru yönergelerini dikkatlice takip edin ve gerekli tüm bilgileri sağladığınızdan emin olun.

**Ağ kurun ve danışma alın:** Yatırımcılar ve mentorlarla ilişki kurmak, fon sağlamada yardımcı olabilir. Sektör etkinliklerine katılın, iş örgütlerine katılın ve alanınızda uzmanlardan tavsiye isteyin.

**Genel olarak, 2022 yılında Avrupa'da yatırım ve hibe sağlamak dikkatli bir araştırma, planlama ve uygulama gerektirir. Bu adımları takip ederek, işinizi başlatmak veya büyütmek için ihtiyaç duyduğunuz fonlamayı sağlama şansınızı artırabilirsiniz.**



## Kart Oyunu İçin Sorular :

- 1) Genç insanlar neden herhangi bir deneyime sahip olmadan bir iş kurmaya isteklidir?
- 2) İnsanlar genellikle bir iş planlamasına veya başlatmaya nasıl başlarlar?
- 3) İnsanlar neden çalışmak için diğer ülkelere gitmeyi tercih eder? Ülkenizde durum nasıl?
- 4) İnsanlar neden doğdukları yerden ayrılıp farklı yerlerde çalışmaya giderler?
- 5) İnsanları ülkelerinden ayrılmaya ve başka bir yerde iş kurmaya motive eden faktörler nelerdir?
- 6) Hangi ülkeler girişimcilik girişimlerinde en büyük başarıyı elde etmiştir?
- 7) Hangi ülkeler genellikle en çok girişimci çeker?
- 8) Hangi ülkeler genellikle en az girişimci çeker?
- 9) Ülkeler nasıl belirler kaç kişinin kendi işini kurmasına izin verileceğini ve bu kişilerin kaçının devlet veya büyük şirketlerde çalışmaya teşvik edildiğini?
- 10) Ülkemizde serbest çalışan veya girişimci sayısı fazla mıdır?
- 11) Sosyal girişimciliği nasıl tanımlarsınız?
- 12) Sizin bakış açınıza göre dünyada yaşamak için en güvenli ülke hangisidir?
- 13) Eğer tüm girişimcilerle ilgili cevapları bilen biriyle tanışacak olsaydınız, hangi soruları sorardınız?
- 14) İnsanları ülkelerinden ayrılmaya motive eden üç faktör nedir?
- 15) Fikirlerin, projelerin veya işletmelerin başarısız olmasına katkıda bulunan üç faktör nedir?
- 16) Para sizin için neyi temsil ediyor? Toplum nasıl? Bir denge nasıl sağlanabilir?
- 17) Girişimciliğin avantajları ve dezavantajları nelerdir?
- 18) Neden birçok girişimci Amerika'yı tercih eder?
- 19) Girişimcilik nedir ve neden önemlidir?
- 20) Yaşadığınız ülke yüksek vergiler gibi girişimciler için kısıtlayıcı kurallar veya geleneklere sahipse ne yapardınız?
- 21) Projenizin geleceği hakkında ne bilmek istersiniz?
- 22) Ülkenizin diğerlerinden daha fazla geliştirebileceği hangi güçlü yönler vardır?
- 23) Kendiliğinden bir seyahat kararı verdiğiniz bir durumu paylaşabilir misiniz?
- 24) Bir kuralı ihlal ettiğiniz bir zamanı paylaşın!
- 25) Özgürlük konusunda önemli kısıtlamaların olduğu bir ülkede yaşasaydınız ne yapardınız?
- 26) Önerilerden çok sorumlulukların olduğu  
u bir ülkede yaşasaydınız ne yapardınız?
- 27) Gelecekteki kariyerinizle mutlu olmak için ülkenizde hangi fırsata sahip olmak istersiniz?
- 28) Ülkenizde mutlu bir insan olmak için neye ihtiyacınız var?
- 29) Ülkenize veya ebeveynlerinize ne için minnettar hissediyorsunuz?
- 30) Hangi ülkede yaşamak istersiniz? Neden?
- 31) Okula başlamadan önce, 6-7 yaşından önce en çok ne yapmaktan zevk alırdınız?
- 32) Ülkenizdeki en önemli insanlar kimlerdir? Diğer ülkelerden kimler?

## **Ekler - KART OYUNU İÇİN SORULAR:**

- 33) Hayatınızı daha iyi hale getirmek için neye ihtiyacınız var?
- 34) İşinizde/çalışmanızda/hizmetlerinizde bir kişiyi mutlu ettiğiniz bir anı paylaşın.
- 35) Girişimciler hakkında düşündüğünüzde sizi gülümseten şey nedir?
- 36) Konuşmak için tanışmak istediğiniz girişimciler arasından kim? Neden?
- 37) Hayatınızdan memnun olmak için çevrenizde ne olmasını dilerdiniz?
- 38) Eğer başkan olsaydınız ne yapardınız?
- 39) Serbest çalışanlar veya girişimciler hakkında favori bir sözünüz nedir?
- 40) Yaşam tarzınızı daha çevreci/sorumlu hale getirmek için neler yapıyorsunuz?
- 41) Ne için minnettar olduğunuz? Şu ana kadar sosyal girişimlerle etkileşimde bulundunuz ve herhangi bir fayda sağladınız mı?
- 42) Bir kez yaptığınız bir gönüllü etkinliği paylaşın ve onu bir projeye/küçük bir işe dönüştüren şeyi anlatın!
- 43) Bir girişimci olsaydınız mükemmel bir gün nasıl görünürdü?
- 44) Topluluğunuzu nasıl tanımlarsınız? Ama ideal olan nasıl olurdu? 😊
- 45) Gezegenimiz Dünya için dört dileğiniz neler olurdu?
- 46) Hangi yeni şeyleri öğrenmek istersiniz? Sizce çok iyi bir ücreti hak eden hangileridir?
- 47) Topluluğunuzdaki diğer insanlara nasıl yardımcı oluyorsunuz?
- 48) Toplum sizin için ne anlama geliyor?
- 49) Fikirlerinizle ilgili olarak çoğu zaman utanç duyduğunuz şeyler nelerdir?
- 50) İlerleyen 6 ayda neyi başarmayı planlıyorsunuz?
- 51) Ülkenizde özel bir gücünüz olsaydı neyi icat etmek istersiniz?
- 52) Gelecekte insanlar arasındaki bağlantılar profesyonel düzeyde nasıl olacak?
- 53) Sizi en çok rahatsız eden şey nedir?
- 54) Gelecek nesiller için hayatı daha iyi hale getirmek için neler yapıyorsunuz?
- 55) Hayatınızı lezzetli kılan etkinlik nedir?
- 56) Para ile olan ilişkiniz nedir?
- 57) Kendinizi geliştirmek için neler yapıyorsunuz? Fikirlerinizi hayata geçirmek için neler yapıyorsunuz?
- 58) Sosyal girişimcilikle ilgili en ilginç şey nedir?
- 59) Günlük yaşamınız için enerjiyi nereden alıyorsunuz?
- 60) ENTREP hakkında en sevdiğiniz bölüm nedir? Herhangi bir film? Herhangi bir kitap?
- 61) Şans oyununda büyük ikramiye kazansanız ne yapardınız?
- 62) Memleketinizden sizi ilham veren bir kişi kimdir? Başka bir ülkeden biri?
- 63) Hayatınızı değiştiren bir AHA anısını paylaşın!
- 64) Fikrinizi/projenizi hayata geçirmek için sizi motive eden şey nedir?
- 65) Seyahati bir fırsat olarak mı görüyorsunuz? Evetse, neden?
- 66) Hangi ülkeyi mutlaka ziyaret etmek isterdiniz ve neden? Ama orada bir iş açmak için?
- 67) Projenizin geleceğiyle ilgili olarak öğrenmek istediğiniz şey nedir?
- 68) Hangi güçlü yönleri başka ülkelere daha fazla geliştirebilirsiniz?
- 69) Bir seyahatle ilgili verdiğiniz spontane bir karar nedir?

## **Ekler - KART OYUNU İÇİN SORULAR:**

70) Kuralları ihlal ettiğiniz bir durumu paylaşın!

71) İnançlarınız nelerdir?

72) Hangi kıtada ve ülkede teleport yapmak istersiniz? Neden?

73) Ülkenizi terk etmenin en zor kısmı nedir? Başka bir ülkede yaşamamanın en zor kısmı nedir?



# Sosyal Buzz Mentörlük ve Eğitim



Co-funded by  
the European Union

Avrupa Komisyonu'nun bu yayının üretimi için sağladığı destek, yalnızca yazarların görüşlerini yansıtmakta olup içeriğin onaylanması anlamına gelmez. Komisyon veya Ulusal Ajans, içeride yer alan bilgilerin kullanılmasından kaynaklanabilecek herhangi bir sorumluluktan muaf tutulamaz.