

ESZKÖZTÁR

A SZOCIÁLIS ÉS
SZOLIDÁRIS GAZDASÁG
VÁLLALKOZÓI SZÁMÁRA



CREASSE



Co-funded by
the European Union

CREASSE.EU

TARTALOMJEGYZÉK



BEVEZETÉS	1
Az SSE vállalkozók számára készült eszköztár célja és hatálya	2
Kiknek szól ez az eszköztár?	3
Hogyan használjuk az eszköztárat	3
1. MODUL: SZEMÉLYES KOMPETENCIÁK	5
Rövid összefoglaló	5
A modul céljai	6
 Személyes és szociális kompetenciák / Tananyag	8
Esettanulmányok és jó gyakorlatok	19
Interaktív gyakorlatok	23
Önértékelési gyakorlat	25
További források és ajánlott irodalom	28
2. MODUL: VÁLLALKOZÓI KOMPETENCIÁK	30
Rövid összefoglaló	30
A modul céljai	31
Vállalkozói kompetenciák / Tananyag	33
Esettanulmányok és jó gyakorlatok	36
Interaktív gyakorlatok	43



Önértékelési gyakorlat	48
További források és ajánlott irodalom	50

3. MODUL: ZÖLD KOMPETENCIÁK

52

Rövid összefoglaló	52
--------------------	----

A modul céljai	52
----------------	----

Zöld kompetenciák / Tananyag	54
------------------------------	----

Esettanulmányok és jó gyakorlatok	58
-----------------------------------	----

Zöld kompetenciák / Rendszerszemlélet	60
---------------------------------------	----

Esettanulmányok és jó gyakorlatok	63
-----------------------------------	----

Zöld kompetenciák / Jövőbeli ismeretek	65
--	----

Esettanulmányok és jó gyakorlatok	68
-----------------------------------	----

 Interaktív gyakorlatok	70
--	----

Önértékelési gyakorlat	75
------------------------	----

További források és ajánlott irodalom	77
---------------------------------------	----

4. MODUL: INNOVATÍV MÓDSZEREK ÉS ESZKÖZÖK A TÁRSADALMI VÁLLALKOZÓI TEVÉKENYSÉGHEZ

79

Rövid összefoglaló	79
--------------------	----

A modul céljai	80
----------------	----

Digitális kompetenciák / Innovatív társadalmi vállalkozói szellemű tananyag	80
--	----

Esettanulmányok és bevált gyakorlatok	102
---------------------------------------	-----



Interaktív gyakorlat	112
Önértékelési gyakorlat	114
További források és ajánlott irodalom	116



BEVEZETÉS

A **CREASSE** (Creating and Reinforcing the Ecosystem for Aspiring Social and Solidarity Economy Entrepreneurs, azaz a társadalmi és szolidáris gazdaságban vállalkozni kívánó személyek ökoszisztémájának létrehozása és megerősítése) egy transznacionális projekt, amelyet az Erasmus+ KA220-ADU program finanszíroz. Célja, hogy a kiszolgáltatott csoportokhoz tartozó személyeket, különösen az alacsony jövedelmű háttérrel rendelkezőket, a migránsokat, a nőket és a kirekesztett közösségek tagjait felhatalmazza arra, hogy vállalkozói kompetenciákat fejlesszenek, alkalmazzák a fenntartható innovációt, és érdemben részt vegyenek a társadalmi és szolidáris gazdaságban (SSE). A CREASSE ezeket a csoportokat a megfelelő eszközökkel, készségekkel és támogató hálózatokkal ellátva elősegíti a társadalmi kohéziót, az inkluzív növekedést és a közösség által vezérelt innovációt.

A projekt olyan sürgető kihívásokkal foglalkozik, mint a társadalmi kirekesztés, a munkanélküliség és a korlátozott közösségi részvétel, azáltal, hogy fejleszti a felnőttoktatók és a társadalmi szerepvállalók képességeit a kollektív és közösségre alapuló gazdasági kezdeményezések irányítására. Alulról felfelé építkező, részvételi és felhatalmazáson alapuló megközelítést támogat, szoros összhangban az ENSZ fenntartható fejlesztési céljaival (SDG).

A CREASSE egy sokszínű konzorciumot fed le ciprusi, spanyol, olasz, magyar és albán partnerekből. A gyakorlatban egy sor egymással összefüggő eredményt hoz létre, amelyek célja a kompetenciafejlesztés és a gyakorlati cselekvés előmozdítása, többek között:

- A kollektív vállalkozói tevékenységben való sikerhez szükséges készségeket feltérképező **kompetencia keretrendszer**.
- Egy **moderátoroknak szóló eszköztár** (ez a dokumentum), amely strukturált képzési eszközöket és tevékenységeket kínál.
- Egy **kézikönyv moderátorok számára**, amely útmutatást nyújt a workshopok, a mentorálás és a közösségi részvételi tevékenységek megvalósításához.

A társadalmi és szolidáris gazdaság vállalkozói (SSE) eszköztárának célja és hatálya:

A társadalmi és szolidáris gazdaság vállalkozói számára készült eszközkészlet a 2. munkacsomag (WP2) keretében került kidolgozásra, amelynek középpontjában a szociális és szolidáris gazdaság kezdeményezésének elindításához vagy fenntartásához elengedhetetlen személyes, vállalkozói, zöld és szociális kompetenciák feltérképezése áll. Az eszközkészlet a CREASSE projekt alapvető kompetenciaépítő forrásaként szolgál.

Céljai a következők:

- Az önismeret és az önállóság fejlesztése a kiszolgáltatott helyzetű egyének körében;
- A társadalmi célú vállalkozói készségek erősítése;

- A környezetbarát gondolkodásmód és gyakorlatok népszerűsítése;
- A résztvevők ellátása gyakorlati, innovatív eszközökkel a szociális és szolidáris gazdaság kezdeményezéseinek elindításához.

Minden modul elméleti keretrendszer ötven gyakorlati eszközökkel és valós példákkal, hogy támogassa az egyéni és kollektív tanulási formákat.

Kiknek szól ez az eszközkészlet:

Ez az erőforrás kifejezetten a következőkre van szabva:

- ·A kiszolgáltatott és alulértékelt csoportokból származó, ambiciózus szociális vállalkozóknak;
- ·társadalmi moderátorok, trénerok, felnőttképzők és mentorok, akik támogatják a közösségvezérelt vállalkozói tevékenységeket;
- ·Civil társadalmi szervezetek, közösségi vezetők és helyi szervezetek, amelyek célja a vállalkozói szellem révén a társadalmi hatások erősítése.

Minden modul elméleti keretrendszer ötven gyakorlati eszközökkel és valós példákkal, hogy támogassa az egyéni és kollektív tanulási utakat.

Hogyan használd az eszköztárat:

Az eszköztár négy modulja mindegyike úgy lett kialakítva, hogy támogassa mind az önálló tanulást, mind a moderált workshopokat. Minden modul tartalmaz:

- Egyértelműen meghatározott kompetenciákat és tanulási eredményeket.
- Lépésről lépésre kidolgozott utasításokat és tevékenységeket a megvalósításhoz.
- Európa-szerte gyűjtött esettanulmányokat és jó gyakorlatokat.
- Interaktív gyakorlatokat és önreflexióra ösztönző feladatokat.
- Ajánlott forrásokat és önértékelő kvizeket.

Minden modul önállóan vagy strukturált tanfolyam részeként használható, és a tanulók a tananyagot önálló tanuláshoz, közösségi workshopokhoz vagy egymástól való tanuláshoz is felhasználhatják.

Az eszközkészlet egyben kiindulópont is a CREASSE moderátorok kézikönyvében kidolgozott tevékenységekhez, támogatva a CREASSE szélesebb körű küldetését, amely a felnőttképzés és az inkluzív vállalkozói szellem erősítését célozza Európa-szerte.

1. MODUL: SZEMÉLYES KOMPETENCIÁK



Rövid összefoglaló

Ez a modul a személyes készségek fontosságát vizsgálja a szociális és szolidáris gazdaságban (SSE), kiemelve, hogy az önismeret, az önbizalom és a vezetői képességek hogyan segítik a vállalkozót olyan projektek kezdeményezésében és irányításában, amelyek előmozdítják a társadalmi és közösségi célokat. Ezek a kompetenciák nemcsak a vállalkozói sikert támogatják, hanem elősegítik a személyes és szakmai fejlődést is, lehetővé téve az értékorientált és produktív munkát. A modul célja, hogy segítse a vállalkozókat a gyorsan változó és gyakran kihívásokkal teli környezetben való eligazodáshoz szükséges alapvető személyes és szociális készségek fejlesztésében. Kiemeli az érzelmek kezelését, a rugalmasság megőrzését, a hatékony kommunikációt és az együttműködést másokkal.

Tudatos cselekedetekhez hozzásegítő gyakorlatok, a stresszkezelési technikák és az önreflexió révén a vállalkozó megtanulja, hogyan maradjon nyugodt, koncentrált és ura a nehéz helyzeteknek, miközben azonosítja a stresszfaktorokat és alkalmazza a mentális és érzelmi egyensúlyhoz szükséges eszközöket.

Ezenkívül a modul fejleszti a vállalkozók alkalmazkodóképességét és kommunikációs készségét, változatos vagy folyamatosan átalakuló körülmények között. Az olyan tevékenységek, mint a szerepjátékok, a csoportos kihívások és a kommunikációs gyakorlatok erősítik a bizonytalanság kezelésének, a különbségek áthidalásának és a problémák közös megoldásának képességét. A modul végére a vállalkozók felkészülnek a stressz kezelésére, a változások elfogadására, valamint a valós kihívásokkal szembeni rugalmasság és alkalmazkodóképesség használatára.



A modul céljai

2.1 Fő cél

A vállalkozók felkészítése azokra a személyes és társadalmi kompetenciákra, mint az önszabályozás, a rugalmasság, a kommunikáció, az együttműködés és a személyes vezetői képességek, amelyek szükségesek a társadalmi és szolidáris gazdaság (SSE) kihívásainak hatékony kezeléséhez és a kezdeményezések vezetéséhez.

2.2 További célok

- A személyes készségek fontosságának megértése a szociális és szolidáris gazdaságban (SSE): A vállalkozók megtanulják, hogy az önismeret, az önbizalom és a vezetői képességek hogyan segíthetik az SSE-projektek sikerét.
- Az érzelmek és a stressz kezelésének elsajátítása: Az egyének felfedezik, mi okoz nekik stresszt, és olyan technikákat alkalmaznak, mint a tudatosság, hogy nyugodtak és koncentráltak maradjanak. Ezek a készségek segítenek nekik abban, hogy nyomás alatt is jobb döntéseket hozzanak.

- A változásokhoz való alkalmazkodóképesség javítása: A vállalkozók gyakorolják, hogyan kezeljék a változásokat a reflexió segítségével. Ez segít nekik abban, hogy magabiztosabbak legyenek új helyzetekben és a célok változásakor.
- Kommunikációs készségek fejlesztése: A résztvevők olyan ismereteket szereznek, amelyek segítenek nekik jobban kifejezni magukat, figyelve hallgatni és üzenetüket különböző emberekhez igazítani.
- A csapatmunka és az együttműködés erősítése: A vállalkozók vegyes csapatokban fognak dolgozni a problémák megoldása és a közös célok elérése érdekében. Meg fogják tanulni, hogyan kell tisztelni egymást, hogyan kell megoldani a konfliktusokat, és meg fogják érteni a különböző munkastílusokat.

2.3 Tanulási eredmény

- Magabiztos alkalmazkodás új helyzetekhez: Önreflexió, visszajelzések elfogadása és nyitottság új módszerek kipróbálására a tanulás, a munka vagy a társadalmi környezet változásainak kezelése érdekében.
- Kezeld a stresszt és maradj koncentrált nehéz helyzetekben: Használd a tudatosságot, a mély légzést és az időgazdálkodást, hogy nyugodt tudj maradni, kontrolláld az érzelmeidet és maradj koncentrált nyomás alatt.
- Problémák megoldása kihívásokkal szemben: Nézz a problémákra pozitívan, szükség esetén módosítsd terveidet, és működj együtt másokkal a rugalmas megoldások megtalálásában.

Személyes és szociális kompetenciák/tananyag

A személyes és szociális kompetenciák olyan készségek, ismeretek és attitűdök keveréke, amelyek segítenek az embereknek önállóan cselekedni, felelősséget vállalni és alkalmazkodni a különböző és változó helyzetekhez.

Alapjuk a „létre tanulás” elve – az önmagunk megértésének, értékeink kialakításának és céljaink megtalálásának állandó folyamata. Ez magában foglalja a jó döntések meghozatalát, a kihívások pozitív kezelését és az erős kapcsolatok kiépítését. Növekedésedet társadalmi és kulturális környezeted is alakítja, beleértve a betöltött szerepeidet és a körülötted lévő embereket.

A személyes kompetencia azt jelenti, hogy folyamatosan tanulunk, átgondoljuk cselekedeteinket, és őszintén és motiváltan fejlődünk. A szociális kompetencia szorosan kapcsolódik ehhez, és arra összpontosít, hogy jól együttműködjünk másokkal, tiszteljük a különbségeket, elkerüljük az előítéleteket, és pozitívan járuljunk hozzá a közösségünkhöz. Ez tükrözi természetes igényünket a másokkal való kapcsolatteremtésre, valamint hatékony kommunikációs és együttműködési képességünket.

Néhány fontos személyes és társadalmi kompetencia:

3.1 Személyes kompetencia

3.1.1 Önszabályozás: *Az érzelmek, gondolatok és viselkedés tudatosítása és kezelése.*

Az önszabályozás az a képesség, hogy gondolatainkat, érzelmeinket és cselekedeteinket úgy irányítsuk, hogy megfontoltan választjuk meg a reakciónkat, ahelyett, hogy gondolkodás nélkül reagálnánk.

IEz egy lépésről lépésre történő folyamat, amely magában foglalja a célok kitűzését, az előrehaladás ellenőrzését és a változtatásokat, hogy a meghatározott terv szerint haladjunk.

Ez a készség segít az embereknek kontrollálni érzelmeiket anélkül, hogy figyelmen kívül hagynák azokat. Gyakorlást és mentális energiát igényel. Stresszhelyzetben nehezebb lehet alkalmazni. Ha hiszünk saját kontrollképességünkben, akkor nagyobb valószínűséggel fogjuk alkalmazni az önszabályozást, és ez segít abban, hogy úgy érezzük, mi irányítjuk cselekedeteinket és környezetünket

Az önszabályozás különösen fontos a vállalkozók számára, mert támogatja a személyes fejlődést, segít nekik felépülni a kudarcokból, és a céljaikra koncentrálni. Lehetővé teszi számukra, hogy kezeljék a stresszt, motiváltak maradjanak, és átgondolt döntéseket hozzanak – még bizonytalan vagy nagy nyomású helyzetekben is. A vállalkozói tevékenység az önbizalomra és a sikerre való képességbe vetett hitre is támaszkodik, amelyek mindkettő erős önkontrollálási képességekkel erősödnek.

Három fő tényező járul hozzá a hatékony önkontrollhoz:

- Ha tudatában vagy saját érzelmeidnek, gondolataidnak, értékeidnek és cselekedeteidnek, az segít észrevenni és kontrollálni a nem kívánt reakciókat.
- Érzelmeinek és gondolatainak megértése és kezelése – különösen stresszhelyzetekben – javíthatja teljesítményét az élet minden területén.
- A pozitív gondolkodásmód, az önbizalom és a világos célok kialakítása segít megőrizni a motivációt és folyamatosan fejlődni.

Az önszabályozó képesség egyénenként eltérő, de gyakorlással erősíthető.

Az önszabályozás kialakításához az egyének egyszerű, praktikus eszközöket használhatnak, amelyek javítják az érzelmi és mentális tudatosságot:

1. A naplóírás és a reflektív írás segít felismerni a gondolataid és érzelmeid mintáit. Írd le, mit érzel, mi váltotta ki az érzést, és hogyan reagáltál rá.
 - Eszköz: Day One Journal App vagy egy egyszerű jegyzetfüzet.
2. A hangulatkövetés és az érzelmi kerék segít felismerni és megnevezni az érzéseidet. Ez fejleszti az érzelmi megértést és segít helyesen reagálni.
3. A tudatosságot fejlesztő gyakorlatok, mint például a testvizsgálat, megtanítanak arra, hogy a jelenben maradjunk, és észrevegyük a stressz vagy az impulzív reakciók korai jeleit.
 - *Technika: Testvizsgálat meditáció (hangos útmutató)*

A stressz kezelése és a reakciók javítása:

1. A légzőgyakorlatok és a progresszív izomlazítás segít megnyugtatni a testet és csökkenteni a szorongást.
 - *Technika: Dobozos légzés útmutató | Progresszív izomlazítás (YouTube)*
2. Kognitív-viselkedési eszközök, mint például:
 - Gondolattmegállás (mentálisan mondd ki, hogy „stop”, amikor negatív gondolatok merülnek fel),
 - Negatív gondolatok átalakítása kiegyensúlyozottabb gondolatokká,
 - Pozitív önbeszéd a magabiztosság növelése érdekében.
 - *Eszköz: CBT gondolatfeljegyző alkalmazás*

Hogy koncentrált és következetes maradj a cselekedeteid során:

1. Használj SMART célokat (konkrét, mérhető, elérhető, releváns, időhöz kötött) a tervezéshez és az előrehaladás nyomon követéséhez.

A motiváció fenntartása és a fejlődés elősegítése érdekében:

1. Építsd ki a rugalmasságodat az alábbiakkal:

- Gondolkodj el azon, hogyan győzted le a múltbeli kihívásokat,
- A siker vizualizálásával,
- Összpontosíts személyes erősségeidre.

2. Növeld önmagad hatékonyságát az alábbiakkal:

- Kis, elérhető célokat tűzz ki magadnak,
- Kérj bátorítást, támogatást társaidtól,
- Napi megerősítések használata.
- Eszköz: I Am – Daily Affirmations App

Ezeknek az eszközöknek a rendszeres használata segíthet abban, hogy nyugodt, koncentrált és magabiztos maradj – különösen stressz, változások vagy kihívások esetén.

3.1.2 Rugalmasság: *Képesség az átmenetek, a bizonytalanság kezelésére és a kihívásokkal való szembenézésre.*

A rugalmasság azt jelenti, hogy képesek vagyunk alkalmazkodni a változásokhoz, kezelni a bizonytalanságot, és cselekedni anélkül, hogy mindenre tudnánk a választ. Ez egy kulcsfontosságú készség a mai gyorsan változó világban, és a munkáltatók is nagyra értékelik. Magában foglalja az érzelmek kezelését, a döntéshozatalt bizonytalan helyzetekben, és a nyitottságot az új ötletek iránt.

A vállalkozói tevékenységben a rugalmasság különösen fontos. A vállalkozók gyakran szembesülnek kihívásokkal és váratlan változásokkal. A rugalmasság segít nekik a tervek módosításában, új ötletek kipróbálásában, a hibákból való tanulásban és az előrehaladásban. Támogatja továbbá a kreativitást és a problémamegoldást, amelyek elengedhetetlenek egy vállalkozás felépítéséhez és növekedéséhez.

A rugalmasság néhány kulcsfontosságú tényezőtől függ:

- Hajlandóság a vélemény vagy a cselekvés megváltoztatására, ha új információkhoz jutunk. Ez azt jelenti, hogy kíváncsiak és képesek vagyunk megérteni a különböző nézőpontokat.
- Nyitottság az új ötletek, módszerek és eszközök iránt, amikor a helyzet megváltozik, és a bizonytalanság kezelésének képessége.
- Képesség a személyes, társadalmi és munkahelyi szerepek közötti váltásra átgondolt döntések meghozatalával, célok kitűzésével és folyamatos tanulással, hogy mindig készen állj és kezdeményezz.

A rugalmasság fejlesztése a kritikus gondolkodás és az új ötletek iránti nyitottság kialakításával kezdődik. Néhány hatékony eszköz és technika:

1. Kritikus gondolkodás és a nézőpontok újraértékelése

- Strukturált vita – Gyakorold a különböző nézőpontok védelmét és megkérdőjelezését, hogy erősítsd a megértést és az alkalmazkodóképességet.
- Reflektív kérdések – Tegyél fel „miért”, „mi lenne, ha” és „hogyan másképp” kérdéseket, hogy újraértékelj a véleményeket és ösztönözd a mélyebb gondolkodást.
- Döntéshozatali keretrendszerek – Használj olyan eszközöket, mint a SWOT-elemzés, az előnyök/hátrányok listája vagy a Hat gondolkodási sapka, hogy jól tájékozott döntéseket hozz és mérlegeld az alternatívákat.

Eszköz: Kialo – Strukturált viták platformja, amely segít különböző perspektívákból megvizsgálni az érveket.

2. Technika a változás és a bizonytalanság elfogadásához

- Szenáriótervezés – Képzeld el a különböző jövőbeli helyzeteket, hogy felkészülj a váratlan változásokra.
- Gyors kísérletezés – Teszteld gyorsan a kis léptékű ötleteket, hogy minimális kockázattal tanulj és alkalmazkodj.
- Reflexió rutinok – Szánj időt rendszeres önellenőrzésre vagy naplózásra, hogy fel tudd mérni, mi működik és mi igényel kiigazítást.

Eszköz: Futures Platform – Több jövőbeli forgatókönyv vizualizálására és tervezésére.

3. Átmenetek kezelése és hosszú távú alkalmazkodóképesség

- Életút-térkép – Készíts vizuális idővonalat a múltbeli és jövőbeli életeseményekről, hogy megértsd a mintákat és meghatározd az irányt.
- Személyes tanulási tervek (PLP) – Határozz meg tanulási célokat, azonosítsd az erőforrásokat, és kövesd nyomon az előrehaladást, hogy idővel új készségeket sajátíts el.
- SMART célkitűzés – Oszd fel a hosszabb átmeneti időszakokat egyértelmű, megvalósítható lépésekre, amelyek konkrétak, mérhetőek, elérhetőek, relevánsak és időhöz kötöttek.

Eszköz: Habitica – Állíts be és kövesd nyomon SMART célokat játékosított vagy strukturált formátumokban.

Ezeknek az eszközöknek a következetes használatával az egyének jobban tudják kezelni a változásokat, mentálisan és érzelmileg felkészültek maradnak, és gyorsan változó személyes és szakmai környezetben is sikeresek lehetnek.

3.2 Szociális kompetenciák

3.2.1 Kommunikáció: *A témához és a helyzethez mérten megfelelő eszközökkel és nyelvezettel történő kommunikáció.*

A hatékony kommunikáció azt jelenti, hogy a személyektől, a témától és a helyzettől függően a megfelelő stratégiákat és eszközöket használjuk. Ez magában foglalja olyan kulcsfontosságú elemeket, mint a küldő, az üzenet, a fogadó, a kontextus és a használt csatorna (például beszéd, írás vagy online platformok). A beszélgetés minden egyes mozdulata üzenetet közvetít, ezért a jó kommunikáció a világosságon és a megfelelőségen múlik.

A digitális eszközök megváltoztatták a kommunikáció módját. Bár gyors és egyszerű megosztást tesznek lehetővé, félreértéseket is okozhatnak, csökkenthetik az érzelmi kapcsolatot, és olyan problémákhoz vezethetnek, mint a cyberzaklatás. Ezért nagyon fontosak a digitális kommunikációs készségek. Ide tartozik az online biztonság, a személyes adatok védelme, a felelősségteljes viselkedés, valamint az üzenetek különböző közönségekhez és platformokhoz való igazítása.

A kommunikációs kompetencia három fő területet foglal magában:

- A kontextushoz és a közönséghez való alkalmazkodás: a megfelelő nyelv, hangnem és eszközök kiválasztása attól függően, hogy kivel beszélünk, milyen a kapcsolatunk és mi az üzenet célja.
- Interkulturális és szakmai kommunikáció: tiszteletteljes magatartás és a kulturális és szakmai különbségek tudatosítása a beszélgetések során.
- Aktív és tiszteletteljes részvétel: figyelmes hallgatás, világos és magabiztos beszéd, valamint kiegyensúlyozott és tiszteletteljes interakció másokkal.

A hatékony kommunikáció a kontextus és a közönség megértésével kezdődik. Ehhez a legmegfelelőbb stratégiák, hangnem és eszközök kiválasztása szükséges, attól függően, hogy kivel kommunikálsz, milyen a kapcsolatod, mi az üzenet célja és milyen felületet használsz (például személyesen, e-mailben vagy közösségi médiában). Gyakorlat alkalmazható technikák:

- Gyakorold a valós életbeli helyzeteket, például interjúkat, értekezleteket vagy ügyfélhívásokat, hogy megtanuld, hogyan kell hangnemet és megközelítést alkalmazni.
- Használj sablonokat vagy eszközöket (pl. Persona Creator) a közönség legfontosabb jellemzőinek azonosításához, és az üzenet ennek megfelelő módosításához.
- Tanuld meg, hogyan használhatod hatékonyan az olyan eszközöket, mint a Zoom vagy a Microsoft Teams, a kommunikációs csatornától és az üzenettől függően.

A kommunikációs technikák részeként az interkulturális és domain-specifikus interakció a különböző kulturális és szakmai kontextusokban való hatékony kommunikációt jelenti. Ehhez empátia, nyitottság és a különböző értékek, normák és kommunikációs stílusok ismerete szükséges. Ezek a készségek a következőképpen fejleszthetők:

- Vegyél részt olyan képzéseken, amelyek a kulturális érzékenységre és a globális munkahelyi normákra összpontosítanak.
- Használj olyan alkalmazásokat, mint a Duolingo vagy a Memrise, hogy elsajátítsd a területedhez (pl. orvosi, jogi, műszaki) kapcsolódó szókincset.
- Elemezd valós vagy szimulált szakmai interakciókat, hogy fel tudd fedezni a hatékony és tiszteletteljes kommunikációt különböző területeken.

Végül, az aktív és tiszteletteljes részvétel magában foglalja a figyelmes hallgatást, a világos és magabiztos kifejezésmódot, valamint a kiegyensúlyozott, tiszteletteljes párbeszéd fenntartását. Ennek elérése érdekében a vállalkozónak:

- Gyakorolnia kell a mások által elmondottak megfelelő átfogalmazását vagy összefoglalását a megértés biztosítása érdekében.
- Kis csoportos foglalkozások szervezését, ahol a résztvevők egyértelmű irányelvek alapján konstruktív visszajelzéseket adnak és kapnak.
- Workshopokon való részvételt, vagy olyan eszközök használatát, mint a Centre for Nonviolent Communication, hogy megtanulja, hogyan fejezheti ki magabiztosan igényeit és véleményét anélkül, hogy agresszív lenne.

Ezeknek a gyakorlati eszközöknek és technikáknak a használatával az egyének ügyesebbé és alkalmazkodóbbá válhatnak a kommunikációban különböző kontextusokban – legyen szó személyes, interkulturális vagy digitális környezetben történő kommunikációról. Kérlek, jelezd, ha szeretnéd, hogy ezt nyomtatható útmutatóvá vagy diavetítéssé alakítsam!

3.2.2 Együttműködés: *Csoportos tevékenységekben való részvétel, csapatmunka, mások elismerése és tisztelete*

A sikeres együttműködés attól függ, hogy az emberek támogató módon dolgoznak-e együtt, ahol mindenki hozzájárulását értékelik. Amikor az egyének egyensúlyt teremtenek saját céljaik és mások iránti tiszteletük között, jobban képesek együttműködni, kompromisszumokat találni és kreatív megoldásokat kidolgozni. Csapatmunka nélkül a kizárólag személyes érdekeken alapuló döntések hosszú távon rosszabb eredményekhez vezethetnek mindenki számára. Ma a digitális eszközök megkönnyítik az együttműködést, de világos stratégiákra van szükségünk ahhoz, hogy jól tudjuk őket használni.

Az együttműködés három kulcsfontosságú területet érint:

- A sokszínűség értékelése és a közös érdekében való munkavégzés: Ez azt jelenti, hogy értékeljük a különböző háttérrel, meggyőződéssel és tapasztalatokkal rendelkezőket, miközben összefogunk a közös célok elérése érdekében.
- Tiszteletteljes, bizalomra épülő kapcsolatok kiépítése: ez magában foglalja, hogy mindenkit méltósággal és méltányosan kezelünk, és a konfliktusokat őszinte beszélgetések és megértés révén kezeljük.
- A felelősség megosztása és a csoport erősségeinek kihasználása: ez magában foglalja a feladatok méltányos elosztását, a különböző nézőpontok ösztönzését és a csapatalapú megközelítés alkalmazását a problémák hatékonyabb megoldása érdekében.

A mai összetett világban a hatékony együttműködés a sokszínűség értékelésével és a közös célok elérése érdekében végzett munkával kezdődik. Ez azt jelenti, hogy tiszteletben tartjuk a különböző kultúrákat, hiedelmeket és életpasztalatokat, miközben együtt építünk valami értelmeset, ami a következőképpen valósítható meg:

- 1.A nyitottság, az inkluzivitás és a csapatmunka ösztönzése különböző környezetben az alábbiak révén:
 - A kultúrákon átívelő kommunikáció elsajátítása.
 - A feladatok csapatban történő megoldása, a közös célokra való összpontosítás.
- 2.A méltóság, a méltányosság és a megértés előmozdítása a konfliktusok konstruktív kezelése mellett.
 - A figyelem összpontosítása és mások mondanivalójának megfelelő átfogalmazása.
 - A szükségletek tiszteletteljes kifejezése és empátiával való hallgatás ([CNVC.org](https://cnvc.org)).
 - Valós élethelyzetek gyakorlása a tárgyalási és megértési képesség fejlesztése érdekében.

3. A munka egyenlő megosztásának biztosítása, hozzájárulások és a csoportos gondolkodás ösztönzése.

- Használj olyan platformokat, mint [a Miro](#), [a Trello](#) vagy [a Notion](#) a feladatok és az ütemtervek közös megtervezéséhez.
- Olyan eszközök, mint [a Slack](#) vagy [a Microsoft Teams](#) a világos és folyamatos csapatkommunikációhoz.
- Rendszeres ellenőrzések a csapatmunka javítása és a stratégiák kiigazítása érdekében.
- Mindenki hozzájárul az ötletekhez és a döntésekhez, megerősítve a közös felelősségvállalást.

Ezek az eszközök és gyakorlatok segítik a csapatokat abban, hogy hatékonyabban dolgozzanak, tiszteljék egymást, és fenntartható együttműködést építsenek ki mind személyes, mind digitális környezetben. Kérjétek el a workshop vázlatát vagy ellenőrzőlistáját, ha szeretnétek!

3.3 Személyes vezetői készségek

Az önszabályozás, a rugalmasság, a kommunikáció és az együttműködés, a vállalkozók személyes vezetői képességeinek alapvető pillérei, amelyek lehetővé teszik számukra, hogy megbirkózzanak a vállalkozás felépítésével és fenntartásával járó bizonytalanságokkal és követelményekkel. Az önszabályozás elősegíti a fegyelmet és az érzelmek kontrollálását, segítve a vállalkozókat abban, hogy nyomás alatt is koncentráltak és rugalmasak maradjanak. A rugalmasság lehetővé teszi számukra, hogy gyorsan alkalmazkodjanak a változó piaci feltételekhez és az ügyfelek igényeihez, és szükség esetén stratégiai irányváltásokat hajtsanak végre. A hatékony kommunikáció biztosítja, hogy elképzeléseiket egyértelműen megfogalmazzák az érdekelt felek számára, inspirálva a bizalmat és az összehangoltságot, míg az együttműködés elősegíti az ötletek és erőforrások cseréjét, erősítve a csapatinamikát és előmozdítva az innovációt. Ezek a tulajdonságok együttesen lehetővé teszik a vállalkozók számára, hogy magabiztosan és rugalmasan tudjanak irányítani.

4.1 C1.1. Első esettanulmány: Az SEC "átszervezése"

Az SEC esetében, egy skandináv mérnöki tanácsadó cégnél, amely fúziók és felvásárlások révén gyors növekedésen ment keresztül, jelentős kihívások merültek fel a különböző szervezeti kultúrák és munkamódszerek integrálásában. A vállalat elindított egy „gyorsított kulturális integráció” nevű együttműködési projektet, felismerve, hogy a hagyományos menedzsment eszközök nem elegendők a mélyen gyökerező kulturális szakadékok áthidalásához. Az önismeret, az alkalmazkodóképesség és a reflektív gondolkodás olyan személyes kompetenciák, amelyek elengedhetetlenek voltak a munkavállalók számára a monodiszciplináris és transzdiszciplináris munkamodellek közötti feszültségek kezeléséhez. A valós munkahelyi dilemmákra vonatkozó irányított reflexiók és a „tanulási történetek” létrehozása révén az egyéneket arra ösztönözték, hogy értékeljék döntéshozatali folyamataikat, alkalmazkodjanak az új szerepekhez, és járuljanak hozzá az újonnan alakult szervezeten belüli identitás és cél közös megértéséhez.

A szociális kompetenciák központi szerepet játszottak az integrációs folyamatban. A SEC strukturált folyamatmegbeszéléseken keresztül ösztönözte az együttműködést és a kölcsönös tiszteletet, ahol a felső vezetés és a projektmunkatársak hierarchiakon és osztályokon átívelő nyílt párbeszédet folytattak. Ezek a tapasztalatcserék aktív hallgatásra, konfliktusmegoldásra és interkulturális kommunikációra nyújtottak lehetőséget – ezek a készségek elengedhetetlenek a kollektív tanuláshoz és a csapat kohéziójához. Ez a részvételi megközelítés segítette kialakítani a tartozás érzését és a kollektív cselekvőképességet, megteremtve ezzel az alapot egy koherensebb szervezeti kultúrához.

A bosznia-hercegovinai Tuzlában működő Green Action szociális vállalkozás két sürgető helyi probléma, a fiatalok munkanélkülisége és a hatástalan hulladékgazdálkodás megoldására jött létre. Fiatal szakemberekből és aktivistákból álló szervezet célja az volt, hogy munkahelyeket teremtsen a marginalizált csoportok, különösen a roma fiatalok számára, miközben újrahasznosítási kezdeményezésekkel elősegíti a környezeti fenntarthatóságot. A kezdeti kihívások között szerepelt a különböző etnikumú csapat tagjai közötti kulturális feszültség, a működési tapasztalat hiánya, valamint a nonprofit üzleti modell iránt szkeptikus helyi hatóságok ellenállása. Ezek az akadályok veszélyeztették a vállalkozás stabilitását és növekedését.

A fordulópont akkor következett be, amikor a Green Action befektetett csapata személyes és társadalmi kompetenciáinak fejlesztésébe. Strukturált reflexiói üléseken a tagok önszabályozási képességet és rugalmasságot fejlesztettek ki a stressz és a kudarcok kezelésére. Az alkalmazkodóképességet a közösség visszajelzései alapján megváltoztatott szolgáltatási modellek elősegítették. A társadalmi kompetenciákat, köztük az empátiát és az interkulturális kommunikációt, a kulturális szakadékok áthidalásában segítő „történetkörök” erősítették. A közös vezetési megközelítés alkalmazása lehetővé tette a közös döntéshozatalt és erősítette a csapat kohézióját. Ezek a kompetenciák nemcsak segítettek a csapatot a komplex társadalmi dinamikák és etikai dilemmák kezelésében, hanem megteremtették az alapot a hosszú távú partnerségekhez, a munkahelyteremtéshez és a nyugat-balkáni térségben elnyert jó hírnévhez is.

4.3 Első jó gyakorlat: a közösség bizalmának építése empátia és interkulturális kommunikáció révén

Egy észak-macedóniai, nők által vezetett szociális vállalkozás (vidéki nők támogatása kis, fenntartható vállalkozások létrehozása kapcsán) célul tűzte ki a vidéki nők felhatalmazását a hagyományos élelmiszer-előállítás és -értékesítés révén. Az alapítók azonban ellenállásba ütköztek a helyi családok részéről, mivel a kulturális normák nem ösztönzik a nők házon kívüli munkavállalását. A vállalkozó aktív hallgatással és empátiával közvetlenül kapcsolatba lépett a közösség idősebb tagjaival és a családokkal. Ahelyett, hogy üzleti tervet kényszerített volna rájuk, történetmesélő esteket szervezett, ahol a nők megosztották személyes tapasztalataikat és reményeiket gyermekeik jövőjével kapcsolatban. Ez érzelmi kötődést és kulturális tiszteletet teremtett.

Hat hónapon belül a részvétel megháromszorozódott, és a vállalkozás egy regionális specialitásokat exportáló szövetkezetté nőtte ki magát. Ez a siker a vállalkozó szociális kompetenciáján alapult – megértette és értékelte a közösség dinamikáját, miközben érzékenyen irányította a vállalkozást.

4.4 Második jó gyakorlat: Bizonytalanság kezelése önszabályozással és rugalmassággal

A szerbiai fiatalok által vezetett öko-divat start-up, az , amely textilhulladékok újrahasznosítására összpontosított, elvesztette fő beszállítóját és finanszírozási hiányba került első évében. Ahelyett, hogy pánikba esett volna vagy bezárta volna a vállalkozást, az alapító önszabályozásra és alkalmazkodóképességre támaszkodott, és „72 órás újraindítás” stratégiát indított: a csapat rövid időre felfüggesztette a működést, hogy elemezze a helyzetet, felmérje a reális lehetőségeket és nyugodtan megvitassa az alternatívákat. A vállalkozó mentorokhoz is fordult visszajelzésért és erkölcsi támogatásért.

Egy közeli, menekültekből álló varrószövetkezettel együttműködve új ellátási láncot fedeztek fel. Az ideiglenes válság növekedési lehetőséget jelentett, amely jobban illeszkedett a vállalkozás küldetéséhez. Az alapító személyes kompetenciája – az érzelmi kiegyensúlyozottság és a rugalmasság – a kudarcot innovációvá alakította és megerősítette a hosszú távú rugalmasságot és az inkluzív irányítást.



Interaktív gyakorlatok

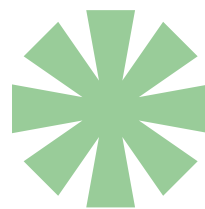
Önszabályozás

- Írd le, mikor szembesültél kihívással a héten. Hogyan reagáltál, és ezen hogyan javíthatsz legközelebb?

Rugalmasság

- Szituációs játék – Mutass be egy valós helyzetet (pl. lemondott rendezvény, technikai hiba). A csapatoknak ki kell dolgozniuk egy tartalék tervet, és meg kell magyaráznia, miért működne az.
- Életátmeneti térkép – Az egyének vizuális idővonalat készítenek egy személyes vagy szakmai átmenetről (pl. városváltás, iskolaváltás). Meghatározzák az érzelmeket, a kihívásokat és a használt stratégiákat.

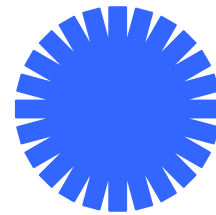
Kommunikáció



- Gyakorold, hogy 30 másodperc alatt bemutass egy projektet, ötletet vagy magadat különböző közönség számára (pl. egy barátnak vagy egy hivatalos bizottságnak). Párbeszédés visszajelzés: Mi működött jól? Mi lehetne egyértelműbb?

- Az egyének hoznak egy rövid történetet vagy mondatot a kulturális hátterükből, és elmagyarázzák annak jelentését, gyakorolva az interkulturális kommunikációt.
- 3 fős csoportokban: egy beszél, egy csendben hallgat, egy pedig figyel. A szerepek felváltva változnak, és a megfigyelők visszajelzést adnak a hallgatási viselkedésről (szemkontaktus, átfogalmazás, testbeszéd). Mit tanultatok a személyes kommunikációs szokásokról?

Együttműködés



- A csapatoknak egy szerkezetet kell építeniük (pl. LEGO-ból vagy papírból), de a feladatot beszélgetés nélkül kell elvégezniük – így fejlesztve a nonverbális koordinációt és a bizalmat. Hogyan éreztetted magad? Milyen stratégiák alakultak ki szavak nélkül?
- A csapatfeladat megkezdése előtt az egyének közösen kidolgoznak egy „csapat rangsort”, amelyben meghatározzák az elfogadott viselkedési normákat, értékeket és a konfliktusok kezelésének módjait. A csoportfeladat befejezése után a csapat nemcsak az eredményre reflektál, hanem arra is, hogy hogyan működtek együtt. Hogyan kezelték a konfliktusokat, és milyen viselkedésmódok segítették a sikert?





Önértékelési gyakorlat

Utasítások:

Értékelj magad az alábbi skála segítségével minden állításra vonatkozóan:

1 = Ritkán

Gyakran reagálok impulzív módon, és nehezen tudom kezelni az érzelmeimet konfliktushelyzetekben. Elfordulhatok, vagy fokozhatom a feszültséget.

2 = Néha

Megpróbálok nyugodt maradni, de ez láthatóan hatással van rám. Néha támogatásra van szükségem a konfliktus konstruktív megoldásához.

3 = Gyakran

Általában nyugodt maradok, és megpróbálok megérteni mások véleményét. Aktívan törekszem a megoldásra és az önkontrollra.

4 = Mindig

Folyamatosan nyugodt maradok, önismereti technikákat alkalmazok, és tiszteletteljesen és konstruktívan segítek a konfliktusok enyhítésében.

A gyakorlat befejezése után gondolkozz el azon, hogy mely területeken kaptál alacsonyabb pontszámot, és fontold meg, hogyan erősítheted ezeket a kompetenciákat a társadalmi és szolidaritási kezdeményezések keretében.

Önszabályozás: Az érzelmek, gondolatok és viselkedés tudatosítása és kezelése

- Jól kezelem az érzelmi reakcióimat, amikor csapatmunkában nézeteltérésekkel szembesülök.
- A társadalmi vagy közösségi projektek küldetésével és értékeivel összhangban személyes célokat tűzök ki magam elé.
- Koncentrált és motivált maradok, még akkor is, ha a feladatok ismétlődőek vagy az eredmények bizonytalanok.

- Elmélkedek a gondolataimon és reakcióimon, hogy javítsam a jövőbeli döntéseimet és cselekedeteimet.
- Aktívan kezelem a stresszt, hogy csoportmunkában konstruktív és megoldásorientált maradjak.

Rugalmasság: Átmenetek, bizonytalanságok és kihívások kezelése

- Jól alkalmazkodom a projekt hatókörének, a csapat szerepeinek vagy a közösség igényeinek változásaihoz.
- Nyitott vagyok arra, hogy új bizonyítékok vagy az érdekelt felek véleménye alapján újragondoljam a megközelítésemet.
- Kezdeményező vagyok és produktív maradok még bizonytalan vagy változó helyzetekben is.
- Konstruktívan reagálok a társadalmi vagy gazdasági kezdeményezések során felmerülő váratlan kihívásokra.
- A változást innováció és tanulás lehetőségének tekintem.

Kommunikáció: A kontextusnak megfelelő kommunikációs stratégiák és eszközök használata

- A hallgatóságomhoz (pl. önkéntesek, finanszírozók, kedvezményezettek) igazítom a nyelvhasználatomat és a kommunikációs stílusomat.
- Aktívan hallgatok és igyekszem megérteni a különböző nézőpontokat, mielőtt válaszolnék.
- Egyértelműen és tiszteletteljesen kommunikálok mind személyes, mind digitális környezetben.
- Megfelelő digitális eszközöket használok a projektben érintett felek bevonására és tájékoztatására.
- Tisztában vagyok a kulturális és generációs különbségekkel, amikor másokkal kommunikálok.

Együttműködés: Csoportos tevékenységekben és csapatmunkában való részvétel, mások elismerése és tisztelete

- Aktívan hozzájárulok a közös célok eléréséhez, miközben tiszteletben tartom mások szerepét és hozzájárulását.
- Segítek a konszenzus kialakításában és a nézeteltérések konstruktív megoldásában a csoporton belül.
- Értékelem a különböző háttérrel és tapasztalatokkal rendelkezőket, mint az együttműködési projektek értékes tagjait.
- Felelősséget vállalok a feladataimért, és betartom a csoport felé vállalt kötelezettségeket.
- Bátorítok másokat, hogy vegyenek részt és érezzék magukat bevonva az együttműködési erőfeszítésekbe.

**Össz. pontszám
kompetencia
területenként:**

Önszabályozás: ___ / 20

Rugalmasság: ___ / 20

Kommunikáció: ___ / 20

Együttműködés: ___ / 20

Reflexió:

- Melyik kompetencia területen érzem magam a legerősebbnek? Miért?
- Melyik területen szeretnék tovább fejlődni?
- Milyen lépéseket tehetek személyes és szociális kompetenciám fejlesztése érdekében az SSE kontextusában?
- Hogyan támogathatom másokat kompetenciáik erősítésében az együttműködési projekteken?



További források és ajánlott irodalom

Beszámolók:

- UNESCO – Tanulás: A bennünk rejlő kincs (Delors-jelentés, 1996)

Hangsúlyozza az oktatáson keresztül megvalósuló holisztikus emberi fejlődést.

[UNESCO archívum](#)

- OECD Learning Compass 2030

Meghatározza az alapvető személyes és társadalmi kompetenciákat, beleértve az alkalmazkodóképességet, a felelősségvállalást és az együttműködést.

[OECD Learning Compass](#)

Könyvek:

- **Daniel Goleman** – *Social Intelligence (2006)*; A társadalmi kompetencia tudományos megközelítésű megértését támogatja.
- **Jennifer Garvey Berger** – *Egyszerű szokások komplex időkben (2016)*; Gyakorlati stratégiák az alkalmazkodóképesség, a reflexió és a változó környezetben való fejlődés érdekében.
- **Catherine Nixey** – *Az élet iskolája: érzelmi nevelés*; Eszközöket és betekintést nyújt az érzelmi intelligencia, az önismeret és a célok kidolgozása terén.

Eszköztárak:

- **SALTO Youth** – Kompetenciamodell nemzetközi szinten dolgozó ifjúsági munkások számára;

Gyakorlati modell, amely felvázolja a legfontosabb kompetenciákat, beleértve a személyes és társadalmi dimenziókat.

[SALTO eszközkészlet](#)

- **Ashoka Changemaker** *tanterv*; Az empátia, a csapatmunka, a vezetői képességek és a problémamegoldás előmozdítása a társadalmi innováció alapjaként.

Ashoka keretrendszer

- **The School of Life YouTube-csatorna**; Érzelmi érettség, önismeret, kommunikáció és karakterfejlesztés.

School of Life

2. MODUL: VÁLLALKOZÓI KOMPETENCIÁK



Rövid összefoglaló

A vállalkozói kompetenciák elengedhetetlenek ahhoz, hogy az egyének és a közösségek képesek legyenek kihasználni azokat a lehetőségeket és ötleteket, amelyek társadalmi, környezeti és gazdasági értéket teremtenek. **A társadalmi és szolidáris gazdaság (SSE)** keretében ezek a kompetenciák nem csak a vállalkozások indításáról szólnak, hanem a változások előmozdításáról, az együttműködés elősegítéséről és a közösségek valós kihívásaira vonatkozó inkluzív, fenntartható megoldások kidolgozásáról is.

Ennek a modulnak célja, hogy fejlessze azokat az alapvető ismereteket, attitűdöket és készségeket, amelyekre a felnőtt tanulóknak szükségük van ahhoz, hogy vállalkozói tevékenységük révén aktív közreműködőkké váljanak közösségeikben. Az **EntreComp keretrendszerből** merít ihletet, és azt az SSE **kollektív, etikai és részvételi értékeihez** igazítja.

A CREASSE projekt tágabb céljaival összhangban, amely a kiszolgáltatott csoportokkal dolgozó felnőttoktatók és moderátorok kapacitásának fejlesztését tűzi ki célul, ez a modul olyan inkluzív tanulási környezetek létrehozását támogatja, ahol az emberek önbizalmat szerezhetnek, együttműködési modelleket fedezhetnek fel és értelmes, társadalmi célú kezdeményezéseket hozhatnak létre.

A modul közösségi környezetben, nem kormányzati szervezeteknél, szociális vállalkozásoknál és képzési központokban dolgozó **tanulók** számára készült. Tanulási eredményeket, gyakorlati tevékenységeket, valós példákat és értékelési eszközöket tartalmaz, amelyek támogatják a tapasztalati, nem formális tanulási folyamatokat.



A modul céljai:

2.1 Fő cél

A leendő szociális vállalkozók felkészítése a szociális és szolidáris gazdaságban (SSE) fenntartható és hatékony vállalkozások működtetéséhez szükséges kulcsfontosságú vállalkozói kompetenciákra, amelyek magukban foglalják a kezdeményezőkészséget, a projekttervezést, a kockázatkezelést, az együttműködést és az erőforrások mobilizálását.

2.2 További célok:

- Megérteni, hogyan alkalmazhatóak a vállalkozói kompetenciák az SSE és a társadalmi innováció kontextusában.
- Megtanulni olyan vállalkozói kezdeményezések tervezését, végrehajtását és irányítását, amelyek társadalmi és gazdasági értéket teremtenek.
- A bizonytalansághoz való alkalmazkodás, a kockázatok kezelése és a kudarcokból való felépülés képességének erősítése.
- A csapatmunka, a konfliktuskezelés és a vezetői készségek fejlesztése az inkluzív vállalkozói szellem érdekében.
- Gyakorlati ismeretek elsajátítása a fenntartható vállalkozások finanszírozásáról, költségvetéséről és értékmodellezéséről.

2.3 Tanulási eredmények:

- Alapvető cselekvési terv kidolgozása egy szociális vállalkozási projekt számára.
- Hatékony megszervezése a feladatoknak és erőforrásoknak a projektek elindításához, tervezéséhez és irányításához.
- Magyarázd el, hogyan járulnak hozzá a szociális vállalkozások az SDG-k eléréséhez, és tervezz ezekhez igazodó projektet.
- Mutasd be vezetői képességeidet, és határozd meg a sokszínű összetettséggel rendelkező csapatok felépítésére és motiválására szolgáló stratégiákat.
- Mérhető mutatók kidolgozása a társadalmi hatások értékeléséhez, valamint esettanulmányok elemzése a legfontosabb tanulságok azonosítása érdekében.



A vállalkozói kompetenciák olyan ismeretek, készségek és attitűdök összessége, amelyek lehetővé teszik az egyének számára, hogy felismerjék és kihasználják a mások számára értéket teremtő lehetőségeket. A szociális és szolidáris gazdaságban (SSE) ezek a kompetenciák segítik a vállalkozókat abban, hogy a társadalmi hatást a fenntarthatósággal és az innovációval összhangba hozzák.

Ez a modul az Európai Bizottság által kidolgozott **EntreComp (vállalkozói kompetencia) keretrendszeren** alapul, és a kollektív vállalkozói szellem és a társadalmi innováció értékeit tükrözi.

A kompetenciák három egymással összefüggő területre vannak csoportosítva: **cselekvés, erőforrások**, valamint **ötletek és lehetőségek**. Mindegyik csoport tartalmazza azokat a lényeges tulajdonságokat és képességeket, amelyek szükségesek a valós közösségi környezetben értelmes és fenntartható kezdeményezések tervezéséhez, adaptálásához, együttműködéshez és megvalósításához.

3.1 Cselekvés:

- **Kezdeményezés:** A rutin feladatokon túlmutató, lehetőségeket kihasználó cselekvőképesség. Az ezzel a képességgel rendelkező vállalkozók proaktív módon azonosítják a problémákat és kidolgozzák a megoldásokat, még akkor is cselekszenek, ha az erőforrások vagy az utasítások korlátozottak. Az olyan eszközök, mint a Vállalkozói motivációs vászon és a Lean Startup elvek, ösztönzik a gyors, kísérleti cselekvést és a reflektív tanulást.

- **Tervezés és menedzsment:** A feladatok hatékony szervezése és prioritásainak meghatározása. Ez magában foglalja a célok meghatározását, az erőforrások elosztását és a nyomon követést. A vállalkozók Gantt-diagramokat, SMART-célokat és projekttervezési sablonokat használnak az eredmények felé vezető előrehaladás biztosítására.
- **A bizonytalanság, a kétértelműség és a kockázat kezelése:** Alapvető kompetencia a társadalmi vállalkozások kontextusában. A vállalkozóknak meg kell tanulniuk tolerálni a kétértelműséget, hiányos információk alapján döntéseket hozni és kezelni a kockázatokat. A forgatókönyv-tervezés, a kockázati mátrixok és a reflexiót elősegítő eszközök segítik ennek a képességnek a fejlesztését.
- **Együttműködés másokkal és konfliktuskezelés:** Ez magában foglalja a csapatépítést, az aktív hallgatást és a konfliktusok megoldását. A technikák között szerepel a szerepjáték, a társak visszajelzései és a konszenzusépítő keretrendszerek, mint például a „csapatok törvénykönyve” eszköz.
- **Tanulás a tapasztalatokból:** A reflexió és a visszajelzés kulcsfontosságú a vállalkozói növekedéshez. A vállalkozók a kudarcok dokumentálásával, a stratégiák adaptálásával és a felülvizsgálati üléseken való részvétellel fejlődnek. Az eszközök közé tartoznak a tanulási naplók és a posztmortem elemzési sablonok.
- **Önismeret és hatékonyság:** A saját erősségek, gyengeségek és hatások megértése. Az önhatékonyság erősíti a magabiztosságot és a kitartást. A módszerek közé tartoznak a napi megerősítések, a társak által nyújtott coaching alkalmak és a 360 fokos visszajelzési rendszerek.

3.2 Források

- **Motiváció és kitartás:** Felfedezheti a belső motivációt, kitűzhet nagyratörő célokat, és használhatja a rugalmasságot fejlesztő eszközöket, mint például a naplózás és a visszacsatolási ciklusok.
- **Erőforrások mozgósítása és finanszírozáshoz való hozzáférés:** Térképezd fel és aknázd ki a humán, pénzügyi és fizikai erőforrásokat. A tevékenységek között szerepelnek pályázat írási szimulációk és közösségi finanszírozások tervezése.
- **Pénzügyi és gazdasági ismeretek:** A költségvetés, a költségelőrejelzés, az árstratégiák és a fenntarthatósági mutatók témakörét fedi le. Használj mérlegsablonokat és cash flow modelleket.
- **A csapat tagjainak, az érdekelt feleknek és a közösség szereplőinek ösztönzése és inspirálása a közös célok elérése érdekében:** Fókuszálj mások befolyásolására és inspirálására. Vegyél részt szerepjátékokban, az érdekelt felek feltérképezésében és a kommunikációs stratégia kidolgozásában.

3.3 Ötletek és lehetőségek:

- **Lehetőségek felismerése:** Elemezd a közösség igényeit, hiányosságait és a kialakuló trendeket. Az eszközök között szerepel az empátia térképezése és a környezet vizsgálata.
- **Kreativitás:** Gyakorold a brainstormingot, a gondolattérkép-készítést és a laterális gondolkodás technikáit az ötletek kidolgozásához és a problémamegoldáshoz.

- **Vízió:** Határozd meg a személyes és a vállalati víziókat. A gyakorlatok közé tartozik a jövőbe tekintő tervezés és a változáselmélet feltérképezése.
- **Ötletek értékelése:** Alkalmazz kritériumokat a megvalósíthatóság, a megfelelő jelleg és a hatások értékelésére. Alkalmazz pitch deck fejlesztés és társértékelési gyakorlatokat.
- **Üzleti modell vázlat:** Készíts egy teljes társadalmi üzleti modell vázlatot, beleértve a társadalmi értékajánlatot, az ügyfélszegmenseket és a csatornákat.
- **Etikus és fenntartható gondolkodás:** Ez a kompetencia integrálja a környezeti és társadalmi etikát a döntéshozatalba. Etikai dilemmákat elemzünk és feltérképezzük az SDG-kkel való összhangot.



Esettanulmányok és jó gyakorlatok

Ez a szakasz valós példákat mutat be szociális vállalkozásokra és inkluzív kezdeményezésekre, amelyek bemutatják a vállalkozói kompetenciák alkalmazását a gyakorlatban. Ezek az esettanulmányok kiemelik a különböző stratégiákat és innovációkat Európa-szerte, beleértve Ciprust, Olaszországot, Albániát, Spanyolországot és Magyarországot.

Minden példa bemutatja, hogyan alakítják a vállalkozók az ötleteket hatékony cselekvésekbe, mozgósítják az erőforrásokat, alkalmazkodnak a bizonytalansághoz, és előmozdítják az etikus és fenntartható fejlődést.

Ezek a modellek nemcsak inspirációs forrásként szolgálnak, hanem gyakorlati tervként is azoknak a tanulóknak és oktatóknak, akik saját környezetükben társadalmi tudatosságú vállalkozásokat kívánnak fejleszteni és megvalósítani.

4.1 Első esettanulmány: Anakyklos – Ciprus

Bemutatott kompetenciák: bizonytalanság kezelése, tervezés és menedzsment, etikus és fenntartható gondolkodás.

Az *Anakyklos* egy ciprusi nonprofit szervezet, amely Ciprus különböző közösségeiben működik az újrahasznosítás, az újrafeldolgozás és a környezeti nevelés előmozdítása érdekében. Fő kezdeményezéseik közé tartozik egy használt ruhák és bútorok adományozásának hálózata, egy „javítás és újrahasznosítás” szolgáltatás, valamint iskolai fenntarthatósági oktatási programok. A szervezet decentralizált, önkénteseken alapuló struktúrát épített ki, amely széles körű polgári részvételt tesz lehetővé. Az *Anakyklos* rendszeresen együttműködik önkormányzatokkal és iskolákkal a viselkedésváltozás elősegítése érdekében. A finanszírozási hiányok és a korlátozott közinfrastruktúra kezelésében elért sikereik erős alkalmazkodóképességről és erőforrás-mobilizációs képességekről tanúskodnak, valamint az SDG-kkel összhangban lévő hosszú távú etikai vízióról.

További információ: <https://anakyklos.com/>

4.2 Második esettanulmány: RAIS Fundación (ma Hogar Sí) – Spanyolország

Bemutatott kompetenciák: vízió, mások mozgósítása, önismeret és önhatékonyság.

A *Hogar Sí* (korábban RAIS Fundación) egy vezető spanyol szervezet, amely a „Housing First” modellel a krónikus hajléktalanság felszámolásán dolgozik. Megközelítésük elsőbbséget nyújt a lakhatáshoz való azonnali hozzáférésnek, előzetes követelmények nélkül, majd mindenki számára személyre szabott támogató szolgáltatásokat építenek ki. Ez a modell elősegíti a társadalmi reintegrációt és a hosszú távú stabilitást. A szervezet stratégiai partnerségeket is kialakít a helyi hatóságokkal, ingatlanügynökségekkel és szociális munkásokkal. A *Hogar Sí* átlátható értékelési mutatói, a hatást jelző mutatók használata és az érdekképviselői munkája miatt a szervezet az inkluzív, jogokon alapuló vállalkozói szellem európai referencia modelljévé vált.

További információ: <https://hogarsi.org/>



4.3 Harmadik esettanulmány: Made in Carcere – Olaszország

Bemutatott kompetenciák: kreativitás, másokkal való együttműködés, etikus és fenntartható gondolkodás.

A *Made in Carcere* egy dél-olaszországi szociális szövetkezet, amely bebörtönzött és korábban raboskodott nőknek nyújt képzést textilújrahasznosítás és upcycled divatgyártás területén. A nők ipari textilhulladékok felhasználásával táskákat, kiegészítőket és lakberendezési tárgyakat készítenek, így mind az anyagoknak, mind az embereknek „második esélyt” adnak. A vállalkozás életvezetési készségeket tanít, a munkán keresztül elősegíti a méltóság megőrzését, és célorientált közösséget hoz létre a marginalizált népesség körében. A szövetkezet termékeit országosan és nemzetközi szinten is forgalmazza, és bevételeit oktatási és reintegrációs programokba fekteti vissza. Megközelítése ötvözi a kreativitást, a társadalmi befogadást, a fenntarthatóságot és a kitartást, kiemelve az SSE átalakító erejét.

További információ: <https://www.madeincarcere.it/>

4.4 Negyedik esettanulmány: Yunus Social Business Balkans – Albánia

Bemutatott kompetenciák: Lehetőségek felismerése, tervezés és menedzsment.

A *Yunus Social Business (YSB) Balkans* mentorálással, induló finanszírozással és ökoszisztéma-fejlesztéssel támogatja a hatástorientált vállalkozások növekedését. Kiemelkedő példa erre a Gjiofarma, egy tejipari szövetkezet, amely a nehézségekkel küzdő termelőből modern, regionálisan elismert szociális vállalkozássá vált. Az YSB támogatásával minőség-ellenőrzési rendszereket vezettek be, javították a márkáépítést és tisztességes kereskedelmi politikát valósítottak meg a helyi gazdákkal. Az YSB Balkans programjai között szerepelnek szociális vállalkozói bootcampok, politikai érdekképviselés és ökoszisztéma-feltérképezés Albániában, amelyek bemutatják, hogy a vállalkozói kompetenciák, különösen a stratégiai tervezés és az érdekelt felek mobilizálása hogyan mozdíthatja elő az inkluzív vidékfejlesztést.

További információ: <https://www.yunussb.com/>

4.5 Ötödik esettanulmány: Szimpla Farmers' Market – Magyarország

Bemutatott kompetenciák: kezdeményezőkézség, tapasztalatokból való tanulás, mások mobilizálása.

A *Szimpla Farmers' Market*, amelyet hetente rendeznek a budapesti ikonikus Szimpla Kert kulturális központban, élénk és támogató környezetben hozza össze a kis termelőket és a városi fogyasztókat. Minden vasárnap a helyi gazdák és kézművesek friss, fenntartható árukat árulnak, míg zenészek és nonprofit szervezetek szórakoztatják a közönséget. A bevételt közösségi projektekbe és élelmiszer-szolidaritási kezdeményezésekbe fektetik vissza. A piac ösztönzi a felelős fogyasztást, támogatja a mikrovállalkozásokat, és másolható modellt kínál a közösség által működtetett körforgásos gazdaságok számára. Sikerét a helyi kezdeményezések, a részvételi kormányzás és a visszajelzések alapján történő folyamatos tanulás biztosítja.

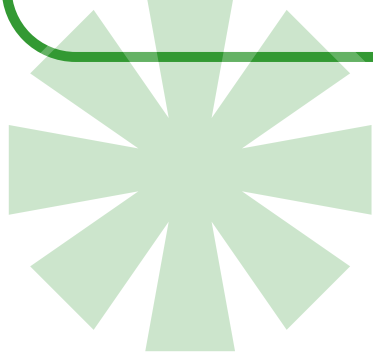
További információ: <https://farmwell-h2020.eu/SID%20Projects/szimpla-farmerss-market/>

4.6 Hatodik esettanulmány: Too Good to Go – Európa-szerte

Bemutatott kompetenciák: Lehetőségek felismerése, tervezés és menedzsment, etikus és fenntartható gondolkodás.

A *Too Good To Go* egy Dániában alapított mobilalkalmazás, amely több mint 15 európai országban, többek között Spanyolországban és Olaszországban is aktív. Összeköti a fogyasztókat az éttermek, pékségek és szupermarketek felesleges élelmiszereivel, amelyeket kedvezményes áron kínál, így közvetlenül küzdve az élelmiszer-pazarlás ellen. A platform bemutatja a digitális innováció erejét a nagyszabású fenntarthatósági kihívások kezelésében. Ötvözi a vállalkozói kezdeményezést az etikus fogyasztással, viselkedési ösztönzőket alkalmaz, és egyre növekvő „Waste Warriors” hálózatot von be. A Too Good To Go freemium üzleti modellje és közösségi kampányai kiemelik az egyszerűség, a vízió és a méretezhetőség értékét a társadalmi vállalkozói tevékenységben.

További információ: <https://toogoodtogo.org/>



1. feladat: Dolgozz ki saját "Lean" üzleti tervet!

Cél: Ez a tevékenység lehetővé teszi a tanulók számára, hogy társadalmi innovációs ötleteiket strukturált, könnyen követhető üzleti tervvé alakítsák a Lean Canvas módszer segítségével. Különösen hasznos azoknak a leendő SSE-vállalkozóknak, akik világosan szeretnék vizualizálni a megoldani kívánt társadalmi problémát, az általuk teremtett értéket és kezdeményezésük fenntarthatóságát. Ezzel a gyakorlattal a tanulók megtanulják megfogalmazni egy üzleti ötlet kulcsfontosságú elemeit, mint például a kedvezményezettek, a megoldások, az erőforrások és a kívánt hatás. A tevékenység elősegíti a stratégiai gondolkodást, a tervezést és a társadalmi értékteremtés holisztikus megközelítését.

Utasítások:

1. A tanulók kiválasztanak egy társadalmi vagy környezeti kihívást, amely iránt érdeklődnek.
2. A Lean Canvas sablon segítségével meghatározzák a következőket:
 - Milyen **társadalmi vagy közösségi problémával** foglalkozol?
 - Kik a **célcsoportod vagy a felhasználóid**?
 - Mi a Te **egyedi értékajánlatod**?
 - Mi a **megoldásod** (termék, szolgáltatás vagy intézkedés)?
 - Mely **csatornákon** keresztül éred el a közönséged?
 - Melyek a **bevételei forrásaid** (hogyan fogod fenntartani a kezdeményezést)?

- Melyek a **legfontosabb költségek**?
 - Melyek a **hatékonysági mutatói vagy a sikerességi mutatói**?
 - Mi a **hosszú távú társadalmi hatása**?
 - A moderátorok ösztönzik a társak visszajelzéseit és az iterációt:
3. A tanulók kis csoportokban vagy az egész osztály előtt bemutatják a vázlatukat. Ösztönözd a konstruktív visszajelzéseket egyszerű reflexiós kérdésekkel:
- A probléma világosan megfogalmazott?
 - Az ötlet megvalósítható és társadalmi hatással bír?
 - A célcsoport és az értékajánlat összhangban vannak-e egymással?

Eszközök: Lean Canvas sablon (papír vagy

Miro/Canva/Strategyzer verziók)

Elvárt kompetenciák: Tervezés és menedzsment, vízió, lehetőségek felismerése, pénzügyi ismeretek.

2. feladat: Szenárió-kihívás – Mutasd be SSE-ötletedet 3 perc alatt!

Cél: Ez a tevékenység segít a tanulóknak önbizalmat és lényegretörő nézetet kialakítani szociális vállalkozási ötleteik bemutatásában. Az ötletek bemutatása alapvető vállalkozói készség, különösen az SSE területén, ahol a szenvedélyt, a célt és a társadalmi értéket meggyőzően kell kommunikálni. A tanulók gyakorolják kezdeményezésük alapvető elemeinek összefoglalását, a valós életbeli kihívásokra való reagálást és üzenetük különböző közönségekhez való igazítását. Ez a tevékenység támogatja a kommunikációt, az alkalmazkodóképességet, a csapatmunkát és a stratégiai gondolkodás fejlesztését.

Utasítások:

1. A tanulók elkészítik a korábbi tevékenység során kidolgozott üzleti ötletük rövid bemutatását. Mutasd be a „3 perces elevator pitch” fogalmát, amely egy rövid, meggyőző beszéd, melynek célja a projekt iránti érdeklődés felkeltése. A szociális vállalkozások területén a hangsúlyt a társadalmi küldetésre, a célközösségre és a kollektív hatásra kell helyezni.
2. Minden prezentációnak ki kell térnie a következőkre: a probléma, a megoldás, a célcsoport, a hatás és a szükséges támogatás. Minden csapat egy egyszerű szerkezetű prezentációt készít:
 - Milyen problémát oldunk meg?
 - Mi a megoldásunk?
 - Kinek hasznos?
 - Mi a küldetésünk és a várható hatás?
 - Milyen támogatásra vagy intézkedésre van szükségünk?

Oszd ki a **prezentáció előkészítéséhez szükséges munkalapot** ezzel a vázlattal, és ösztönözd a csapatokat, hogy osszák fel a szerepeket (pl. előadó, időmérő, jegyzetelő).

4. A csapatok bemutatják prezentációjukat társaik előtt, szimulálva egy valódi befektetői vagy közösségi finanszírozási helyzetet:

A tanulók csapatokban készítik elő a prezentációjukat a munkalap és a rendelkezésre álló eszközök (papír, diák, flipchart stb.) segítségével. Ösztönözd a kreativitást, de tartsd szem előtt a lényegretörő prezentációt és az időkorlátot (maximum 3 perc).

5. Adj hozzá egy forgatókönyv-kihívást, hogy **izgalmasabbá tedd a feladatot**, például **úgy, hogy minden csapatnak adsz egy forgatókönyv-kártyát**, például:

- Egy önkormányzati tisztviselő előtt tartanak prezentációt – hangsúlyozzák a közösségre gyakorolt hatást.
- Időkorlátok miatt 1 percre kell rövidítenie a prezentációját..

- A legfontosabb partnere éppen kilépett – hogyan alkalmazkodik ehhez?

Ez fejleszti a rugalmasságot és az improvizációs képességeket.

6. A társak strukturált visszajelzést adnak egy ponttáblázat vagy ellenőrzőlista segítségével (pl. egyértelműség, megvalósíthatóság, hatás):

Alkalmazd a társak vagy mentorok visszajelzéseinek űrlapjait a következő kérdésekkel:

- A probléma és a megoldás egyértelműen lett elmagyarázva?
- Hatékonyan kommunikálták a társadalmi értéket?
- A prezentáció vonzó és magabiztos volt?

Kérje meg a résztvevőket, hogy gondolkodjanak el az alábbiakon:

- Mi tette ezt kihívássá?
- Hogyan éreztétek magatokat nyomás alatt?
- Milyen készségeket alkalmaztatok vagy fejlesztettetek?

Eszközök: Időzítő, prezentációs ellenőrzőlista, opcionális videofelvétel visszajelzéshez.

Várható kompetenciák: Kezdeményezőkézség, önhatékonyság, kommunikáció, etikus és fenntartható gondolkodás.

3. feladat: Kockázati térkép és vészhelyzeti terv készítése.

Cél: Ez a tevékenység célja, hogy segítse a tanulókat előre látni azokat a potenciális kockázatokat – pénzügyi, működési, társadalmi vagy környezeti –, amelyek hatással lehetnek SSE-kezdeményezésükre, és proaktív stratégiákat dolgozzanak ki azok kezelésére. A kockázatkezelés alapvető vállalkozói kompetencia, és különösen fontos a szociális és szolidáris gazdaságban (SSE), ahol a kezdeményezések gyakran korlátozott erőforrásokra támaszkodnak és dinamikus társadalmi környezetben működnek.

A kockázatok vizuális feltérképezésével és egyszerű vészhelyzeti tervek kidolgozásával a tanulók fejlesztik tervezési, döntéshozatali, rugalmassági és fenntarthatósági készségeiket. Utasítások:

1. A tanulók ötleteket gyűjtenek a lehetséges belső és külső kockázatokról:

Megvitatják az alábbi kategóriákat:

- **Pénzügyi kockázatok** (pl. finanszírozás elvesztése, instabil bevételek)
- **Működési kockázatok** (pl. késések, személyzet fluktuáció)
- **Társadalmi kockázatok** (pl. a közösség támogatásának hiánya, az érdekelt felek igényeinek figyelmen kívül hagyása)
- **Környezeti kockázatok** (pl. természeti katasztrófák, szabályozási változások)

Hangsúlyozd, hogy a **kockázat nem mindig negatív** – ha korán felismerik, akkor megfontoltabb tervezéshez vezethet.

2. A csapatok kockázati mátrix (valószínűség vs. hatás) segítségével osztályozzák a kockázatokat.

3. A magas prioritású kockázatokra vészhelyzeti terveket (B terv, válságkommunikációs stratégia) dolgoznak ki.

A kockázatok feltérképezése után a tanulók kiválasztják a 2–3 **legfontosabb kockázatot**, és mindegyikhez egy mini kockázatkezelési tervet készítenek a következő kérdések alapján:

- Hogyan csökkenthetjük ennek bekövetkezésének esélyét?
- Mit tehetünk, ha bekövetkezik?
- Ki felelős ennek a kockázatnak a figyelemmel kíséréséért?

4. Minden csoport bemutatja a legfontosabb kockázatait és cselekvési terveit. Ösztönözd társaid kérdéseit és javaslatait.

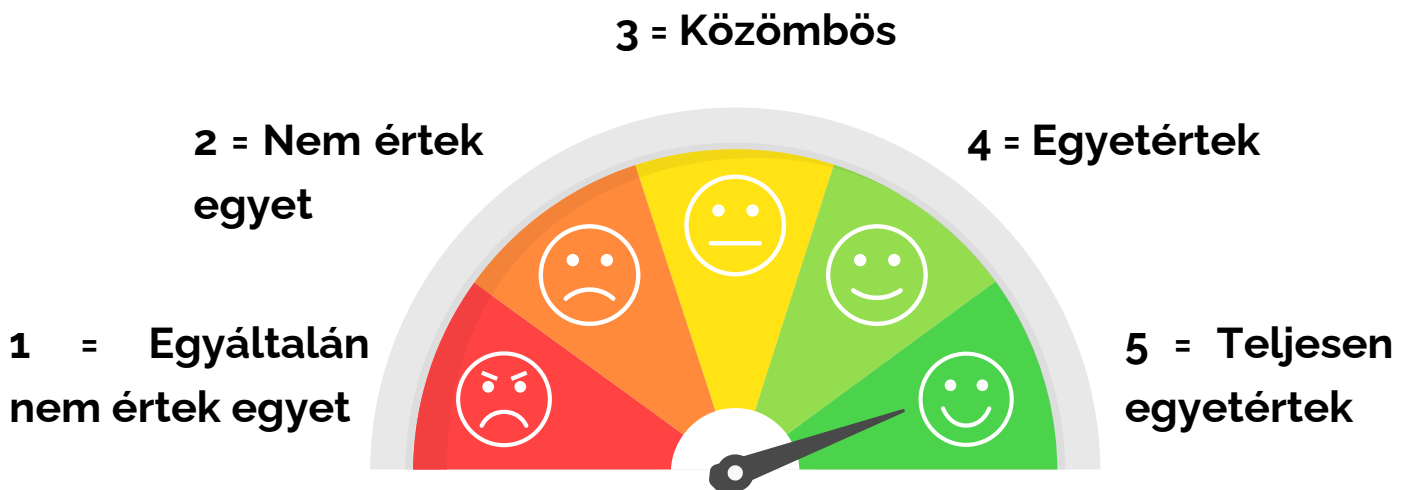
Eszközök: Kockázati mátrix sablon, színes jelölők, flipchartok vagy Miro tábla.

Elvárt kompetenciák: A bizonytalanság és a kockázat kezelése, tervezés és menedzsment.



Önértékelési gyakorlat:

Utasítások: Az alábbi állítások mindegyikét értékeld 1-től 5-ig, attól függően, hogy mennyire igazak Rád jelenleg.



- Képes vagyok felismerni a társadalmi vagy környezeti igényeket, és elképzelni új megoldásokat.
- Képes vagyok reális tervet készíteni egy ötlet projekt vagy vállalkozás formájában történő megvalósítására.
- Motivált maradok és kitartó vagyok, még akkor is, ha akadályokkal vagy bizonytalansággal szembesülök.
- Magabiztosan be tudom mutatni másoknak, akár nyilvánosan is, az ötleteimet.
- Megértem a csapatmunka értékét, és konstruktív módon kezelem a csoporton belüli konfliktusokat.
- Tudom, hol keressem a projekt elindításához szükséges erőforrásokat (finanszírozás, emberek, eszközök).
- Döntéseim meghozatalakor figyelembe veszem a hosszú távú társadalmi és környezeti hatásokat.
- Rendszeresen reflektálok arra, mit tanultam és hogyan javíthatom a cselekedeteimet.

Pontszámok:

- 35–40: Erős vállalkozói gondolkodásmóddal rendelkezel – fontold meg, hogy képességeidet valódi kezdeményezésekben is kamatoztasd!
- 25–34: Jól fejlődsz – koncentrálj olyan konkrét területekre, mint a rugalmasság vagy a fejlesztési tervek.
- 15–24: Ideje többet gyakorolni! Gondold át, hogyan növelheted önbizalmadat és ismertségedet csapatmunkával vagy mikroprojektekkel.
- 15 alatt: Ne aggódj, a vállalkozói készségek lépésről lépésre elsajátíthatók. Kezdd kicsiben, gondold át, és próbáld újra.

Reflektálás:

- A modul mely része jelentett számomra a legnagyobb kihívást, és miért?
- Melyik vállalkozói kompetenciában érzem magam a legbiztosabbnak? Melyikben a legkevésbé?
- Mivel foglalkozna az én ideális szociális vállalkozásom? Miért fontos számomra ez a kérdés?
- Milyen lépést fogok tenni a következő 3 hónapban, hogy alkalmazni tudjam a tanultakat?
- Ki az a 3 személy, akikkel együttműködhetnék vagy akiktől tanulhatnék, hogy projektötletemet továbbfejlesszem?



További források és ajánlott irodalom:

EntreComp: A vállalkozói kompetenciák keretrendszere

Átfogó útmutató a vállalkozói kompetenciákról, amely ennek a modulnak az alapját képezi.

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

EntreComp Into Action – Inspirálódj, valósítsd meg!

Gyakorlati eszközkészlet az EntreComp keretrendszer oktatási és képzési kontextusban való felhasználásához.

<https://op.europa.eu/en/home>

Szociális vállalkozói eszközkészlet – Iskola szociális vállalkozóknak (Egyesült Királyság)

Gyakorlati útmutató azok számára, akik szociális vállalkozást indítanak és fejlesztik, beleértve a tervezést, a finanszírozást és a marketinget. <https://www.the-sse.org/>

SSE Akadémia: ILO Tudásközpont

Ingyenes online képzés és tudásforrások a szociális és szolidáris gazdaságról (SSE). https://www.ilo.org/search?search_api_fulltext=social+economy&sort_by=search_api_relevance&f%5B0%5D=language%3Aen

SDG Compass – Globális útmutató az SDG-kkel kapcsolatos üzleti tevékenységekhez

Segít összehangolni vállalkozását vagy projektmodelljét a fenntartható fejlesztési célokkal (SDG).

<https://www.undp.org/ukraine/publications/sdg-compass-guide-business-action-sdgs>

CANVAS üzleti modell generátor (ingyenes eszköz)

Használd ezt az online eszközt társadalmi vállalkozási ötleted vizualizálására és strukturálására. <https://canvanizer.com>

SOPHIE útmutató – EU-finanszírozású projekt a felnőttképzésben részt vevő szociális vállalkozásokról

Tartalmazza a szociális vállalkozói szellemre épülő felnőttképzéssel foglalkozó oktatók számára kidolgozott tananyagot és eszközöket.

<https://www.sophieproject.eu/resources>, <http://sophie-project.eu/pdf/conclusions.pdf>

Európai Szociális Integrációs Vállalkozások Hálózata (ENSIE)

Információk, politikai eszközök és sikertörténetek az inkluzív vállalkozói szellemről Európában.

<https://www.ensie.org>

Euclid Network, Tudásközpont

Központ szociális vállalkozásokkal és hatást előtérbe helyező szervezetekkel kapcsolatos eszközök, finanszírozási lehetőségek és esettanulmányok számára.

<https://knowledgecentre.euclidnetwork.eu/>

Társadalmi hatások navigátora (Bertelsmann Stiftung)

Lépésről lépésre bemutató kézikönyv a társadalmi hatás méréséhez és kezeléséhez. <https://www.phineo.org/en/social-impact-navigator>

3. MODUL: ZÖLD KOMPETENCIÁK



Rövid összefoglaló:

Ebben a modulban elmélyülhet a **zöld kompetenciák** alapvető szerepében, amelyek szükségesek a szociális és szolidáris gazdaság (SSE) vállalkozások sikeres megértéséhez és elindításához. Átfogó ismereteket szerezhetsz arról, hogy a legfontosabb zöld kompetenciák, mint például a **fenntarthatóság értékelése**, a **rendszer gondolkodás** és a **jövőbeli ismeretek**, miért kritikus fontosságúak a fenntartható SSE vállalkozások létrehozásához és hosszú távú életképességének biztosításához.



A modul céljai

Ez a **GreenComp keretrendszerre** épülő modul célja, hogy elsajátítsd a szociális és szolidáris gazdaság (SSE) alapvető zöld kompetenciáit.

A **GreenComp** az Európai Bizottság által kidolgozott **európai fenntarthatósági kompetenciakeret**. Ez egy kulcsfontosságú koncepcionális eszköz, amelynek célja a környezeti fenntarthatóság előmozdításához és a „fenntarthatósági gondolkodásmód” kialakításához szükséges alapvető ismeretek, készségek és attitűdök meghatározása.

Közös referenciaként szolgál az egész életen át tartó tanulásban részt vevő oktatók, tanulók és intézmények számára, azzal a céllal, hogy a fenntarthatóságot beépítsék az Európai Unió egész területén az oktatási és képzési programokba.

A GreenComp a fenntarthatósági kompetenciákat négy egymással összefüggő területre osztja, amelyek mindegyike három konkrét kompetenciát tartalmaz, **összesen 12 készséget**. Ezek a területek a következők: a **fenntarthatósági értékek megtestesítése**, amely magában foglalja a fenntarthatóság értékelését, a méltányosság támogatását és a természet védelmét; a **fenntarthatóság komplexitásának elfogadása**, amely magában foglalja a rendszerben történő gondolkodást, a kritikus gondolkodást és a problémák keretezését; a **fenntartható jövő elképzelése**, amely magában foglalja a jövőbeli ismeretek, az alkalmazkodóképesség és a felfedező gondolkodásmód elsajátítását; és végül a **fenntarthatóság érdekében való cselekvés**, amely a politikai cselekvőképességre, a kollektív cselekvésre és az egyéni kezdeményezésre összpontosít.

Mivel ez egy széles keret, ebben a modulban csak a GreenComp-ban vázolt három kritikus kompetenciára tudunk összpontosítani: a **fenntarthatóság értékelésére**, a **rendszer gondolkodásra** és a **jövőbeli ismeretekre, amelyeket az SSE szektorra fogunk alkalmazni**.

A modul sikeres elvégzése után képes lesz:

- Megfogalmazni a **fenntarthatóság értékelésének** alapelveit, és megérteni azok alkalmazását az SSE-vállalkozások kontextusában.
- **Rendszergondolkodást** alkalmazni a különböző fenntarthatósági kihívások elemzésére és az SSE-kezdeményezésekben egymással összefüggő megoldások azonosítására.

- Elősegíteni és képezni az SSE-vállalkozókat a **jövőbeli ismeretek** terén, hogy előmozdítsák a fenntartható gyakorlatokat és elősegítsék az együttműködésen alapuló változást az SSE-vállalkozásokon belül.
- A fenti kompetenciák integrálása annak érdekében, hogy **tisztább és szélesebb körű** képet kapj a fenntartható és hatékony SSE vállalkozásokról.



Zöld kompetenciák / A fenntarthatóság értékelése

A fenntarthatóság értékelésének kompetenciája, amely a GreenComp keretrendszer „A fenntarthatóság értékeinek megtestesítése” területéhez tartozik, magában foglalja a saját értékek mély személyes reflektálását. Ehhez szükséges az a képesség, hogy azonosítsuk és megmagyarázzuk, hogyan különböznek az értékek az egyes egyének között, és hogyan alakulnak az idő múlásával, miközben kritikusan értékeljük azok összhangját a fenntarthatóság elveivel és céljaival. Lényegében a **fenntarthatóság belső értéké tételéről** van szó, **mint alapvető személyes és szervezeti értékről**.

Ennek a kompetenciának az elsajátításához olyan megközelítésre van szükség, amely ötvözi az **önreflexiót, a kritikus elemzést és a különböző perspektívák megismerését**. Ennek a kompetenciának a jobb megértése és gyakorlati alkalmazása érdekében különböző lehetőségek állnak rendelkezésünkre.

Az egyik első lépés és eszköz, amely segít nekünk ennek a témának a feltárásában és a fenntarthatóság értékelésének fontosságának jobb megértésében, egy önreflexióra irányuló foglalkozás lebonyolítása a témáról.

Egy strukturált önreflexió formátum (pl. pro-kontra érvek) segítségével ösztönözheti a reflexiót az SSE-hez kapcsolódó vitatott fenntarthatósági témákról (pl. „A növekedés visszafogása szükséges lépés a valódi fenntarthatósághoz?”).

Példa: A növekedés visszafogása az SSE-kezdeményezésekben – önreflexió

Ha önállóan szeretnéd felfedezni a „fenntarthatóság értékelése” kompetenciát, kezd el reflektálni egy vitatott témára, például: **„Ahhoz, hogy az SSE-jeim valóban fenntarthatóak legyenek, be kell fogadniuk a növekedés visszafogásának elveit.”**

Így strukturálhatod ezt a gyakorlatot:

1. **Brainstorming mindkét oldalon.** Szánj időt arra, hogy leírj minden érvet, ami eszedbe jut a szociális és szolidáris gazdaságban a növekedés visszafogásával kapcsolatban, majd minden ellenérvet is. Próbáld megkérdőjelezni kezdeti feltételezéseidet.
2. **Fogalmazd meg alapértékeidet.** A brainstorming során azonosítsd, hogy az egyes érvek melyik személyes értékedet érintik. Például: a degrowth mellett szóló érv összhangban van-e az ökológiai megőrzés iránti elkötelezettséggeddel? A degrowth ellen szóló érv összhangban van-e a gazdasági befogadás iránti elkötelezettséggeddel?
3. **Összefoglalás és reflexió.** Miután mindkét oldalt megvizsgáltatok, szánjatok időt a következőkre:
 - Mely személyes értékeid kerültek leginkább kihívás elé vagy megerősítésre a gyakorlat során?
 - Hogyan illeszkedtek a degrowth mellett és ellene szóló érvek a SSE fenntarthatóságáról alkotott meglévő nézeteidhez, vagy hogyan kérdőjeleztétek meg azokat?
 - Tudsz-e azonosítani potenciális értékkonfliktusokat a társadalmi és szolidáris gazdaság fenntarthatóságáról alkotott saját megértésedben?

Példa kollektív SSE-kezdemenyezesekre: Az etikus kávé dilemmája

Ha egy olyan kollektív SSE-vállalkozók csoportjának vagy tagja, amelynek célja egy közös SSE-vállalkozás létrehozása vagy fejlesztése, akkor érdemes lehet néhány etikai dilemmával kapcsolatos esettanulmányt áttekintened. Az esettanulmányok olyan valós (vagy hipotetikus) SSE-vállalkozások példái, amelyek etikai dilemmákkal szembesülnek; esetünkben ezek a fenntarthatósággal kapcsolatosak lehetnek (pl. a társadalmi hatások és a környezeti lábnyom közötti egyensúly, a rövid távú gazdasági életképesség és a hosszú távú ökológiai egészség).

Ilyen helyzetben elemezhetesz néhány javasolt esetet, azonosítva a potenciálisan **ütköző értékeket**. Ezután **konkrét, rövid és hosszú távú megoldásokat** javasolhatsz, indokolva választásaid, a fenntarthatósági értékek keretrendszerének segítségével.

Példa: „Az etikus kávé dilemmája”.

Ebben a példában gyakorolhatod a fenntarthatóság értékelését azáltal, hogy elemzed az etikai dilemmát, azonosítod az egymással ütköző értékeket, és megoldásokat javasolsz egy SSE számára.

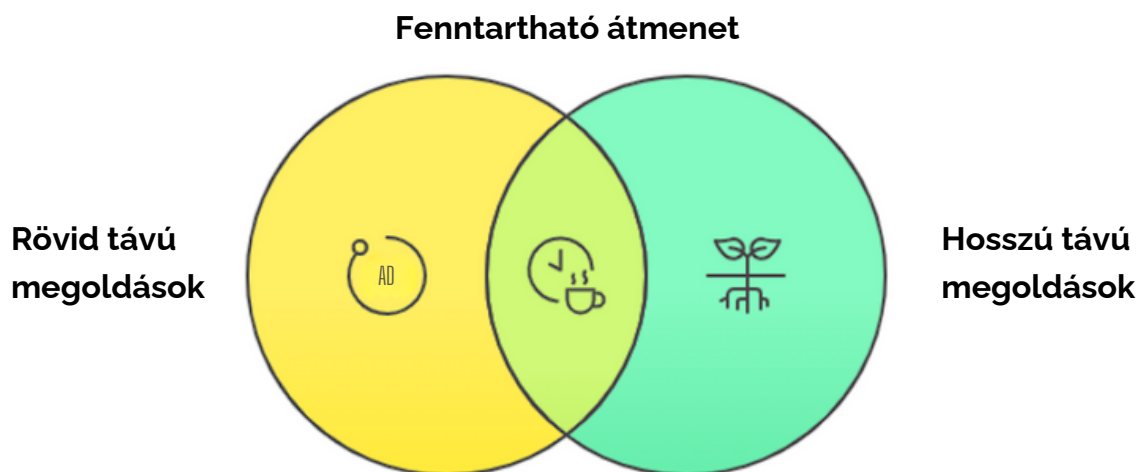
Képzeld el, hogy egy jól bevált, fair trade kávé forgalmazó SSE, az „Ethicoffee”, egy távoli régióból szerzi be a kávébabot, jelentősen javítva ezzel a termelők megélhetését. Azonban nemzetközi szállítási módszerei (a frissesség érdekében légi szállítás) jelentős szén-dioxid-kibocsátással járnak, amit a környezet tudatos vásárlók egyre inkább kritizálnak. A tengeri szállításra való áttérés csökkentené a kibocsátást, de hatással lehet a frissességre, magasabb tárolási költségeket eredményezhet a helyi partnerek számára, és a lassabb forgalom miatt potenciálisan csökkentheti a termelők jövedelmét.

Te és a csoportod a következő kérdéseken gondolkodhattok el:

- Melyek a legfontosabb ellentétes értékek (pl. társadalmi igazságosság vs. környezeti hatások, rövid távú profit vs. hosszú távú ökológiai egészség)?
- Milyen rövid távú megoldások lehetségesek az EthiCoffee számára?
- Melyek az EthiCoffee lehetséges hosszú távú megoldásai, összhangban a fenntarthatósági értékek széles körű megértésével?

Az első értékelési szakasz után kérjük, gondolkozzatok el a legfontosabb ellentétes értékekről, és közösen **javasoljatok 2-3 konkrét rövid és hosszú távú megoldást**, amelyeket a fenntarthatósági értékek alapján indokoljatok.

Fenntartható megoldások az EthiCoffee számára



Ecoparque La Alhambra (Kolumbia)

Az Ecoparque La Reserva egy úttörő szociális vállalkozás és ökológiai park Bogotá közelében, Kolumbiában. Kiváló példája egy SSE szervezetnek, amely a biológiai sokféleség megőrzésére, a környezeti nevelésre és a fenntartható turizmusra összpontosít. Az Ecoparque La Reserva küldetése az ökoszisztémák megőrzése és helyreállítása, a környezeti nevelés előmozdítása, valamint a fenntartható fejlődés elősegítése a felelős turizmus és a közösségi elkötelezettség révén. Víziójuk, hogy vezető modellként szolgáljanak az ökológiai helyreállítás és a fenntartható életmód terén Kolumbiában és azon túl.

Kiterjedt oktatási programokat kínálnak iskoláknak, egyetemeknek és a nagyközönségnek, amelyek az ökológiai elvekre, a biológiai sokféleségre, az éghajlatváltozásra és a fenntartható gyakorlatokra összpontosítanak. Ez elősegíti a környezeti ismeretek elsajátítását és a fenntarthatóság értékelését a tágabb közösségben. **Üzleti modelljük az ökoturizmusra épül.** A látogatók belépőjegyet, vezetett túrákat és egyéb szolgáltatásokat (például oktatási műhelyeket vagy madármegfigyelő túrákat) fizetnek. **Ezek a bevételek közvetlenül finanszírozzák a természetvédelmi és oktatási tevékenységeket,** így környezeti hatásuk pénzügyileg is fenntartható. Valószínűleg helyi alkalmazottakat foglalkoztatnak, ami tovább erősíti az SSE társadalmi aspektusát. Az Ecoparque gyakran együttműködik a helyi közösségekkel, foglalkoztatási lehetőségeket és képzéseket biztosít számukra, valamint bevonja őket a természetvédelmi kezdeményezésekbe. Ez integrálja a fenntarthatóság társadalmi dimenzióját, biztosítva, hogy a környezetvédelmi erőfeszítések az emberi jólétet is szolgálják.

Bizonyíthatóan nagy kiterjedésű, elhanyagolt területeket állítottak helyre, hozzájárulva az ökoszisztémák helyreállításához és a helyi biodiverzitás növekedéséhez. Ez létfontosságú ökoszisztéma-szolgáltatásokat (például víztisztítást és szén-dioxid-megkötést) biztosít a régió számára. Az **ökoturizmusból származó bevételek révén bebizonyítják, hogy a környezetvédelem pénzügyileg életképes lehet, hozzájárulhat a helyi gazdaságokhoz**, és csökkentheti a külső finanszírozástól való függőséget. Ez egy erős, fenntartható üzleti modellt mutat be az SSE-n belül. Sikerük és szakértelmük hozzájárul a kolumbiai környezetvédelmi politika szélesebb körű megvitatásához, bemutatva a természetvédelem és a fenntartható fejlődés terén bevált jó gyakorlatok példáit.

Az Ecoparque La Reserva azért kiemelkedő, mert létezése és működése az ökológiai helyreállításban és a környezeti nevelésben gyökerezik, amelyet egy fenntartható üzleti modell támaszt alá, amely közvetlenül értékeli és finanszírozza zöld küldetését.



A **rendszer gondolkodás** kompetenciája a GreenComp keretrendszer „A fenntarthatóság komplexitásának elfogadása” területének része, és a fenntarthatósági problémák **holisztikus** megközelítését jelenti. Ez azt jelenti, hogy figyelembe kell venni az összes egymással összefüggő elemet – beleértve az **időhorizontokat** (múlt, jelen, jövő), a **térbeli léptékeket** (helyi és globális) és a **konkrét kontextusokat** –, hogy megértsük a rendszer bonyolult kapcsolatait, visszacsatolási hurkokat és kialakuló tulajdonságait. Ez lehetővé teszi a változás alapvető okainak és potenciális mozgatórugóinak mélyebb megértését, túllépve az elszigetelt kérdéseken, hogy megértsük a teljes komplexitást.

A rendszerben történő gondolkodás elsajátítása az SSE szektorban gyakorlati tapasztalatot igényel a vállalkozás működésének komplex társadalmi, gazdasági és környezeti ökoszisztémáinak elemzésében. Arról van szó, hogy el kell mozdulni a lineáris ok-okozati gondolkodásmódtól (pl. „csak eladjuk az X terméket, hogy megoldjuk a Y problémát”) a társadalmi szükségletek, a piaci erők, az ökológiai korlátok és a közösségi dinamikák összefüggéseinek felismerése felé.

Ennek a kompetenciának az elsajátításához léteznek olyan módszerek, amelyek segítenek az SSE vállalkozások értékeinek összehangolásában a fenntarthatóság holisztikus víziójával.

A probléma-megoldás leképezésére szolgáló ok-okozati hurokdiagramok (CLD-k) segíthetnek a leendő SSE-vállalkozóknak abban, hogy feltérképezzék a megoldani kívánt társadalmi vagy környezeti problémát. Például a közösségben felmerülő élelmiszer-pazarlás kezelése esetén figyelembe kell venni olyan változókat, mint az élelmiszer-többlet, az élelmiszer-biztonság hiánya, a hulladéklerakókba kerülő hulladék, a közösség elkötelezettsége, az önkéntesek rendelkezésre állása és a helyi élelmiszer-termelők.

Példa: Meg lehet határozni, hogy a fent említett változók hogyan befolyásolják egymást (pl. a nagyobb élelmiszerfelesleg több hulladéklerakóba kerülő hulladékot eredményez, de egyúttal több élelmiszeradományozási lehetőséget is jelent az élelmiszerbiztonság megoldása érdekében). Ez segít kihasználni az SSE beavatkozásának előnyeit (pl. a termelők közvetlen összekapcsolása az élelmiszerbankokkal, közösségi komposztálási kezdeményezések létrehozása) és előre látni a nem szándékosan előidézett következményeket.

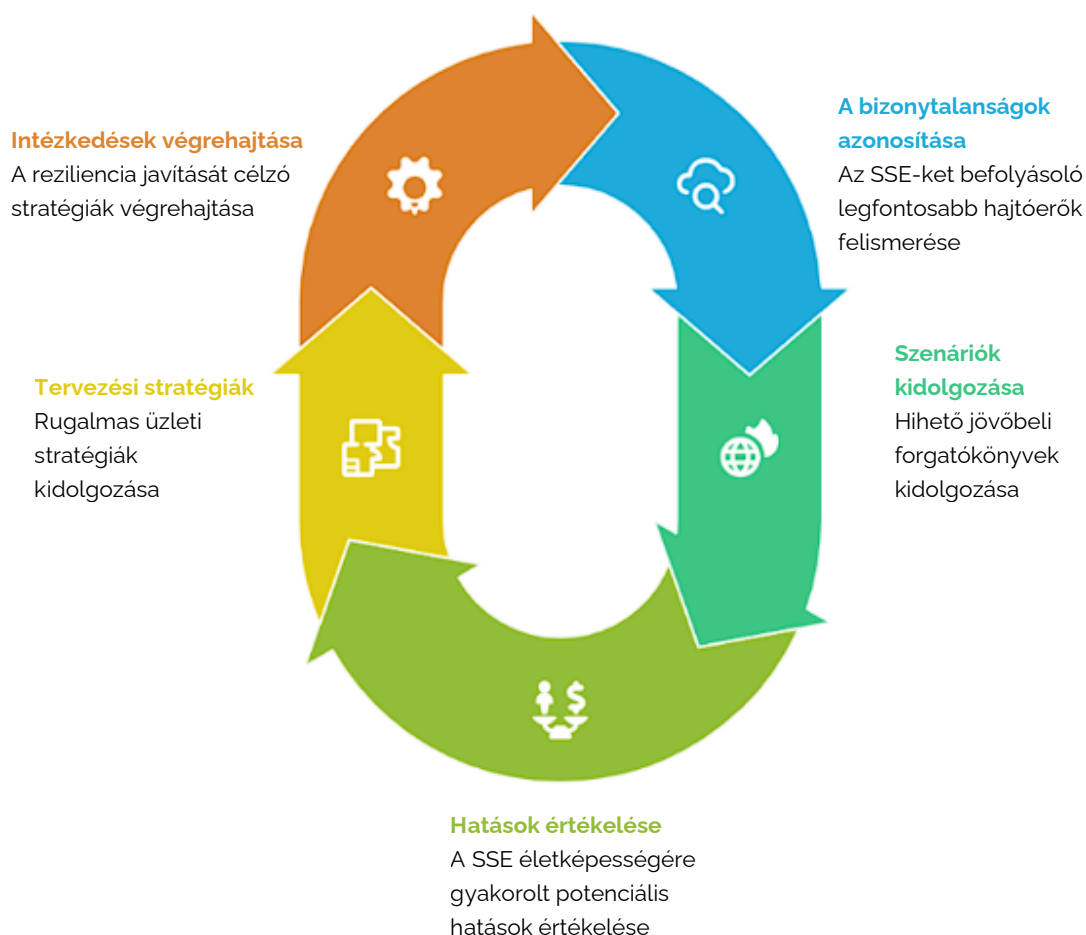
Egy másik hasznos eszköz a rendszergondolkodás integrálására a szociális és szolidáris vállalkozások létrehozásában vagy irányításában a **rugalmas üzleti modell tervezéséhez** szükséges **forgatókönyv-tervezés**. Egy új SSE esetében kulcsfontosságú tényező a hosszú távú életképességét befolyásoló legfontosabb bizonytalan hajtóerőket meghatározni (pl. helyi politikai változások, a fogyasztói preferenciák eltolódása a fenntartható termékek felé, gazdasági recessziók, éghajlati hatások, versenytársak lépései).

Példa: Kialakíthatsz 2-3 valószínű jövőbeli forgatókönyvet a fent említett tényezők lehetséges fejlődése alapján. Ezután minden forgatókönyv esetében megvitathatod, hogyan teljesítene az SSE javasolt üzleti modellje, és milyen alkalmazkodásokra lenne szükség a túléléshez.

Ezek a szempontok arra készítetnek, hogy figyelembe vedd a hosszú távú időbeli szempontokat, és hogy üzleti modelleteknek hogyan kell alkalmazkodnia a különböző rendszerbeli kontextusokhoz.

Ha a létrehozási fázisban aktívan alkalmazod ezeket az eszközöket és módszertanokat, akkor képes leszel a vállalkozást minden oldalról megközelíteni, figyelembe véve az időt, a teret és a kontextust, ami végül lehetővé teszi, hogy a fenntarthatóságot és a rendszergondolkodást alkalmazd az SSE-k robusztus üzleti modelljeiben.

SSE-reziliencia forgatókönyv-tervezési ciklus



Humana - People to People

Egy SSE vállalkozás számára nem mindig könnyű a rendszergondolkodást beépíteni a fenntarthatóság megközelítésébe, mert ez gyakran azt jelenti, hogy integrált megoldásokkal kell kezelni az egymással összefüggő társadalmi és környezeti kérdéseket.

Egy híres példa segíthet nekünk tisztázni, hogyan kell a körforgásos gazdaságra és a társadalmi befogadásra összpontosítani: **Humana – People to People**. Ez egy globális NGO-k és szociális vállalkozások hálózata, amely jelentős szerepet tölt be Európa-szerte (pl. Franciaországban, Spanyolországban, Portugáliában, Olaszországban, Németországban, Dániában, Finnországban stb.) Elsősorban kiterjedt használtruha-gyűjtési és újrahasznosítási programjaikról ismertek. Bár fő tevékenységük a textil újrahasznosítás, tágabb látásmódjuk magában foglalja a közösségfejlesztést és a globális hatást is.

Valójában a Humana nem csak ruhákat gyűjt, hanem egy komplex rendszert is működtet a **textilek élettartamának maximalizálása** érdekében. Ez a következőket foglalja magában:

Gyűjtés: Széles körű gyűjtőedény-hálózat, amely megkönnyíti a polgárok számára az adományozást.

Válogatás és újrahasznosítás: Magasan képzett válogatók választják szét a textiliákat közvetlen újraértékesítésre (használtruha-üzletek), felújításra vagy anyag-újrahasznosításra. Ez diverzifikálja a termékáramlást és biztosítja az optimális értékmegtartást.

Anyagok újrahasznosítása: Az újrahasznosításra nem alkalmas textíliákat anyagok újrafelhasználásra dolgozzák fel (pl. szigetelőanyagokká, tisztítóruhákká vagy új szálakká). Ezzel bezárul a körforgás az anyagok esetében, amelyek egyébként hulladékká válnának.

Munkahelyi integráció: Európában működő helyi üzemeik gyakran munkahelyi integrációs szociális vállalkozásokként (WISE) működnek, képzést és foglalkoztatást biztosítva a marginalizált csoportok számára (pl. tartósan munkanélküliek, migránsok, fogyatékkal élők). Ezzel a „zöld” üzleti modelljük keretein belül kezelik a társadalmi kirekesztést.

Fejlesztési projektek finanszírozása: A begyűjtött textíliák eladásából származó bevétel közvetlenül finanszírozza a hosszú távú fejlesztési projekteket Afrikában, Ázsiában és Latin-Amerikában. Ez egy erőteljes visszacsatolási hurkot hoz létre, amelyben az európai helyi tevékenységek támogatják a globális fenntarthatóságot és a társadalmi igazságosságot.





Zöld kompetenciák / Jövőbeli ismeretek

A szociális és szolidáris gazdaság (SSE) vállalkozások számára a GreenComp „Fenntartható jövő elképzelése” területén szereplő jövőbeli ismeretek elsajátítása elengedhetetlen képesség ahhoz, hogy proaktívan részt vegyenek a kívánt jövő kialakításában. Ez nem csak arról szól, hogy kitaláljuk, mi történhet, hanem arról is, hogy bátran **elképzeljük és kidolgozzuk** vállalkozásunk és közösségünk **alternatív, fenntartható jövőjét** különböző forgatókönyvek felvázolásával. Ez a kompetencia felkészíti az SSE vezetőit és csapatait arra, hogy ne csak elképzeljék a kívánt fenntartható hatást és működési modellt, hanem kritikus szemmel **azonosítsák és stratégiát dolgozzanak ki** a megvalósításához szükséges **konkrét lépésekre** és együttműködési utakra vonatkozóan.

Konkréten az SSE-k számára ez azt jelenti, hogy ki kell építeniük azt a képességet, hogy előre lássák a társadalmi, környezeti és gazdasági változásokat, **rugalmas megoldásokat találjanak** és stratégiaileg alkalmazkodjanak, biztosítva ezzel hosszú távú relevanciájukat és mélyreható hatásaikat a gyorsan változó világban.

A jövőbeli ismeretek elsajátítása azt jelenti, hogy SSE-je túllép a jelenlegi kihívásokra való egyszerű reagáláson. Ehhez elő kell mozdítani a kíváncsiság kultúráját, megkérdőjelezni a „meg kell tenni” dolgokról kialakult mélyen gyökerező feltételezéseket, befogadni a bizonytalanságot mint lehetőségek forrását, és szisztematikusan alkalmazni az előrejelzési módszereket a vállalkozáson belül és az érdekelt felekkel.

Példa: A fenntartható jövőre vonatkozó új ötletek kidolgozásának megkezdéséhez kezdheted azzal, hogy világosan meghatározd a szociális szövetkezeted számára kívánatos, ideális fenntartható jövőt 10-20 év múlva. Milyen társadalmi problémákat fogsz megoldani? Milyen lesz a öko lábnyomod? Hogyan virágzik a közösségünk?

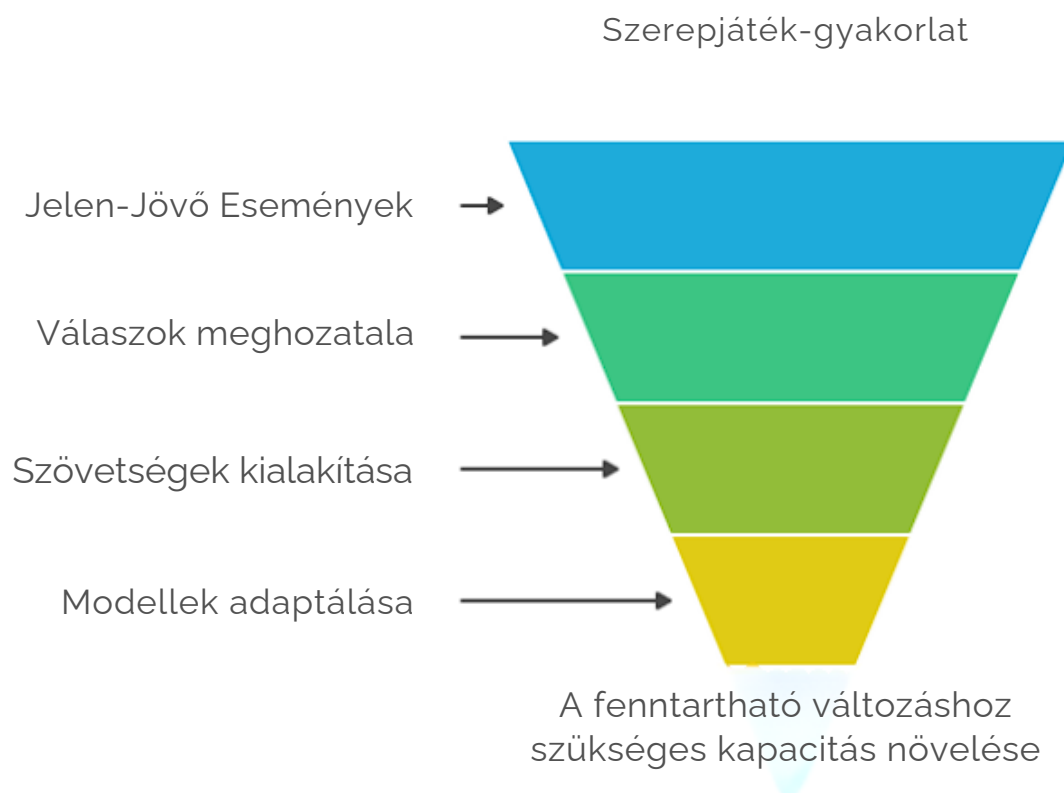
Például: „2045-re az SSE-m egy nulla hulladékot termelő szövetkezet lesz, amely 50 helyi fiatal foglalkoztat, és megfizethető zöld energiát biztosít az egész környéknek.” Miután ez a jövőkép világossá vált, visszafelé haladhat az időben (például 2035-ig, majd 2025-ig). Minden visszamenőleges lépésnél fel kell tennie magának a kérdést: „Milyen jelentős változásoknak, mérföldköveknek vagy külső feltételeknek kell bekövetkezniük addigra, hogy a kívánt jövőm felé haladjak?” Ez a módszer, bár nem olyan egyszerű, lehetővé teszi, hogy kifejezetten arra összpontosítsunk, hogy „meghatározzuk a kívánt fenntartható jövő eléréséhez szükséges lépéseket” a vállalkozásod számára.

A jövőbeli ismeretek megértésének és integrálásának másik hasznos eszköze az, ha elképzelünk jövőbeli játékokat és szimulációkat az érdekelt felekkel.

Példa: Készíthetsz egy egyszerű játékot vagy szimulációt, amelyben az SSE-csapata, a kedvezményezettek és a közösségi partnerek különböző szerepeket játszanak (pl. SSE-menedzser, helyi tanácsos, közösségi idősebb, klímaaktivista). Mutass be nekik egy sor jövőbeli eseményt vagy dilemmát (pl. „Egy új politika korlátozza a hulladékáramlásunkat”, „Egy versenytárs olcsóbb, kevésbé fenntartható alternatívát kínál”, „Egy természeti katasztrófa hatással van a közösségünkre”). A résztvevők ezután eldöntik, hogyan reagálna az SSE, milyen szövetségeket kötnének, és hogyan alakítanák át a modelljüket. Ez a gyakorlati, együttműködésen alapuló gyakorlat közvetlenül segít fejleszteni a fenntartható változás érdekében való cselekvés képességét, másokkal való együttműködésben is, különböző jövőbeli kontextusokban.

This hands-on, collaborative exercise directly helps develop the capacity to act for sustainable change also in collaboration with others within various future contexts.

Fenntartható változási képesség kiépítése



La Louve

A La Louve egy **szociális szolidaritás, környezeti felelősségvállalás és közvetlen demokrácia elvein alapuló** szövetkezeti supermarket Párizsban, Franciaországban. A tagok havonta néhány órát önkéntesként dolgoznak a boltban, ami lehetővé teszi számukra, hogy kiváló minőségű, gyakran biotermékeket és helyi termékeket kínáljanak jelentősen alacsonyabb áron.

A La Louve alapítói és első tagjai már a kezdetektől fogva egyértelműen megfogalmazták radikális elképzelésüket a párizsi élelmiszer-kiskereskedelem jövőjéről. Ez nem csak egy „újabb biotermék-üzlet” létrehozásáról szólt, hanem egy olyan modell kialakításáról, amelyben a fogyasztók maguk rendelkeznek élelmiszer-ellátásukról, kiküszöbölik a közvetítőket, közösséget építenek és demokratizálják a fenntartható élelmiszerekhez való hozzáférést. Jövőképük túlmutat egyetlen üzleten, és olyan jövőt vázol fel, amelyben a szövetkezeti, etikus élelmiszer-ellátási rendszerek nem kivételek, hanem a norma, és közvetlenül kihívást jelentenek a domináns supermarket-modellre.

Ez a merész vízió hatalmas vonzerővel bírt, és több ezer tagot vonzott, akik osztották ezt a vágyott jövőképét. Minden döntés, a termékbeszerzéstől az önkéntesek irányításáig, implicit módon **ezen a hosszú távú vízió**n keresztül szűrődik, **amely egy igazságosabb és fenntarthatóbb élelmiszer-rendszert céloz meg**. Ez egy élő példa egy „kívánatos fenntartható jövő” aktív építésére.

A lehetséges jövőbeli események tudatosítása befolyásolja a stratégiai döntéseket. Például a különböző helyi beszállítók előtérbe helyezése (még ha ez kezdetben bonyolultabb is) védelmet nyújt a globális ellátási lánc zavarai ellen. A szilárd közösségi kötelékekbe és a demokratikus irányításba való befektetés (még ha ez lassabb is) ellenállást épít ki a tagok változó elkötelezettségével szemben, **biztosítva a szövetkezet hosszú távú életképességét még kevésbé ideális jövőbeli forgatókönyvek esetén is.**

A La Louve kifejezetten „backcasting” megközelítést alkalmaz működési tervezésében. Például hosszú távú céljuk, hogy közvetlenebb kapcsolatot alakítsanak ki a termelők és a fogyasztók között (ami fenntartható jövőképeik kulcsfontosságú eleme), konkrét lépésekben valósul meg. Folyamatos tag- és önkéntes toborzásuk, átlátható pénzügyi jelentéseik és rendszeres taggyűléseik mind olyan „lépések”, amelyek célja a fenntartható élelmiszeripari jövő elképzelésük megvalósításához szükséges kapacitás és közösség kiépítése.

Az egész modelljük az együttműködésen alapul. A tagok nem csak vásárolnak, **hanem aktívan részt vesznek a bolt működtetésében, a kollektív döntéshozatalban és a jövő alakításában.** Ezenkívül a La Louve aktívan együttműködik más SSE-kkel, helyi termelőkkel és közösségi kezdeményezésekkel Párizsban és azon túl, megosztva modelljüket és támogatva a politikai változásokat.



**Fenntartható kreatív
projektvázlat**

A **Fenntartható Kreatív Projekt Canvas-szal** (SCPC) segítségével vizualizálhatod és megtervezheted vállalkozói modelled egy kreatív tervezési folyamaton keresztül, amely ötvözi a környezeti, társadalmi és pénzügyi prioritásokat, és lehetővé teszi a sürgető fenntarthatósági kihívások átgondolását és kezelését az alábbiak révén:

- különböző ötletek feltérképezése, kidolgozása és tervezése
- a projekt különböző aspektusainak átgondolása
- annak kiderítése, hogyan lehet kapcsolatba lépni azokkal az emberekkel, akik szeretnék megismerni a projektet, bekapcsolódni vagy részt venni a projektben
- összekapcsolja az általános képet a projekt egyes lehetséges szakaszainak finomabb részleteivel
- a projekt lehetséges hatásainak kiszámítása különböző perspektívákból



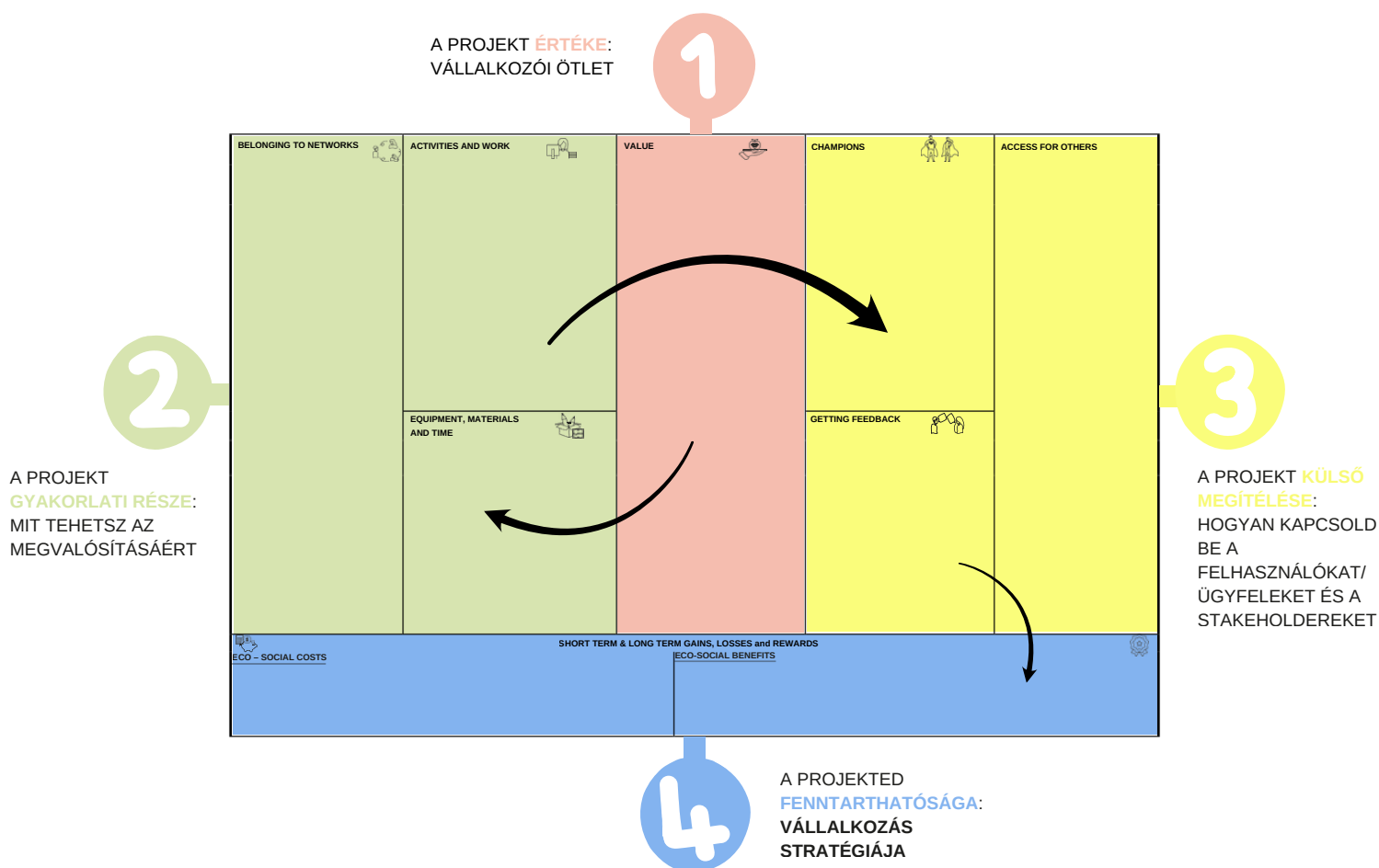
Az SCPC fenntarthatósági megközelítésének célja, hogy támogassa a vállalkozókat projektjeik és vállalkozásaik vázlatának kidolgozásában az ENSZ fenntartható fejlesztési céljaihoz (SDG) kapcsolódó politikák, javaslatok, folyamatok, eszközök és tanúsítások integrálása, illetve az új közzétételi kötelezettségeket javasló vagy a gyártók és szolgáltatók felelősségét kiterjesztő szabályozók, a szén-dioxid-gazdálkodás, az EU zöld megállapodása és a körforgásos gazdaság tekintetében.

Ezért elengedhetetlenül fontos arra összpontosítani, hogy a vállalkozás (termék vagy szolgáltatás) értéke hogyan teremthető, javasolható, megragadható és megvalósítható a fent említett fenntarthatósági témák figyelembevételével, integrálása és alkalmazása révén.

Például a **fenntartható üzleti vízió és küldetés** felvázolásához elengedhetetlenül fontos a következő kulcsfontosságú kérdések átgondolása:

- *Milyen hosszú távú társadalmi és/vagy környezeti kihívást próbálsz megoldani új vállalkozói ötleteddel? Hol szeretnéd látni a szervezeted öt vagy tíz év múlva?*
- *Milyen értékek határozzák meg ezt az üzleti ötletet? Milyen küldetést követsz vállalkozói ötleteddel? Milyen feladatot töltesz be a világban?*
- *Hogyan tudnád rövid és érthető módon leírni a jövőképét és küldetését? Ez összhangban van-e a vállalkozói fenntarthatósági stratégiáddal?*
- *Milyen hatást szeretnél elérni vállalkozói ötleteddel az SDG-k tekintetében?*
- *Milyen konkrét hozzájárulást fog ez a vállalkozói ötlet nyújtani a 2030-ig elérendő fenntartható fejlesztési célokhoz?*

A Fenntartható Kreatív Projekt Canvas **4 fő részből áll**, amelyek segítenek vizualizálni a projekt főbb aspektusait, ezek a következők:



Mivel a témák egymással összefüggenek, javasoljuk, hogy kövesd az alábbi lépéseket, hogy átgondold és megvalósítsd azt a kreatív folyamatot, amely elvezet a saját Fenntartható Kreatív Projekt Canvás-od elkészítéséhez.

Minden téma tartalmaz egy sor kulcsfontosságú kérdést, amelyek segítségével átgondolhatod projekted részleteit. Javasoljuk, hogy kezd körülbélül 3 „legfontosabb” téma/válasz összefoglalásával.



Az egyes témákban felsorolt összes kulcsfontosságú kérdés megválaszolásával elkészítheted a fenntartható kreatív projektvázlatot, és vizualizálhatod projekted/ötleted rövid, de világos és egyértelmű tervét. Javasoljuk, hogy többször is tekintsd át a fenntartható kreatív projektvázlatot, és javítsd a válaszaid addig, amíg az egész projekt harmonikusnak és jól felépítettnek nem tűnik. Ne felejtsd el megbeszélni, megosztani és összegyűjteni támogatói és/vagy potenciális felhasználóid/ügyfeleid értékes javaslatait. Élvezd a kreatív projektvázlaton keresztül vezető vállalkozói utazásodat!

FENNTARTHATÓ KREATÍV PROJEKT CANVAS

Projekt címe:

Csapattagok:

HÁLÓZATOKHOZ VALÓ TARTOZÁS Ki tud segíteni neked? - Hogyan tudnak a jelenlegi és potenciális hálózatok támogatni abban, hogy projekted bármely szakaszában (létrehozás és fejlesztés, megosztás és promóció, reflexió és fejlesztés, tevékenységek végrehajtása) fenntarthatóbbá válj? - Kik azok a legfontosabb partnereid és beszállítói, akik az egész hálózatodat fenntarthatóvá, átláthatóvá és körforgásossá tudják tenni? - Képes vagy-e befolyásolni a várható környezetvédelmi szabályozást az érintett szabályozó szervekkel való partnerség és együttműködés révén? TIPPEK – Vizsgáld meg a lehetőséget, hogy partnerségeidet/partnerségeidet fenntarthatóbbá tedd azáltal, hogy bevonod a szabályozó testületeket vagy a fenntarthatósági vezetőket (szakértőket, akik jártasak a vállalkozások fenntarthatóságának megvalósításához szükséges politikai eszközökben, módszerekben és tanúsítási/akkreditációs folyamatokban), akik naprakész, környezeti és társadalmi szempontból fenntartható, átlátható és körforgásos folyamatokkal támogathatják projektedet.	TEVÉKENYSÉGEK ÉS MUNKA Mit tudsz tenni? - Melyek a legfontosabb tevékenységek a projekt megvalósításához? - Hogyan tudod azokat (pl. gyártás) úgy módosítani, hogy biztosítsd a fenntarthatóságot? - Ki fogja azokat végrehajtani? - Rendelkezik-e a végrehajtáshoz szükséges kompetenciákkal? Milyen új képességeket/kompetenciákat kell fejlesztenie? - Szüksége lesz-e más emberi erőforrásokra vagy szakértői szervezetekre/szakemberekre? - Milyen mértékben fontos a kulcsfontosságú tevékenységeinek fenntartható tervezése/megvalósítása az értékajánlatának teljesítéséhez? (hatékony és biztonságos folyamatok, tanúsítás). TIPPEK – Gondold át minden olyan tevékenységet, amelyet el kell végezned az értékajánlatod támogatása, csatornád kezelése stb. érdekében, és hogy milyen szerepet játszik a fenntarthatóság a legfontosabb tevékenységeidben. Gondolj például azok környezetre gyakorolt hatására a szén-dioxid-kibocsátás szempontjából (ha például tevékenységeid intenzív energiateljesítéssel járnak, gondold át, hogyan tudnád kihasználni a megújuló energiaforrásokat).	ÉRTÉK Mit csinálsz? - Mi a fő oka annak, hogy részt veszel ebben a projektben? - A projekted kielégít egy igényt vagy vágyat, vagy fenntarthatóbb módon old meg egy problémát? Hogyan? - Milyen előnyökkel jár ez az érték megteremtése számodra és mások számára? - Hogyan járul hozzá a fenntarthatóság integrálásához az ügyfelek előnyéhez? - Hogyan növeli az értéket más érdekelt felek számára? Ha igen, melyek számára? - Növelhető vagy megvalósítható-e a fenntartható érték hozzájárulása termékekkel kapcsolatos környezetvédelmi/fenntarthatósági szabványok (tanúsítás, címke, pecsét) segítségével? Ha igen, melyik(ek)kel? TIPPEK – Fontold meg, hogyan oldhatod meg ügyfeleid problémáit fenntarthatóbb módon, és hogyan alakíthatod a fenntarthatóságot ügyféltérré. Gondolkodj el azon, hogy hogyan hosszabbíthatod meg szolgáltatásod/terméked életciklusát. Például, ha energiahatékony terméket fejlesztesz, az pozitív hatással lehet a CO₂-kibocsátásra.	GYŐZTESEK Ki tud hasznos külső perspektívát nyújtani a projektedről? - Ki tud útmutatást adni, segíteni a munkád bizonyos aspektusainak átgondolásában és javításában azáltal, hogy konstruktív kritikával rámutat az erősségekre és gyengeségekre? - Ki értékeli a tehetségedet, hisz a potenciáladban és a projektedben, és esetleg másoknak is ajánlja azt? TIPPEK – Gondolj mentorokra, oktatókra, tanárokat/trénerre, kollégákra, munkatársakra, véleményvezérekre, potenciális stakeholderre (pl. befektetők, szponzorok, műsorszolgáltatók stb.), sőt családtagokra és barátokra is. VISSZAJELZÉSEK Hogyan fogsz kommunikálni ügyfeleiddel/vásárlóiddal/felhasználóiddal? - Ki adhat visszajelzést a projekted, munkád és tevékenységeid javítására? - Hogyan tudod értékelni és segíteni ügyfeleidnek/vásárlóidnak/felhasználóidnak az értékajánlatod és a fenntarthatóságod értékelésében és/vagy javításában? - Hogyan tudsz visszajelzéseket gyűjteni (pl. webes eszközök, informális beszélgetések, felmérések, fókuszcsoportok stb.)? - Hogyan tudod felhasználni az összegyűjtött visszajelzéseket a társadalom fenntarthatósággal kapcsolatos gondolkodásmódjának javítására? TIPPEK – nagyon fontos, hogy az indikátorokra és a mérésekre is koncentráljunk	HOZZÁFÉRÉS MÁSOK SZÁMÁRA Hogyan fogd elérni ügyfeleidet/vásárlóidat/felhasználóidat, és fordítva? - Ki férhet hozzá és élvezheti projektedet, szolgáltatásaidat, termékeidet, tartalmadat? - Mi a „fenntarthatóság” fontossága célcsoportod/legfontosabb ügyfeleid számára most és valószínűleg a jövőben? - Milyen különböző módokon és helyeken férhetnek hozzá mások a munkádhoz (pl. weboldalak, közösségi média, nyilvános helyiségek, irodák, üzletek stb.)? - Hogyan érhető el a közönséged/ ügyfeleiddel/felhasználóiddal (pl. promóciók és kommunikációs kampányok, marketingakciók, rendezvények stb.)? TIPPEK – Próbáld részletes válaszokat adni ezekre a kérdésekre azáltal, hogy ismerteted célcsoportodat/ ügyfeleiddel/felhasználóiddal, vagy elképezeled, hogyan tudnád őket fenntartható magatartásra ösztönözni, és hogyan tudnád velük tartós kapcsolatot kiépíteni. Gondold át, hogyan kell kialakítani az ügyfélkapcsolatot, és mely kommunikációs és értékesítési csatornák alkalmazása erre. Gondold át azt is, hogy ügyfeleid számára fontos-e egy hiteles fenntarthatósági tanúsítvány/pecsét.		
RÖVID TÁVÚ ÉS HOSSZÚ TÁVÚ NYERÉSEK, VESZTESÉGEK ÉS JUTALMAK <table border="1"> <tr> <td data-bbox="15 1825 758 1995"> ÖKO-TÁRSADALMI KÖLTSÉGEK - Milyen ökológiai vagy társadalmi költségeket okoz az üzleti modelled? - Milyen természeti, energetikai és műszaki erőforrásokra van igényed vagy milyenneket használsz? TIPPEK Gondolj a nem megújuló kulcsfontosságú erőforrásokra, az erőforrásokat nagy mennyiségben felhasznált kulcsfontosságú tevékenységekre, a keletkező káros hulladékokra stb. </td><td data-bbox="758 1825 1580 1995"> ÖKO-TÁRSADALMI ELŐNYÖK - Milyen ökológiai vagy társadalmi előnyöket generál vállalkozásod? - Kik a kedvezményezettek? Potenciális ügyfelekről van szó? - Tudsz nem pénzbeli előnyöket kínálni alkalmazottaidnak (4 napos munkahét, távmunka stb.)? TIPPEK Gondolj a szervezeted bolygóra, társadalomra és gazdaságra gyakorolt pozitív hatásaira, és arra, hogyan tudod azokat maximalizálni. </td></tr> </table>					ÖKO-TÁRSADALMI KÖLTSÉGEK - Milyen ökológiai vagy társadalmi költségeket okoz az üzleti modelled? - Milyen természeti, energetikai és műszaki erőforrásokra van igényed vagy milyenneket használsz? TIPPEK Gondolj a nem megújuló kulcsfontosságú erőforrásokra, az erőforrásokat nagy mennyiségben felhasznált kulcsfontosságú tevékenységekre, a keletkező káros hulladékokra stb.	ÖKO-TÁRSADALMI ELŐNYÖK - Milyen ökológiai vagy társadalmi előnyöket generál vállalkozásod? - Kik a kedvezményezettek? Potenciális ügyfelekről van szó? - Tudsz nem pénzbeli előnyöket kínálni alkalmazottaidnak (4 napos munkahét, távmunka stb.)? TIPPEK Gondolj a szervezeted bolygóra, társadalomra és gazdaságra gyakorolt pozitív hatásaira, és arra, hogyan tudod azokat maximalizálni.
ÖKO-TÁRSADALMI KÖLTSÉGEK - Milyen ökológiai vagy társadalmi költségeket okoz az üzleti modelled? - Milyen természeti, energetikai és műszaki erőforrásokra van igényed vagy milyenneket használsz? TIPPEK Gondolj a nem megújuló kulcsfontosságú erőforrásokra, az erőforrásokat nagy mennyiségben felhasznált kulcsfontosságú tevékenységekre, a keletkező káros hulladékokra stb.	ÖKO-TÁRSADALMI ELŐNYÖK - Milyen ökológiai vagy társadalmi előnyöket generál vállalkozásod? - Kik a kedvezményezettek? Potenciális ügyfelekről van szó? - Tudsz nem pénzbeli előnyöket kínálni alkalmazottaidnak (4 napos munkahét, távmunka stb.)? TIPPEK Gondolj a szervezeted bolygóra, társadalomra és gazdaságra gyakorolt pozitív hatásaira, és arra, hogyan tudod azokat maximalizálni.					

FENNTARTHATÓ KREATÍV PROJEKT CANVAS

Projekt címe:				
Csapattagok:				
HÁLÓZATOKHOZ VALÓ TARTOZÁS 	TEVÉKENYSÉGEK ÉS MUNKA 	ÉRTÉK 	GYŐZTESEK 	HOZZÁFÉRÉS MÁSOK SZÁMÁRA
	FELSZERELÉS, ESZKÖZÖK ÉS IDŐ 		VISSZAJELZÉSEK 	
ÖKO-TÁRSADALMI KÖLTSÉGEK 		RÖVID TÁVÚ ÉS HOSSZÚ TÁVÚ NYERESÉGEK, VESZTESÉGEK ÉS JUTALMAK ÖKO-TÁRSADALMI ELŐNYÖK 		

MINTA:

A helyes válasz vastag betűvel szerepel.

1. A szövegben melyik tevékenységet javasoljátok a „fenntarthatóság értékelése” kompetencia gyakorlásának megkezdéséhez?

- A) Könyvek olvasása a fenntarthatóságról.
- B) Dokumentumfilmek nézése a környezetvédelmi kérdésekről.

C) Párbeszédben és vitában való részvétel.

2. A szöveg szerint mit jelent elsősorban a „rendszer szemlélet” a fenntarthatósági problémák megközelítésekor?

A) A probléma a lehető legkisebb, egymástól független részekre bontása, hogy azokat külön-külön lehessen megoldani.

B) Csak egy cselekvés közvetlen hatásaira összpontosítani, a hosszú távú hatások figyelembevétele nélkül.

C) A probléma megközelítése az összes összefüggő elem, időhorizont és térbeli lépték figyelembevételével.

3. A szövegben mi a „jövőbeli ismeretek” legfontosabb aspektusa a szociális és szolidáris gazdaság (SSE) vállalkozások számára?

A) A legvalószínűbb jövő biztos előrejelzése.

B) Azonnali kihívásokra reagálni hosszú távú tervezés nélkül.

C) Proaktív módon elképzelni és kidolgozni alternatív, fenntartható jövőket különböző forgatókönyvek felállításával.

4. Mi a La Louve kezdeti víziójának központi eleme, amely több ezer tagot vonzott és irányította működését?

A) Nagy terjeszkedés révén Párizs legnagyobb szupermarketláncává válni.

B) A nemzetközi élelmiszer-értékesítés révén a legnagyobb profitot elérni alapítóik számára.

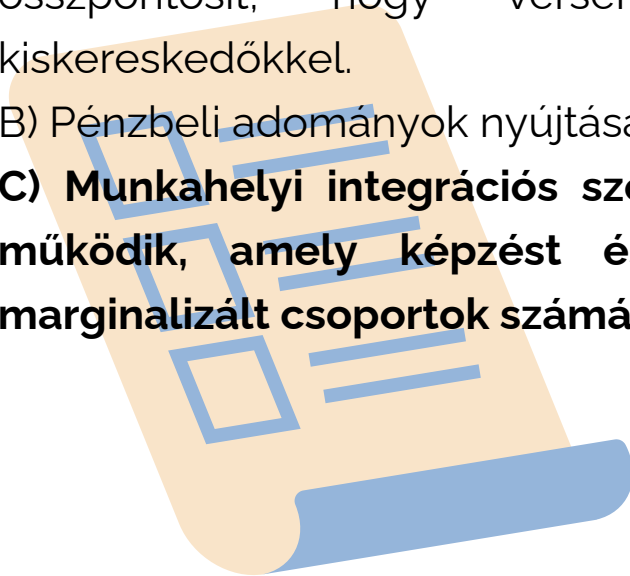
C) Olyan kooperatív modell létrehozása, amelyben a fogyasztók tulajdonosai az élelmiszer-ellátásnak, és demokratizálják a fenntartható élelmiszerekhez való hozzáférést.

5. A ruhagyűjtésen túl, mi az a jelentős hatás, amelyet a Humana tevékenysége révén elér?

A) Elsősorban új, gyors divatú ruházati termékek értékesítésére összpontosít, hogy versenyképes legyen a nagy kiskereskedőkkel.

B) Pénzbeli adományok nyújtása nemzetközi vállalatoknak.

C) Munkahelyi integrációs szociális vállalkozásként (WISE) működik, amely képzést és foglalkoztatást biztosít a marginalizált csoportok számára.



További források és olvasnivalók

- Európai Bizottság. (2020, március). Új körforgásos gazdaságra vonatkozó cselekvési terv egy tisztább és versenyképesebb Európa érdekében.
- Bianchi, G., Pisiotis, P., & Redman, E. (2022). GreenComp: Az európai fenntarthatósági kompetenciakeret. Az Európai Unió Kiadóhivatala
- Az ENSZ fenntartható fejlesztési céljai (SDG-k)
<https://sdgs.un.org/goals>
- MDPI Books. (2020). Rendszergondolkodás. MDPI.
- Miller, R. (szerk.). (2018). A jövő átalakítása: Előrejelzés a 21. században. Routledge
<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000264644>.
- UNESCO Global Futures Literacy Network
<https://www.unesco.org/en/futures-literacy/network>

Hivatkozások

Bianchi, G., Pisiotis, P., & Redman, E. (2022). GreenComp: Az európai fenntarthatósági kompetenciakeret. Az Európai Unió Kiadóhivatala.

https://joint-research-centre.ec.europa.eu/greencomp-european-sustainability-competence-framework_en

Európai Bizottság. (n.d.). GreenComp: Az európai fenntarthatósági kompetenciakeret. Letöltve: 2025. május 29.,
<https://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/handle/JRC128040>

Rasa, E., Juha, K., & Mari, J. (2024). Jövőorientált természettudományos tanulás és annak hatása a diákok érzelmeire, jövőbeli ismereteire és cselekvőképességére az antropocénban. Kutatás a természettudományos oktatásban. Előzetes online publikáció.
https://www.researchgate.net/publication/385688986_Future-Oriented_Science_Learning_and_its_Effects_on_Students'_Emotions_Futures_Literacy_and_Agency_in_the_Anthropocene

Lee S., (2025, június 4.) Az ok-okozati kördiagramok elsajátítása a fenntarthatóság érdekében. Lépésről lépésre útmutató komplex környezeti rendszerek elemzéséhez. Forrás:
<https://www.numberanalytics.com/blog/mastering-causal-loop-diagrams-sustainability>

Trinity College Dublin, Centre for Academic Practice, Trinity Teaching and Learning. (2024, december 13.). ESD Competencies linked to GreenComp.
<https://www.tcd.ie/academicpractice/resources/education-for-sustainable-development/esd-competencies/>

Az ENSZ szociális és szolidáris gazdasággal foglalkozó ügynökségek közötti munkacsoportja (UNTFSSSE). (2023. március 29.). SZOCIÁLIS ÉS SZOLIDÁRIS GAZDASÁG.
https://www.un.org/sites/un2.un.org/files/social_and_solidarity_economy_29_march_2023.pdf

4. MODUL: INNOVATÍV MODSZEREK ÉS ESZKÖZÖK A TÁRSADALMI VÁLLALKOZÓI TEVEKENYSÉGHEZ



Rövid összefoglaló



Olyan világban élünk, amelyet komplex társadalmi, gazdasági és környezeti kihívások jellemeznek, amelyek új gondolkodásmódokat és cselekvési formákat igényelnek. Ebben a kontextusban a **társadalmi vállalkozás** innovatív és átalakító válaszul jelenik meg, amely ötvözi a kreativitást, a társadalmi elkötelezettséget és a fenntarthatóságot, hogy pozitív hatást gyakoroljon a közösségekre.



Ebben a modulban megismerkedhetsz a módszerekkel és eszközökkel, amelyekkel **innovatív és fenntartható megoldásokat hozhatsz** létre a világ jelenlegi kihívásaira, amelyekre a társadalmi vállalkozói szellem révén tudsz reagálni. Megtudhatod, mi is az a társadalmi vállalkozói szellem, és megismerkedhetsz a szektorban mérvadó gyakorlati példákkal. A modul célja, hogy gyakorlati és módszertani eszközöket nyújtson azoknak, akik olyan vállalkozói kezdeményezéseket szeretnének kidolgozni, amelyek nemcsak gazdaságilag életképesek, hanem felelősségteljesek is, és összhangban állnak a társadalom valós igényeivel.

Megismerkedhetsz a társadalmi vállalkozás alapjaival, a lehetőségek felismerésének technikáival, a hatékony prototípusok létrehozásának stratégiáival és a társadalmi hatással bíró üzleti modellek tervezésének magyarázataival.



A modul célja

- Ismerd meg, mi az a társadalmi vállalkozás.
- Tanuld meg, hogyan lehet prototípust készíteni a fejlesztendő szolgáltatásról vagy termékről.
- Ismerd és tervezd meg, a társadalomra is hatással bíró üzleti modell főbb jellemzőit.
- Ismerd meg a társadalmi vállalkozás különböző formáit.



Tananyag: Digitális kompetenciák/innovatív társadalmi vállalkozói szellem

3.1 A társadalmi vállalkozás meghatározása

A társadalmi vállalkozás olyan **üzleti forma, amely innovatív és fenntartható megoldásokkal törekszik társadalmi vagy környezeti problémák megoldására.** A hagyományos vállalkozásokkal ellentétben itt a fő cél nem csak a profittermelés, hanem a társadalomra gyakorolt pozitív hatás is. Ez a típusú vállalkozás ötvözi a társadalmi küldetés iránti szenvedélyt az üzleti fegyelemmel, hogy mérhető és átalakító eredményeket érjen el.

Ahelyett, hogy kizárólag a gazdasági haszon maximalizálására koncentrálnának, a társadalmi vállalkozók olyan értékeket helyeznek üzleti modelljük középpontjába, mint a méltányosság, a társadalmi igazságosság, a fenntarthatóság és a befogadás. Célja a valós kihívások kezelése: a szegénységtől, az egyenlőtlen oktatástól vagy a fiatalok munkanélküliségétől kezdve az éghajlatváltozásig, a környezetszennyezésig vagy a digitális szakadékig.

A társadalmi vállalkozás különböző formákat ölthet: lehet vállalat, szövetkezet, alapítvány vagy akár hibrid kezdeményezés. Mindegyikük közös vonása az innovatív megközelítés, amelynek célja rendszerszintű és tartós megoldások kidolgozása. Ehhez aktívan figyelnek a közösségekre, akiket támogatnak, agilis módszereket alkalmaznak, hálózatban dolgoznak, és olyan hatékonyságmérési modellekre támaszkodnak, amelyek segítségével értékelhetik, hogy valóban jelentős változásokat hoznak-e létre.

Ezen túlmenően a társadalmi vállalkozói szellem egy újfajta üzleti sikerfelfogást hirdet, amely **egyaránt értékeli a gazdasági hasznot és a kollektív jólétet**. Nem jótékonytságról van szó, hanem a gazdaság újragondolásáról egy regeneratív logika alapján (amely az ökológiai és társadalmi rendszerek helyreállítására és revitalizálására összpontosít), ahol a személyes fejlődés, a környezet tisztelete és a felelősségteljes innováció kéz a kézben járnak. Célja egy olyan rendszer létrehozása, amelyben a gazdasági tevékenység javítja a környezetet és a társadalom minden tagjának javát szolgálja.

Röviden: a társadalmi vállalkozói szellem hatékony választ ad a mai világ kihívásaira. Ez egy módja annak, hogy a segítőkészséget konkrét cselekvéssé alakítsuk, az üzleti eszközöket egy igazságosabb, humánusabb és fenntarthatóbb jövő szolgálatába állítva.

**A társadalmi vállalkozás annak felismeréséből született,
hogyan volt rá ...**

**társadalmi
szükséglet**

És megoldást keres arra, hogy...

**folytatni tudja
gazdasági
tevékenységét**

Hogy előidézzék...

**egy pozitív
társadalmi hatást**

Átalakítva a jelenlegi helyzetet

3.2 A piaci igények és trendek megértésének módszertana

Bármely vállalkozás megkezdése előtt elengedhetetlen a környezet megértése, a valódi igények azonosítása és a releváns trendek felismerése. Ezen ismeretek nélkül egy projekt elindítása olyan megoldások kidolgozásához vezethet, amelyek nem találnak visszhangra az emberek körében, vagy nem oldanak meg érdemi problémákat.

Ezért ez a kezdeti szakasz az alapot képezi, amelyre az egész üzleti modell épül.

Ez a fázis több alapvető lépésből áll, amelyek együttesen egy szilárd, értelmes és hatással bíró ötletet alkotnak. Itt található 17 piackutatási eszköz és forrás, amelyek segítenek úgy gondolkodni, mint a fogyasztók: <https://www.gwi.com/blog/market-research-tools>

Piackutatás

A célközönségtől közvetlenül gyűjtött információkról van szó: kik ők, mire van szükségük, mi aggasztja őket, és hogyan oldják meg jelenleg ezeket a problémákat. Ez felmérések, interjúk, közvetlen megfigyelés vagy digitális eszközök segítségével történhet. A kulcs az aktív hallgatás és a hipotézisek valóságból, nem pedig feltételezésekből történő validálása.

Az ilyen típusú tanulmányok elvégzéséhez online eszközök állnak rendelkezésre, például [az https://www.pewresearch.org/](https://www.pewresearch.org/) vagy a közösségi média figyelésére szolgáló [BuzzSumo](#), amely segít azonosítani a trendi tartalmakat és elemezni a közösségi média aktivitását bizonyos témák körül.

Trendelemzés

Itt jelentéseket, szakcikkeket és statisztikai adatokat használnak az emberek viselkedésében, a társadalmi, kulturális vagy technológiai változásokban, valamint az új piaci érdekekben megjelenő új minták azonosítására. Ezeknek a korai jeleknek a felismerése segíthet előre látni a szükségleteket, mielőtt azok hatalmas igénnyé válnának. A következő eszköz használható a közérdek megértéséhez:

<https://trends.google.com/trends/>

Brainstorming és kreatív gondolkodás

Miután azonosítottuk a lehetőségeket, itt az ideje korlátok nélkül ötleteket generálni. Az olyan technikák, mint a brainstorming, a gondolatterkép, a SCAMPER-módszer vagy a laterális gondolkodás lehetővé teszik, hogy ugyanazon probléma különböző megközelítési módjait vizsgáljuk. A cél nem a „tökéletes ötlet” megalkotása, hanem sok olyan ötlet, amelyet később finomítani, kombinálni vagy átalakítani lehet.

Probléma-megoldás kiigazítás

A sikeres vállalkozói tevékenység egyik kulcsa, hogy a felhasználó valós problémája és a javasolt megoldás összhangba kerüljön. Ebben a szakaszban az ötletet összehasonlítják a valósággal, kiigazítják az értékajánlatot, és megerősítik, hogy valóban van-e érdeklődés az iránt, amit létrehoznak. Itt az ideje feltenni magunknak a kérdést: ez valóban megold valamit, ami fontos? Megvalósítható és megkülönböztető módon?

Ez a folyamat ciklikus, nem lineáris. Sokszor a kutatás vagy a prototípus készítése után a problémát újradefiniálják, vagy új megoldásokat dolgoznak ki. Ezért kritikus fontosságú egy **nyitott, iteratív és emberközpontú gondolkodásmód** alkalmazása, amely lehetővé teszi, hogy a környezetből tanultak alapján módosítsuk az irányt.

A piac mélyreható megértése nemcsak növeli a siker esélyét, hanem segít olyan projektek kidolgozásában is, amelyek fenntarthatóbbak, relevánsabbak és jobban kapcsolódnak a valós világhoz.

Ez a módszertan, amely a piaci igények és trendek megértésére, kreatív ötletek generálására és a probléma-megoldás illeszkedésének kiigazítására irányul, természetesen összhangban áll a Design Thinking megközelítéssel.

Ez egy emberközpontú módszertan, amely empátiával, kreativitással és kísérletezéssel igyekszik megoldani a komplex problémákat. Céljuk nem csak innovatív ötletek generálása, hanem annak biztosítása is, hogy ezek az ötletek valódi igényekre reagáljanak, és mélyen kapcsolódjanak azokhoz, akik majd használni vagy kipróbálni fogják őket.

Mind a piackutatásban, mind a trendelemzésben és az ötletelési fázisban a Design Thinking nagyon konkrét eszközöket és szakaszokat javasol, amelyek gazdagítják a folyamatot: kezdjük azzal, hogy empátiával fordulunk a felhasználó felé, hogy megértsük vágyait, fájdalmát és motivációit; majd világosan határozzuk meg a megoldandó problémát; folytassuk a korlátok nélküli ötleteléssel; készítsünk prototípusokat kézzelfogható vagy vizuális megoldásokról; és végül teszteljük, hogy tanuljunk és végezzük el a szükséges korrigálásokat. Ez a nem lineáris és rugalmas struktúra lehetővé teszi a vállalkozók számára, hogy értékajánlatukat agilis módon adaptálják, minimalizálva a kockázatokat és növelve a siker esélyét.

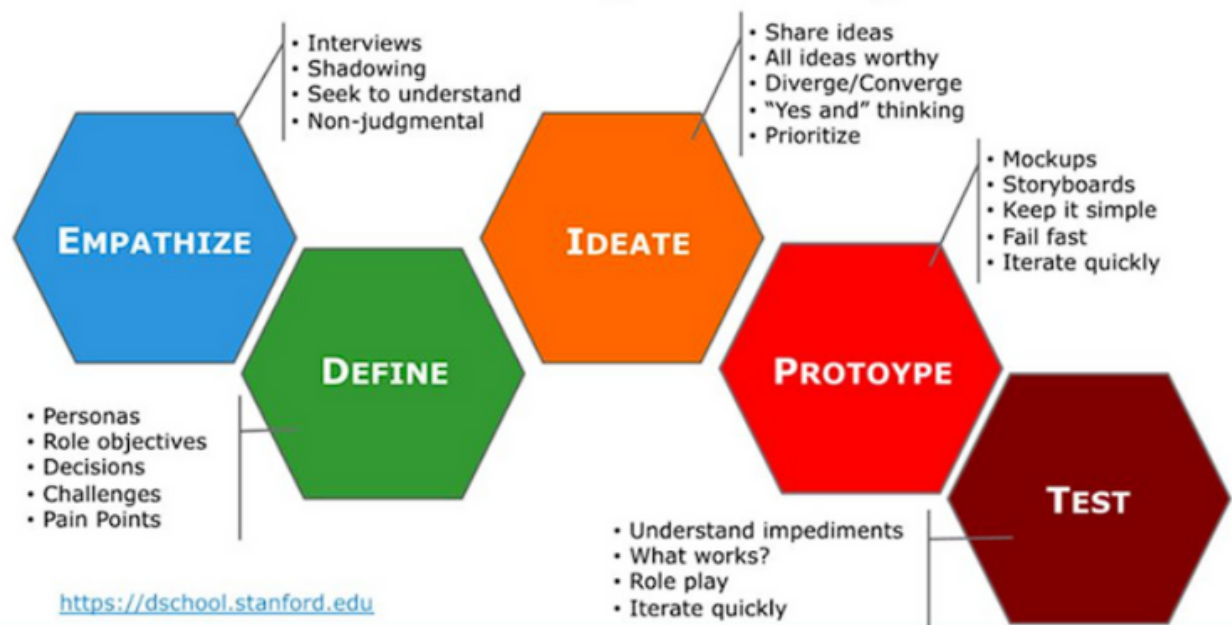
Amikor a Design Thinkinget alkalmazzuk egy vállalkozói ötlet kidolgozásának módszertanára, nemcsak innovatívabb megoldásokat hozunk létre, hanem humánusabb, fenntarthatóbb és a piac valódi igényeinek még jobban megfelelő megoldásokat is. A feltételezések helyett validálunk. Ahelyett, hogy egyedül alkotnánk, másokkal közösen alkotunk. Így a folyamat rendszeres tanulási élménnyé alakul, ahol minden, környezetünkkel való interakció lehetővé teszi számunkra, hogy jobban finomítsuk termékünket, szolgáltatásunkat vagy üzleti modellünket.

A módszer együttműködésen és kreativitáson alapul, és széles körben alkalmazzák termékek, szolgáltatások és élmények tervezésében.

A Design Thinking folyamat általában öt szakaszból áll:

1. Empátia: A felhasználók igényeinek és problémáinak mélyreható megértése.
2. Meghatározás: A megoldandó probléma azonosítása és egyértelmű meghatározása.
3. Ötletelés: Számos ötlet és lehetséges megoldás kidolgozása.
4. Prototípus: A legígéretesebb megoldások prototípusainak vagy modelljeinek elkészítése.
5. Tesztelés: A prototípusok tesztelése a felhasználókkal és visszajelzések gyűjtése a megoldások javítása érdekében.

Stanford d.school Design Thinking Process



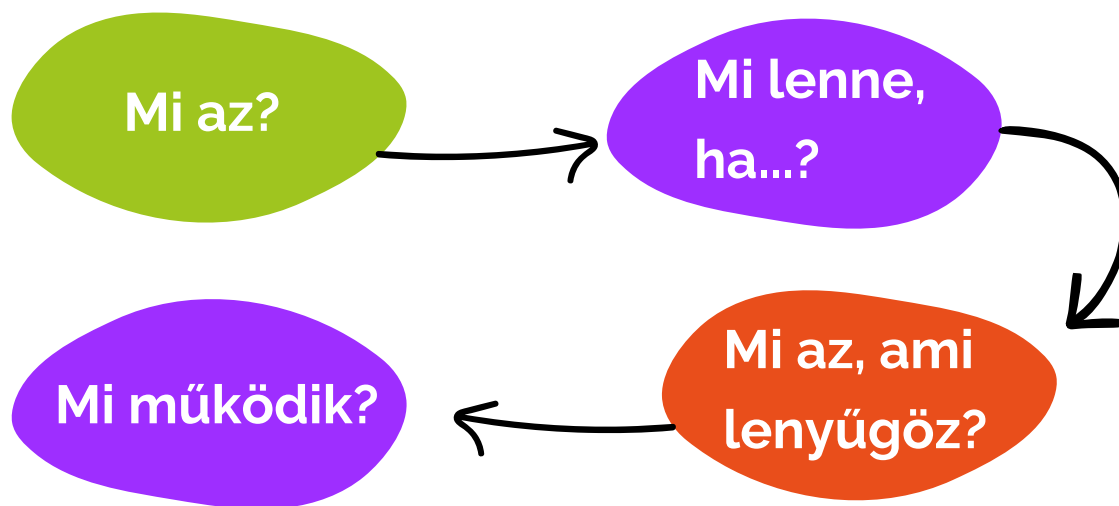
Ez a módszertan ösztönzi a kreativitást és az innovációt, és nagyon hasznos a komplex problémák megoldásában és felhasználóközpontú megoldások kidolgozásában. Interaktív folyamaton keresztül lehetővé teszi a vállalkozók számára, hogy új perspektívákat fedezzenek fel, azonosítsák a valódi igényeket, és olyan ötleteket generáljanak, amelyek hatékonyan reagálnak a környezet kihívásaira.

Ennek a megközelítésnek egyik alapvető pillére a közvetlen **kapcsolat a vevőkkel**, amely nem korlátozódik a végső validálásra, hanem a folyamat kezdetétől integrálva van. Ez egy olyan termékfejlesztési megközelítés, amelyben a vevők már a kezdeti ötlet vagy koncepció kidolgozásában részt vesznek, ami lehetővé teszi számukra, hogy relevánsabb, a piaci realitásokhoz igazodó javaslatokat dolgozzanak ki.

A cél az, hogy az ajánlatot valós információk, és nem feltételezések alapján határozzuk meg vagy módosítsuk. A korai ügyfél-visszajelzések kiküszöbölik a bizonytalanságot, és lehetővé teszik a megalapozott döntések meghozatalát, mielőtt nagy erőforrásokat fektetnénk olyan fejlesztésekbe, amelyek esetleg nem lesznek kifizetődőek. Ennek a folyamatos visszajelzésnek köszönhetően időben felismerhető, mi működik és mi nem, így elkerülhetőek a felesleges költségek.

Ezenkívül ez a munkamódszer arra ösztönöz minket, hogy „**a dobozon kívül**” gondolkodjunk, kilépjünk a hagyományos sémákból, és új értékteremtési módszereket keressünk. Lehetővé teszi, hogy az eredeti ötletből kiindulva rugalmasan alkalmazkodjunk a célközönség igényeihez, és így nagyobb összhangot teremtsünk a kínált és a valóban keresett termékek között.

Röviden: ez a megközelítés nemcsak javítja a fejlesztett termékek vagy szolgáltatások minőségét és relevanciáját, hanem elősegíti egy empatikusabb, agilisabb és a folyamatos fejlesztésre orientált vállalkozói kultúra kialakulását is.



A piackutatás a Design Thinking 1., 2. és 3. fázisát foglalja magában. Itt empátiával fordulunk környezetünk felé, hogy megértsük, mit akar az ügyfélkör, hogy alakul a verseny, hogyan mozog a piac, és így meghatározzuk azt az igényt, amelyre reagálni szeretnénk. Ez olyan, mintha „ellenőrizni” szeretnénk a piacot, hogy megtudjuk, van-e esélye a sikerre vállalkozásunknak vagy termékünknek.

Ez lehetővé teszi számunkra, hogy ötleteket gyűjtsünk a meghatározott problémára.

1. FÁZIS Határozd meg, mit szeretnél megtudni:

Gondold át, mit kellene tudnod. Lehet, hogy az emberek szeretnének egy új terméket, amelyet pont szeretnél is bevezetni a piacra, emellett mit gondolnak a jelenlegi termékeidről, vagy vannak-e olyan rések a piacon, amelyeket ki tudnál használni.

2. FÁZIS Válaszd ki, hogyan fogsz kutatni:

- **Elsődleges kutatás:** Itt közvetlenül gyűjts információkat, beszélj emberekkel, végezz felméréseket, szervezz fókuszcsoportokat vagy tesztelj termékeket. A felmérésekhez széles lehetőséget nyújt a SurveyMonkey.
- **Másodlagos kutatás:** A már meglévő információkat vizsgálj meg, például iparági jelentéseket, korábbi tanulmányokat, statisztikákat vagy szakcikkeket. Ehhez egy hasznos eszköz a www.statista.com. Ez a platform támogatja a piacelemzést és -előrejelzést, az adatelemzést, a termék- és árkutatást, a koncepciótesztelést és a felhasználói élmény kutatását.

3. FÁZIS: Az ideális ügyfélkör azonosítása:

Gondolj arra, kik lehetnek az ügyfeleid. Ide tartoznak olyan adatok, mint az életkoruk, lakóhelyük, kedvenceik, jövedelmük és vásárlási szokásaik. Létrehozhatasz egy **VÁSÁRLÓI SZEMÉLYISÉGET**, egy eszközt, amely segít vizualizálni a célunkat és archetípusokat létrehozni:

VÁSÁRLÓI SZEMÉLYISÉG



Ossz ki egy címkét, amely könnyen azonosítható.

pl. városiak, kertészek, öko-barátok, játékosok stb.

Ki ez a személy?
DEMOGRÁFIAI PROFIL:
Kor, nem, foglalkozás, lakóhely

FRUSTRATIONS

Hogyan nyilvánulnak meg azok a nehézségek, amelyekkel a megoldani kívánt probléma/kielégítetlen vágy kapcsán találkozol?

Milyen termékekkel/szolgáltatásokkal próbálják megoldani ezt a problémát/kielégítetlen igényt? Milyen **alternatívák** léteznek a piacon?

Ki ez a személy?
PSZICHOGRÁFIKUS PROFIL:
Érdeklődési kör, életmód, értékek, fogyasztási szokások, kapcsolata a környezetével

NYERESÉG

Írd le azokat az előnyöket, amelyeket elvárnak, szeretnének, vagy amelyek meglepetésként érnék őket.

Idő-, erőfeszítés- és pénzmegtakarítás, pozitív érzések, jobb élmény, jobb egészség

Milyen társadalmi **környezetben** működnek?

Gyakran látogatott helyek, közösségek, közösségi média...

Az online eszközt ezen a linken érheted el:

[Ingyenes vásárlói profil generátor a Magnetly-től](#)

4. FÁZIS: Elemezd a versenyt és az adatokat:

Tanulmányozd, mit csinálnak a hozzád hasonló más vállalkozások. Ezzel képet kaphatsz arról, mi működik és mi nem, és ez segít jobban pozicionálni termékedet.

Különböző típusú **verseny** létezik:

- **Közvetlen versenytársak**

Olyan cégek, amelyek hasonló termékeket vagy szolgáltatásokat kínálnak ugyanazon célközönségnek, és ugyanazokat az igényeket elégítik ki. *Például egy kávézó, amely egy másik kávézóval versenyez ugyanazon a területen.*

- **Közvetett versenytársak**

Olyan vállalatok, amelyek alternatívákat kínálnak ugyanazon igény kielégítésére vagy ugyanazon probléma megoldására, még akkor is, ha a termék vagy szolgáltatás eltérő. *Egy kávézó, amely egy teázóval vagy otthoni kávéfőző gépekkel versenyez.*

- **Kiegészítő versenytársak**

Olyan vállalatok, amelyek az általad értékesített termékeket vagy szolgáltatásokat kiegészítő termékeket vagy szolgáltatásokat kínálnak, de amelyekkel közvetetten versenyezhetsz, ha a fogyasztók a kombinált megoldásaikat részesítik előnyben. Egy étterem, amely közvetetten versenyez az étel-házhozszállítási alkalmazásokkal, mivel az utóbbiak lehetővé teszik a fogyasztók számára, hogy otthon maradjanak.

Miután összegyűjtötte az összes információt, nézd át azokat, hogy megtaláld a mintákat vagy trendeket. Ehhez a legalkalmasabb eszközt használd: **a SWOT-elemzést.**

A **SWOT** (erősségek, gyengeségek, lehetőségek és veszélyek) elemzés segít felmérni piaci pozíciód és azonosítani a marketingstratégiád kidolgozásához kulcsfontosságú területeket.

ERŐSSÉGEK:

- Mi teszi a vállalatodat erőssé a versenytársakhoz képest?
- Példák: Magas termékminőség, márkaismertség, innovatív dizájn.

GYENGESÉGEK:

- Mely területeken van szükség fejlesztésre?
- Példák: Korlátozott forgalmazás, magas árak, marketing erőforrások hiánya.

LEHETŐSÉGEK:

- Milyen külső tényezőket tudsz kihasználni a növekedés érdekében?
- Példák: Növekvő kereslet az ökológiai termékek iránt, új trendek a piacon.

VESZÉLYEK:

- Milyen külső kockázatok befolyásolhatják vállalkozásodat?
- Példák: Új versenytársak, szabályozási változások, gazdasági ingadozások.

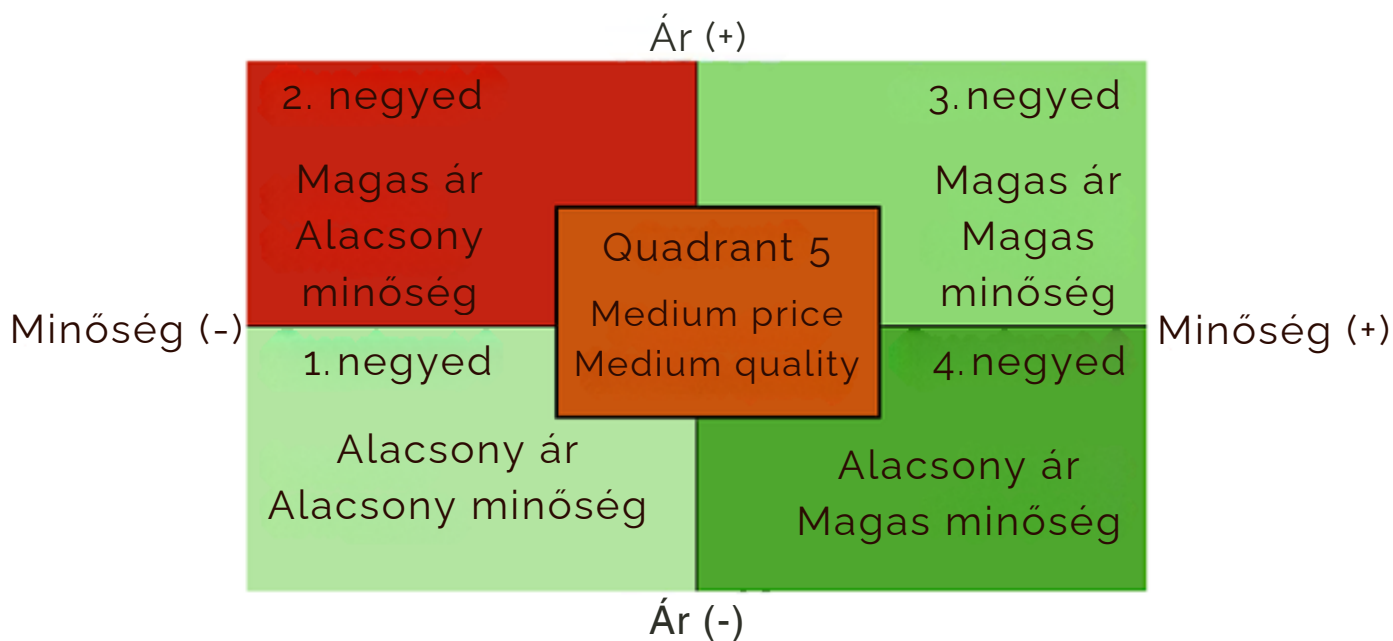
Online sablon az alábbi linken:

[Bézs minimalista SWOT-elemzés négyzetdiagram – sablonok a Canva-tól](#)

Ezzel az elemzéssel érdekes lehet egy **versenytársi mátrix vagy pozicionálási térkép** létrehozása, amely kulcsfontosságú kritériumok alapján meghatározza a versenyünk pozitív és negatív tengelyeit.

A pozicionálási térkép egy grafikon, amely lehetővé teszi, hogy összehasonlítsd vállalatodnak jellemzőit, képességeit és teljesítményét a legfontosabb versenytársakéval szemben. Segít azonosítani azokat a területeket, ahol vállalatod versenyelőnyökkel rendelkezik, és azokat, ahol fejlesztésre van szükség. A pozicionálási térkép elkészítésének lépései:

1. Rajzold meg a térképet: Ezt két vonal jelöli, egy vízszintes és egy függőleges; az első az X-tengelyt, a második az Y-tengelyt jelenti. Mindkét végén meg kell adnunk egy minimális és egy maximális értéket.
2. Válaszd ki az értékelési kritériumokat: ár, termékminőség, forgalmazás, marketing, ügyfélszolgálat, innováció. Válaszd ki a megfelelőt.
3. Ábrázold legfontosabb versenytársaidat (közvetlen és közvetett).
4. Pontszámok hozzárendelése: Értékelj vállalatodat és versenytársaidat minden kritérium szerint egy skálán (pl. 1-től 5-ig).
5. Elemezd az eredményeket: azonosítsd azokat a területeket, ahol vállalatod felülmúlja versenytársaidat, és ahol van még javítanivaló.



1. A pozicionálási térképhez és a versenytársi mátrixhoz potenciális eszközöket és sablonokat talál a következő linken:
2. <https://www.hubspot.com/business-templates/competitive-analysis>

3.3 Prototípusok készítése alapvető eszközökkel

Miután megértetted a piac igényeit, azonosítottad a releváns trendeket és kreatív gondolkodási gyakorlatok segítségével ötleteket generáltál, itt az ideje, hogy formába öntsd ezeket az ötleteket. Itt jönnek képbe az alapvető eszközökkel történő prototípus-készítés. Ez a szakasz lehetővé teszi a koncepciók kézzelfogható formába öntését – vázlatok, digitális szimulációk vagy egyszerű modellek segítségével –, hogy azokat gyorsan tesztelni lehessen. A prototípus és a probléma-megoldás kiigazítási folyamat összekapcsolásával ellenőrizhető, hogy a javaslat valóban megfelel-e az emberek igényeinek, ezáltal elősegítve a folyamatos és felhasználóközpontú fejlesztést.

Ebben a pillanatban világszerte több ezer ember, akárcsak Te, reményeit, álmait, idejét, energiáját és pénzét új ötletek kidolgozására fordítja, amelyek változást hoznak a helyi, országos, sőt nemzetközi piacon. A legtöbb vállalkozó úgy gondolja, hogy nyertes termék vagy szolgáltatáson dolgozik, de tudjuk, hogy ez nem mindig igaz. Az új ötletek nagyon nagy százaléka kudarcot vall: túl sok olyan alkalmazás, amely nem hoz pénzt, étterem, amely kevesebb mint egy év alatt bezár, vállalkozás, amely nem tud eladni, és tanácsadó cég, amely nem tud igazán beindulni, mert hiányzik belőlük a legfontosabb: **olyan ügyfélkör, amely hajlandó fizetni azért, amit kínálnak**. Csak néhány ilyen új projekt lesz sikeres. És még kevesebb új termék és szolgáltatás lesz igazán releváns a célpiac számára. És te, aki hetek, sőt hónapok óta dolgozol a vállalkozói ötleteden, rájössz, hogy órákon át tartó piackutatás, a felhasználókról való gondolkodás és az üzleti modell kidolgozása után sem tudod megjósolni, melyik csoporthoz tartozol. **Nos, itt az ideje a prototípus elkészítésének!**

Néha a vállalkozói sikert szinte varázslatos folyamatként írják le: nagy adag szenvedély a munkád iránt, önmagadba vetett hit... és „voilà”, a siker garantált! De a valóság az, hogy minden piacon sikeres termék és szolgáltatás mögött egy komplex ciklusokból és változásokból álló történet áll. Ezért, amikor elindítod vállalkozói kalandodat, nagyon fontos, hogy ne szeress bele az első ötletedbe vagy ötleteidbe, hanem új alternatívákat is vizsgálj meg. Az új projektek mindig profitálnak az erős kritikai ítélőképességből, és a kísérletezés és a hibákból való tanulás révén az ötletek iterálódnak és erősödnek.

A prototípusok típusai

A HIPOTÉZISEKRŐL ÉS A PROTOTÍPUSOK KÉSZÍTÉSÉNEK OKÁRÓL. Mielőtt továbbmennénk, tudnod kell, hogy eddig a vállalkozói projektednek úgynevezett hipotézisein dolgoztál.

Találtál lehetőséget egy kielégítetlen igényben vagy egy beteljesületlen vágyban? Fedeztél fel egy új típusú üzletet, amely más részein a világon sikeres, és a te településeden is az lenne? Azonosítottál kihasználatlan erőforrásokat, amelyeket újszerű módon felhasználhatnál?

Igen, ebben a pillanatban már lehet, hogy van egy remek ötleted, amely idővel és sok munkával remek üzletté is válhat. De jelenleg ez csak egy ötlet. Azok a kijelentések, amelyekre az ötleted épül, de amelyeket még nem tudtál megerősíteni a potenciális felhasználókkal, azok, amit hipotéziseknek nevezünk.

A LÉTEZŐ FELTÉTELEZÉSEK TÖBBNYIRE A KÖVETKEZŐ TERÜLETEKET FEDIK LE:

- PROBLÉMAHIPOTÉZIS: - Kik a felhasználók, és milyen problémáik vannak (kielégítetlen szükségletek vagy vágyak).
- MEGOLDÁS HIPOTÉZIS: - Milyen típusú termék vagy szolgáltatás elégíti ki ezt az igényt vagy vágyat? - Mennyit hajlandók fizetni a megoldásért?
- TERMÉK HIPOTÉZIS: - A termék vagy szolgáltatás mely tulajdonságait értékelik a felhasználók - Mely funkcionális és esztétikai tulajdonságokért hajlandók kicsit többet fizetni?
- PIACI HIPOTÉZIS: - A potenciális felhasználók száma - Azok száma, akik valódi vásárlókká válhatnak (konverziós arány).

A prototípus készítésének különböző módjai vannak, és mindegyik alkalmazható az általad fejlesztett termék vagy szolgáltatás típusához. Annak érdekében, hogy lépésről lépésre követhesd ezt a folyamatot, és maximalizálhasd az egyes iterációkból nyert ismereteket, létrehoztunk egy **VIZUÁLIS ESZKÖZTÁRAT**, amelyet letölthetsz, kinyomtathatsz, átgondolhatsz és kitölthetsz. Mint minden vizuális gondolkodási eszköznél, a fontos nem maga az eszköz, hanem az általa kiváltott gondolatok. Nem arról van szó, hogy minden vásznat színes post-it cetlikkel tölts meg, hanem arról, hogy elemezz minden pontot, kérdéseket tegyél fel magadnak, érdeklődj és a lehető legtöbbet hozd ki minden tanulásból. Az eszköz csak egy út, nem a cél.

A készlet két legfontosabb eszköze, amelyek az egész prototípus-készítési folyamat gerincét képezik, a következők: **96**

1. **A prototípus-készítés útiterve**, amelyben egyenként megtalálod azokat a lépéseket, amelyeket minden prototípus készítésekor követned kell: a kérdések meghatározásától, a készítendő prototípus kiválasztásától és a potenciális felhasználókkal végzett tesztelés módjának meghatározásától kezdve az elért eredmények átgondolásáig.
2. **A validációs táblázat**, amelybe be kell építenie az **ÖSSZES** elkészített prototípus eredményeit, a validált hipotéziseket, a nem validáltakat és a folyamat során szerzett ismereteket (a hipotézisek validálásától a végleges megoldás megszerzéséig). Ez lehetővé teszi, hogy az összes információt rendszerezve és egymás után tudd tárolni, hogy a termék vagy szolgáltatás tervezése során a helyes döntéseket hozd meg.

Például:

- **Ügyfélút térkép**. Ez egy vizuális ábrázolása annak az útnak, amelyet a felhasználó bejár, amikor egy termékkel vagy szolgáltatással interakcióba lép, attól a pillanattól kezdve, amikor felismeri az igényét, egészen addig, amíg megoldja a problémáját. Segít azonosítani a legfontosabb érintkezési pontokat, érzelmeket, akadályokat és fejlesztési lehetőségeket az egész ügyfélélmény során.
- **Történetmesélés**. Ez egy narratív prototípus, amely egy történet segítségével magyarázza el, hogyan használná egy személy a terméket vagy szolgáltatást. Segít vizualizálni a felhasználó kontextusát, érzelmeit és tapasztalatait. Hasznos az empátia kialakításában és az ötlet értékének világos és vonzó módon történő közvetítésében.

- **M- Mockup.** Ez egy termék statikus vizuális ábrázolása, általában digitális formában (például egy alkalmazás vagy weboldal), amely bemutatja a termék kialakítását, színeit, szerkezetét és az elemek elrendezését. Bár nem interaktív, a megoldás végleges megjelenését hivatott bemutatni a fejlesztés előtt.
- - **MVP (Minimum Viable Product, minimálisan életképes termék).** A termék vagy szolgáltatás egyszerűsített változata, amely csak a felhasználó fő problémájának megoldásához szükséges alapvető funkciókat tartalmazza. Arra szolgál, hogy gyorsan piacra lehessen dobni, valós visszajelzéseket lehessen szerezni és minimális erőfeszítéssel és erőforrásokkal lehessen validálni a javaslatot.

Másrészt a termék vagy szolgáltatás prototípusának elkészítéséhez az egyik legkönnyebben elérhető és leghatékonyabb technika a **webes prototípus**, amely lehetővé teszi az üzleti ötlet vizuális kommunikálását a potenciális közönség számára. Az olyan eszközök, mint **a Canva** és **a Mixo**, megkönnyítik ezt a folyamatot, anélkül, hogy fejlett tervezési vagy programozási ismeretekre lenne szükség. Az egyik leggyakrabban használt formátum a **céloldal**, egy olyan egyoldalas weboldal, amelyet kifejezetten a potenciális ügyfelek figyelmének felkeltésére terveztek. Ez a technika időt és erőforrásokat takarít meg, és agilis módszert kínál egy ötlet validálására, mielőtt azt teljes mértékben kifejlesztenék.

A *céloldal* kísérleti jellegű használata a „**először add el, aztán gyárts**” elvnek felel meg. Ez abból áll, hogy elindítunk egy oldalt, amely világosan leírja a kínált terméket vagy szolgáltatást, és tartalmaz egy cselekvésre ösztönző gombot, amelyen keresztül további információk kérhetők vagy előzetes vásárlás hajtható végre. Ez a fajta kísérlet lehetővé teszi, hogy gyorsan teszteljük, valóban érdeklődik-e a közönség.

A hatókör növelése érdekében célszerű a **közösségi hálózatokon** vagy más digitális médiumokban **hirdetni**, amelyek forgalmat generálnak az oldalra. Ha a kattintási vagy konverziós arány alacsony, az azt jelenti, hogy a javaslatot módosítani kell. Ezzel szemben, ha sokan mutatnak érdeklődést vagy kérnek információt, az pozitív jel, hogy a piac értékeli az ajánlatodat.

Helyi fókuszú szolgáltatások esetében ez a stratégia hagyományosabb módon is alkalmazható, **fizikai brosúrákkal**, amelyek tartalmazzák a legfontosabb információkat és egy telefonszámot vagy WhatsApp-számot, hogy felmérjék az érdeklődést. Ez lehetővé teszi a megoldás egyszerű validálását, anélkül, hogy fejleszteni kellene a terméket vagy teljes infrastruktúrát kellene felállítani.

Manapság a *céloldal* megtervezése nagyon egyszerű, köszönhetően az **ingyenes vagy olcsó eszközöknek**, amelyek lehetővé teszik az egyes elemek programozás nélküli testreszabását. A jó eredmények elérése érdekében fontos néhány gyakorlati tippet követni:

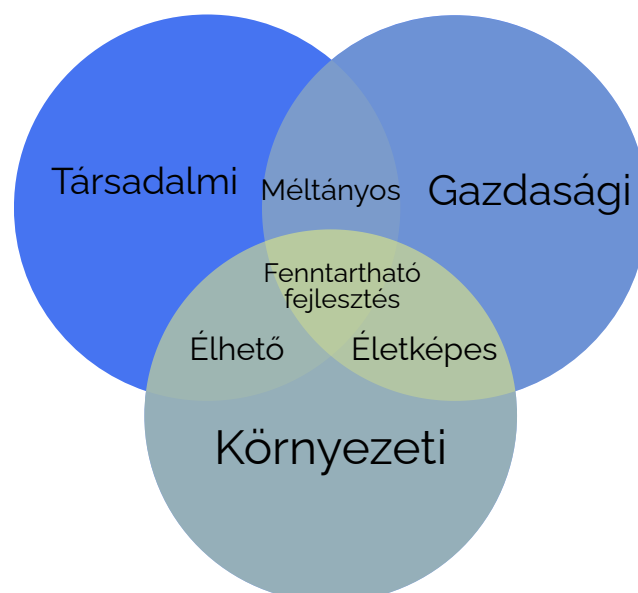
- **Készíts egy kezdeti vázlatot** a legfontosabb ötletekkel, amelyeket át szeretnél adni.
- **Építs be releváns és vonzó tartalmat**, beleértve a világos szöveget, a termék előnyeit és egy meggyőző értékajánlatot.
- **Stratégiaileg tervezd meg a fő elemeket**, mint például a címet, a szövegblokkokat, a cselekvésre ösztönző gombokat (CTA), a képeket, az ajánlásokat és az űrlapokat.

Különösen hasznos eszköz a **Mixo**, egy **generatív mesterséges intelligencián (GenAI)** alapuló platform, amely lehetővé teszi, hogy üzleti ötletednek rövid szöveges leírásából másodpercek alatt létrehozz egy céloldalt. A Mixo automatikusan generálja a címeket, leírásokat, kapcsolatfelvételi űrlapokat és képeket, funkcionális és testreszabható dizájnt kínálva, amely kezdeti prototípusként használható a javaslat érvényesítéséhez.

3.4 Társadalmi hatással bíró üzleti modell tervezése

A társadalmi hatással bíró üzleti modell tervezése azt jelenti, hogy újragondoljuk, hogyan lehet egy vállalat gazdaságilag fenntartható, **miközben pozitív változásokat hoz a társadalomban és/vagy a környezetben**. A tisztán kereskedelmi megközelítéstől eltérően a társadalmi vállalkozás középpontjában **egy ügy**, egy kollektív kihívás vagy egy olyan igény áll, amelyet a hagyományos piac nem fed le.

Ahhoz, hogy ez a javaslat megvalósítható legyen, elengedhetetlen az üzleti logika és a hatási logika integrálása. Itt jön képbe a **Triple Bottom Line Business Model Canvas**, egy vizuális eszköz, amely lehetővé teszi a társadalmi és gazdasági érték létrehozásának, megvalósításának és mérésének egyértelmű strukturálását.



A hármas eredmény üzleti modell alapvető elemei:

A sablon 11 blokkját ki kell töltenie a felvetett fogalmakra és kérdésekre adott válaszokkal, hogy láthatóvá váljanak az üzleti modelledben szerepet játszó összes elem.



KÖRNYEZETI HATÁS Hogyan hat a termelő tevékenysége a környezetre? (keletkezett hulladék, felhasznált energiaforrások, csomagolás, nyersanyagok, beszállítók, újrahasznosítható termékek...)	EGYÜTTMŰKÖDŐK és PARTNERSÉGEK A beszállítói és partneri hálózatok, amelyek a projekt működését biztosítják. Kik lehetnek érdekelt felek a projekt sikerében? Stratégiai szövetségek nem versenytársak között Partnerkapcsolatok versenytárs vállalatokkal A projektből hasznot húzó szervezetek Professzionális munkatársak (tanácsadó cégek, technikai támogatás stb.)	KULCS TEVÉKENYSÉGEK A projekt működéséhez legfontosabb termékek, szolgáltatások és tevékenységek. Milyen tevékenységeket kell végrehajtanunk értékajánlatunk megvalósításához? • Három típus létezik: • Műszaki • Adminisztratív Ez a HOGYAN. KULCS FORRÁSOK ANYAGOK, amelyek szükségesek a különböző tevékenységek VÉGREHAJTÁSÁHOZ EMBerek, a vállalkozók és azok az egyének, akiket a különböző	ÉRTÉKELŐ JAVASLAT Ez az oka annak, hogy az ügyfelek egy vállalatot vagy szervezetet választanak egy másik helyett. Mit kínálnak? Termékek/szolgáltatások Miért választanak engem a fogyasztók? Hogyan tudok kiemelkedni a versenytársak közül? Kiegyenlítjük ügyfeleink igényeit? Segítünk nekik megoldani egy problémát? Határozza meg társadalmi és környezeti értékét. A MI, a MIÉRT és a MI CÉLRA.	ÜGYFÉL KAPCSOLATOK Hogyan fogjuk vonzani az ügyfeleket? (Online, kereskedelmi látogatások) • Hogyan fogjuk javítani imázsunkat/építeni márkánkat? (Weboldal, közösségi média) • Ügyfélhűség és ajánlások ÉRTÉKESÍTÉS ÉS FORGALMAZÁS CSATORNÁK Hogyan szállítjuk termékeinket/szolgáltatásainkat ügyfeleinknek? Helyszínen/üzletben Online/ Házhoz szállítás	ÜGYFÉL SZEGMENS Különböző csoportok emberek vagy szervezetek (egyesületek, vállalatok, alapítványok stb.), akiket projektünk megcélzott. Kiknek teremtünk értéket? Kik a legfontosabb ügyfeleink? Ez a HOGYAN.	TÁRSADALMI HATÁS KÜLSŐ Hogyan javítja projektje az emberek és a társadalom életét? Ki, az ügyfelei mellett, hasznosítja projektjét? Lehet-e bármilyen negatív hatása a környezetre? BELSŐ Milyen politikákat alkalmaz az emberek gondozása és az egyenlőség előmozdítása terén vállalkozásában?
FŐ KÖLTSÉGEK GAZDASÁGI: - Befektetési költségek: weboldal, helyiségek felújítása, engedély, számítógépes berendezések, gépek, - bútorok, készletek stb. - Állandó költségek: bérek és társadalombiztosítás, bérleti díj, közüzemi díjak (telefon), könyvelési szolgáltatások, kommunikáció, biztosítás. - Változó költségek: az értékesítéssel kapcsolatosak (nyersanyagok beszerzése, együttműködőknek fizetett összegek stb.)			JÖVEDELEMFORRÁSOK GAZDASÁGI/JÖVEDELEMFORRÁSOK. A projekt gazdasági fenntarthatóságához szükséges összes jövedelem (termékértékesítés, szolgáltatási díjak, előfizetések, jutalékok stb.)			

A hármas eredményű üzleti modell kialakításának **rugalmasnak és a folyamatos tanulásra nyitottnak** kell lennie. A modell gyakorlati tesztelésekor szükség lesz annak adaptálására, a kedvezményezettek meghallgatására és a **kínált érték folyamatos újradefiniálására**. A fontos az, hogy egyensúlyt teremtsünk a gazdasági fenntarthatóság, a működési életképesség és a valódi társadalmi átalakulás között.

Ez a módszertan nemcsak egy értelmes vállalkozás elindításában segít, hanem egy rugalmas, skálázható és korunk kihívásaihoz szorosan kapcsolódó szervezet felépítésében is.

SPANYOLORSZÁG

A **CABO SUR FILMS**, S.L. céget két kanári-szigeteki partner alapította, és „film- és videóprodukciós tevékenységekkel” foglalkozik. A film- és videóproducer a fikció és a valóság közötti határokat feszegeti, és erős társadalmi és kulturális háttérrel rendelkező történeteket mesél el. Célja rövidfilmek gyártása, fiatal és új rendezők portfóliójának bővítése, valamint játékfilmek (narratív és dokumentumfilmek) fejlesztése.



CABO SUR
FILM DISTRIBUTION



Pilar Caamaño és Laura Caamaño megalapította a **Cuarzo Verde-t**, egy nonprofit munkás szövetkezetet a fenntartható életmódért. Céljuk a környezet megóvása fenntartható életmóddal kapcsolatos workshopok szervezésével, amelyek során a mindennapi életben alkalmazható gyakorlatokat mutatnak be, hogy csökkentsék a környezetre gyakorolt hatást és minden nap fenntarthatóbbá váljanak. Ezenkívül vezetett túrákat szerveznek a Cíes-szigetekre, hogy a résztvevők élvezhessék a környezetet és megismerhessék azt, különös tekintettel a gyermekekre, hogy a természetben tanulhassanak a környezetvédelemről.

A Cuarzo Verde szövetkezet története

A **Villartesa** egy hagyományos édességeket gyártó pékség Badajoz kisvárosában, Alburquerque-ben, ahol helyi recepteket elevenítenek fel, és hagyományos alapanyagokból, tartósítószer nélkül készítik el a termékeket. Conchi Román és Ana Fernández hozták létre ezt a szociális gazdaságú vállalatot, egy munkavállalói társaságot, hogy megvalósítsák Conchi álmát és véget vessenek Ana munkahelyi bizonytalanságának.

Luz Nieto, Almeria (Spanyolország) lakosa, partnerével együtt andalúz szövetkezetet alapított INBIOTA néven, amely mikroorganizmusokon alapuló mezőgazdasági bio-alapanyagok értékesítésével foglalkozik, amelyek célja a talaj egészségének és a mezőgazdasági termelékenység javítása. Ezek a termékek a fenntarthatóság előmozdítására és a vegyszerek használatának csökkentésére összpontosítanak a mezőgazdaságban. Ezenkívül személyre szabott szolgáltatásokat is nyújtanak, például tanácsadást, talajelemzést és képzést a fenntartható mezőgazdasági gyakorlatokról, az egyes ügyfelek egyedi igényeihez igazodva.



inbiota.com

Imma Carpiniello Nápolyból (Olaszország) alapította a **Lazzarelle** szövetkezetet, miután az Olasz Börtönmegfigyelő Központ segítségével felismerte, hogy sürgős szükség van stabil foglalkoztatásra a szabadságuktól megfosztott nők körében, akik közül sokan családon belüli erőszak áldozatai és kevés munkalehetőségük van, különösen Dél-Olaszországban, ahol a női munkanélküliség meghaladja a 40%-ot. Így született meg a Lazzarelle, egy kávépörkölő üzem, amelyet teljes egészében nők működtetnek a pozzuoli női börtönben.



LAZZARELLE

lazzarelle.org

A **Terra di resilienza** egy szociális szövetkezet, amelynek székhelye Morigerati (SA) városában, a Cilento és Vallo di Diano Nemzeti Parkban, Dél-Olaszországban található. Szociális gazdálkodással, élményturizmussal és minden olyan tevékenységgel foglalkozik, amelynek célja a hagyományos vidéki gyakorlatok újjáélesztése és a társadalmi befogadás fejlesztése. A szövetkezet mezőgazdasággal foglalkozik, extra szűz olívaolajat, szőlőtermesztést és ősi gabonafélékből készült liszt előállítását, ökológiailag fenntartható mezőgazdasági gyakorlatok oktatását és a fenntartható agrár-élelmiszeripari termékek népszerűsítését végzi.



**MONTE • FRUMENTARIO
TERRA • DI • RESILIENZA**

montefrumentario.it/la-cooperativa-terra-di-resilienza/

A **Ginger People Food** egy étterem Agrigentóban, Szicíliában, amelyet az Al-Kharub szövetkezet üzemeltet, és amely hagyományos elkészítési technikák alapján készült minőségi ételeket kínál. A projektet az Al Kharub szociális szövetkezet működteti, amelynek célja munkahelyek teremtése a szociálisan hátrányos helyzetű emberek, köztük a fogyatékkal élők, a migránsok és a menekültek számára. A szövetkezet szicíliai mézelő méhekkal foglalkozik, amely a Slow Food presidium tagja, és mézét a híres Templomok völgyének virágaiból termeli.



AL KHARUB
COOPERATIVA SOCIALE

alkharub.it/cooperativa/
gingerpeoplefood.com

Az **Assurd** étterem a Basilicata régióban, Potenzában található, és a társadalmi befogadásra összpontosít. Az éttermet a Ricco dentro szociális szövetkezet üzemelteti. Az Assurd éttermet 2013-ban két korábbi szociális munkás alapította, akik tapasztalattal rendelkeztek a Down-szindrómás emberek befogadását célzó projektek terén. Az Assurd szoros kapcsolatokat ápol a vidéki térségekkel, és helyi, minőségi termékeket vásárol a dél-olaszországi Basilicata régióból.

<https://assurdpucceria.wixsite.com/website>

A 2012-ben alapított **Hatpötyös Étterem** példaértékű jó gyakorlatként szolgál Magyarország szociális és szolidáris gazdaságában (SSE). Az ország egyik első étterme, amely 15 fogyatékossgal élő és csökkent munkaképességű személyt foglalkoztat, ezzel bizonyítva a vendéglátóiparban rejlő inkluzív foglalkoztatási lehetőségeket. Az inkluzivitás iránti elkötelezettségével hozzájárult a fogyatékossgal és a foglalkoztatással kapcsolatos társadalmi sztereotípiák leküzdéséhez. A fogyatékossgal élő alkalmazottak igényeire szabott támogató munkakörnyezet megteremtésével a Hatpötyös mércét állított fel más vállalkozások számára, amelyek a társadalmi hatást a gazdasági fenntarthatósággal kívánják ötvözni.

<https://mail.hatpottyos.hu/home>

Az **Old Blue** egy magyar vállalat, amely 100%-ban újrahasznosított farmerből készült kézműves termékekre specializálódott. Kínálatukban számos egyedi, környezetbarát termék található, például táskák, háztartási cikkek, ajándéktárgyak, ékszerek, lakberendezési tárgyak és hobbi kellékek. Egy farmernadrág gyártásához körülbelül 10 köbméter vízre van szükség. Évente világszerte körülbelül egymilliárd farmernadrágot gyártanak. Céljuk, hogy ezek közül minél többet újrahasznosítsanak. Az Old Blue-t a környezeti fenntarthatóság iránti elkötelezettség vezérli, célja a textilhulladék csökkentése azáltal, hogy a kidobott farmer anyagot értékes új termékekké alakítja át.

<https://oldblue.myshoprenter.hu/>

Old Blue

A **BeSweet Chocolate Manufacture** gyárat 2021-ben alapította a Kék Madár Alapítvány Szekszárdon, Magyarországon. A gyárban foglalkoztatott emberek készítenek prémium minőségű csokoládékat. A gyár ötvözi a minőséget, az etikus beszerzést és a társadalmi felelősségvállalást, támogatva a helyi esélyegyenlőséget és a globális tisztességes kereskedelmet. A BeSweet sokszínű termékei tükrözik az elkötelezettséget és az inkluzivitást, és a csokoládé révén kapcsolatokat építenek az emberek között.



<https://besweet.hu/>

A **Völgység Kincse Szövetkezet**, amelyet a Szociális Megújulás Operatív Program (2007–2013) támogatásával alapítottak, Kisvejkében működik. Gyümölcsle előállításával és a helyi kisvállalkozások támogatásával növeli a vidéki foglalkoztatottságot. A szövetkezet helyi termékboltot üzemeltet, iskolákat lát el, és feldolgozási kapacitást biztosít a helyi gazdáknak, erősítve ezzel a régió gazdaságát és a közösségi kapcsolatokat.



Yfantourgeio A TheWorkplace egy úttörő coworking és kreatív közösségi tér Cipruson, Nicosia óvárosában. Egy tető alá hozza a szociális vállalkozókat, kreatív szakembereket, civil szervezeteket, start-upokat és aktivistákat, hogy együttműködjenek, innováljanak és fenntartható, hatékony kezdeményezéseket hozzanak létre.

A kezdeményezés inkubátorként és tudásmegosztási központként is működik a szociális és szolidáris gazdaság (SSE) szereplői számára. Rugalmas munkaterületet, képzési lehetőségeket és közösségi eseményeket kínál, dinamikus ökoszisztémát teremtve a szektorok közötti együttműködés és az inkluzív vállalkozói szellem számára.

<https://workspaces.join2share.eu/>

<https://www.facebook.com/Yfantourgeio>

A **SocialTech Lab** egy innovációs központ Ciprus pufferzónájában, amely ötvözi a technológiát, a tervezést és a társadalmi vállalkozásokat. 2021 óta fizikai teret tartanak fenn, ahol coworking, ötletelési társalgók, podcast stúdió található, és közösségi eseményeket szerveznek.

A laboratórium biztonságos és együttműködési térként szolgál, ahol fiatalok, oktatók, vállalkozók és marginalizált hangok találkozhatnak egymással. Küldetése a polgári innováció ösztönzése, az alulreprezentált történetek népszerűsítése és a közösség által vezetett társadalmi vállalkozói szellem előmozdítása digitális és kreatív eszközök segítségével.

<https://socialtechlab.org/>



A **„Te Xhoni” Café** egy Jonathan Center által alapított társadalmi vállalkozás. A Te Xhoni Café 2017. március 21-én, a Down-szindróma világnapján nyílt meg. Ez egy olyan hely, ahol a Down-szindrómás fiatalok életvezetési tanfolyamokon vehetnek részt, és ahol a gyermekek szülei együtt tölthetik az időt, amíg gyermekeik terápiás foglalkozásokon vesznek részt. A Te Xhoni Café foglalkoztatási lehetőségeket kínál a Down-szindrómás embereknek. Emellett olyan helyként is szolgál, amely hozzájárul a Down-szindrómás fiatalok önállóságra és foglalkoztatásra való képességének tudatosításához, valamint olyan bevételt generál, amely támogatja a szervezet fő tevékenységét a DSA közösség támogatásában.

Bar-Cafe"Te Xhoni"

“Te Xhoni”

A **Center for Culinary Education** (Kulináris Oktatási Központ) forradalmi kulináris oktatási központként működik, amely a kulináris oktatás céljain túl más erőforrásokat is felhasznál, hogy egyre inkább bekapcsolódjon a fenntartható élelmiszerrendszerekbe és a fenntartható megélhetésbe. A QEK a legjobb kulináris rendszereken és a szakemberek megfelelő gyakorlatán alapuló szakképzési programokat kínál.

A Tirana Green Living (TGL) egy innovatív társadalmi vállalkozói projekt, amelyet a Kulináris Oktatási Központ indított el.

A projekt célja a társadalmi értékek és a közösségi integráció előmozdítása, valamint a helyi gazdaság támogatása azáltal, hogy magas minőségű, megfizethető élelmiszereket biztosít a rászorulóknak. A TGL egy közösségi bolt létrehozásával több mint 1800 egyén és család életét tudta pozitívan befolyásolni élelmiszeradományok, étkezés biztosítása és kulináris képzések révén.

Emellett a TGL a hulladékcsökkentés, az élelmiszer-megőrzés és a felelősségteljes fogyasztás ösztönzésével a környezeti fenntarthatóság előmozdítására is összpontosít. A közösségi elkötelezettség, a készségfejlesztés és a foglalkoztatási lehetőségek kombinációjával a Tirana Green Living átalakítja a közösségek összefogásának módját, hogy fenntartható és inkluzív környezetet teremtsen.



**Center for
Culinary Education**

<https://gek.al/tirana-green-life-community-in-tirana/>

A **Tradita Ime Artizanale** egy Elbasanban alapított szociális vállalkozás, amelynek célja Albánia gazdag kézműves örökségének megőrzése, valamint a kiszolgáltatott és marginalizált közösségekhez tartozó helyi nők helyzetének javítása. A szervezett bűnözésből elkobzott vagyonban működő kezdeményezés egy korábbi illegális vagyontárgyat alakít át a kreativitás, az inklúzió és a társadalmi változás központjává.

Képzés és foglalkoztatás révén a női kézművesek hagyományos kézzel készített tárgyakat, például szőnyegeket, asztalterítőket, horgolt táskákat és gyapjú kiegészítőket állítanak elő, miközben újrahasznosítási gyakorlatokban is részt vesznek, amelyek során a kidobott szöveteket új termékekké alakítják.

https://www.facebook.com/traditaimeartizanale/?locale=sq_AL

<https://madeinalbania.shop/stores/tradita-ime-artizanale>



A **gombafarm** célja a városi mezőgazdaság fejlesztése olyan gombák termesztésével, amelyek tápláló, biztonságos és helyi forrásból származó termékek. A Rexhina Gjolla által alapított farm küldetése, hogy környezetbarát technikák alkalmazásával kielégítse a friss ökológiai élelmiszerek iránti növekvő keresletet. A fő célok a következők: (i) friss és biztonságos gombák biztosítása az albán fogyasztók számára; (ii) hozzájárulás a szén-dioxid-kibocsátás csökkentéséhez helyi termesztési gyakorlatok alkalmazásával; (iii) Az egyének ösztönzése arra, hogy közelebb kerüljenek a mezőgazdasághoz, és tudatosságuk növelése a közösség javát szolgáló egészséges gyakorlatok iránt. (iv) Hozzájárulás a fogyasztók oktatásához a gombák egészségügyi előnyeiről és a biztonságos termesztési technikák fontosságáról. Az ügyfélkörbe tartoznak minden környezet tudatos egyén, egészségmániások, konyhai felfedezők, szervezetek, közösségek, akik értékelik a biztonságos, ökológiai, helyi és tápláló termékeket.

<https://www.instagram.com/monarchfarm.al/>



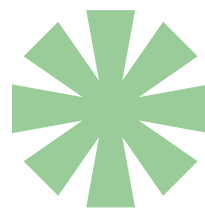
1. Gyakorlat

Próbáld meg megtervezni saját céloldalad az online grafikai tervező eszköz, a Canva segítségével. Az eszköz rendelkezik egy céloldal-tervezővel, amely előre megtervezett makettekkel rendelkezik, így Önnek csak fel kell töltenie a projekt grafikai erőforrásait, díszítenie kell őket az eszközben rendelkezésre álló egyéb grafikai elemekkel, majd közzé kell tennie őket.

2. Gyakorlat

Töltsd ki saját Triple Balance Canvas-od a sablon egyes blokkjainak kérdéseire válaszolva. Töltsd le a sablont, és kezd el!

HATÁROZD MEG ÖTLETEDET ÉS AZ ELKÉSZÜLT PROTOTÍPUST |
Action Against Hunger

3. Gyakorlat

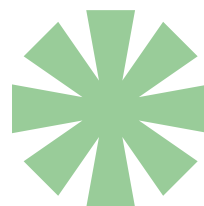
Milyen társadalmi vagy környezeti hatásokkal jár, és kik lesznek a kedvezményezettek? Határozd meg a gazdasági, társadalmi és környezeti mutatókat, hogy tudd, hogyan fogod mérni ezeket az eredményeket, mint az üzleti modell bármely más részét.

Próbáld meg egyszerűen fogalmazni, hogy ne legyenek nagyobb bonyodalmak, és tudd, mennyit ér. Ezután derítsd ki az értékét.

4. Gyakorlat

Készíts egy **elevator pitch**-et az üzleti modelledben szereplő fenntarthatósági stratégiádról.

Az elevator pitch egy nagyon rövid prezentáció, amelynek célja egy projekt, stratégia vagy üzleti tevékenység bemutatása. A neve onnan származik, hogy egy liftnek annyi időbe telik egy kör megtétele, mint amennyi idő alatt meg lehet találni valakit, aki érdeklődik a projekt iránt. Az ötlet az, hogy rövid, de hatásos beszédet tartson, amely közvetíti a fő gondolatokat, és nem kerek. Használd ki az általad kidolgozott stratégiát, és találd meg a módot arra, hogy maximum egy perc alatt ismertesd.



1 – Mi az a társadalmi vállalkozás?

- A) Egy vállalat jogi formája
- B) Olyan üzleti forma, amely társadalmi vagy környezeti problémák megoldására törekszik
- C) Társadalmi hatással bíró nem kormányzati szervezet
- D) Innovatív megoldások rendszere

2 – Melyik egy eszköz a problémamegoldó módszertanban?

- A) A Canvas
- B) A Landing Page (céloldal)
- C) Hatásmérő eszköz
- D) El Design Thinking

3 – Melyek a Design Thinking szakaszai?

- A) Tervezés, ötletelés, prototípus készítés és tesztelés
- B) Empátia, meghatározás és ötletelés
- C) Empátia, meghatározás, ötletelés, prototípus készítés és tesztelés
- D) Tervezés, ötletelés, meghatározás, érvényesítés és végrehajtás

4 – A céloldal tervezése egy olyan technika, amelynek célja:

- A) Termék vagy szolgáltatás prototípusának elkészítése
- B) Webtervezés
- C) Üzleti ötletek tervezése
- D) Vállalkozásának népszerűsítése a kezdetektől fogva

5 – A Triple Balance Canvas segítségével:

- A) Könnyedén irányíthatod vállalkozásodat
- B) A meghatározott mutatók segítségével mérd fel vállalkozásod környezeti hatását
- C) Megismered, mit szeretnének potenciális ügyfeleid
- D) Tervezd meg, elemezd és hozd létre üzleti modelledet, beleértve a gazdasági, környezeti és társadalmi szempontokat.

Megoldások: 1B, 2D, 3C, 4A, 5D



További források és további olvasnivalók

Lvivity.(n.d.). A tervezési gondolkodási folyamat: Mi ez és miért fontos? <https://lvivity.com/design-thinking-process>

Baldó de Andrés, P. / ENVIRALL.es. (2019). Hármass eredmény: Pozitív hatással bíró, inkluzív vállalkozói tevékenység. Acción contra el Hambre.
https://accioncontraelhambre.org/sites/default/files/documents/manual_triple_balance_emprendimiento_inclusivo.pdf

Harvard Business School Online. (2020, október 15.). Mi a hármass eredmény? <https://online.hbs.edu/blog/post/what-is-the-triple-bottom-line>

Accion contra el Hambre (n.d.). Recursos útiles para emprender. [RECURSOS ÚTILES PARA EMPRENDER](#) | [Acción contra el Hambre](#)

SANNAS. (n.d.). Hármass egyensúly.
<https://www.sannas.eu/triple-balance/>

Action Against Hunger Foundation (2019). Útmutató vállalkozói projektek prototípusának elkészítéséhez. Fundación Acción contra el Hambre <https://www.accioncontraelhambre.org>
[Guía de prototipado](#)

AMPLE. (n.d.). Itinerario de emprendimiento agroalimentario.
https://accioncontraelhambre.org/sites/default/files/2025-01/Manual%20Emprendimiento%20Agroalimentario_AMPLE.pdf

Bridge for Billions. (n.d.). Valódi változás elősegítése a vállalkozói szellem révén. Forrás: <https://www.bridgeforbillions.org/es/>

Könyvek a Lean módszertanokról:

Liedtka, J. (2011). Design for growth: A design thinking tool kit for managers. Columbia University Press.

<https://www-2.rotman.utoronto.ca/design-for-growth/DesigningForGrowth.pdf>

Maurya, A. (2012). Lean működés: Ismételd meg az A tervet egy működő tervvel (2. kiadás). O'Reilly Media.

<https://es.scribd.com/document/305741388/Running-Lean>

Womack, J. P., & Jones, D. T. (2003). Lean gondolkodás:

Szüntesse meg a pazarlást és teremtsen gazdagságot vállalatában (átdolgozott kiadás). Free Press.

https://www.researchgate.net/publication/200657172_Lean_Thinking_Banish_Waste_and_Create_Wealth_in_Your_Corporation

Levinson, J. C. (2007). Gerilla marketing: Egyszerű és olcsó stratégiák a kisvállalkozásodból származó nagy nyereség eléréséhez (4. kiadás). Houghton Mifflin.

<https://es.scribd.com/document/443107105/korefo-guerrilla-marketing-jay-conrad-levinson-pdf-xesikup>

Neeley, L. (1998). Vállalkozók és bootstrap finanszírozás: Üzleti tevékenység, üzleti tervezés és vállalkozás indítása. McGraw-Hill.
<https://citeseerx.ist.psu.edu/document?repid=rep1&type=pdf&doi=76d24103a6ff04ad9320ea814203fc68b02bb91>



CREASSE.EU



This project has been funded with support from the European Commission under the Erasmus+ Programme. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. Project number: 2024-1-ES01-KA220-ADU-000256807.