



This project is funded by
the European Union.

Bu proje Avrupa Birliği tarafından
finanse edilmektedir.



HAKLARA DESTEK

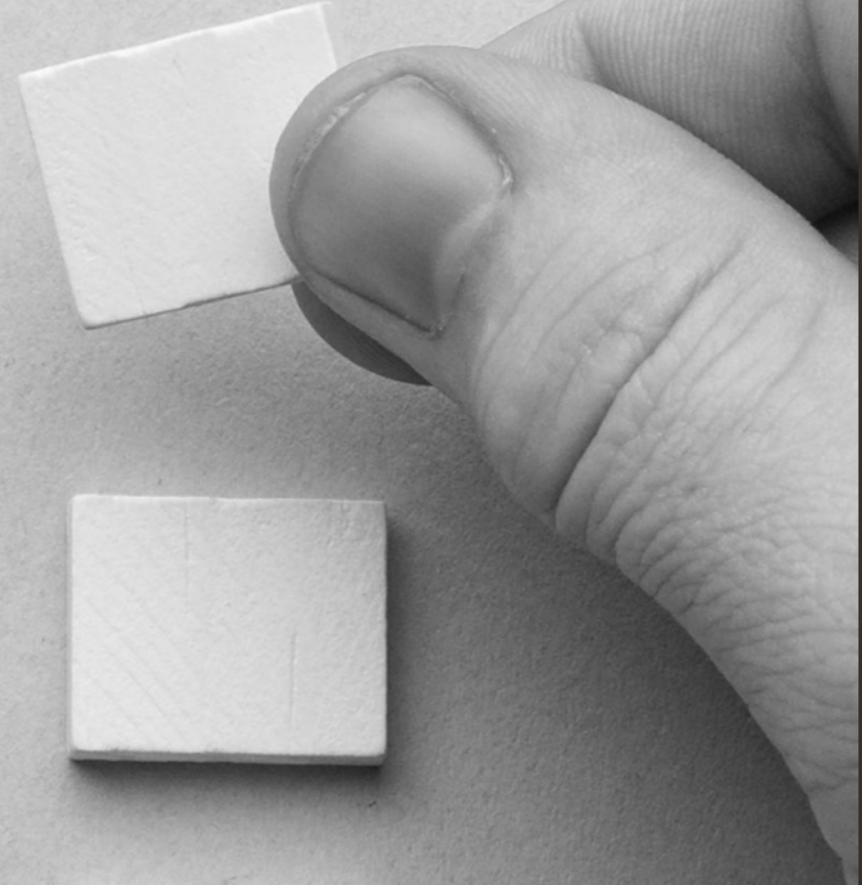
İnsan Hakları Örgütlerini
Destekleme Programı

Haklara Destek Programı, Avrupa Birliği'nin finansal desteği ile
yürütölmektedir. İçeriğin sorumluluğu tamamıyla Haklara Destek
Programı'na aittir ve Avrupa Birliği'nin görüşlerini yansıtmaz.

HAKLARA DESTEK PROGRAMI

Finansal Sürdürülebilirlik

21-28.12.2020




BAŞLARKEN

Sivil Toplum Örgütlerinin varlıklarını ve faaliyetlerini sürdürebilmeleri için ihtiyaç duydukları gelir akışının sağlanması için hayata geçirilecek çalışmaların bir strateji ve iş planı çerçevesinde düşünülmesi finansal sürdürülebilirliğinin temelini oluşturur.

Finansal sürdürülebilirlik aslında bir faaliyetler bütünüdür. STÖ'nün belirlemiş olduğu misyon, vizyon, amaçlar, ilkeler, değerler ve politikalar doğrultusunda ilerler. Bu çalışmaların hayata geçmesi ise başta Yönetim Kurulu olmak üzere, Mütevelli Heyet, çalışanlar, destekçiler, üyeler ve gönüllülerden ayrı düşünülemez.

Her çalışmada olduğu gibi finansal sürdürülebilirlikte de ilk adım örgütün aynayı kendine tutması, veriler ışığında mevcut durumu tüm gerçekliği ile ortaya koymasıdır. Bu ilk yüzleşme, finansal sürdürülebilirliğin ilk ve en önemli adımı olan “Kaynak Geliştirme Stratejisi”nin oluşmasında kritik rol oynar. Kaynak geliştirme stratejisi örgütün değerlerini, kaynak sağlayıcılar ile ilişkilerini tanımlarken, öte yandan kısa, orta ve uzun vadede ihtiyaç duyulacak kaynağın belirlenmesini sağlar. Örgüt için hangi kaynağa gerek duyulduğunu, bunun hangi kaynak sağlayıcılardan karşılanabileceğine ilişkin bir yol planı çizmeye de yardım eder. Tüm Sivil Toplum Örgütleri için sürdürülebilir kaynak geliştirme faaliyetlerini tanımlamak, bu kapsamda hedefler belirlemek ve bu hedeflere uygun stratejiler geliştirmek esastır.



Sivil Toplum Örgütlerinin üzerinde çalışacakları kaynak geliştirme stratejilerinin, farklı kaynak geliştirme faaliyetlerini içermesi sürdürülebilirlik açısından çok önemlidir. Kaynak Geliştirme çalışmaları sadece proje temelli hibelerden ibaret değildir. Bağış kampanyalarından aynı bağışlara, sponsorluklardan çözüm ortaklıklarına, iktisadi işletmelerden kaynak geliştirme etkinliklerine kadar çok farklı yöntemleri içerir. STÖ'ler için teknolojiye ve dijital dönüşüme uyum sadece faaliyetler anlamında değil, farklı kaynak geliştirme yöntemleri için de ufuk açıcudur.

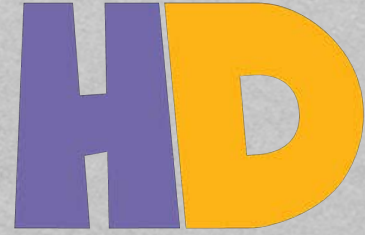
Strateji tek başına yeterli midir? Tabii ki “Hayır”. Unutulmamalıdır ki kaynak yaratma stratejisini oluşturmaktan daha zor olan hayata geçirmektir. STÖ'lerin en zorlandıkları konu da bu stratejiyi bir iş planına dönüştürme ve harekete geçme aşamasıdır. Tüm faaliyetlerde olduğu gibi Kaynak Geliştirme için de bir iş planı yapmak ve hedefleri belirlemek çok önemlidir. Bu nedenle STÖ'ler için yıllık bazda Kaynak Geliştirme Planını yapmak, bu kapsamda gerekli organizasyonel gelişimi ve insan kaynağını planlamak, kaynak geliştirme yöntemlerini belirlemek, uygulama süreçlerine destek vermek ve iletişim çalışmaları ile güçlendirilmesini sağlayacak yol haritasını çıkartmak hedeflenmelidir.

Kaynak Geliştirme çalışmaları hiçbir zaman iletişim çalışmalarından ayrı düşünülemez. Kaynak ve İletişim çalışmalarının her zaman kol kola yürümesi, birbirini desteklemesi ve beslemesi gerekir. Bu nedenle kaynak geliştirme ve iletişim çalışmaları kapsamında yapılan tüm strateji ve iş planların birbiriyle konuşması ve paralel hareket etmesi çok önemlidir.

Son olarak unutulmamalıdır ki; kaynak geliştirme faaliyetlerinde şeffaflık ve hesap verebilirlik temel ilkelerdir. “Bağışım doğru yere ulaşıyor mu?” sorusunun cevabını arayan ve buna cevap bulan destekçilerle yola devam etmek STÖ'nün güvenilirliği ve bağışların devamlılığı açısından büyük önem taşımaktadır.



This project is funded by
the European Union.
Bu proje Avrupa Birliği tarafından
finanse edilmektedir.



HAKLARA DESTEK
İnsan Hakları Örgütlerini
Destekleme Programı

FİNANSAL SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK EĞİTİMİ

İlk Veriler Işığında Mevcut Durum: Örgütler ve Finansal Sürdürülebilirlik

Finansal Sürdürülebilirlik Çeşitleri

Kaynak Yaratmak Kimin Görevi?

14 Adımda Kaynak Yaratma Döngüsü

Kaynak Yaratma Yöntemleri

Kaynak Geliştirme Stratejisi Oluşturma ve İletişim Stratejisi ile Konuşturma

STÖ'ler için İktisadi İşletme Modeli

Fon Sağlayan Kurum & Kuruluşlar



**İlk Veriler Işığında Mevcut
Durum: Örgütler ve Finansal
Sürdürülebilirlik**

HAKLARA DESTEK PROGRAMI KATILIMCILARI 2018 YILI GELİRLERİ

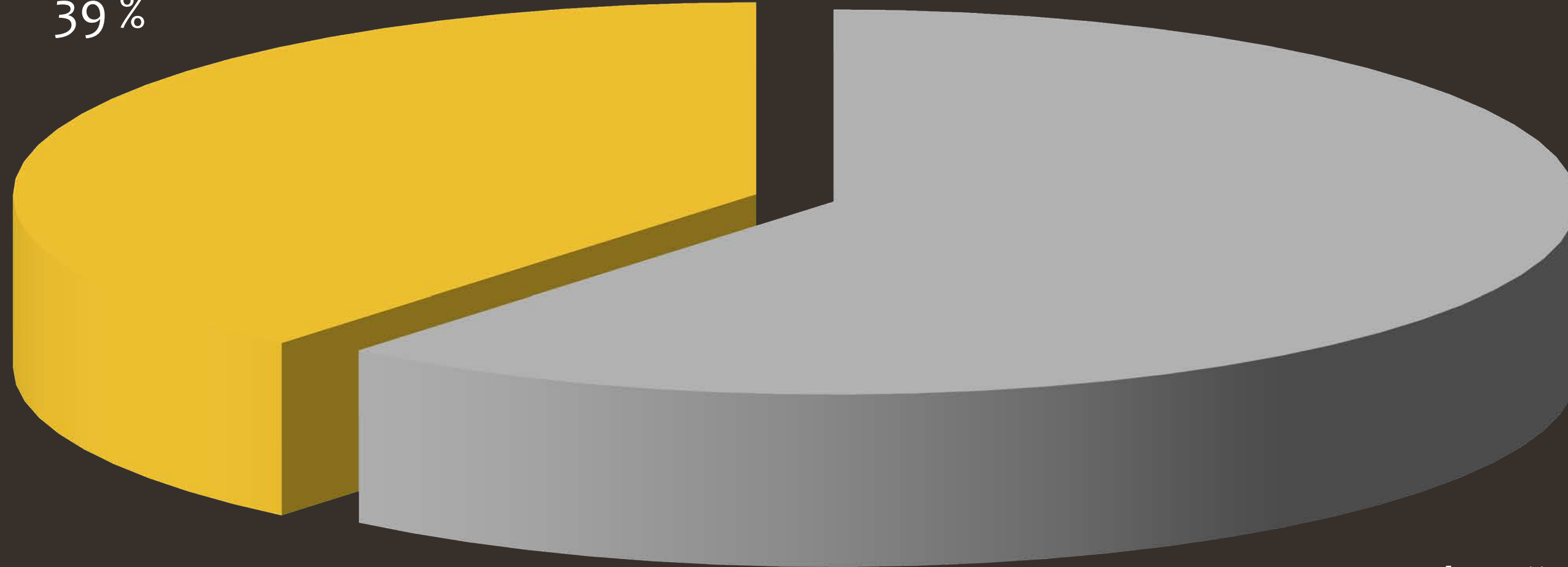
GELİRLER / 2018	STÖ #	%
3 M +	1	2,1
2 M +	3	6,3
1 M +	6	12,5
500 B - 999 B	10	20,8
250 B - 499 B	8	16,7
100 B - 249 B	13	27,1
1 - 10 B	3	6,3
0	4	8,3
TOPLAM	48	100,0

% 43.8

HAKLARA DESTEK PROGRAMI KATILIMCILARI

2019 yılında örgütünüze gelen bağışların kurumsal ve bireysel dağılımı nedir?

Bireysel Bağışlar
39 %

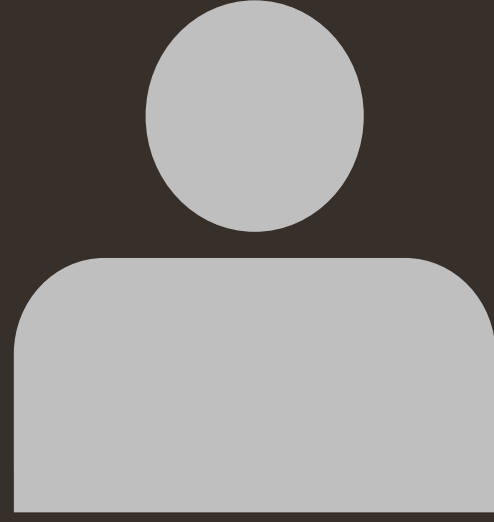


Kurumsal Bağışlar
61 %

HAKLARA DESTEK PROGRAMI KATILIMCILARI

2019 yılında örgütünüze gelen bağışların kurumsal ve bireysel dağılımı nedir?

Hiç Bireysel Bağış
Almayanlar



% 24.3

Hiç Kurumsal Bağış
Almayanlar

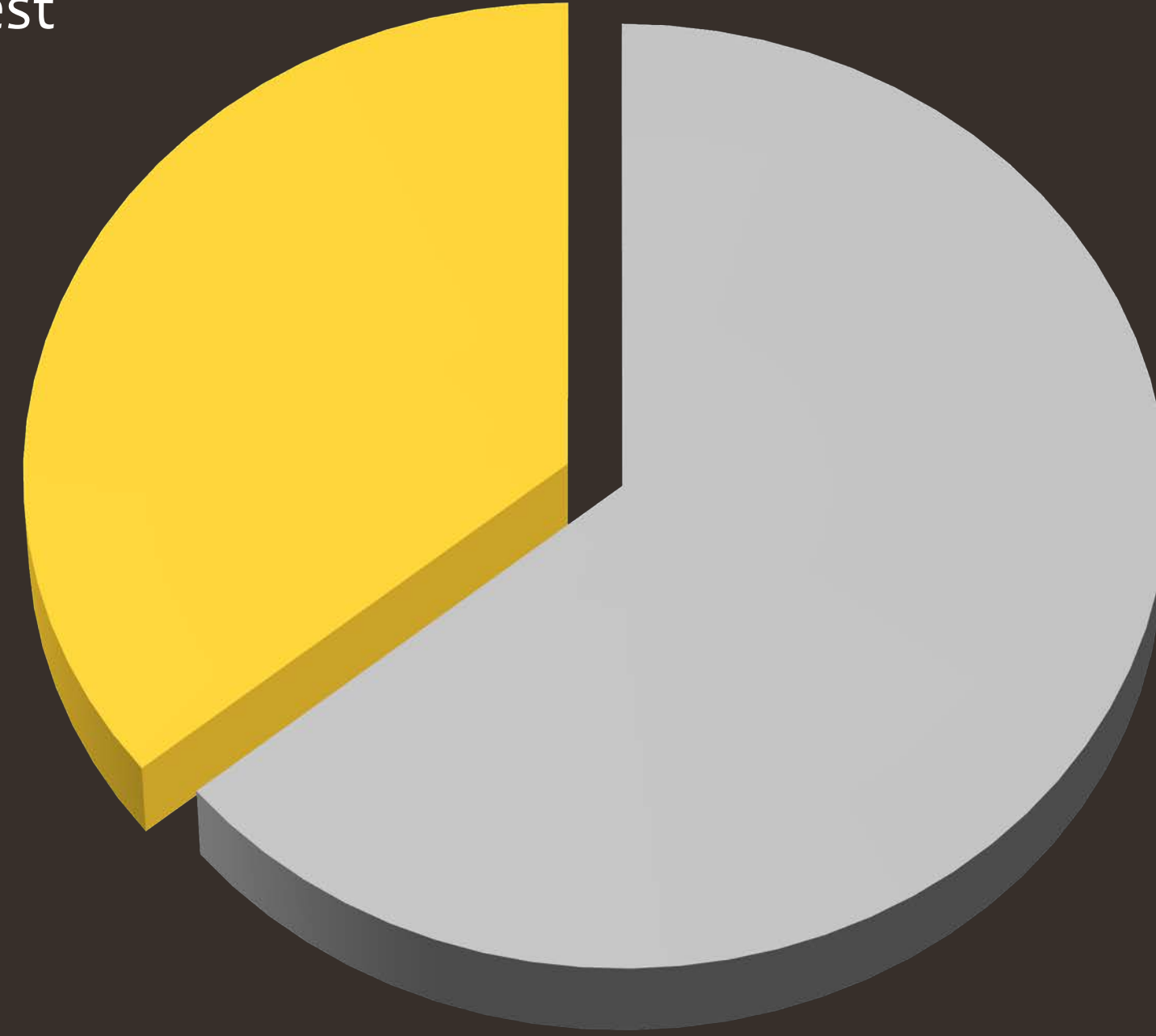


% 29.7

HAKLARA DESTEK PROGRAMI KATILIMCILARI

2019 yılında örgütünüze gelen bağışların gelen bağışların şartlı ve serbest olarak dağılımı nedir?

Şartsız / Serbest
Bağışlar
36 %



Şartlı Bağışlar
64 %

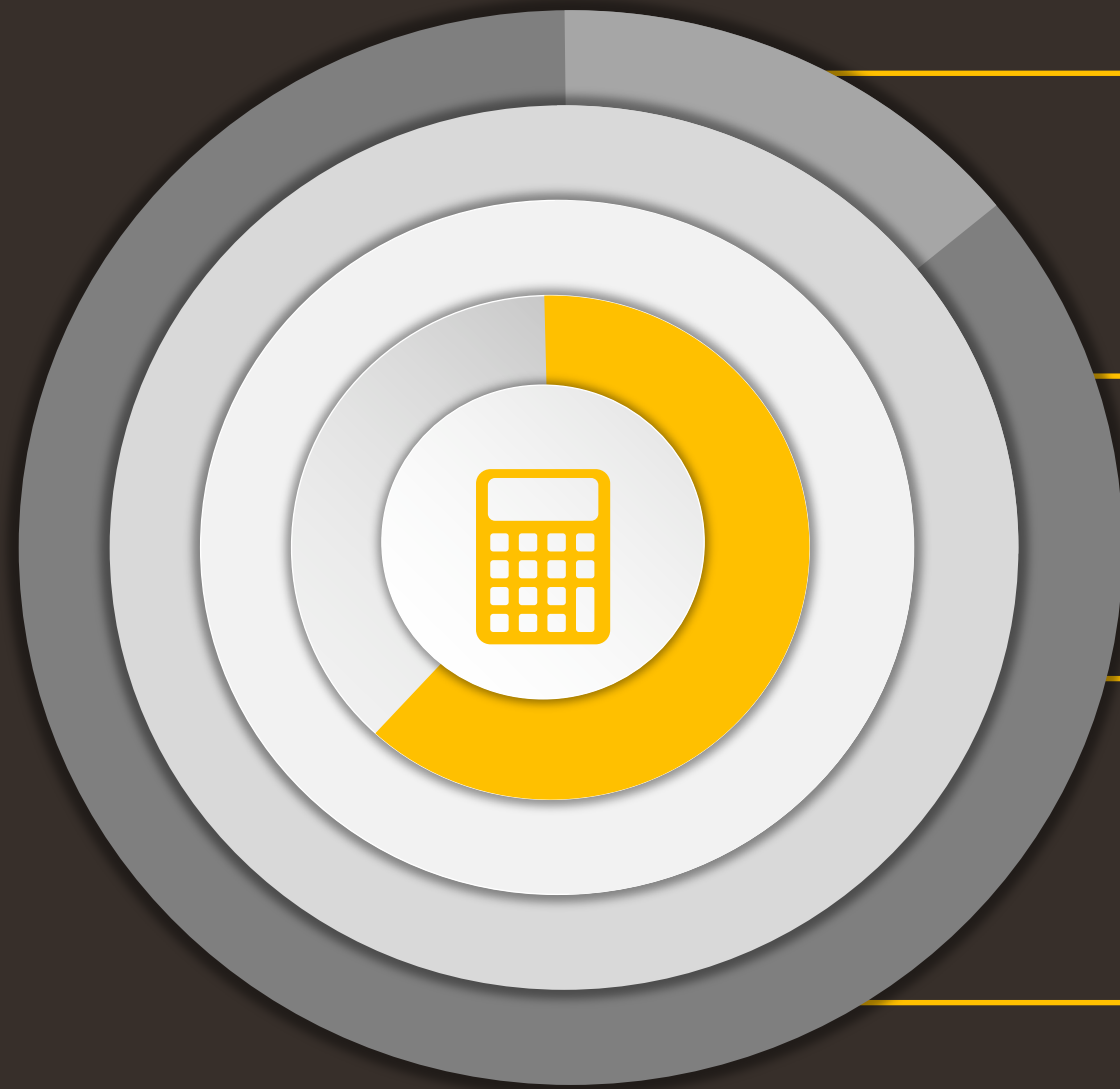
HAKLARA DESTEK PROGRAMI KATILIMCILARI

Bugüne kadar Şirketlerden & Kurumlardan & Yerel Yönetimlerden hangi konularda destek aldınız?

DESTEK TÜRLERİ	EVET	HAYIR	%
Sponsorluk Desteği	18,9	81,1	100,0
Proje Fon Desteği	82,1	17,9	100,0
Etkinlik İş birliği	73,0	27,0	100,0
Kampanya İş birliği	45,7	54,3	100,0
Eğitim & Burs İş birliği	32,4	67,6	100,0
Ürün İş birliği & Satışı	5,4	94,6	100,0
Sertifika İş birliği & Satışı	8,1	91,9	100,0
Danışmanlık Desteği	51,4	48,6	100,0
Ayni Bağış Desteği	56,8	43,2	100,0

HAKLARA DESTEK PROGRAMI KATILIMCILARI

Genelidari giderlerinizi düşündüğünüzde harcama yaptığınız kalemleri sıralayabilir misiniz?



KİRA

İNSAN KAYNAĞI

ELEKTRİK / SU /DOĞALGAZ

İNTERNET / TELEFON

VERGİ ÖDEMELERİ

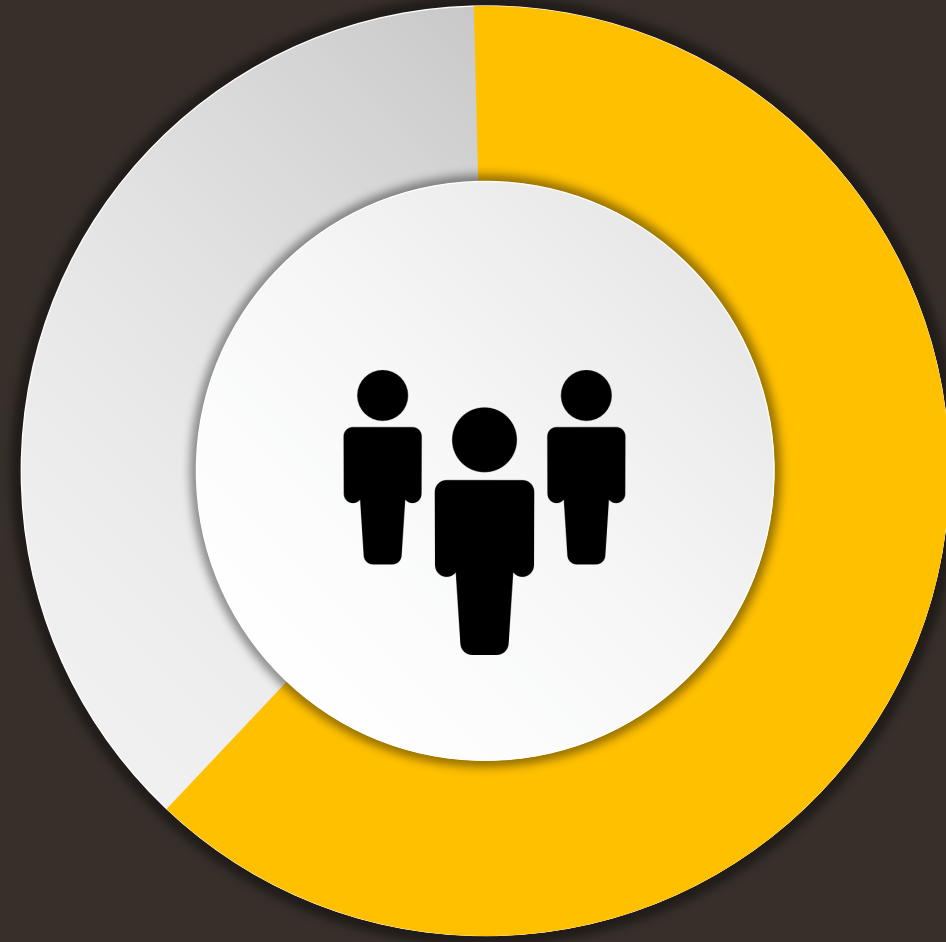
KIRTASIYE

KARGO

MUTFAK

HAKLARA DESTEK PROGRAMI KATILIMCILARI

Örgütünüz bireysel destekçilerinizden hangi konularda destek almıştır?



1. DANIŞMANLIK UZMANLIK DESTEĞİ - %62.2

2. AYNİ BAĞIŞ DESTEĞİ - %54.1

3. KAMPANYA DUYURU DESTEĞİ – 48.6

EĞİTİM / BURS - %29.7

SPORTİF ETKİNLİKLER - %13.5

SMS / ONLINE BAĞIŞ - %18.9

ÜRÜN SATIŞI - %8.1

ÖZEL GÜN BAĞIŞ - %16.2

SERTİFİKA SATIŞI - %2.7

HAKLARA DESTEK PROGRAMI KATILIMCILARI

Bireysel destekçilerinizin örgütünüze bağış yapabilmesi için banka hesap numaraları dışında hangi ödeme araçları mevcuttur?

DESTEK TÜRLERİ	EVET	HAYIR	%
SMS Bağış Numarası	0	100.0	100.0
Web Sitesi Online Bağış Entegrasyonu	24.3	75.7	100.0
Fonzip vb. ödeme platformları	29.7	70.3	100.0
Fongogo vb. kitlesele fonlama platformları	8.1	91.9	100.0
Bağış Kumbaraları	0	100.0	100.0
Mobil Aidat vb. ödeme platformları	0	100.0	100.0

HAKLARA DESTEK PROGRAMI KATILIMCILARI

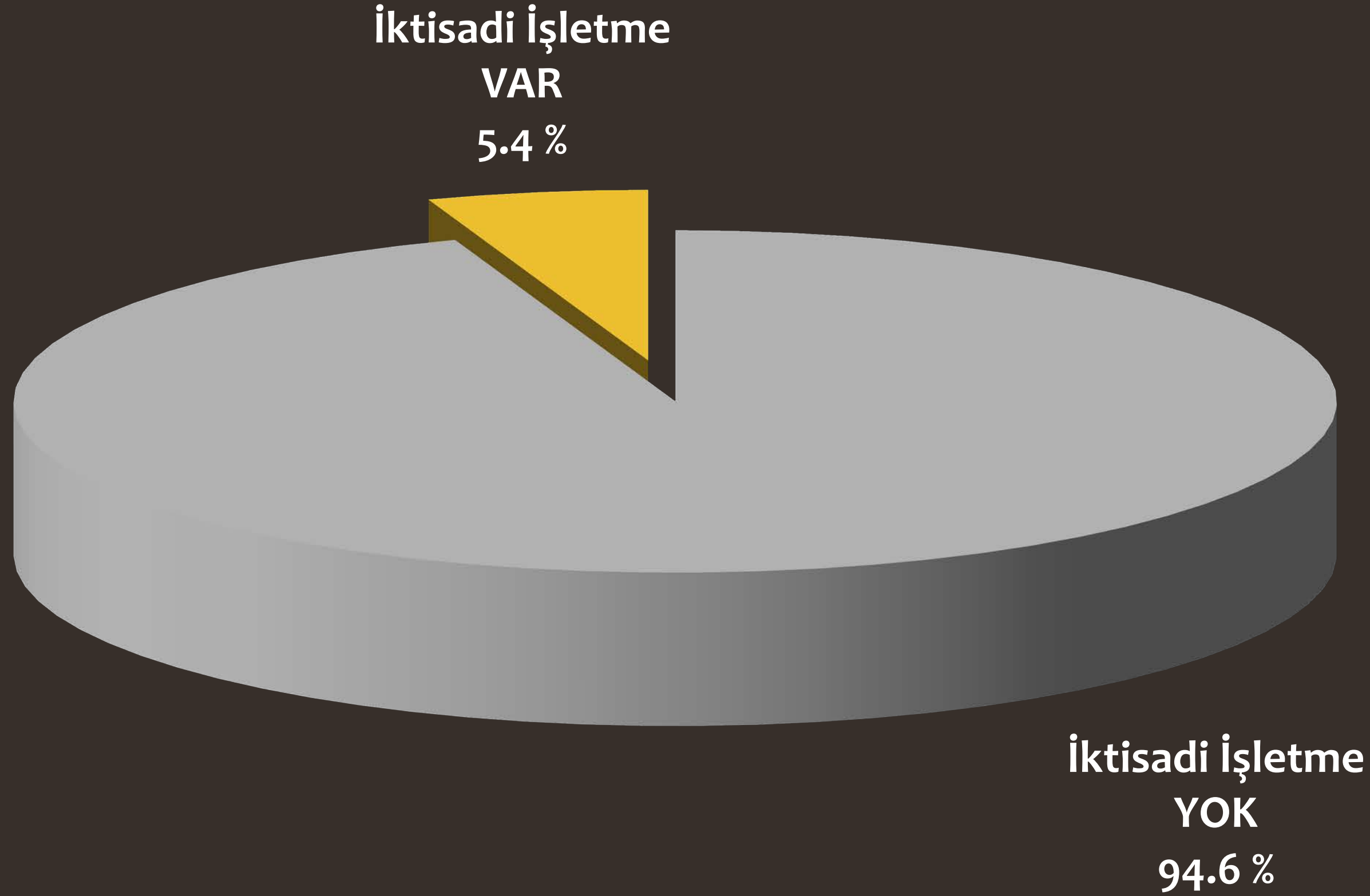
Aşağıdaki kaynak geliştirme etkinliklerinden bugüne kadar hangilerini gerçekleştirdiniz?

% 21.6	KONSER
% 10.8	KERMES
% 18.9	YEMEK & KAHVALTI
% 5.4	GEZİ

% 24.3	SOHBET & KONUŞMA
% 21.6	DESTEK GECESİ
% 10.8	TİYATRO
% 2.7	SERĞİ

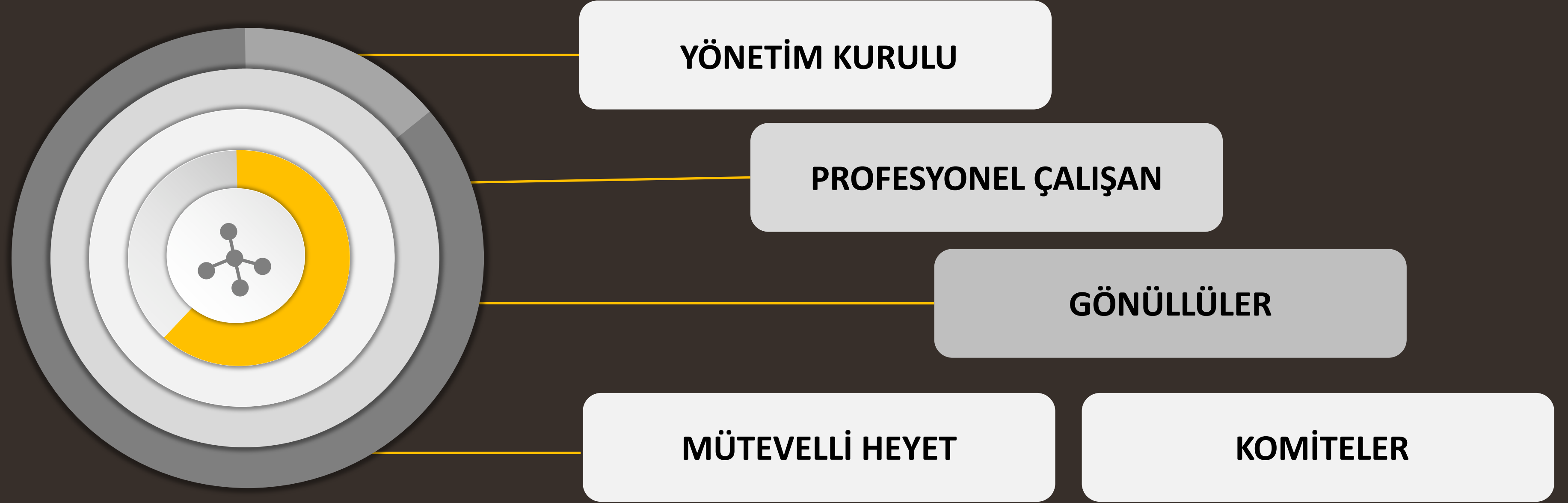
HAKLARA DESTEK PROGRAMI KATILIMCILARI

Örgütünüze bağlı bir iktisadi işletme var mı?



HAKLARA DESTEK PROGRAMI KATILIMCILARI

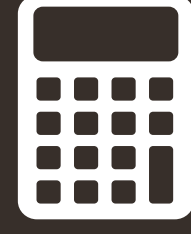
Kaynak Geliştirme Etkinliklerinde aktif olarak görev alan grupları sıralar mısınız?



HAKLARA DESTEK PROGRAMI

Finansal Sürdürülebilirlik Ön Çalışması

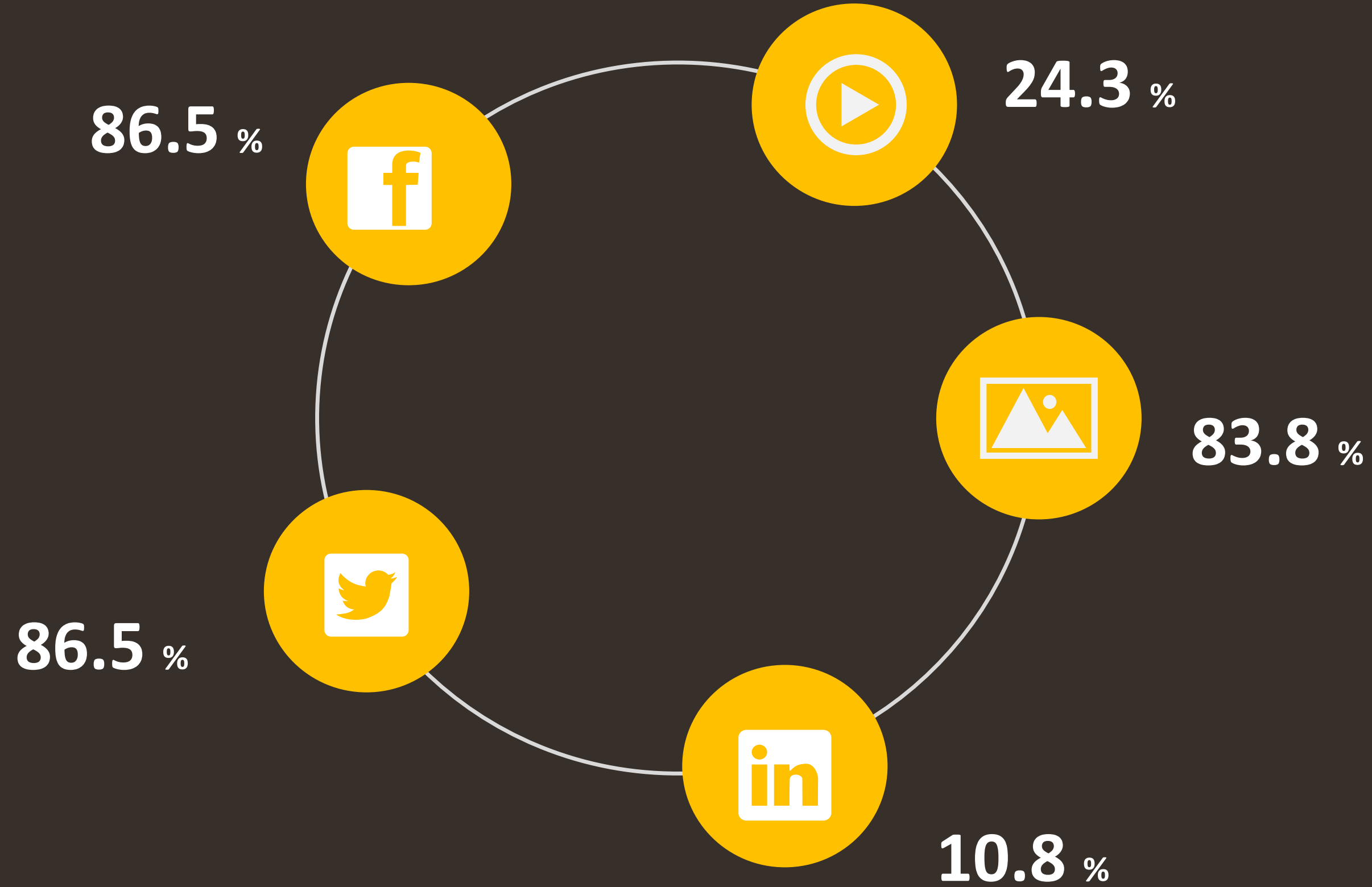
KAYNAK GELİŞTİRME



İLETİŞİM

HAKLARA DESTEK PROGRAMI KATILIMCILARI

STÖ'lerin Sosyal Medya Hesapları / Evet Diyenler



HAKLARA DESTEK PROGRAMI KATILIMCILARI

Örgütünüz Sosyal Medya paylaşımlarını hangi sıklıkla yapmaktadır?

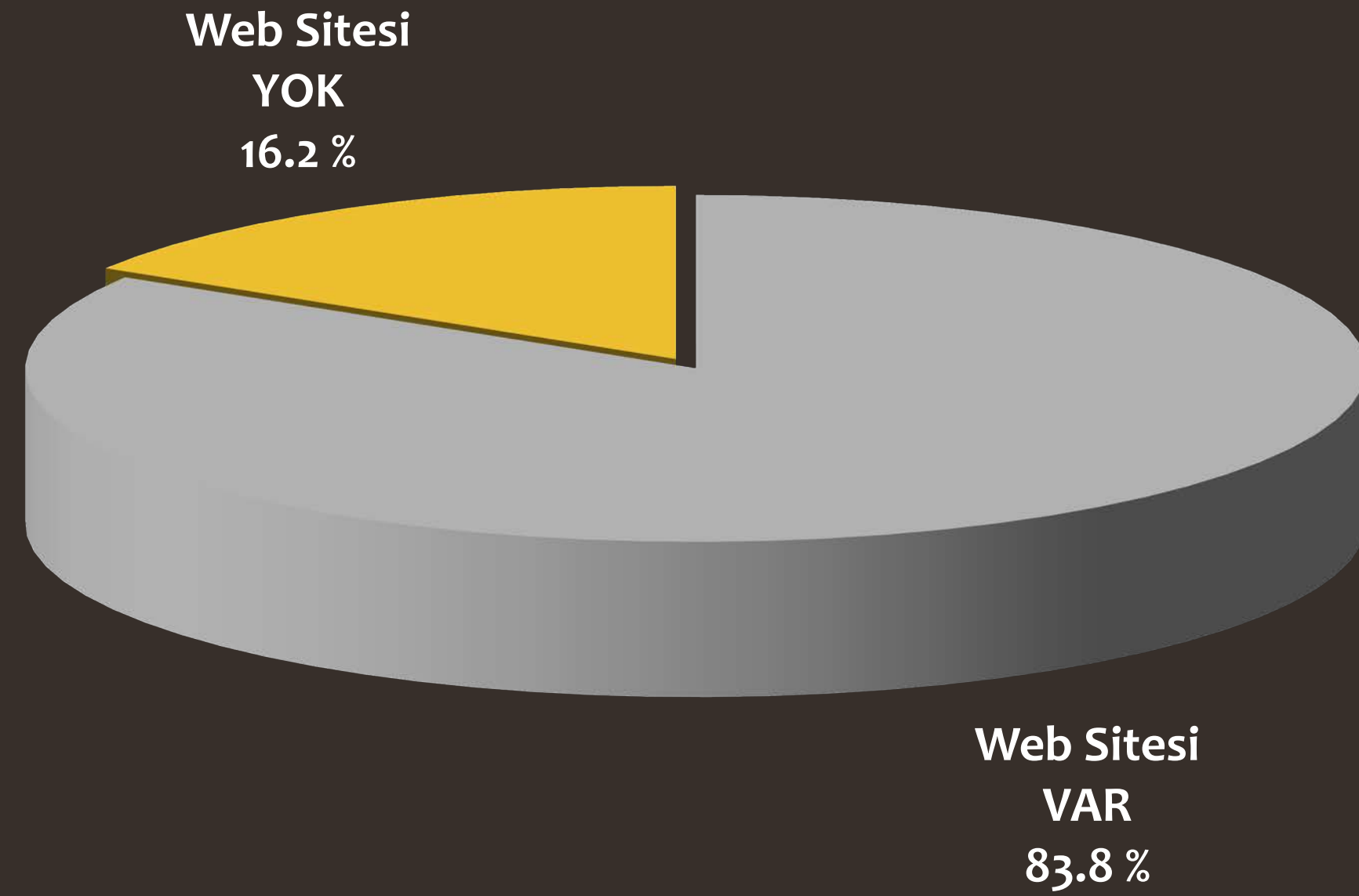


%27.3 / HER GÜN

%40.5 / HAFTADA 1

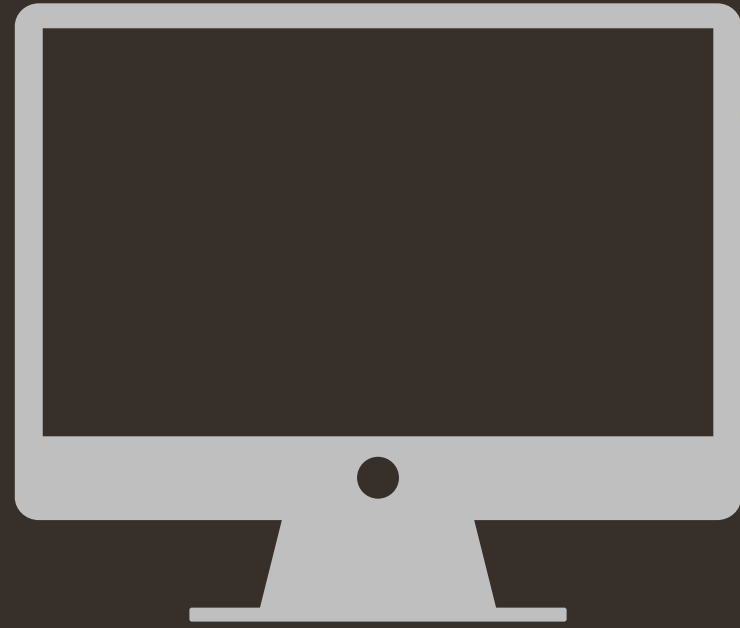
HAKLARA DESTEK PROGRAMI KATILIMCILARI

STÖ'lerin Web Sitesi Durumu



HAKLARA DESTEK PROGRAMI KATILIMCILARI

Örgütünüz düzenli basın takibi & medya taraması yaptırmakta mısınız?



%16.2 / EVET

%83.8 / HAYIR

HAKLARA DESTEK PROGRAMI KATILIMCILARI

Örgütünüz aşağıdaki konularda herhangi bir ajansla çalışmakta mıdır?

AJANS	EVET	HAYIR	%
PR Ajansı	2,7	97,3	100,0
Tasarım Ajansı	8,1	91,9	100,0
Reklam & Dijital İletişim Ajansı	8,1	91,9	100,0

HAKLARA DESTEK PROGRAMI KATILIMCILARI

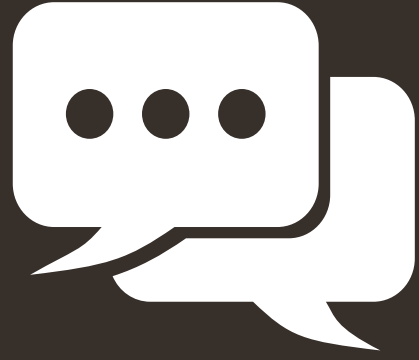
Örgütünüz destekçileri & gönüllüleri & paydaşları ile iletişim konusunda aşağıdaki iletişim kanallarından hangilerini kullanmaktadır?

İLETİŞİM KANALI	EVET	HAYIR	%
E -Bülten	27,0	73,0	100,0
Mailing	62,2	37,8	100,0
SMS	24,3	75,7	100,0
Mektup & BEİ Materyal Gönderimi	13,5	86,5	100,0
Telefon	70,3	29,7	100,0
WhatsApp	78,4	21,6	100,0
Stand Çalışmaları	21,6	78,4	100,0



Finansal Sürdürülebilirlik Çeşitleri

STÖ'lerde Finansal Sürdürülebilirlik Öncesi Bazı Temel Sorular



- Misyon? Temel Görev? Varoluş Nedeni?
- Misyonumuz gerçekçi mi? Odak Noktamız Ne?
- İş / Görüş / Duruş Üçgeni (Ne “gerçek işimiz”, Hangi Konularda “Görüş Bildiriririz”, Hangi konularda ise yalnızca bir “Duruş”a sahip olmamız yeterlidir)

STÖ'lerde Finansal Sürdürülebilirlik Öncesi Bazı Temel Sorular



YAYGIN STRATEJİK İKİLEMLER

- Çok kişiye az yardım veya az kişiye çok yardım
- Sinekleri öldürmek veya bataklığı kurutmak
- İş yapmak veya baskı grubu olmak
- Odaklanmak veya hizmetleri çeşitlendirmek
- Temel değerlere bağlı kalmak veya yeni kaynaklar için esnek olmak

STÖ'lerde Finansal Sürdürülebilirlik





**Kaynak Yaratmak
Kimin Görevi?**

Kaynak Yaratmak Kimin Görevi?

YÖNETİM KURULU'NUN 10 TEMEL GÖREVİNDEN BİRİ;

- Kurum için Kaynak Geliştirmek

PROFESYONEL TEPE ÜST YÖNETİCİNİN 10 TEMEL GÖREVİNDEN BİRİ;

- Kaynak yaratma sürecine liderlik etmek ve yönetmek

Kaynak Yaratmak Kimin Görevi?



Yönetim Kurulları ve Finansal Sürdürülebilirlik

POLİTİKA MERKEZLİ MODEL

YK katılım için çok ümit beslemeden, kaynak konusunda politikalar oluşturur. Yeni çözümler için teşvik edici davranmaz.

EL ELE KATILIM MODELİ

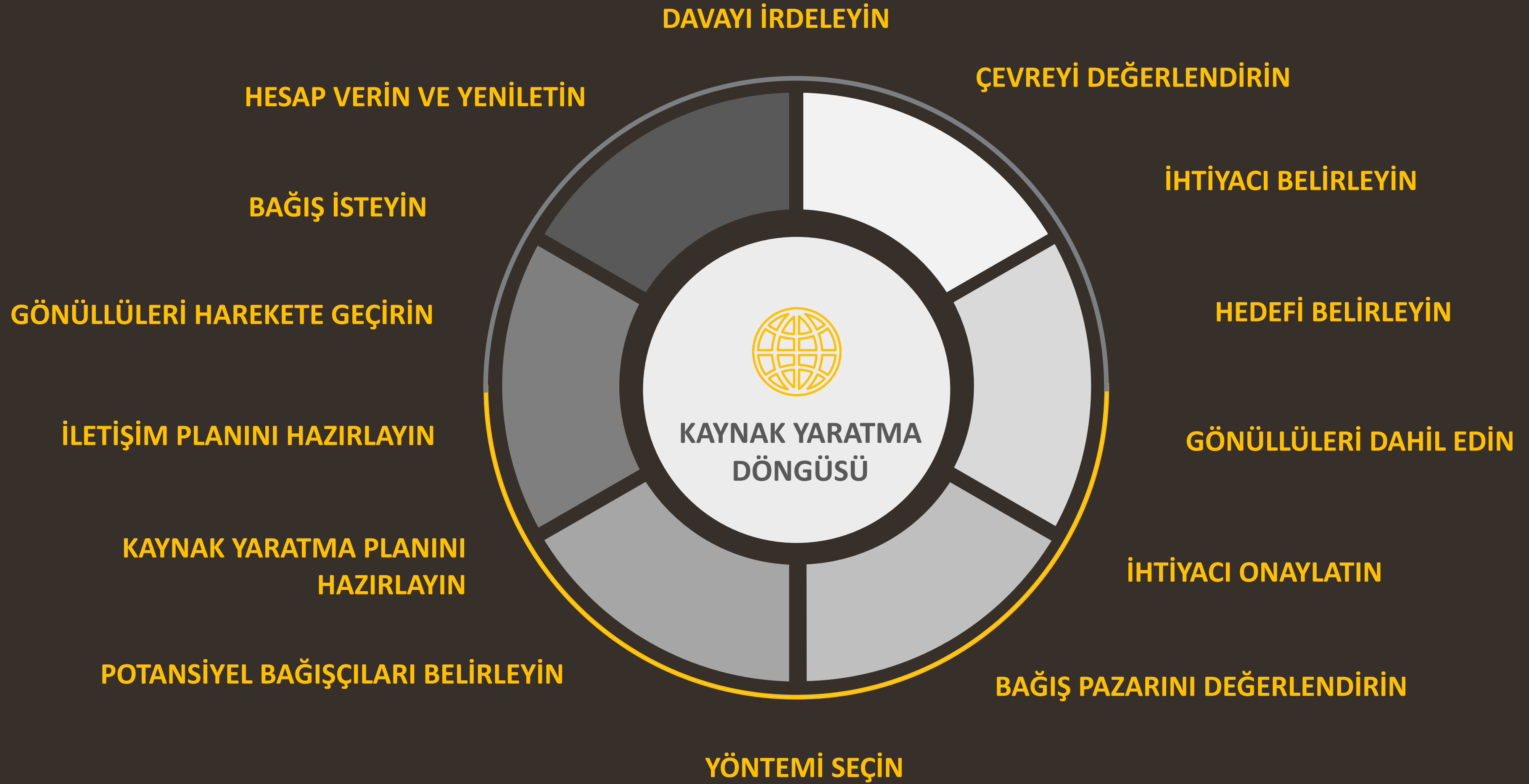
YK, Profesyonel Kadro ve diğer gönüllülerle aktif iş birliği yaparak bu konuda politika geliştirme ve stratejik düşünme faaliyetlerine katılır. YK Üyeleri hem zaman, hem uzmanlık, hem de kaynak konusunda vericidir.

OPERASYONEL MODEL

YK Üyelerinin bağış yapma performansı düzensizdir. Genellikle belli üyelerin üstüne yıkılan 'acil durum bağışları' söz konusudur. YK bu konuda güçlükle strateji geliştirir ve çözüm üretir.



14 Adımda Kaynak Yaratma Döngüsü



DAVAYI İRDELEYİN



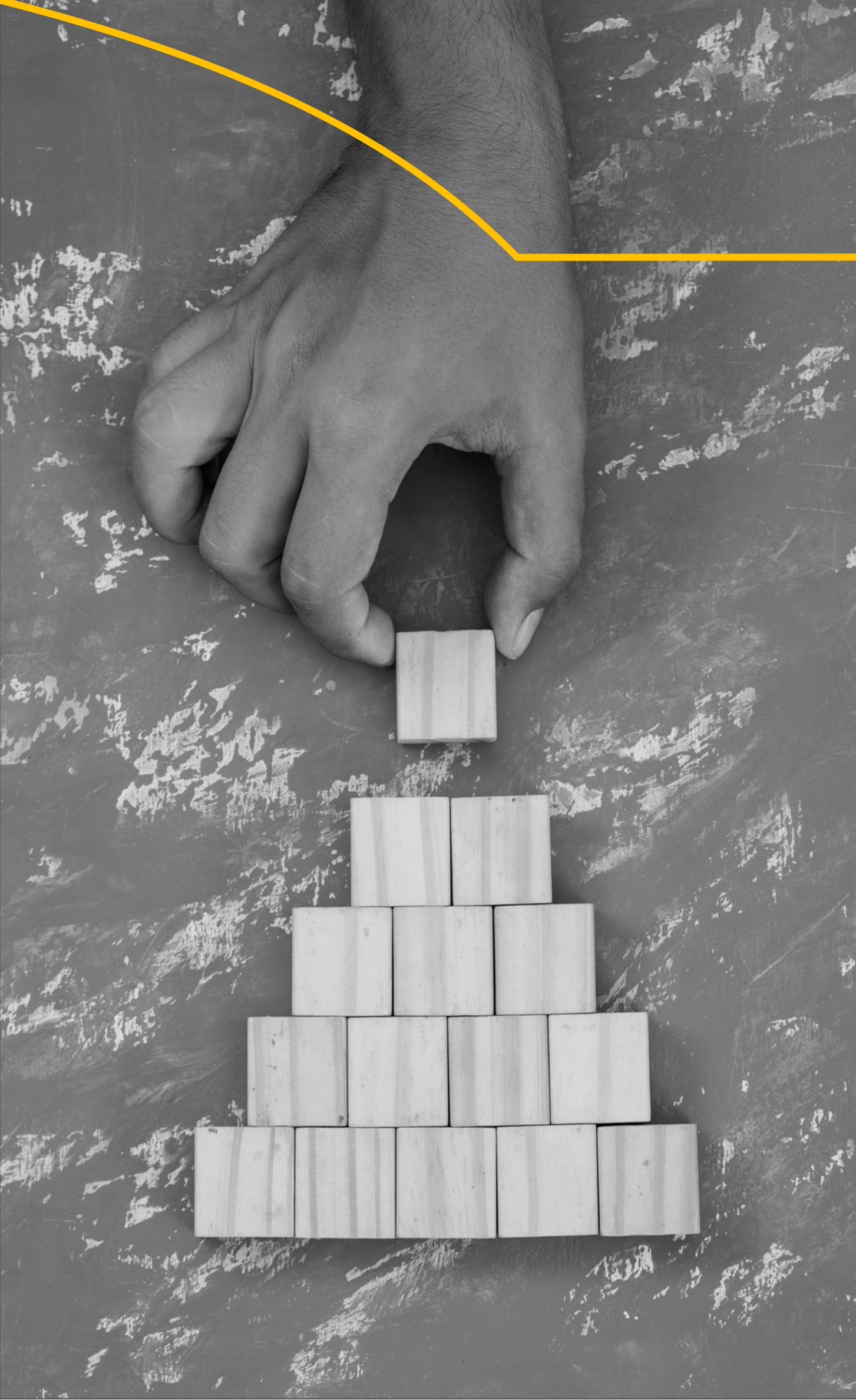
DAVAYI İRDELEYİN

1. İşimiz (misyonumuz) ne?
2. Bu misyonu gerçekleştirmek için neler yapıyoruz?
3. Bizi kim/neden desteklemeli?
4. Bizi destekleyenler karşılığında ne elde edecekler?

DAVAYI İRDELEYİN

ÇEVREYİ DEĞERLENDİRİN





ÇEVREYİ DEĞERLENDİRİN

1. Hedef kitlemiz bizimle aynı bilgi ve heyecan seviyesinde mi?
2. Tanınmaya ve kendimizi tanıtmaya hazır mıyız?

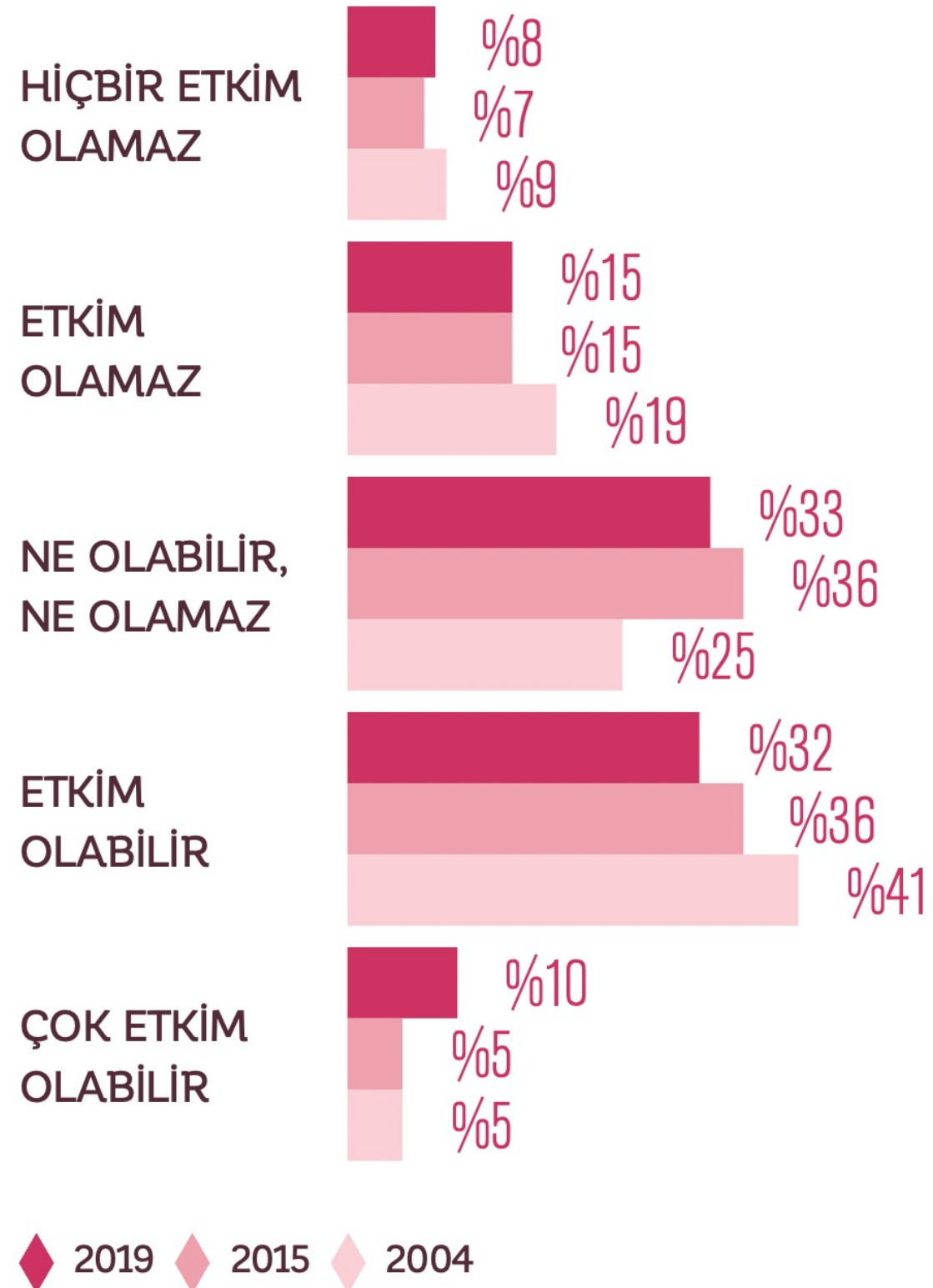
ÇEVREYİ DEĞERLENDİRİN

TÜRKİYE'DE BİREYSEL BAĞIŞÇILIK VE HAYIRSEVERLİK 2019

S. ERDEM AYTAÇ KOÇ ÜNİVERSİTESİ

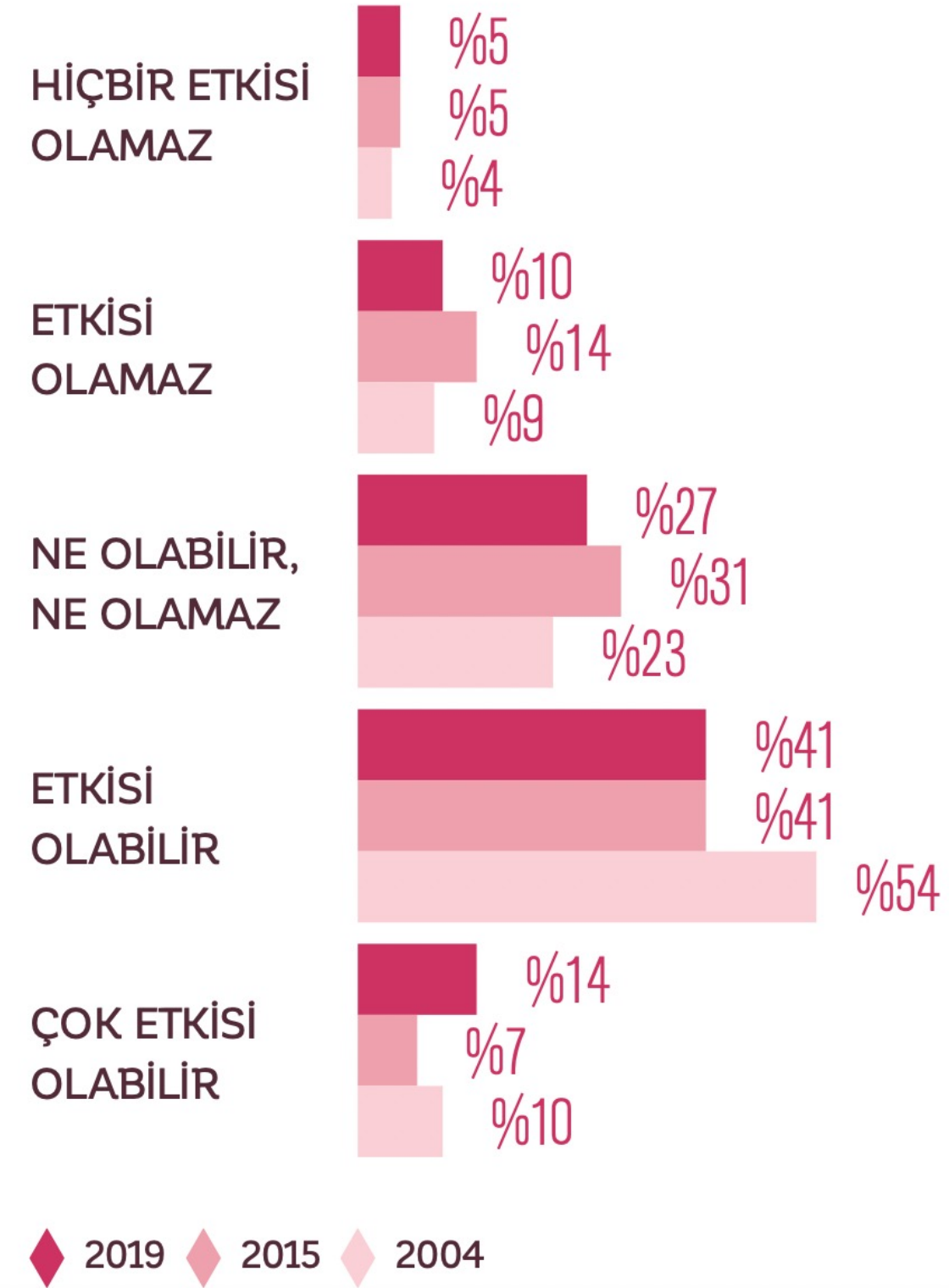
ALİ ÇARKOĞLU KOÇ ÜNİVERSİTESİ

TÜSEV
Türkiye Üçüncü Sektör Vakfı
Third Sector Foundation of Turkey



ŞEKİL 3.2

Daha iyi bir toplum için mevcut sorunların çözümünde sizin vatandaş olarak ne kadar etkiniz olabileceğini düşünüyorsunuz?

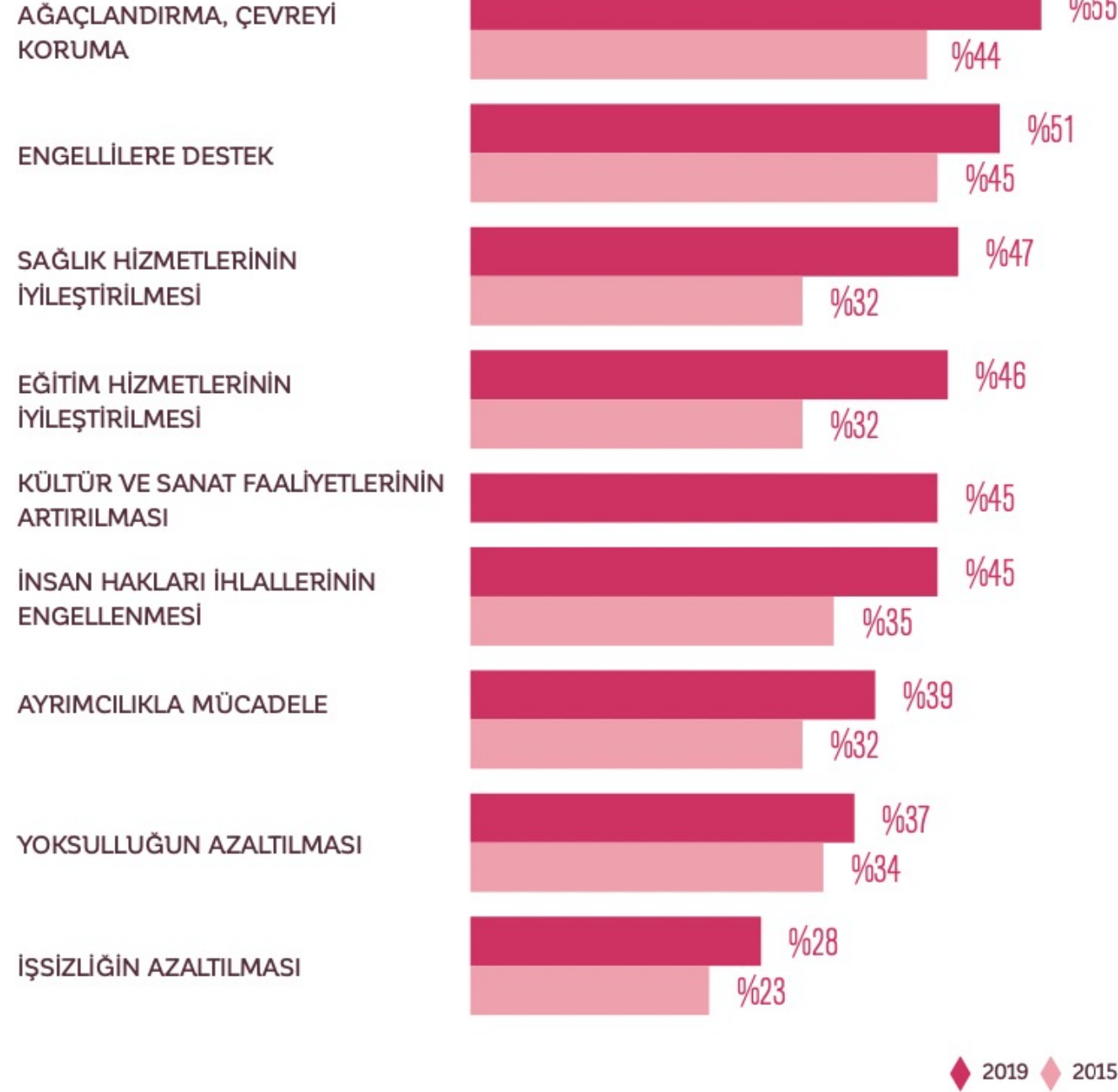


ŞEKİL 3.3

Daha iyi bir toplum için mevcut sorunların çözümünde STK'ların ne kadar etkisi olabileceğini düşünüyorsunuz?

ŞEKİL 3.6

Sizce Türkiye’de STK’ların belirli alanlardaki etkisi nedir? (Oldukça veya çok etkili olduğunu düşünenler)



ŞEKİL 4.2

Elinizdeki parayı doğrudan kendiniz mi yoksa ilgili bir kuruluşa bağış yaparak mı ihtiyaç sahiplerine ulaştırmayı tercih ederdingiz?

DOĞRUDAN KENDİM İHTİYAÇ SAHIPLERİNE ULAŞTIRMAK İSTERİM



İLGİLİ KURULUŞLARA BAĞIŞ YOLUYLA İHTİYAÇ SAHIPLERİNE ULAŞTIRMAK İSTERİM

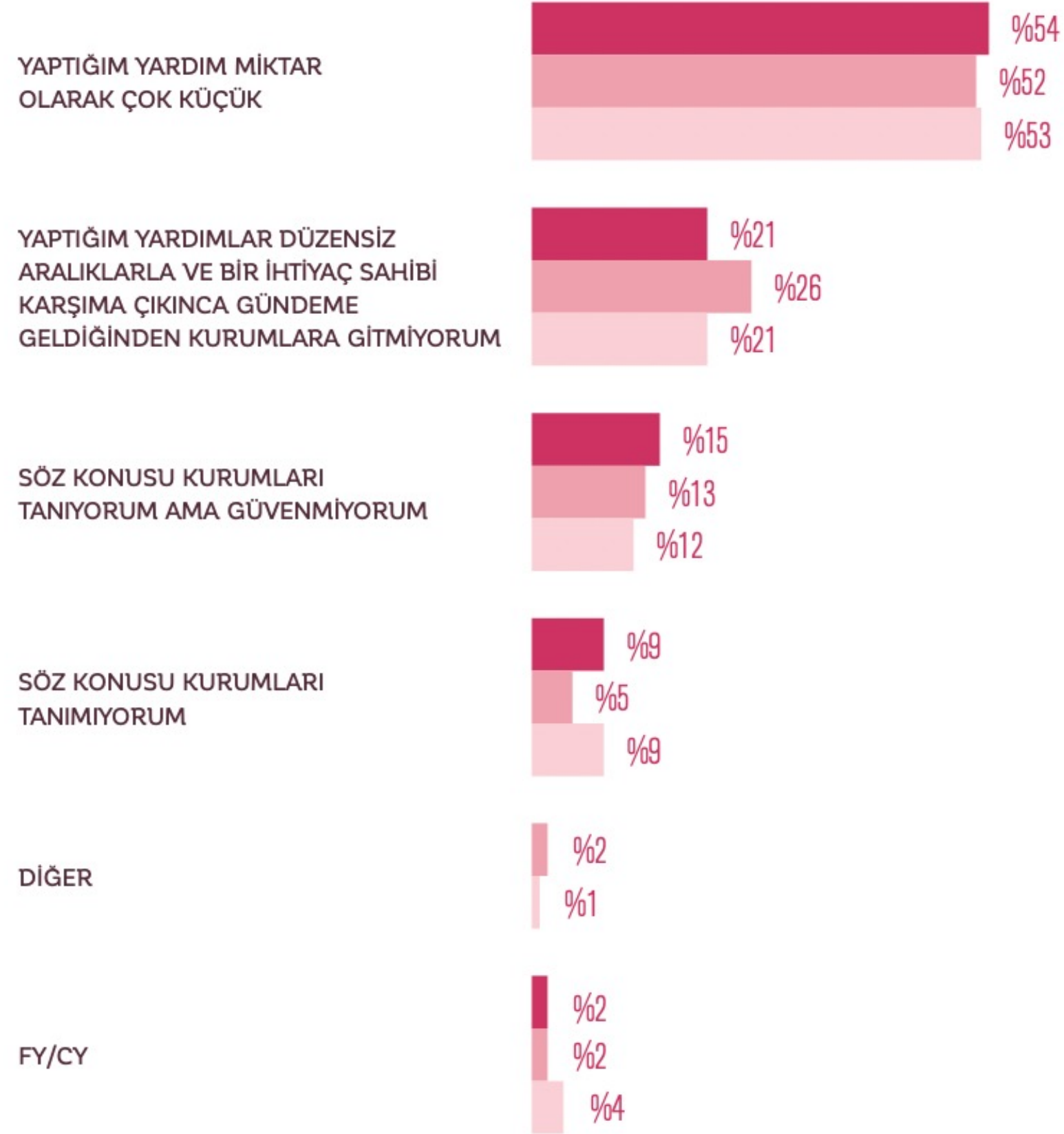


◆ 2019 ◆ 2015 ◆ 2004

TÜRKİYE'DE BİREYSEL
BAĞIŞÇILIK VE
HAYIRSEVERLİK - 2019

ŞEKİL 4.9

Yaptığınız yardımı bir kuruluş aracılığıyla yapmamanızın en başta gelen nedeni hangisidir?

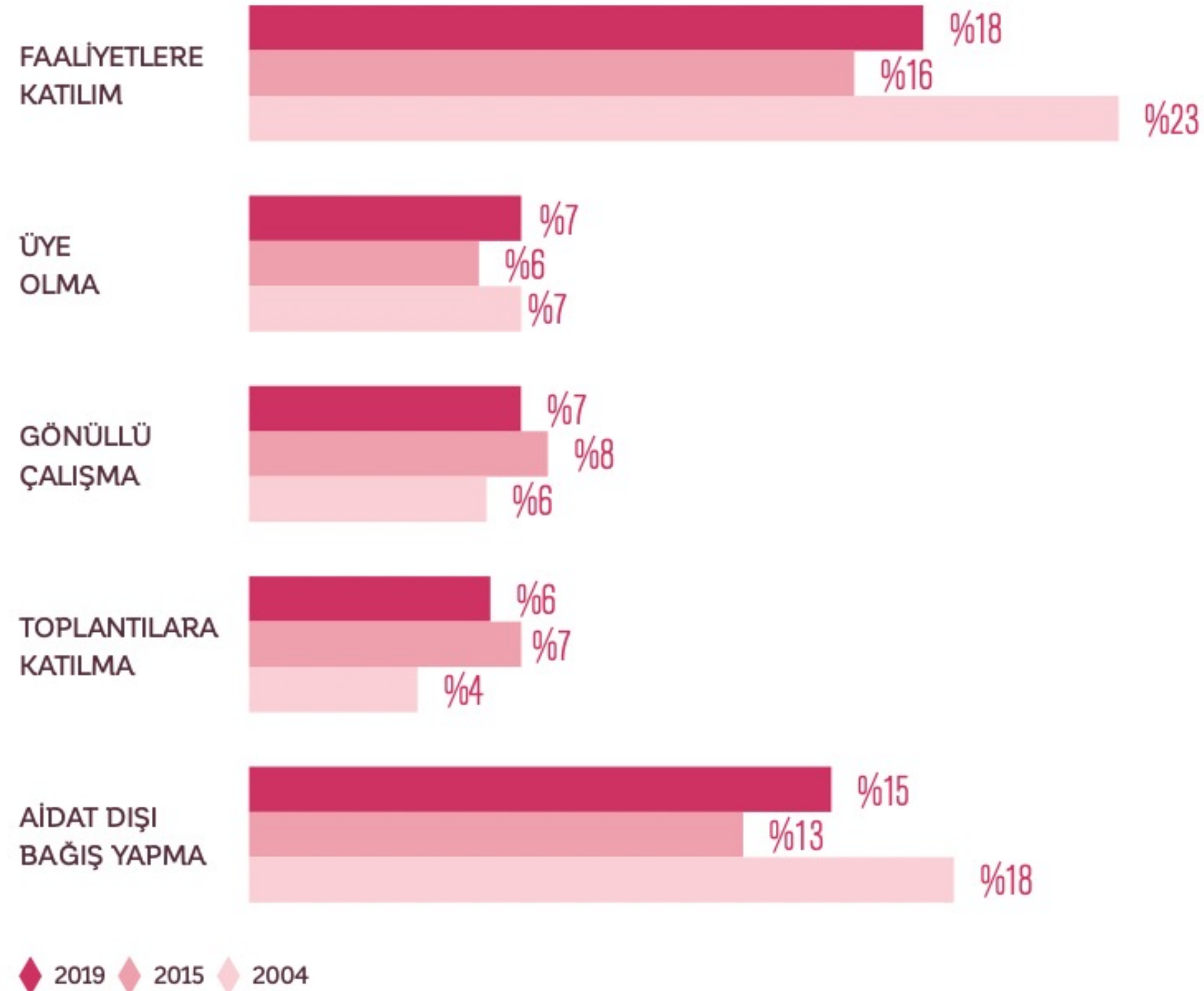


◆ 2019 ◆ 2015 ◆ 2004

TÜRKİYE'DE BİREYSEL
BAĞIŞÇILIK VE
HAYIRSEVERLİK - 2019

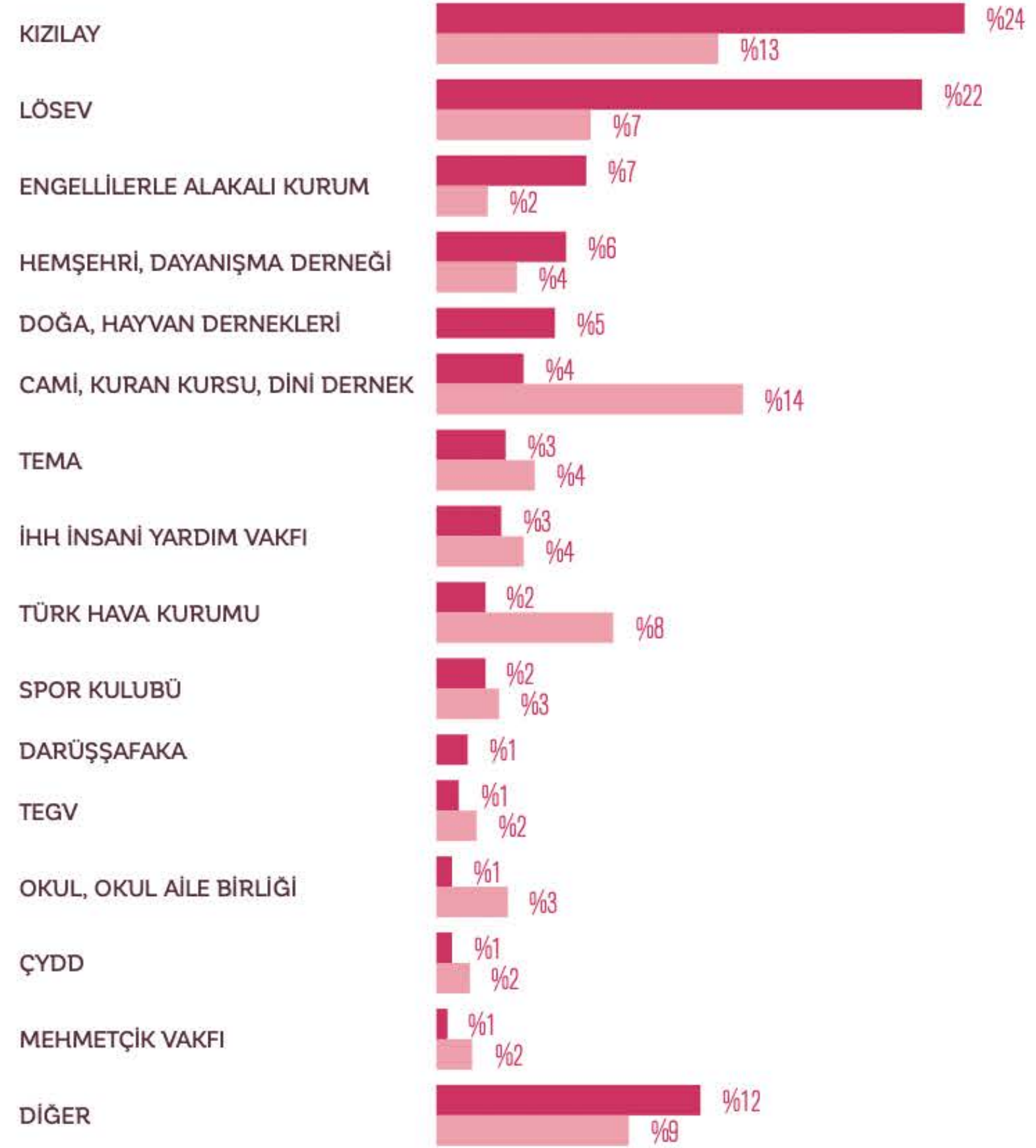
ŞEKİL 4.21

Son bir yılda
STK faaliyetlerine
katılım oranı



ŞEKİL 4.24

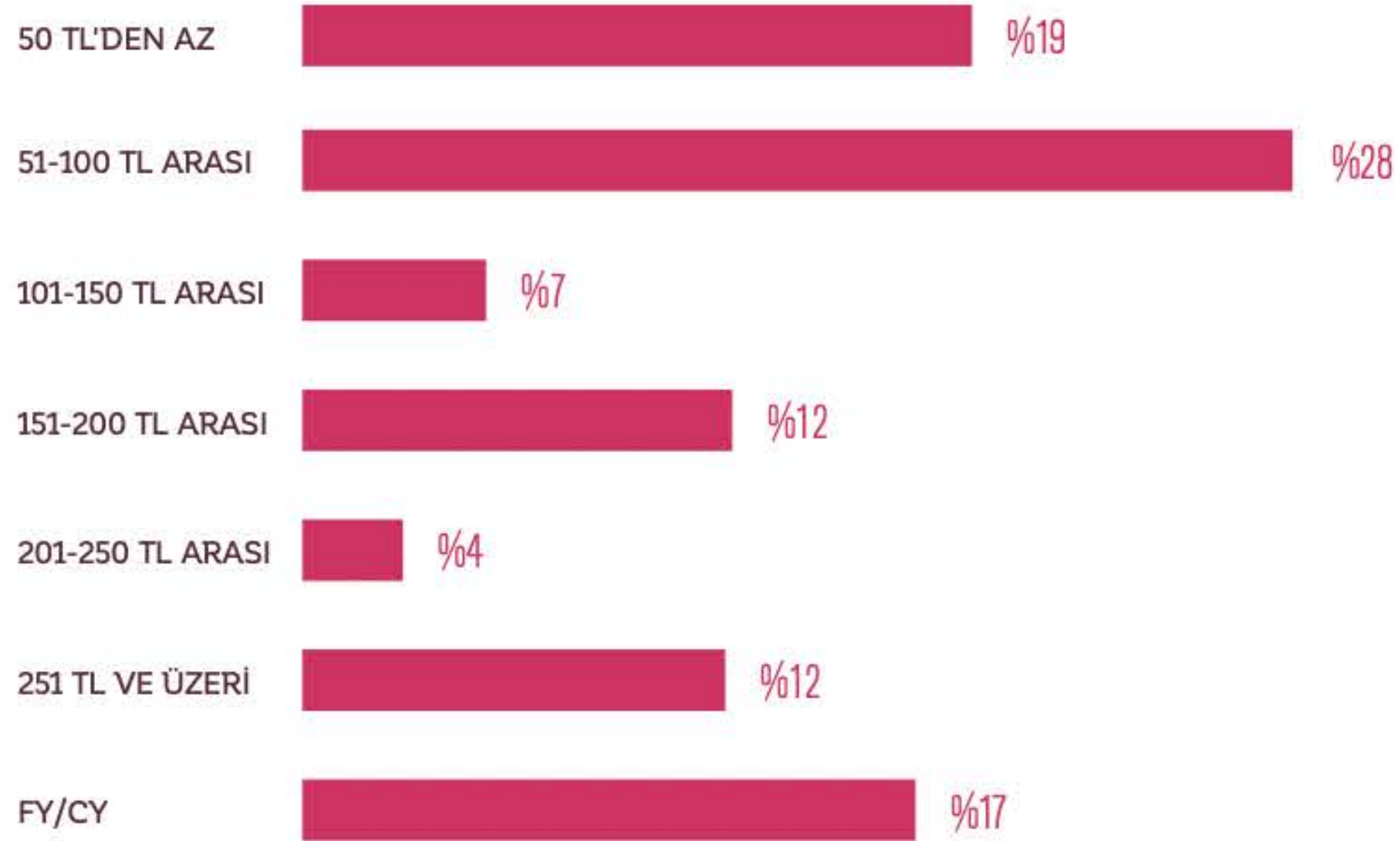
40 TL ve üzerinde
bağış yapılan en
son kuruluş



TÜRKİYE'DE BİREYSEL
BAĞIŞÇILIK VE
HAYIRSEVERLİK - 2019

ŞEKİL 4.25

En son yapılan
bağışın tahmini
değeri



◆ 2019

ŞEKİL 4.26

En son bağış yapılan kuruluş ile bağış öncesi ilişkiler

İKİ YIL İÇİNDE BAŞKA BİR BAĞIŞ DAHA YAPMIŞTINIZ



SİZİN VEYA TANIDIĞINIZ BİRİNİN KURUM HİZMETLERİNDEN FAYDALANABİLECEĞİNİ DÜŞÜNÜYORDUNUZ



KURUMLA İLGİLİ BİR HABER GÖRMÜŞTÜNÜZ



SİZİN VEYA TANIDIĞINIZ BİRİNİN İYİ BİR DENEYİMİ OLMUŞTU



GEÇMİŞTE BAŞKA BİR BAĞIŞ DAHA YAPMIŞTINIZ AMA İKİ YILDAN FAZLA OLDU



KURUMLA İLGİLİ İNTERNETTE BİR YAZI, HABER, REKLAM VB. GÖRMÜŞTÜNÜZ



TANIDIĞINIZ BİRİ BU KURUMA BAĞIŞ YAPMANIZI İSTEMİŞTİ



BAĞIŞ YAPMANIZ İÇİN İSTEK GELMİŞTİ



GÖNÜLLÜ ÇALIŞMIŞTINIZ



ALDIĞI BAĞIŞLARI AMACINA UYGUN
KULLANACAĞINA DAİR VERDİĞI GÜVEN



ÜZERİNDE ÇALIŞTIĞI KONUYA
DUYULAN YAKINLIK



HESAPLARININ ŞEFFAF VE HERKESİN
ANLAYABİLECEĞI BİR ŞEKİLDE OLMASI



İHTİYAÇ SAĞİBİ KİŐİLERİ DAHA
KOLAY BULUYOR OLMASI



SİYASİ DURUŞ VE DÜNYA
GÖRÜŐÜNÜ PAYLAŐIYOR OLMAM



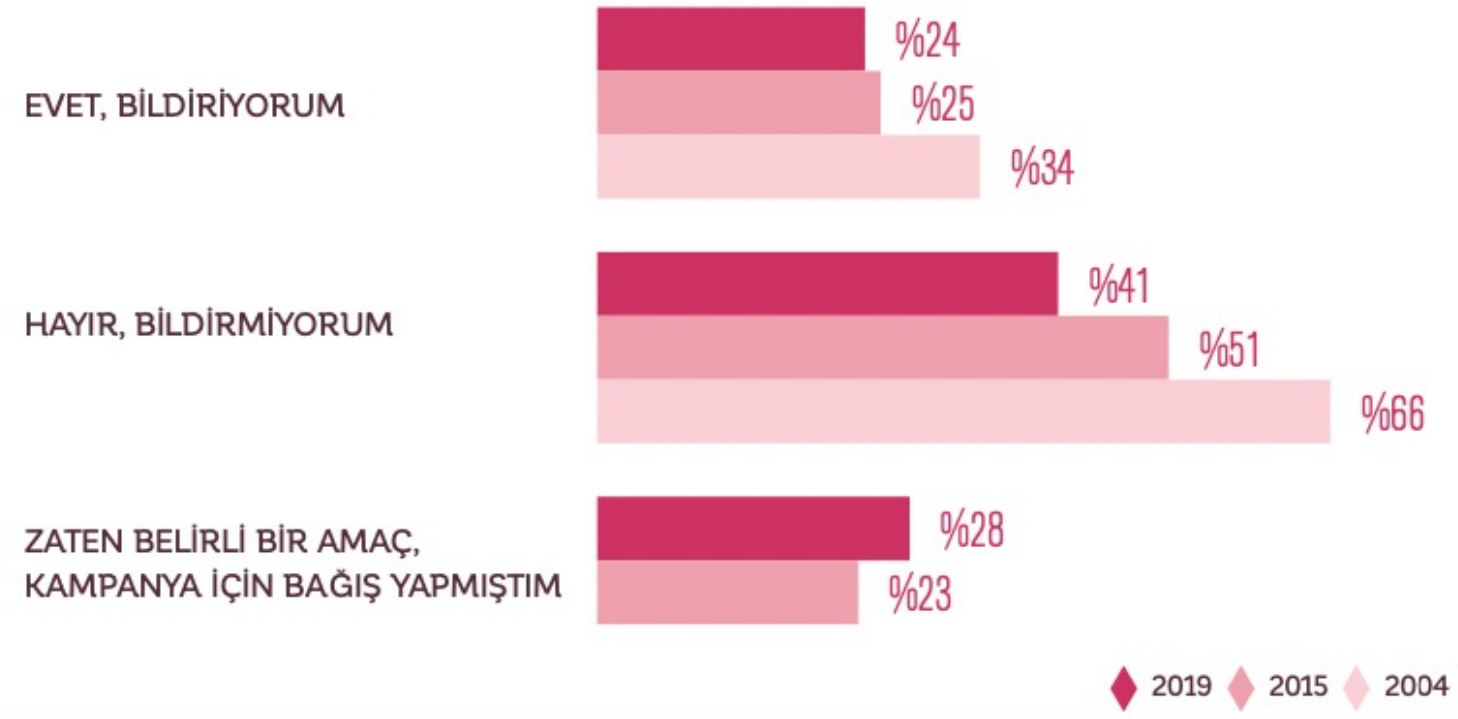
◆ 2019

ŞEKİL 4.27

**Bağış yapılacak
kurum veya
kuruluŐu seğerken
önemli görülen
faktörler**

ŞEKİL 4.29

Bağışınızın nasıl kullanılacağına dair görüş bildiriyor musunuz?

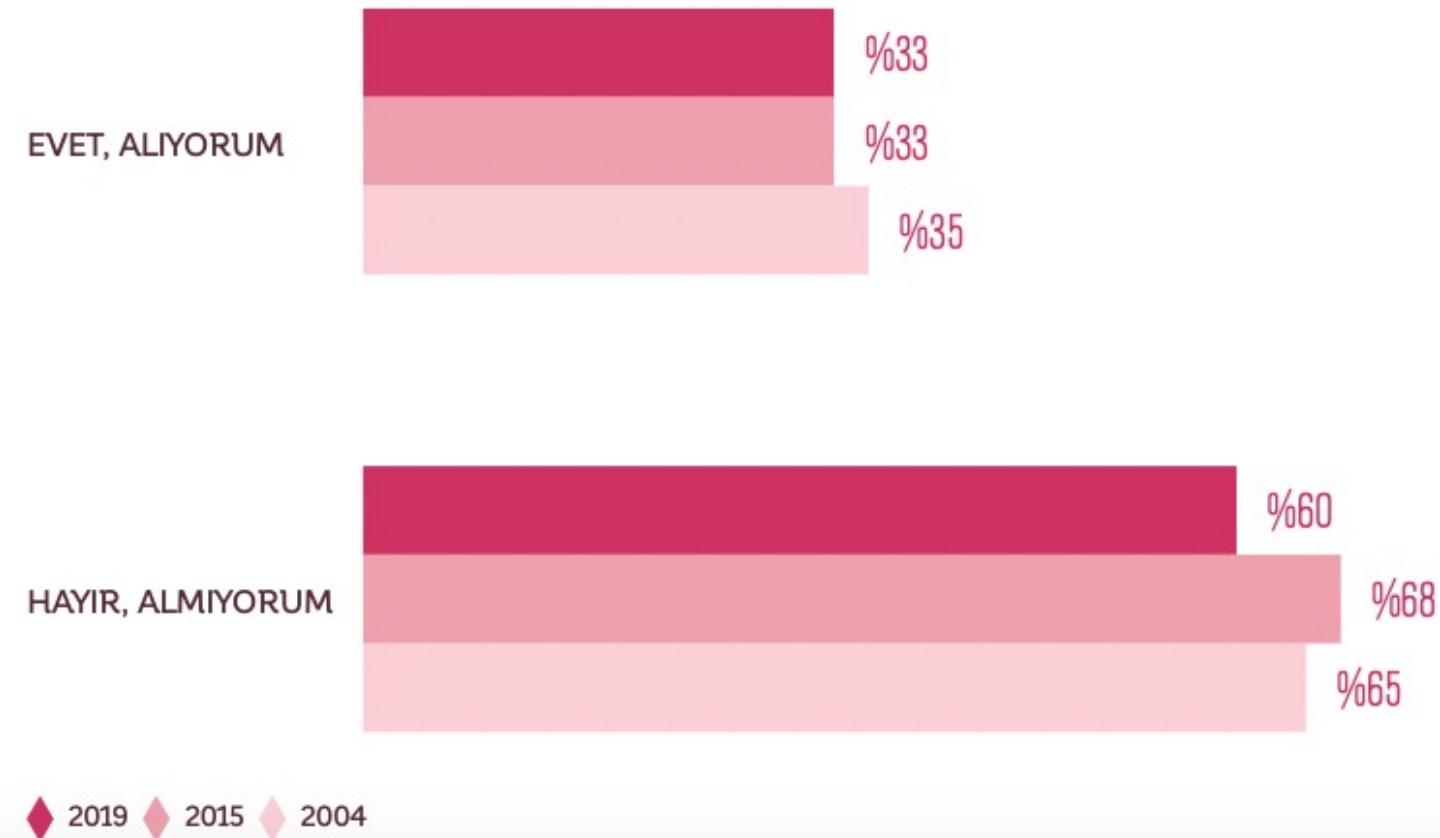


◆ 2019 ◆ 2015 ◆ 2004

TÜRKİYE'DE BİREYSEL BAĞIŞÇILIK VE HAYİRSEVERLİK - 2019

ŞEKİL 4.30

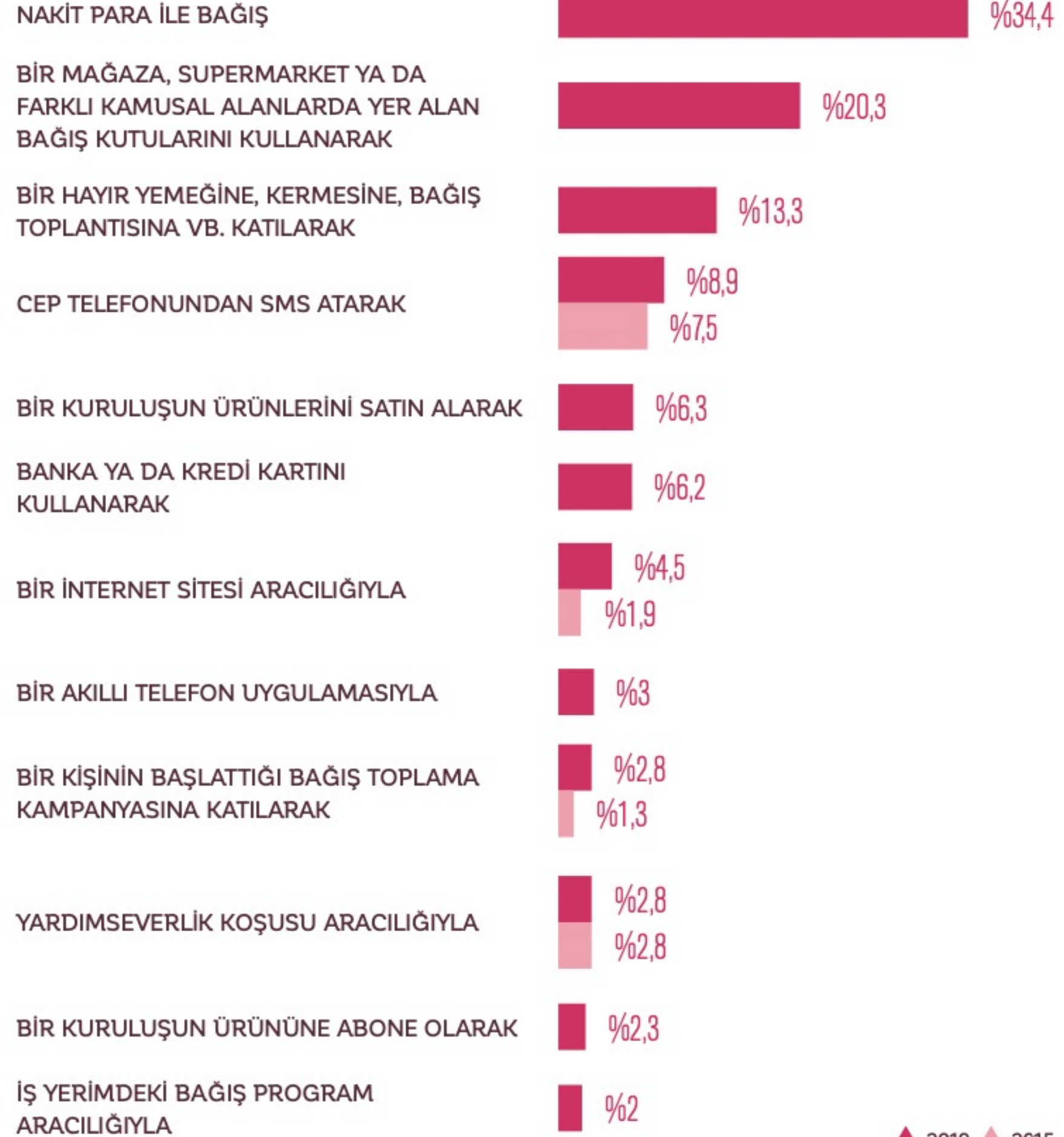
Bağış yaptığınız kurum veya kuruluşlardan faaliyetlerine dair rapor alıyor musunuz?



◆ 2019 ◆ 2015 ◆ 2004

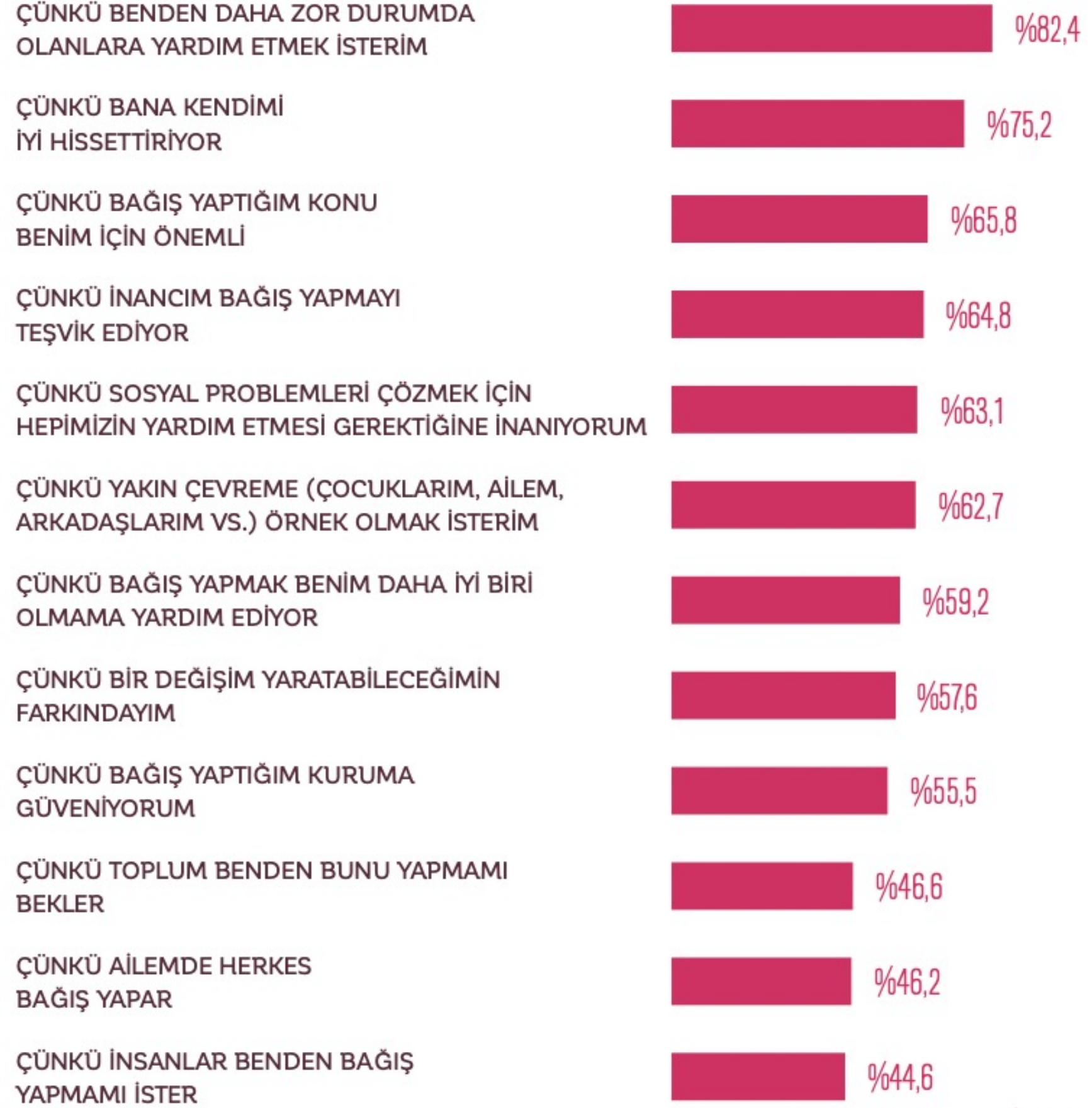
ŞEKİL 4.33

Son 12 ayda tercih edilen bağış yapma yöntemleri



ŞEKİL 4.35

**Hangileri
sizi son 12 ayda
bağış yapmaya
teşvik eden
nedenler
arasındadır?**



DAHA ÇOK PARAMIN OLMASI

%66,6

BAĞIŞIMIN NASIL HARCANACAĞINDAN
EMİN OLMAK

%55,2

STK'LARIN DAHA ŞEFFAF OLMASI

%52,7

STK'LAR VE FAALİYETLERİ HAKKINDA
DAHA ÇOK BİLGİM OLMASI

%47,9

BAĞIŞ YAPABİLMEM İÇİN DAHA KOLAY
YÖNTEMLER OLMASI

%46,6

BENİM İÇİN ÖNEMLİ OLAN BİR KONUDA
ÇALIŞAN BİR STK BULMAK

%39,8

SİVİL TOPLUM SEKTÖRÜNÜN
İYİ DÜZENLENDİĞİNİ BİLMEK

%39,4

VERGİ TEŞVİKİ OLMASI

%37

BAĞIŞ YAPMAMIN İSTENMESİ

%36,7

İŞ YERİMDE BİR BAĞIŞ PROGRAM OLMASI

%30,1

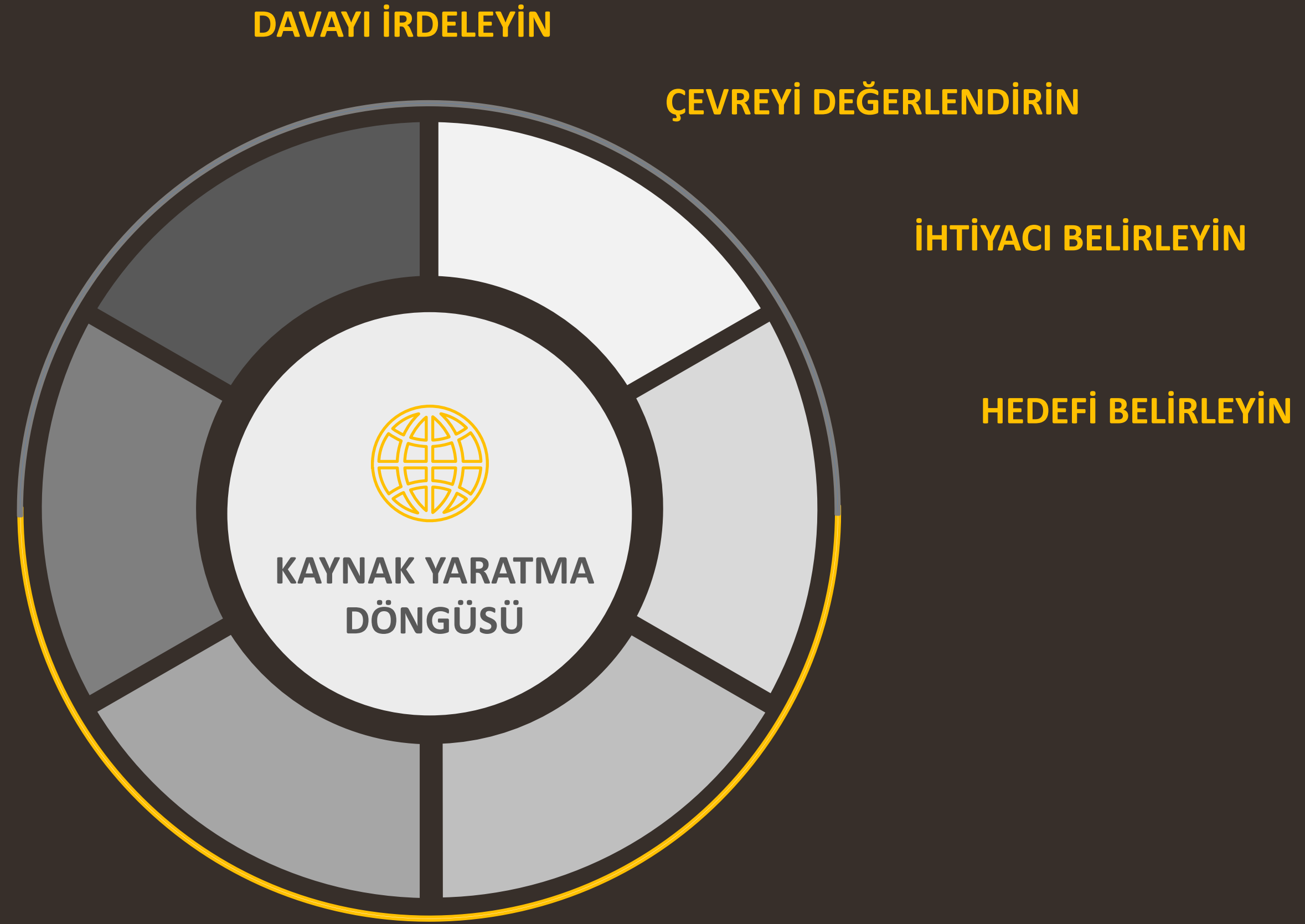
HİÇBİR ŞEY BENİ DAHA FAZLA BAĞIŞ
YAPMAYA TEŞVİK EDEMEZ

%19,7

ŞEKİL 4.36

Hangileri sizi
önümüzdeki 12 ayda
bağış yapmaya
teşvik eder?

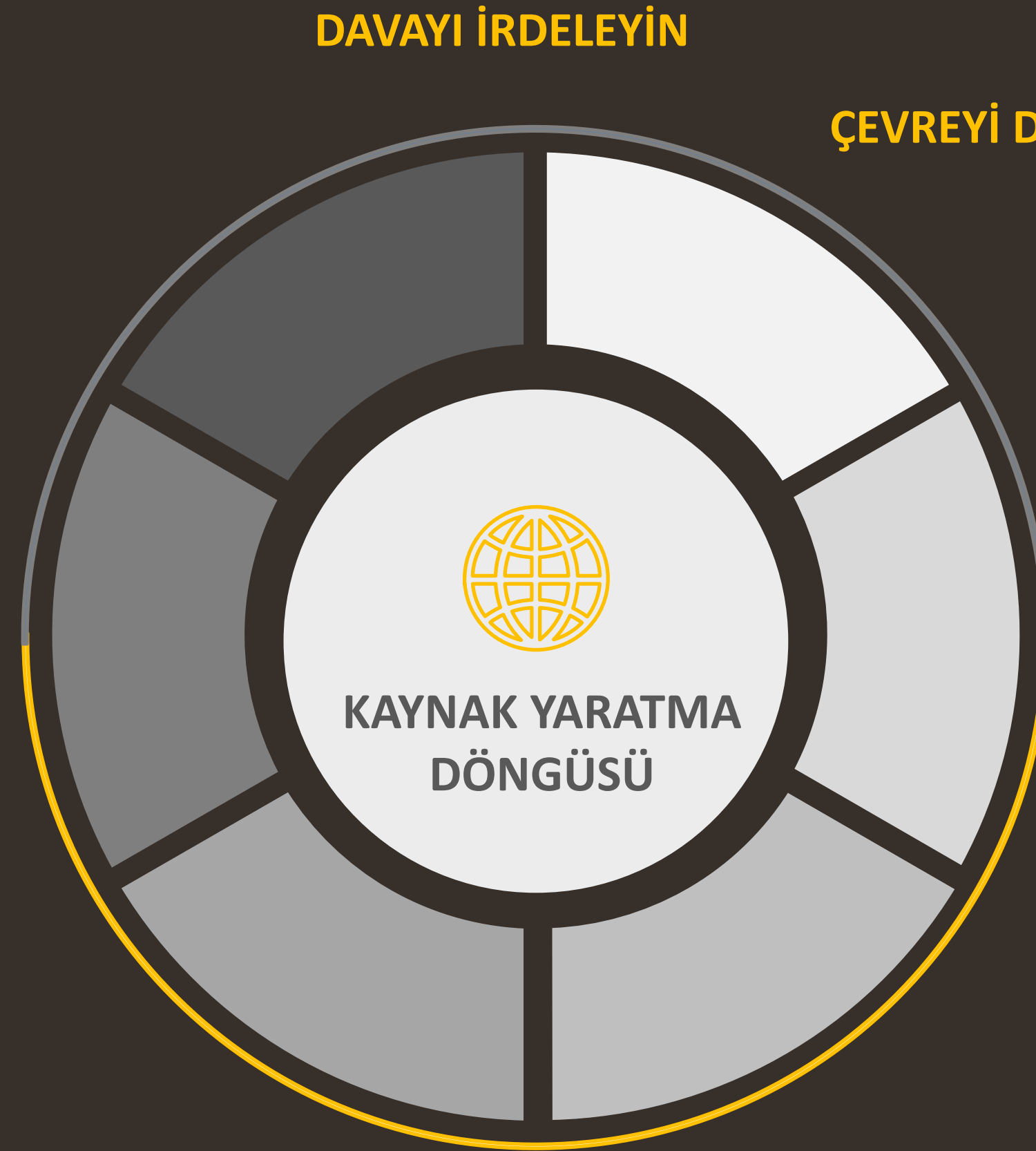
◆ 2019





İHTİYACI / HEDEFLERİ BELİRLEYİN

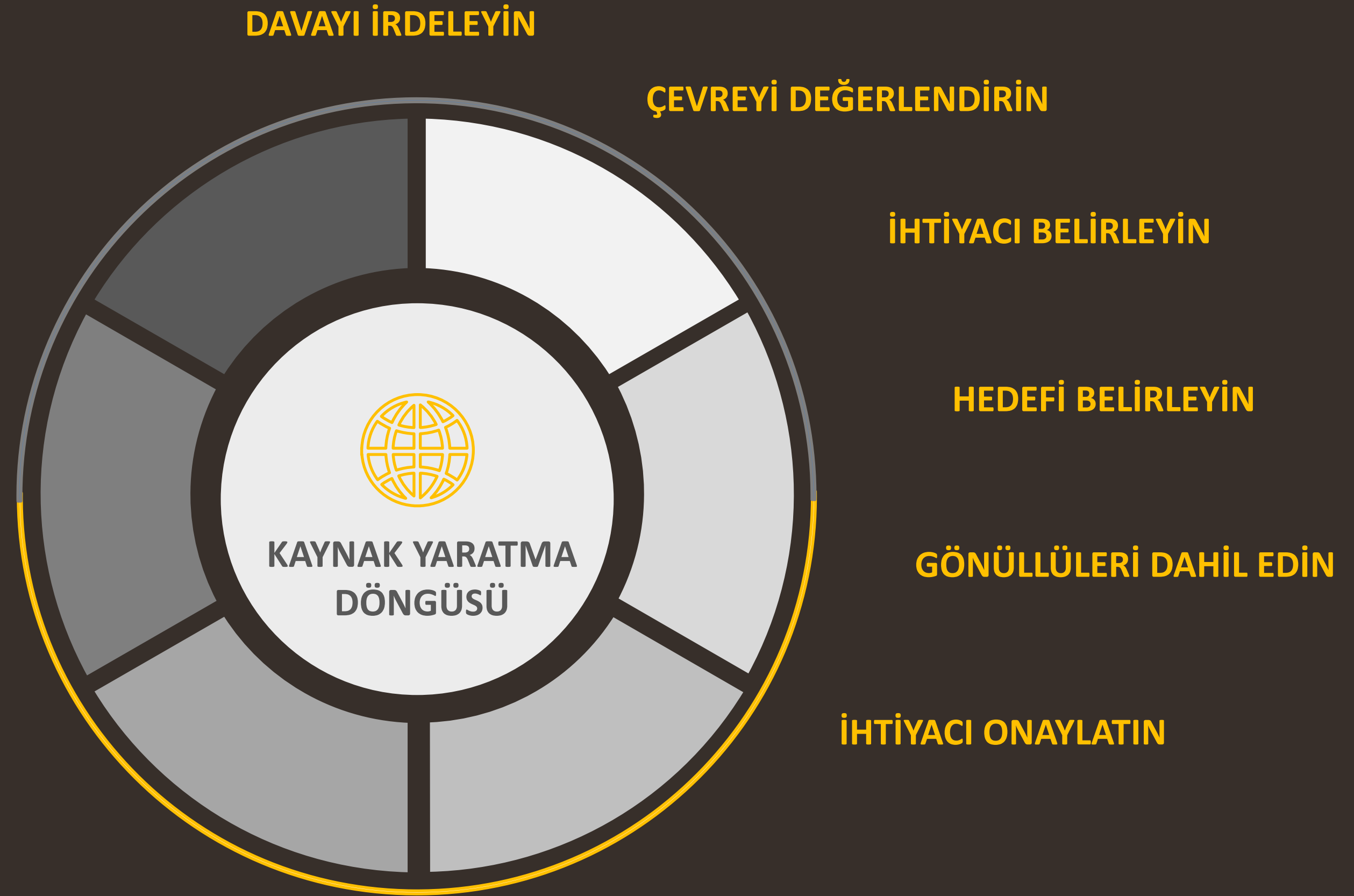
1. İhtiyaç tanımı detaylı bir analiz sonrası mı yapıldı?
2. Kurumun misyonu ile örtüşüyor mu?
3. Alternatiflere göre neden öncelikli?





GÖNÜLLÜLERİ DAHİL EDİN

Bir gönüllünün yürekten inandığı bir proje için kendi çevresinden ve kişisel temasla bağış istemesi çok etkin bir kaynak geliştirme yöntemidir.





İHTİYACI ONAYLATIN

1. Bağış kampanyanız ve hedefleriniz STÖ çalışanları ve kilit gönüllüleri tarafından sahiplenildi mi?



BAĞIŞ PAZARINI DEĞERLENDİRİN

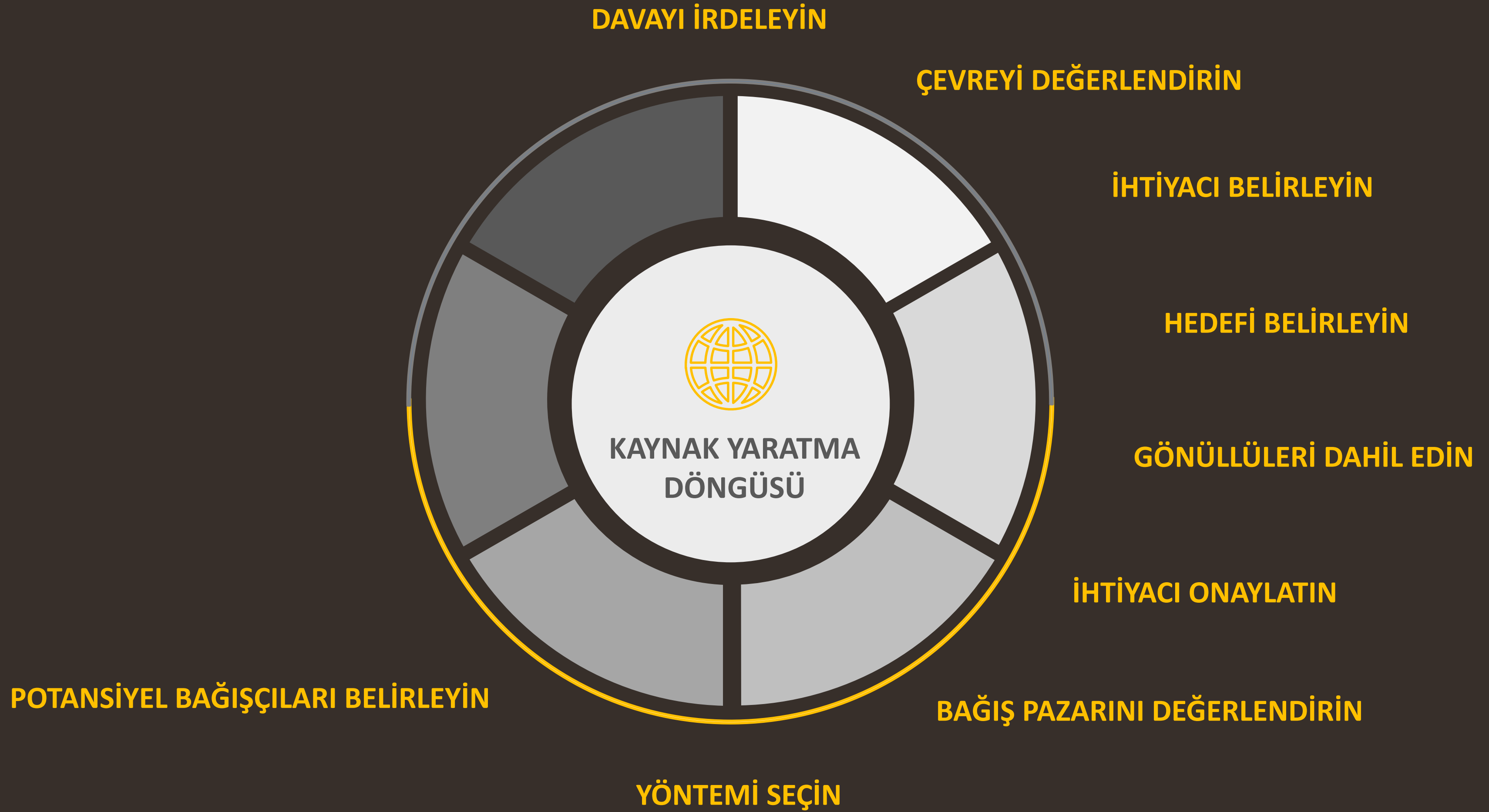
1. Hedef kitlenizin alt kırılımları neler?
2. Kişiler ve kurumlardan beklentileriniz gerçekçi bir şekilde tanımlandı mı?
3. Hedef kitlenizi ikna etmeye yetecek hazırlık /mesaj vs. hazır mı?





YÖNTEMİ SEÇİN

1. Kampanyanız hangi mecralar üzerinden yürütülecek?
2. Kampanya hedefiniz için kaç lira isteyeceksiniz?
3. Belirlediğiniz bağış aralığında kaç tane bağışa ihtiyacınız var?



POTANSİYEL BAĞIŞÇILARI BELİRLEYİN

PLANLI
BAĞIŞ

ÖZEL / TEMEL / BÜYÜK
BAĞIŞ

ARTAN
BAĞIŞ

DÜZENLİ
BAĞIŞÇI

BAĞIŞÇI

ADAY

ŞÜPHELİ

Küçük miktarlarla da olsa, kurumunuza düzenli bağış yapan kişi sayısını istikrarlı bir şekilde artırmak orta ve uzun vadede finansal sürdürülebilirliğiniz için çok önemlidir.

Örgütünüze ilişkisi olan, bağış yapma imkanı bulunan, misyon ve hedeflerinize ilgi duyan kişi sizin için bir bağışçı adaydır.



KAYNAK YARATMA PLANINI HAZIRLAYIN
İLETİŞİM PLANINI HAZIRLAYIN
GÖNÜLLÜLERİ HAREKETE GEÇİRİN

1. Ne zaman başlıyoruz?
2. İlk adımı kim atacak?
3. Nasıl duyuracağız?
4. Ne kadar sürecek?



BAĞIŞI İSTEYİN







HESAP VERİN ve BAĞIŞI YENİLETİN

1. Bağışçınıza teşekkür ettiniz mi?
2. Bağışın neticesiyle ilgili bilgilendirdiniz mi?
3. Onurlandırma işinin bir sistematiği / yönetmeliği var mı? (Hangi seviyedeki bağışa nasıl teşekkür edeceğiz? Bağışçımız teşekkür dışında ne tür hizmetlerden yararlanabilecek? İsim verme kriterleri vb. konular ayrıntılı bir şekilde tanımlandı mı?)



Kaynak Yaratma Yöntemleri

STÖ
FİNANSAL SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

KURUMSAL

BİREYSEL

NAKDİ

AYNİ

NAKDİ

AYNİ

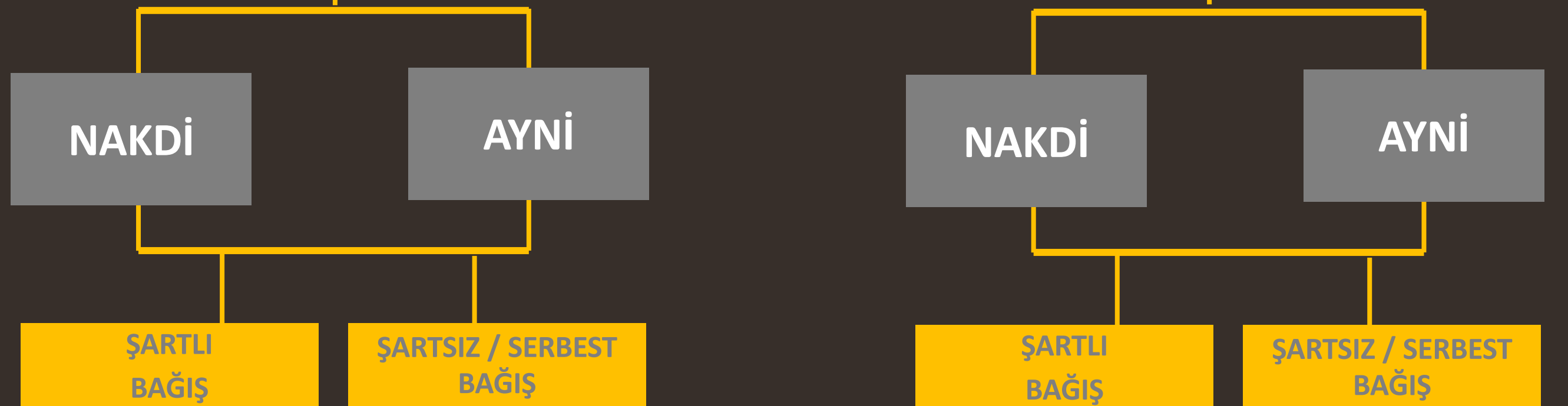
**ŞARTLI
BAĞIŞ**

**ŞARTSIZ / SERBEST
BAĞIŞ**

**ŞARTLI
BAĞIŞ**

**ŞARTSIZ / SERBEST
BAĞIŞ**

**İKTİSADİ
İŞLETME**



STÖ'lerde Kaynak Yaratma Çeşitleri

- Ayni destekler
- Aidatlar, üyelik ya da abonelik ücretleri
- Sponsorluklar
- Hibe destekleri, proje temelli destekler
- Bağışlar
- Kitlesele fon mekanizmaları
- Kurumsal sosyal sorumluluk destekleri
- Mikrokredi ya da benzeri destek kredileri
- Çözüm ortaklıkları
- Ticari / iktisadi faaliyetler
- Sosyal Yatırımlar / Sosyal Girişimler

*Kaynak: Sivil Düşün, Kaynak Geliştirme ve Yenilikçi Uygulamalar,
Yerel STÖ, Ağ / Platform / İnisiyatif ve Aktivistler için Rehber*

STÖ'lerde Kaynak Yaratma Yöntemleri

Ayni Destekler

Ayni destekler **kolay erişilebilir** bir kaynak çeşididir.

Belli faaliyetler için hibe desteği başvurusu yapmaktan ve bir hibe projesi yönetmenin yükünü taşımaktan çok daha az bir zaman ve insan kaynağı yatırımıyla, ayni destek sağlanabilir.

Ayni destekler toplantı salonu, ofis desteği, basılı materyal desteği, uzmanlık desteği, kargo, medya takip, kırtasiye, mutfak masrafları vb. şekillerde gerçekleşebilir.

STÖ'lerde Kaynak Yaratma Yöntemleri

**Aidatlar,
üyelik ya da
abonelik
ücretleri**

Aidatlar ya da üyelik ücretleri **aktif iletişim** ve **takip gerektiren** ve düzenli toplandığında **operasyonel giderler için esnek şekilde kullanılacak** önemli kaynaklardır.

FonZip gibi çözümlerin yanı sıra telefon üzerinden düzenli aidat toplamayı mümkün kılan mobil aidat hizmet çözümleri mevcuttur.

STÖ'lerde Kaynak Yaratma Yöntemleri

Sponsorluklar

Sponsorluklar, çoğunlukla, **etkinlik odaklı, belirli süreli, görünürlük odaklı** kaynaklardır.

Sponsorluk sağlamada iki en önemli nokta, sponsora destek sağladığı sosyal etkinin net ve çarpıcı bir şekilde aktarılması ve kendisi için yaratılan faydanın (örneğin, görünürlük, bir problemin çözümünde rol alma, vb.) net bir şekilde aktarılmasıdır. Farklı sponsorluk derecelendirmelerinin hazırlanması ve farklı büyüklükteki sponsorlar için alan yaratılması önemlidir.

STÖ'lerde Kaynak Yaratma Yöntemleri

Hibeler

Hibeler için stratejik planlama esastır. Hangi hibe programlarının açılacağını takip etmek, hibe bilgilendirme günlerine katılarak söz konusu hibenin sizin için uygun olup olmadığını değerlendirebilmek önemlidir.

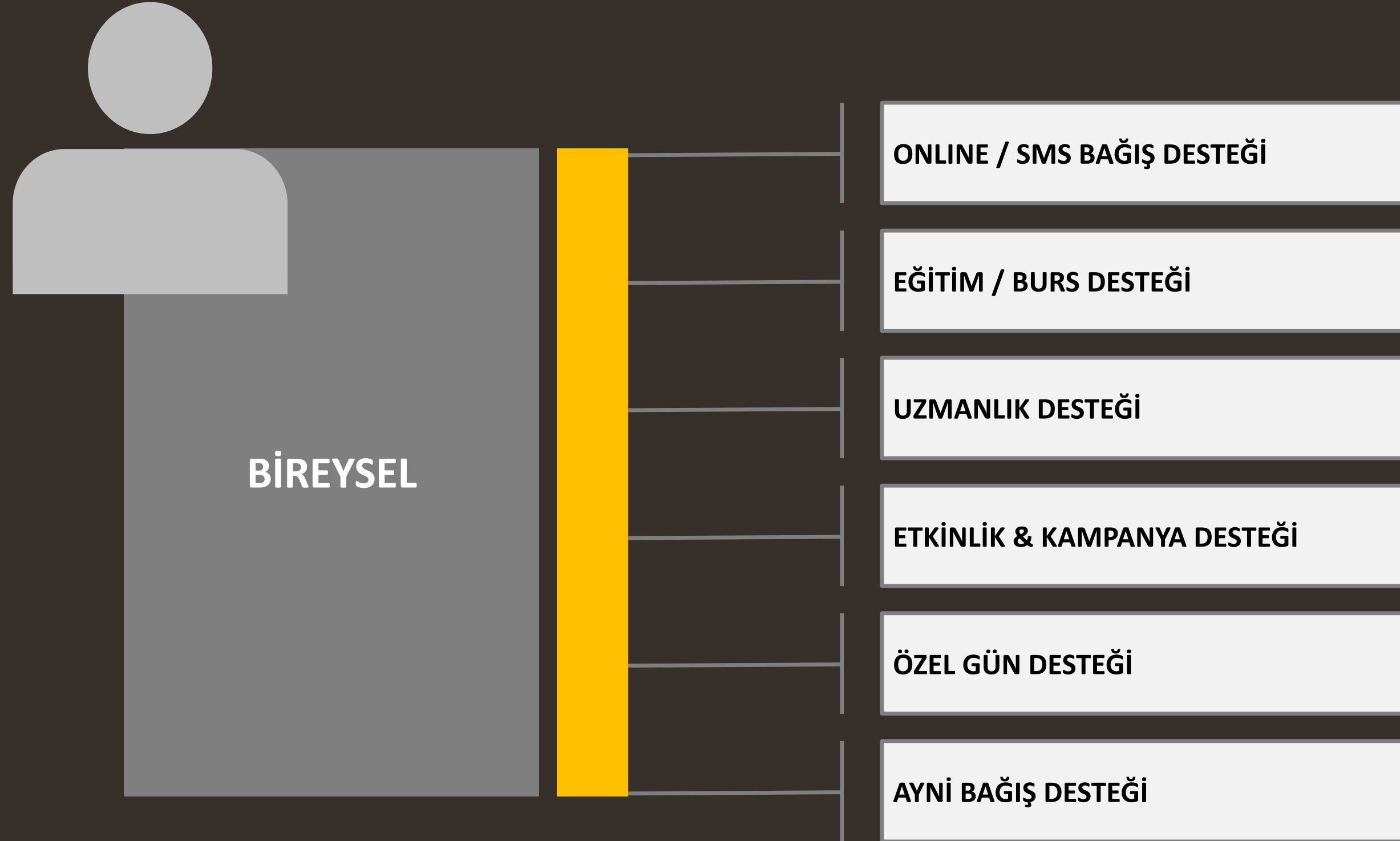
Hibeler büyük oranda proje bazlı başvurular üzerinden dağıtılır. Projeler, çoğunlukla **etkinlik bazlı, çıktı odaklı, belirli süreli, sınırlandırılmış kullanımı olan, zaman ve emek gerektiren** başvuru ve uygulama süreçleri olan kaynak geliştirme alanlarıdır. Proje başvuruları gittikçe artan bir şekilde, benzer alanlarda çalışan yerel, ulusal ya da uluslararası aktörlerle iş birliği geliştirmeyi gerektirir.

STÖ'lerde Kaynak Yaratma Yöntemleri

Bağışlar ve Destekler

Bağışlar ve destekler, gönüllülük desteği, düzenli bağışlar, tek seferlik bağışlar, telefonla bağış, online bağış ya da kampanyalar formunda olabilir.

STÖ'lerde Kaynak Yaratma Yöntemleri



STÖ'lerde Etkinlik & Kampanya & Özel Gün Odaklı Kaynak Yaratma Yöntemleri



STÖ'lerde Etkinlik & Kampanya & Özel Gün Odaklı Kaynak Yaratma Yöntemleri



Notre Dame de Sion
03/03/2016 19:30
Concert Korusu

Orchestra de Sion & İSTANBUL AVRUPA KOROSU

MOZART REQUIEM

Organ Organist: Özgür Örgenel
Orkestra Şefi: Aleksandr Samoylenko
Solistler: Erol Akay, Ayhan Özalp, Sibel Çeliker, Dilek Bircan, Ayhan Özalp, Seda Toprak, Bülent Sertel, Caner Akay

Les billets (2016) sont en vente au Lycée Notre Dame de Sion.
Concert de bienfaisance au profit de l'association pour les enfants autistes «Tohum Otizm Vakfı» organisée dans le cadre d'un concert.
Biletler (2016) Notre Dame de Sion Fransız Lisesinde satışta bulunmaktadır.

TOHUM OTİZM VAKFI

TIYATROKARE

Ford Go Further KATKILARIYLA

YAZAN: MARK HADDON
DİZAYNER: SIMON STEPHENS
DÖKÜM: İZİK YASARIM, KEREM ÇETİNEL
ANIMASYON: ZUFEN DAĞDEMİR
MÜZİK: SON FECİ BİSİKLET, ARDA KEMİRGENT

İKİNCİ YÖNETMEN: HALİM ERCAN
SANAT KOORDİNATÖRÜ: BÖLENT SEYRAN
KOSTÜM TASARIMI: MAKBULE MERCAN
KOSMOPOLİT: ÖRCÜN OKURGAN

YÖNETMEN: NEDİM SABAN

SÜPER İYİ GÜNLER
"THE CURIOUS INCIDENT OF THE DOG IN THE NIGHT-TIME"

AYÇA ERTURAN • EMİR ÖZDEN • KOREL CEZAYIRLI • DIDEM İNSELEL
İBRAHİM CAN BAYAN • ÖNÜR KIRAT • ŞEBNEM SEVİTÜRK • CEM ARSLAN
UĞUR CAN ARIKAN • SEVCAN BAŞAYDIN • BESTE KOÇAK VE... CELİLE TOYON

DRAMATURG: EZGİ GÜLMEŞER • YÖNETMEN YARDIMCISI: AYŞUDA DALGİÇ • SAHNE VE YAPIM ASİSTANLARI: SELİN CANCI CEYLAN, KAAN YAVUZ
DÜNYA VE AFİŞ FOTOGRAFÇISI: EMRE MOLLAOĞLU • AFİŞ TASARIMI: İSMAIL ANIL GÜZELİS

beko MICHELIN VOB

MEHMET GAZIOĞLU

SÜR REAL İST'İN RÜYASI
SURREALIST'S DREAM

OPENING - AÇILIŞ
May 4, 2017 - 4 Mayıs 2017 / 18.00 - 21.00

Part of the exhibition income will be donated to the Tohum Autism Foundation. Dergi gelinir bir kısmı Tohum Otizm Vakfına bağlanacaktır.

SOHO HOUSE İSTANBUL
'CHANCERY ROOM'
Evliya Çelebi Mahallesi
Magrutiye Caddesi
No. 56 Beyoğlu / İstanbul
LDV // İREK GEN 0534 542 04 08

STÖ'lerde Etkinlik & Kampanya & Özel Gün Odaklı Kaynak Yaratma Yöntemleri



Eker I RUN SAĞLIKLI YAŞAM İÇİN **KOŞ**

5. EKER I RUN
YOL KOŞUSU'NDA

Tohum Otizm Vakfı'yla kol kola koşuyoruz. **TOHUM OTİZM VAKFI**

Yer: Nilüfer / BURSA Son Başvuru: 3 Ekim 2018
www.ekerkosu.com

Runatolia Maratonu'nda otizmliler için koşar mısınız?

İYİLİK PEŞİNDE KÖŞ AA ARAM ARAM

Bilgi için: www.tohumotizm.org.tr | 0212 244 7500

TOHUM OTİZM VAKFI

KULAÇLARIMIZ OTİZMLİ ÇOCUKLAR İÇİN!

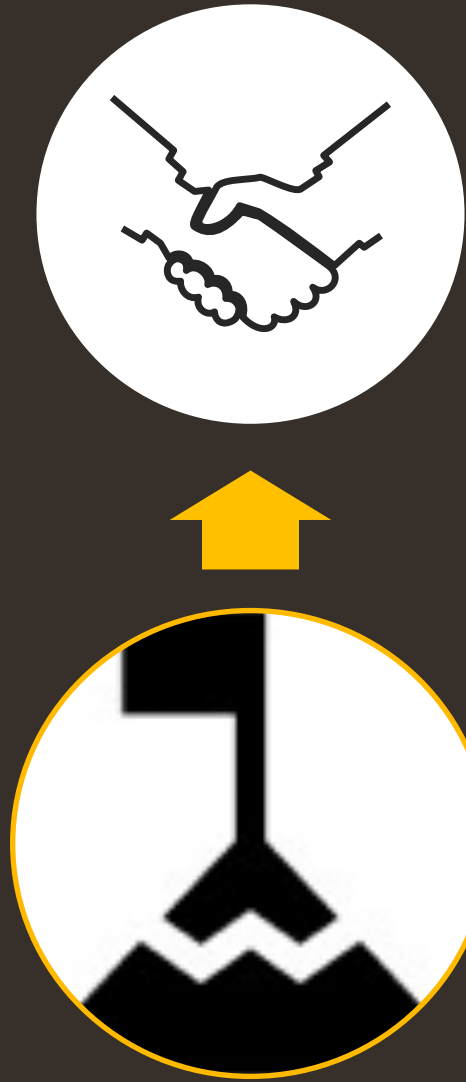
İYİLİK PEŞİNDE KÖŞ AA ARAM ARAM

TOHUM OTİZM VAKFI

STÖ'lerde Etkinlik & Kampanya & Özel Gün Odaklı Kaynak Yaratma Yöntemleri



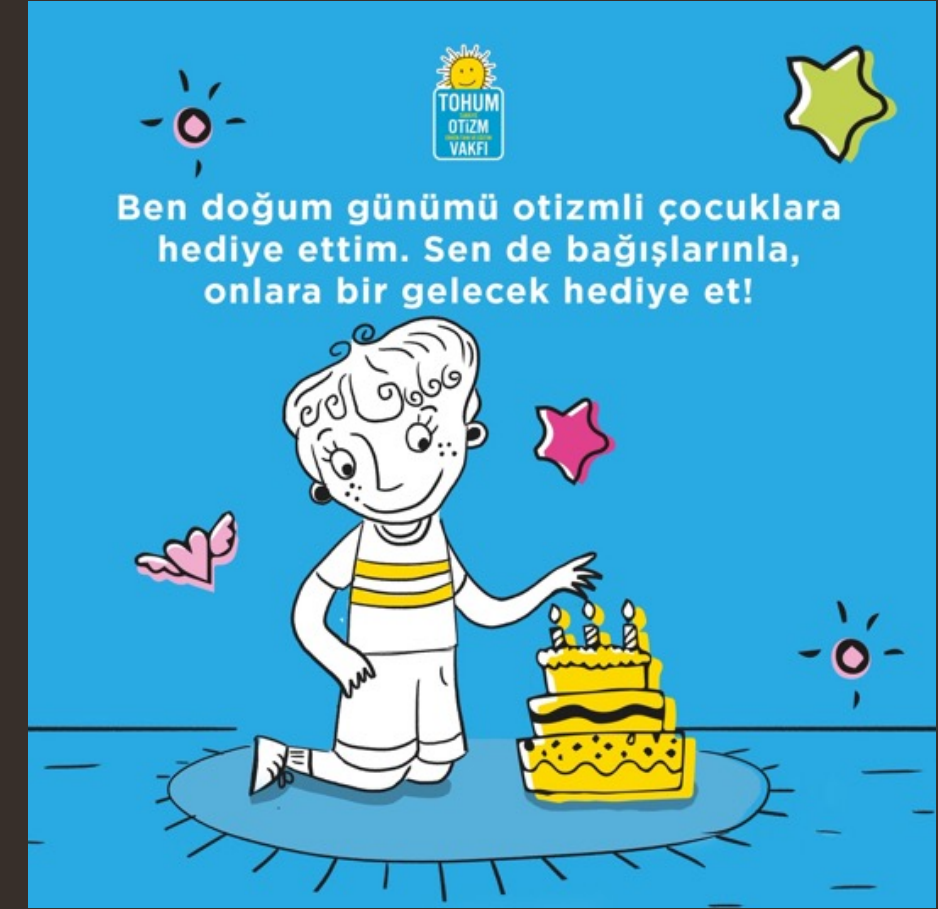
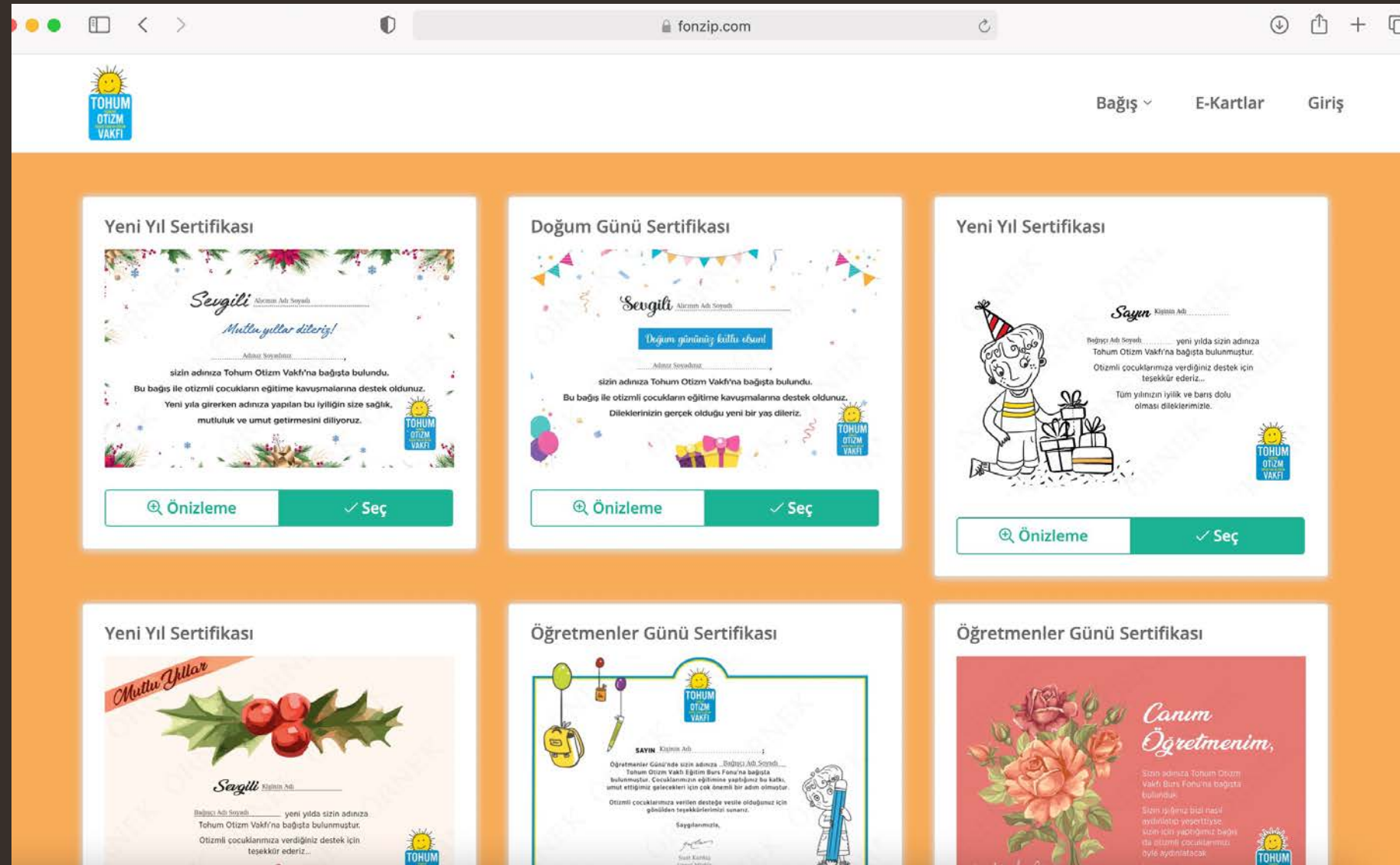
STÖ'lerde Etkinlik & Kampanya & Özel Gün Odaklı Kaynak Yaratma Yöntemleri



STÖ'lerde Etkinlik & Kampanya & Özel Gün Odaklı Kaynak Yaratma Yöntemleri



STÖ'lerde Etkinlik & Kampanya & Özel Gün Odaklı Kaynak Yaratma Yöntemleri



STÖ'lerde Etkinlik & Kampanya & Özel Gün Odaklı Kaynak Yaratma Yöntemleri



#tohumalışverişfestivali

OTİZME DESTEK ALİŞVERİŞ FESTİVALİ İLE BÜYÜYOR!

TOHUM OTİZM VAKFI
ALİŞVERİŞ FESTİVALİ

FOUR SEASONS HOTEL
AT THE BOSPHORUS
21 - 22 KASIM
10:00 - 21:00

TOHUM
TÜRKİYE
OTİZM
ERKEN TANI VE EDİTİM
VAKFI

www.tohumotizm.org.tr

#TohumOnlineAlışverişFestivali

FESTİVAL EVİNİZE GELİYOR, OTİZME DESTEK BÜYÜYOR!

Geleneksel Tohum Otizm Vakfı
Alışveriş Festivali Şimdi Trendyol'da!

TOHUM OTİZM VAKFI
ONLINE ALIŞVERİŞ FESTİVALİ-TRENDYOL
15 EYLÜL- 15 EKİM 2020

trendyol.com

TOHUM
TÜRKİYE
OTİZM
ERKEN TANI VE EDİTİM
VAKFI

STÖ'lerde Kaynak Yaratma Yöntemleri

Kitlesele Fonlama Platformları

Bağış ve destek seferber etme konusunda dijital teknolojilerin mümkün kıldığı yenilikçi bir başka çözüm modeli de **kitlesele fonlama platformlarıdır**.

Bu platformlar fona ihtiyaç duyan aktörlerle destekçiler arasında doğrudan ve etkin iletişim sağlayarak sivil toplum aktörlerinin daha geniş kitlelere erişebilmesini kolaylaştırır.

Ours to Own, StartSomeGood, Lendahand, DonorsChose, Neighbor.ly, ioby, Oneplanetcrowd, 33needs, Advert Activist, Buzzbnk, CauseVox, Give.fm, IndieGoGo, KickStarter yaygın olarak bilinen ve kullanılan uluslararası örneklerdendir. Mikrokredi sistemi ile kitlesele fonlamayı birleştiren Kiva gibi örnekler de önemlidir.

Türkiye'de yaygın olarak kullanılan ya da bilinen platformlar arasında Fongogo, Buluşum, Ideanest ve Arıkovanı sayılabilir.

STÖ'lerde Kaynak Yaratma Yöntemleri

Mikrokrediler

Mikrokrediler anaakım yaklaşımlar tarafından kredi verilemez görülen aktörlere sağlanan düşük miktartlı ve ödeme kolaylıkları olan borçlardır ve yoksullukla mücadele alanında bir sosyal yenilik olarak geliştirilmiş bir çözüm modelidir.

Türkiye'de de birçok farklı uygulaması yapılmış, bazı sivil toplum örgütleri mikro kredilerin ihtiyaç sahiplerine ulaştırılmasında aracı rol oynamıştır (örneğin, Kadın Emegini Değerlendirme Vakfı - KEDV). Aktif olarak Türkiye'nin 64 ilinde sürdürölmekte olan bir mikrokredi programı da Türkiye İsrافی Önleme Vakfı tarafından yürütölen Türkiye Grameen Mikrofinans Programı'dır.

STÖ'lerde Kaynak Yaratma Yöntemleri

Kurumsal Sosyal Sorumluluk Fonları

Büyük özel sektör kuruluşları tarafından sosyal fayda odaklı faaliyetler için ayrılan kaynaklardır. Özel sektör kuruluşları bu kaynakları çoğunlukla STÖ'ler ile iş birliği içinde kullanır. Kurumsal sosyal sorumluluk fonları proje bazlı ya da sponsorluk bazlı olabileceği gibi, tek seferlik bağış ya da uzun süreli destek şeklinde de olabilir

STÖ'lerde Kaynak Yaratma Yöntemleri

Çözüm Ortaklıkları

Yeni nesil kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarında büyük şirketlerin yanı sıra birçok orta ve küçük ölçekli şirket, **sahip olduğu uzmanlığı** pro bono (ücretsiz) bir şekilde sivil toplum örgütlerinin de hizmetine sunarak, sivil toplum aktörlerine çözüm ortaklığı yapar.

Ağırlıklı olarak hukuk, muhasebe, teknoloji, tasarım, vb. alanlarda sunulan bu hizmetler normal şartlarda yüksek maliyetlere sahip uzmanlık desteklerinin ücretsiz sağlanması açısından sivil toplum için önemli bir kaynaktır.

STÖ'lerde Kaynak Yaratma Yöntemleri

Ticari/İktisadi faaliyetler

Sivil toplum örgütlerinde iktisadi/ticari faaliyet modelleri, yapılan iş ve sosyal misyonun birbiriyle alakasız olduğu **destekçi model** (örneğin, gelir elde etmek amacıyla araba yıkama şirketi kurmuş bir engelli hakları örgütü); yapılan iş ve sosyal misyonun bire bir örtüştüğü **bütünleşik model** (örneğin, çevreye zarar vermeden suya karışan temizlik kimyasalları üretip satan bir çevre örgütü) ya da yapılan iş ve sosyal misyonun belli oranda örtüştüğü **birleşik model** şeklinde sınıflandırılabilir.

STÖ'lerde Kaynak Yaratma Yöntemleri

Sosyal Girişimler

Bir sosyal sorunu bizzat o sosyal soruna hitap eden **bir hizmet, model ya da ürün geliştirerek** çözmeyi hedefleyen ve kâr amacı gütmeyen girişimciliğe **sosyal girişimcilik** denir. Sosyal girişimlerde, elde edilen gelirin/kârın tekrar amaca yatırılması ile kalıcı sosyal etkinin sürdürülebilirliğinin sağlanması esastır.



STÖ & Özel Sektör İş Birliği Örneği

STÖ & Özel Sektör İş Birliği Örneği



2003

2014

2015

2016

2017

2018

2019



STÖ & Özel Sektör İş Birliği Örneği

GfK

2015

Türkiye'deki Bireylerin Otizm Algısı
ve Bilgi Düzeyi Araştırması I – 2015

OTİZM ADINDA BİR GELİŞİMSEL RAHATSIZLIK DUYDUNUZ MU?

Katılımcıların sadece %29'u otizmi duyduklarını belirtti. Yani katılımcılar arasında her 10 kişiden sadece 3'ü otizmi duymuş durumda.



OTİZMİN BELİRTİLERİNİ BİLİYOR MUSUNUZ?

"Hayır bilmiyorum" diyenlerin oranı tam %93 olurken, "Evet biliyorum" diyenlerin oranı yalnızca %7'de kaldı.



Kadınların %32'si otizmin farkında olduğunu söylerken, erkeklerde bu oran %25'te kaldı.



STÖ & Özel Sektör İş Birliği Örneği



2016

Profiles (have 100k+ Followers)

CNN Türk @cnetturk
Tohum Otizm Vakfı'ndan yüreklerle dokunan kampanya #annediyebilsinyeter bit.ly/1TvVYYK

Galatasaray SK @GalatasaraySK
"Sonuna kadar Galatasaray" diyebilisin... Destek: bit.ly/1q3ssBU

Beşiktaş JK @Besiktas
Oyuncuları tünelde gördüğünde gururla "Beşiktaşım geliyor" diyebilisin... Destek: bit.ly/1q3ssBU

Her gün 1Yeni Bilgi @HerGunYeniBilgi
Destek ol, o da anne diyebilisin... #annediyebilsinyeter bit.ly/1q3ssBU @tohumotizm

Film Replikleri @filmreplikci
Destek ol, o da anne diyebilisin... #annediyebilsinyeter bit.ly/1q3ssBU @tohumotizm

Tribun Dergi @tribundergi
Destek ol, o da anne diyebilisin... #annediyebilsinyeter bit.ly/1q3ssBU @tohumotizm

Hoca @hocaniz
Destek ol, o da anne diyebilisin... #annediyebilsinyeter bit.ly/1q3ssBU @tohumotizm

Çocuğum Büyüyünce Tohum Otizm Vakfı
Her annenin çocuğunun geleceği için bir hayali vardır. Çocuğum büyüyünce evlensin, yuvasını kursun, çocuk çocuk sahibi olsun, bir mesleği başını ...

Çocuğum Büyüyünce Tohum Otizm Vakfı
Her annenin çocuğunun geleceği için bir hayali vardır. Çocuğum büyüyünce evlensin, yuvasını kursun, çocuk çocuk sahibi olsun, bir mesleği başını ...

ÇOCUĞUM BÜYÜYÜNCE KAMPANYASI
7 MAYIS 2016
ANNELER GÜNÜ
#AnneDiyebilsinYeter

**BU BAYRAMDA
HARÇLIK İSTEMİYORUM,
EĞİTİM DESTEĞİ
İSTİYORUM.**

#eğitimlerini destekleyin

TOHUM yaz 5290'a gönder. 10 TL başta bulum.

TOHUM OTİZM VAKFI

BAYRAM KAMPANYASI
#EğitimleriniDestekleyin

STÖ & Özel Sektör İş Birliği Örneği

417 GREY

2016



YENİ YIL KAMPANYASI
#EğitimleriniDestekleyin

MediaCat En Çok Ödül Alan Reklamverenler

Reklamveren	Felis	Kristal	Effie	Toplam
Unilever	27+1	12+1		39+2
Vodafone Türkiye	15+1	6+1	3	24+2
Overteam	8	8+1	3	19+1
İstanbul Kültür Sanat Vakfı	3	6		9
The Coca-Cola Company	5	4		9
Tofaş – Fiat	6	1	2	9
Arçelik	5	3		8
Hayata Destek İnsani Yardım Derneği	5	3		8
P&G	7		1	8
Borusan Otomotiv	3	3+1		6+1
Garanti Bankası	5	2		7
Turkcell	5	2		7
Türkiye İş Bankası	3	4		7
A101	1	4+1		5+1
Uluslararası Af Örgütü	4	2		6
Vestel	2	4		6
Altparmak Gıda	2	3	1	5
Beymen	2	3		5
Digiturk	2	3		5
Hürriyet	3	2		5
Karaca Züccaciye	3	2		5
Onur Air	3	2		5

65 Reklamverenin
yer aldığı listede
Tohum Otizm Vakfı
yok.

STÖ & Özel Sektör İş Birliği Örneği



2017

BU BİR ŞAKA DEĞİL
2 Nisan Dünya Otizm Farkındalık Günü

TOHUM
YAZIN
5290'a
SMS AYIN

10 TL
BAĞIŞLAYIN

TÜM OPERATÖRLERİN FİTRALARI
HATLARI İÇİN GEÇERLİDİR. SMS BAŞINA
TÜRK TELEKOM 2 SMS, VODAFONE 1 SMS BEDELİ
AYRICA ÜCRETLENDİRMEKTE. TÜRKCELL
ÜCRETLENDİRMEKTEDİR.

TOHUM
OTİZM
VAKFI

bu bir şaka değil

bugün milyonlarca insan şakalar yapıp gülümseyecek. çünkü bugün 1 nisan. ama yarının öneminden kaç kişinin haberi var? yarın 2 nisan dünya otizm farkındalık günü. otizm, doğan her 68 çocuktan 1'inde görülen, erken tanı ve sürekli, yoğun eğitim ile tedavisi mümkün olan bir farklılık ve bu bir şaka değil. desteklerinizle 2 nisan'da otizmliler çocukları gülümsetmek mümkün.

ekşisözlük

2 NISAN DÜNYA OTİZM FARKINDALIK GÜNÜ
#BuBirŞakaDeğil

DÜNYANIN EN CİDDİ 1 NISAN ŞAKASI

#BuBirŞakaDeğil

"Bir Nisan'ın en büyük şakası aslında bir şaka değildi."

Marketing

"Dikkat! Bu bir şaka değil!"

HABER TÜRK

"Ekşi Sözlük'e girenler şaşkına döndü"

gzt

Trends · Change

#BuBirŞakaDeğil
20K Tweets

#1Nisan
15.4K Tweets

#1NisanŞakası
14.8K Tweets

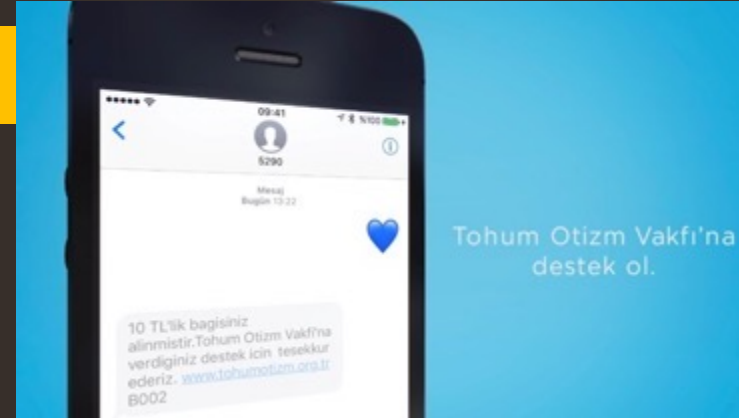
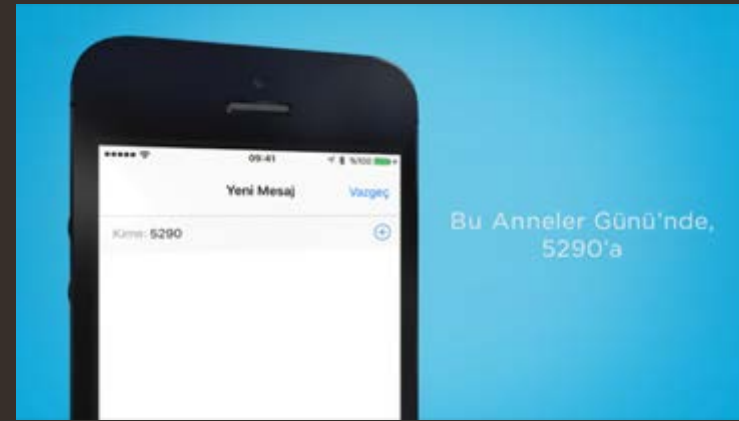
#KafaDağıtmak için
2,307 Tweets

#Şaka

STÖ & Özel Sektör İş Birliği Örneği

412 GREY

2017



ANNELER GÜNÜ
#KalbimizOnlarla



YENİ YIL BAĞIŞ
KAMPANYASI
#OnlaraBirŞansVerin

MediaCat

En Çok Ödül Alan Reklamverenler				
RV	FELİS ÖDÜLLERİ	KRİSTAL ELMA	EFFIE	TOPLAN
Vodafone Türkiye	22+1	13	2	37+1
Unilever	16+1	9+1	1	26+2
P&G	12	2		14
Allianz	5+1	5+1		10+2
Netflix Türkiye	7+1	4		11+1
Tofaş/Fiat	9	3		12
Koçtaş	6	5		11
Overteam	5	6		11
Beşiktaş JK	5	3+1		8+1
Nestlé	5	3	1	9
Nike	7	2		9
Samsung Türkiye	7	2		9
Vestel	7	2		9
Doğuş Grubu	2	3+1	1	6+1
Bayer	7			7
Mephisto	4	3		7
Borusan Otomotiv	2	3+1		5+1
Darüşşafaka	4+2			4+2
Arçelik A.Ş.	6			6
Eti Gıda	2	3	1	6
İKSV	6			6
Yapı Kredi	4	2		6
Garanti Bankası	1	3+1		4+1
Metro Tıptancı Market	3	2		5
PepsiCo	5			5
Renault Mais	5			5
Şölen	4		1	5
The Coca-Cola Company	4	1		5
Türkiye İş Bankası	2	2	1	5
Türk Telekom	3	2		5
eTA (Elektronik Taşımacılık Ağı)	3+1			3+1
beIN Media Group	1	3		4
Koç Holding	2	1	1	4
Letgo	2		2	4
LÖSEV	3	1		4
Opet	3	1		4
Pegasus Havayolları	3	1		4
Riot Games	4			4
Tohum Otizm Vakfı	4			4
Turkcell	2	2		4
Eczacıbaşı	1	2		3
Ford Otosan	1		2	3
Ford Trucks	3			3
GSK Türkiye	3			3

2017 yılında
listede
39. sırada

STÖ & Özel Sektör İş Birliği Örneği

GfK

2017

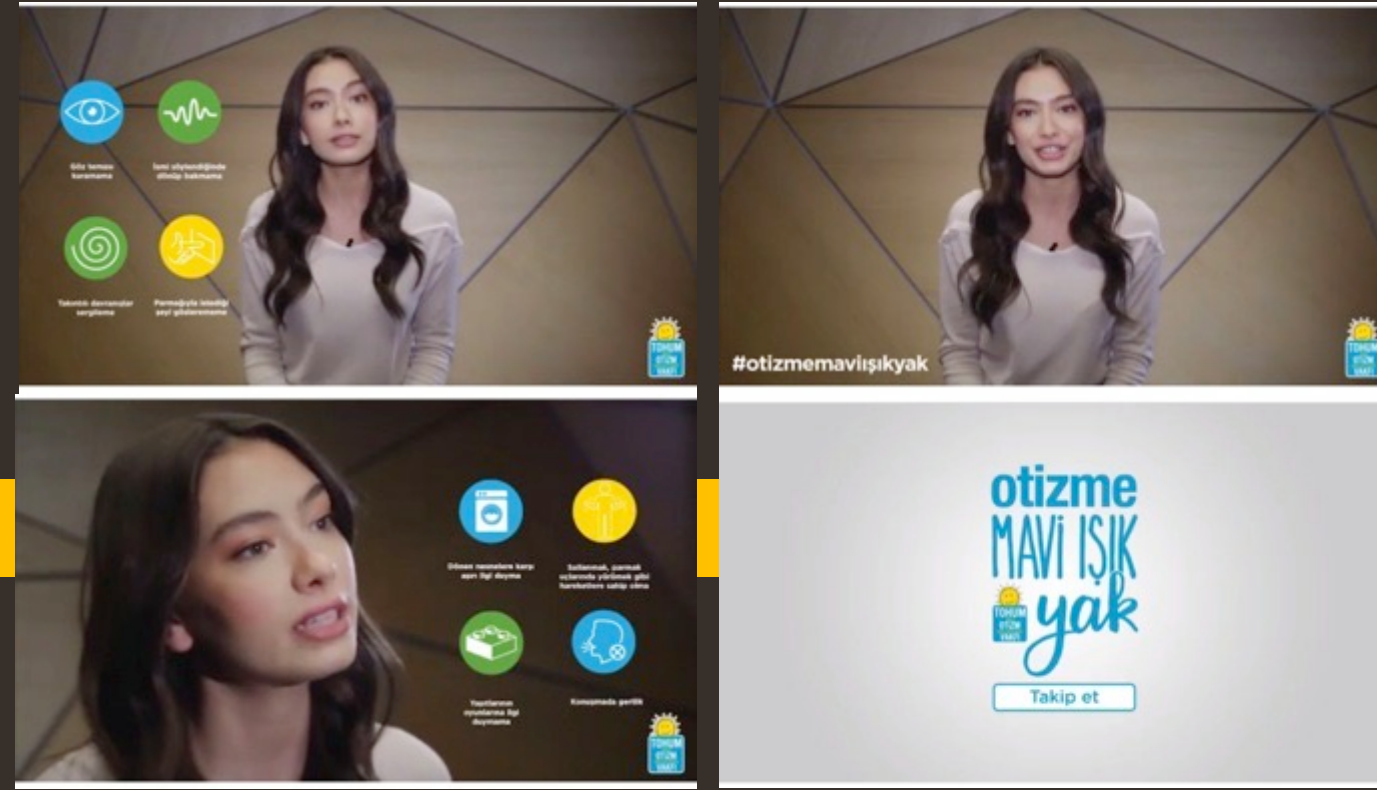
Türkiye'deki Bireylerin Otizm Algısı ve Bilgi Düzeyi Araştırması II – 2017



STÖ & Özel Sektör İş Birliği Örneği



2018



2 NİSAN DÜNYA OTİZM FARKINDALIK GÜNÜ
#OtizmeMaviIşıkYak



Radyo Farkındalık Kampanyaları

STÖ & Özel Sektör İş Birliği Örneği

417 GREY



#UMUTOL

2018

YENİ YIL BAĞIŞ KAMPANYASI
#UmutOl

MediaCat

#	Reklamveren	Felis	Kristal Elma	Effie	Toplam
1	Unilever	14+2	7+1	2	23+3
2	Vodafone Türkiye	9	6+1	2	17+1
3	Renault Mais	13+1	1	1	15+1
4	Türk Hava Yolları	8	5		13
5	IKEA	6+1	4		10+1
6	Yapı Kredi	5	5+1		10+1
7	Akbank	8	3		11
8	Türkiye İş Bankası	4	6	1	11
9	Turkcell	8	2		10
10	Amerikan Hastanesi	5	3		8
11	Bayer Türkiye	7			7
12	Eczacıbaşı	5	1	1	7
13	İVA Yapı	2	3+1		5+1
14	Tohum Otizm Vakfı	4+1	1		5+1
15	Atasay	3	2	1	6
16	Digiturk	3	3		6
17	Fear and Fantasy Festival	4	2		6
18	Procter & Gamble	6			6
19	Vestel	4	2		6
20	Arçelik	3	1	1	5

2018 yılında
listede
14. sırada

STÖ & Özel Sektör İş Birliği Örneği



2019

Minecraft: Farklı Bir Okul Kampanyası



STÖ & Özel Sektör İş Birliği Örneği



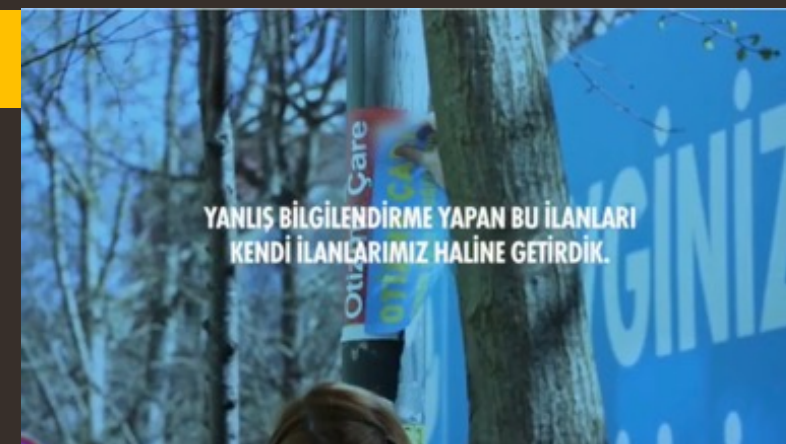
2019

Farklı Bir Koşu Kampanyası

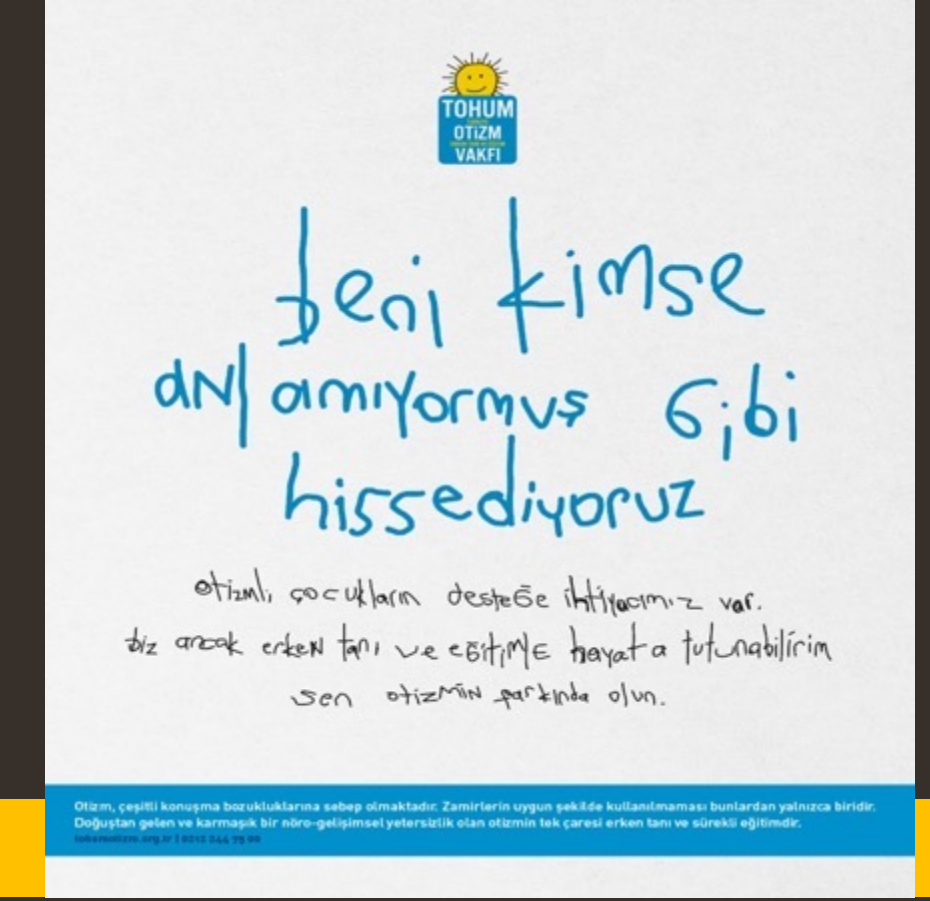
STÖ & Özel Sektör İş Birliği Örneği



2019



Gerçek Çare Kampanyası



Ters Zamirler Kampanyası

STÖ & Özel Sektör İş Birliği Örneği



2019



Yeni Yıl Kampanyası
İyilik Listesi

MediaCat

	REKLAMVEREN	FELİS	KRİSTAL ELMA	EFFIE	TOPLAM	PUAN
1	Reckitt Benckiser	11+2	13+1		24+3	150
2	Netflix	10	11		21	105
3	TOHUM Otizm Vakfı	13+2	3		16+2	100
4	Turkcell	8	11	1	20	100
5	Unilever Türkiye	9	5	4	18	90
6	Fenerbahçe Spor Kulübü	7	4+1		11+1	65
7	LÖSEV	8	3+1		11+1	65
8	Vodafone Türkiye	9	3		12	60
9	Ford Otosan	4	5	1	10	50
10	Theatre Hours	3	3+1		6+1	40
11	ETİ	4	4		8	40
12	Nef Vakfı	2+1	3		5+1	35
13	ikinciye.com	4	3		7	35
14	İKSV	1	6		7	35
15	Socrates Dergi	3	4		7	35
16	Türk Hava Yolları	3+1	1		4+1	30
17	Eczacıbaşı Tüketim Ürünleri	3	3		6	30
18	Nestlé	5	1		6	30
19	Koç Holding	1+1	1	1	3+1	25
20	Jeep	1+1	2		3+1	25
21	Land Rover	1	2+1		3+1	25
22	Bankalararas Kart Merkezi (BKM)	5			5	25
23	McDonald's	1	3	1	5	25
24	Aksigorta	1	4		5	25
25	FOX Networks Group	3	2		5	25
26	KADAV&Bahçeşehir Üniversitesi	2	3		5	25
27	P&G Türkiye	5			5	25
28	Vestel	3	2		5	25
29	Yapı Kredi	4	1		5	25

2019 yılında
listede
3. sırada

STÖ & Özel Sektör İş Birliği Örneği



2016 - 2020

22

KAMPANYA

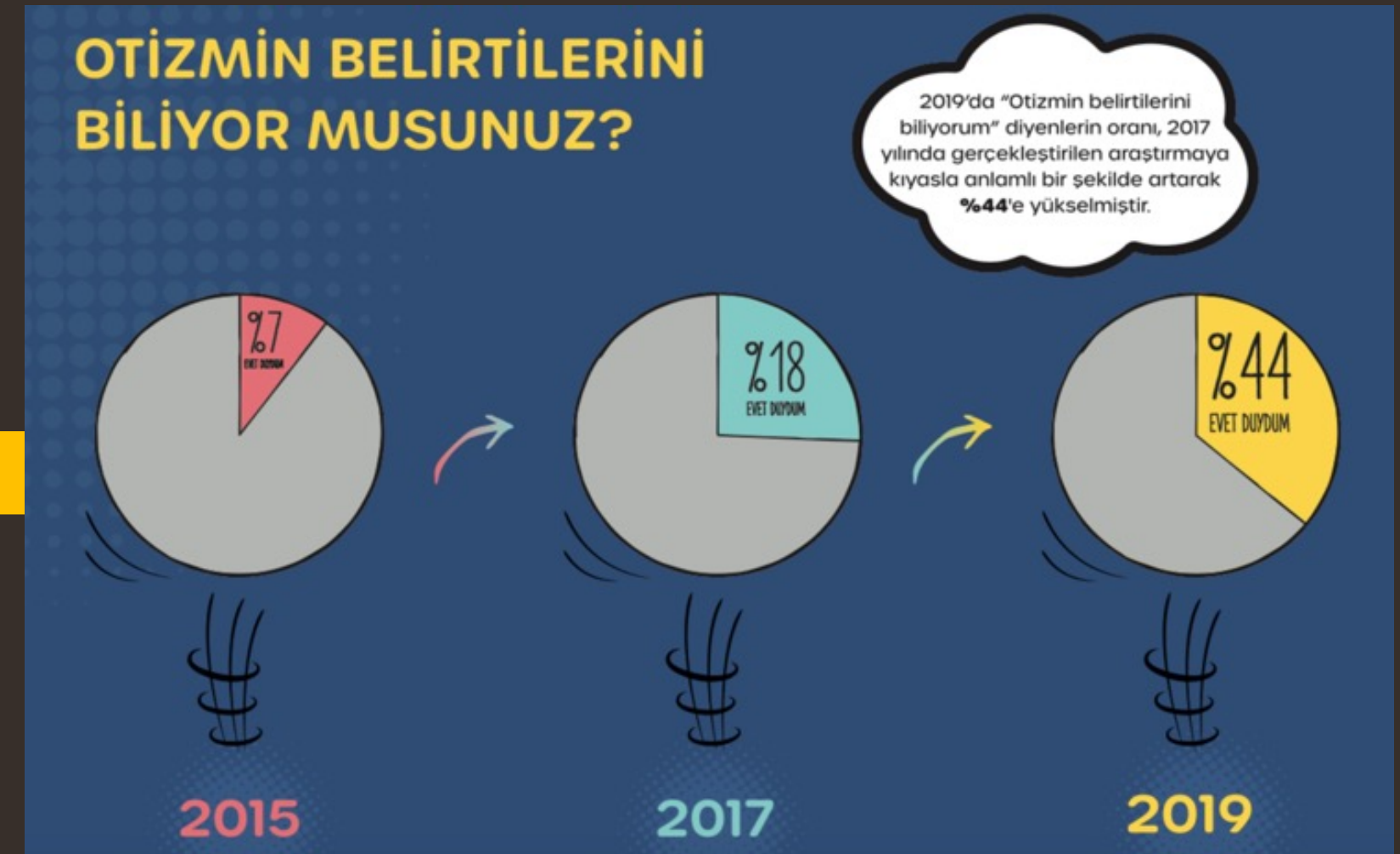
56

ÖDÜL

STÖ & Özel Sektör İş Birliği Örneği

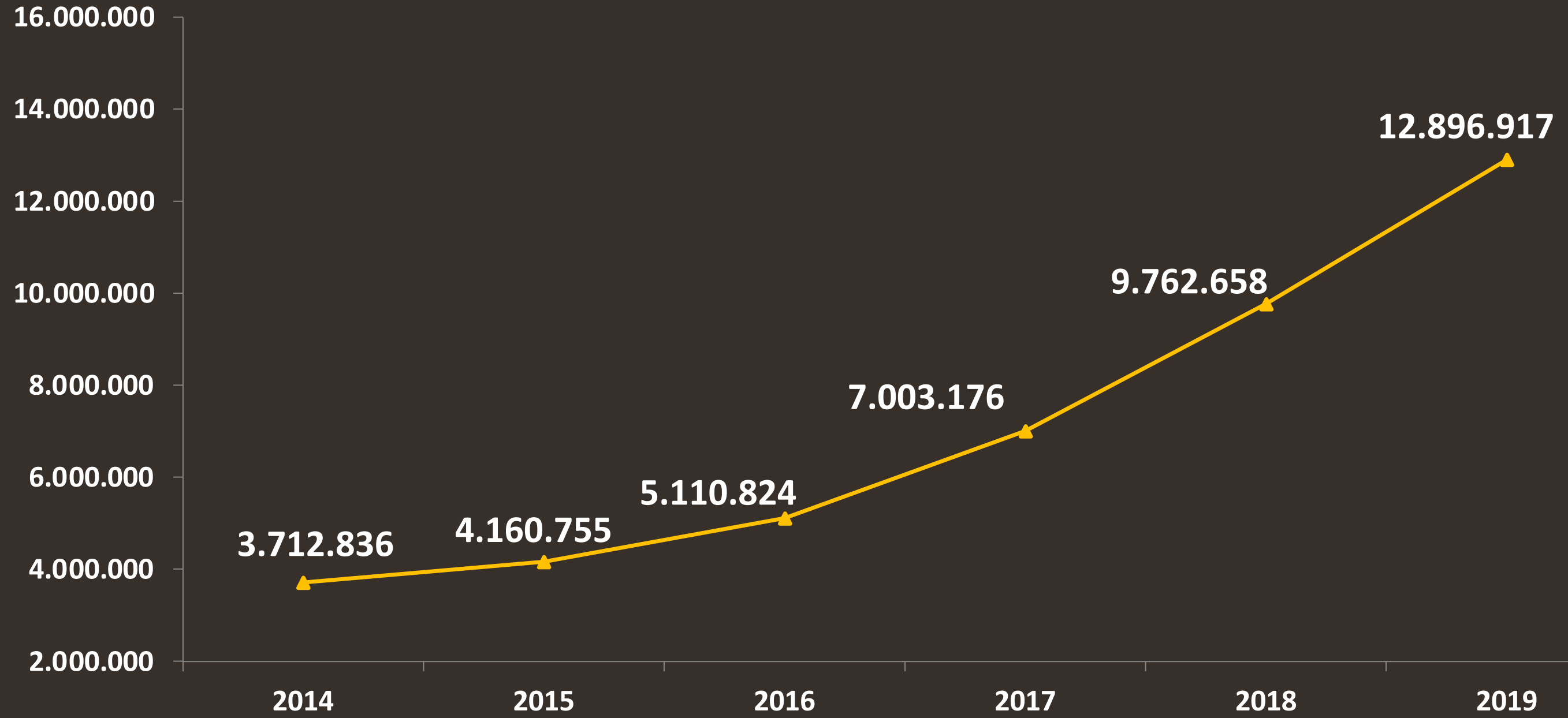


2019



Türkiye'deki Bireylerin Otizm Algısı ve Bilgi Düzeyi Araştırması III – 2019

STÖ & Özel Sektör İş Birliği Örneği



TOHUM
Türkiye
OTİZM
ERKEN TANI VE EĞİTİM
VAKFI

2003

2014

2015

2016

2017

2018

2019

GELİR: 3.71 M

GELİR: 4.16 M

GELİR: 5.11 M

GELİR: 7.03 M

GELİR: 9.76 M

GELİR: 12.89 M



**Kaynak Geliştirme Stratejisi
Oluşturma ve İletişim
Stratejisi ile Konuşturma**

KAYNAK GELİŞTİRME STRATEJİSİ

STÖ'ler kaynak geliştirirken ilk ve en önemli adım **“kaynak geliştirme stratejisi”**ni oluşturmalarıdır.

Kaynak geliştirme stratejisi bir yandan örgütün değerlerini, kaynak sağlayıcılar ile ilişkilerini belirlemesini sağlarken, öte yandan kısa, orta ve uzun vadede ihtiyaç duyacağı kaynağı belirlemesini sağlar.

Kaynak geliştirme stratejisi aynı zamanda gereken kaynakların, hangi kaynak sağlayıcılardan karşılanabileceğine ilişkin bir **yol planı çizmeye** de yardım eder.

KAYNAK GELİŞTİRME STRATEJİSİ

Başarılı ve sürdürülebilir kaynak geliştirme pratikleri için **kısa, orta ve uzun vadeli** hedefler belirlemek ve bu hedeflere uygun stratejiler geliştirmek esastır.

Kaynak: Sivil Düşün, Kaynak Geliştirme ve Yenilikçi Uygulamalar, Yerel STÖ, Ağ / Platform / İnisiyatif ve Aktivistler için Rehber

Kaynak Geliştirme Stratejisi

Gerçekçi ve Uygun Hedefler Belirlemek



- Çalıştığınız alanla ilgili konularda çalışmalar yapan **global, ulusal, bölgesel** ve **yerel aktörleri**, yerine getirdikleri fonksiyonları ve davranışlarını tanımlamak, hangi kaynakların sizin için uygun olduğunu belirlemek
- Almayı planladığınız kaynağın, örgütünüzün operasyonel ihtiyaçları ve gücü ile uyumlu olması

Kaynak Geliştirme Stratejisi

Politikalar Oluşturmak



- Hangi bağışları kabul etmeyeceğiz?
- Gerekçenizi nasıl açıklayacaksınız?
- Onurlandırma seviye ve yöntemleriniz nasıl olacak?

Kaynak Geliştirme Stratejisi

Politika ve Prosedürler



- Geliştirilen kaynaklar kuruluşun misyonuna uygun şekilde kullanılmalıdır.
- Belli bir amaçla toplanan bağışlar, aynı amaç için kullanılmalıdır.
- Kaynak geliştirme için yapılan harcamalar yasaların kabul ettiği sınırı aşmamalıdır.
- Gerekli kılınan tüm raporlama şartları zamanında yerine getirilmelidir.
- Kaynak geliştirme çalışmaları şeffaf olmalıdır.
- YK, Çalışanlar ve Bağışçılar arasında şeffaf hesap verme mekanizmaları oluşturulmalıdır.
- Her türlü çıkar çatışmasından kaçınılmalıdır.
- Fonlar etik kaynaklardan elde edilmelidir.

Kaynak Geliştirme Stratejisi

İş birlikleri Geliştirmek

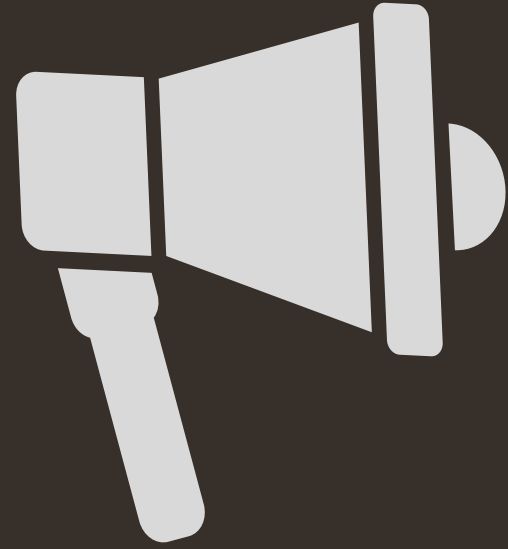


Kaynağa erişimde en önemli öğelerden biri başka aktörlerle iş birliği kurabilmektir.

- Ekosisteminizin genel kültürü ne?
- Ortak bir dil konuştuğunuz diğer aktörler kimler?
- Geçmişte ve şimdi kullanılan iş birliği modelleri neler?
- İş birliği gerektiren alanlardaki boşluklar neler? Bu boşluklar şimdiye kadar neden doldurulmadı? Onları doldurma potansiyeliniz var mı?

Kaynak Geliştirme Stratejisi

Sosyal Etki İletişimi



- Her bir kaynak tipinde başarı sağlamak için en önemli araç **etkin iletişim stratejileridir**. Tek taraflı raporlama yerine, örgütünüzün çalışmalarına dair iyi bir **sosyal etki iletişimi** planı geliştirmeniz gerekir.
- Sosyal etki ölçümü, sivil toplum aktörleri için yarattıkları sosyal değişimi tüm boyutlarıyla, derinlemesine anlayabilme ve anlatabilme ve operasyonlarını daha faydalı bir hale getirebilme imkânı sunar.

Kaynak Geliştirme Stratejisi

Eyleme Geçme ve Takip



- Kaynak Geliştirme Planını hazırlamak.
- Görüşme, başvuru ya da iş takip süreçlerini planlamak ve başlatmak.

Kaynak Geliştirme Planı

Kaynak Geliştirme Planı, belirtilen yılda;

- Ne kadar bağış toplamayı hedeflediğinizi
- Kaynakların nereden geleceğini
- Kaynak geliştirmek için hangi teknikleri kullanıp, hangi aktiviteleri düzenleyeceğinizi
- Ne tür bir organizasyona gerek duyduğunuzu
- İstenen hedefe ulaşmak için ne kadar harcamayı düşündüğünüzü içermelidir.

Kaynak Geliştirme Planı

- Muhtemel bağışçı grupları tespit edip, her grup içinde yenilenecek ve kazanılacak belirli bağışçıları listeler.
- Nasıl bağış isteneceğini, nasıl teşekkür edileceği, nasıl raporlama yapılacağını anlatan aktiviteleri tanımlar.
- Etkinlik ve toplantı takvimini hazırlar.
- Aylık gelir öngörüsünde bulunur.
- Çalışan düzenlemesi / yeni çalışanların işe alınması konusunda çalışmaları içerir.
- Tahmini kaynak geliştirme masraflarının öne çıkarıldığı bütçeyi sunar.



İLETİŞİM STRATEJİSİ

İletişim Stratejisi, STÖ'ün etkili iletişim kurmasına ve temel hedeflerine ulaşmasına yardımcı olmak üzere tasarlanır.

İletişim Stratejisi

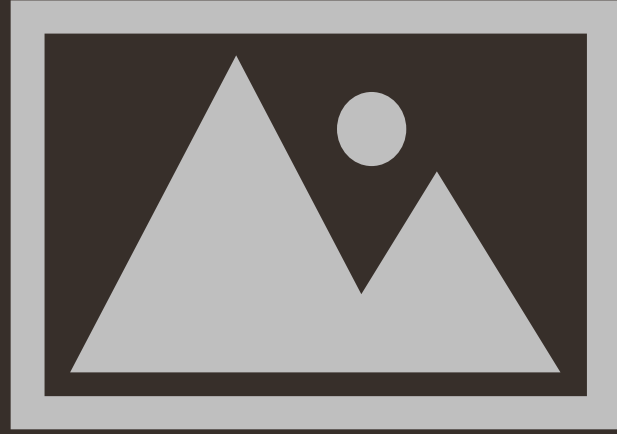
AMAÇ



- STÖ'ün genel hedeflerine ulaşmasında yardımcı olma
- Paydaşlarla etkili iletişim kurma
- Çalışmalarınızın başarısını / etkisini gösterme
- İnsanların, ne yaptığınızı anlamalarını sağlama
- Gerekli olması halinde davranış ve algıları değiştirme

İletişim Stratejisi

MEVCUT DURUMUNUZ



- STÖ'nüz ne yapıyor? Temel işlevleri neler? Nerelerde faaliyet gösteriyor?
- İletişim alanında güçlü ve zayıf yönleriniz?

İletişim Stratejisi

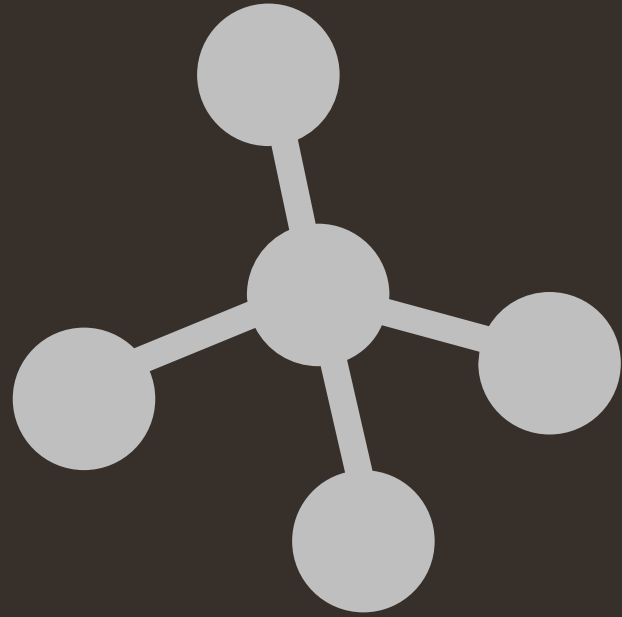
KURULUŞ HEDEFLERİ & İLETİŞİM HEDEFLERİ



- STÖ'nüzün aktarmayı amaçladığı ana mesajlar ne?
- Ana mesajlarınızın temelini oluşturacak iletişim ilkeleri neler?

İletişim Stratejisi

PAYDAŞLARIN BELİRLENMESİ



- Hedef kitleniz kim/kimler?
- İletişim kurmak istediğiniz potansiyel kitleler kimler?
- Hangi kitleler STÖ'nüzün ve faaliyetlerinizin hangi kısmıyla ilgili?
- İç kitleler (STÖ çalışanları/gönüllüler/üyeler vs.) iletişim stratejisinin içinde düşünüldü mü? İç iletişim planlandı mı?

İletişim Stratejisi

MESAJLAR



- Sözcünüzün kim/ kimler olacağını belirlemek gerekmektedir.
- Hedef kitlelerin belirlenmesinden sonraki adım, hedeflerinizi, her bir kitleye özel mesajlara dönüştürmektir.
- Mesajlar, kitle açısından ilgi çekici ve uygun olmalıdır.
- Aktardığınız mesajlar, STÖ'nüzün hedef ve değerlerini yansıtmakla birlikte, hedef kitleye göre kullandığınız dilde farklılıklar olabilir.
- Mesajlarda bir devamlılık olması önemlidir.

İletişim Stratejisi

TEMEL İLETİŞİM YÖNTEMLERİ



- Hedef kitlelerin her biri ile iletişim kurarken en uygun kanalların ne olacağı belirlenmelidir (bülten, mailing, sosyal medya, toplantı, eğitim, web sitesi, basın bülteni vs.) Her hedef kitle için birden fazla uygun iletişim kanalı olacaktır.
- Elinizdeki iletişim kanalları gözden geçirildikten sonra kitleler, mesajlar ve iletişim kanalları arasında bağlantı kurarak iletişim planınızı oluşturmaya başlayabilirsiniz.

İletişim Stratejisi

ÇALIŞMA PLANI



- Hedef kitlenizi ve temel iletişim yöntemlerinizi belirledikten sonra adımınız stratejiyi hayata geçirmek için kullanacağınız temel iletişim faaliyetlerini, bütçe ve kaynakları gösteren bir plan oluşturmaktır.
- Plan, yapılacak çalışmalar (projeler, kampanyalar, etkinlikler, çıkacak yayınlar vb.) için öngörülen süreleri de içermelidir.

İletişim Stratejisi

DEĞERLENDİRME



- Hedeflerinize ulaştınız mı?
- İletişiminizi çeşitli yönlerde değerlendirmek için araçları / göstergeleri belirlediniz mi? (Örneğin; E-Bülten açılış sayıları, web sitesi ziyaret sayıları, sosyal medya paylaşım sayıları, medyada yer alma, kampanyanız temel talepleri cevap buldu mu? Kilit mesajlarınıza ne sıklıkla yer verildi? Kamuoyunda kampanyanızda savunduğunuz konulara ilişkin tutum değişikliği oldu mu? vb.)



**STÖ'LER İÇİN İKTİSADİ
İŞLETME MODELİ**



İKTİSADI İŞLETME

İktisadi işletme, STÖ'lerin finansal sürdürülebilirlikleri için ticari faaliyette bulunmasını sağlayan yapılardır.

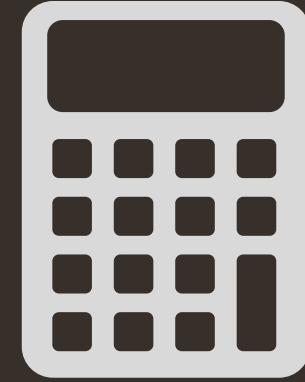
STÖ MİSYONU VE VİZYONU İLE BAĞLANTILI OLAN İŞLETMELER

STÖ hedef kitlesine sağladığı faaliyetleri ilgili kesimlere pazarlayabilir.

Örneğin hedef kitleye belli konularda sağlık hizmetleri veren bir STÖ, aynı hizmeti diğer kullanıcılara ücretli sunabilir.

Bir başka örnek ise psikolojik danışmanlık ya da terapi veren bir STÖ'nün aynı hizmeti ücretli olarak yapmasıdır.

Araştırma projeleri yapan bir STÖ'nün, bu projeleri kitaplaştırıp satması bir diğer örnek olabilir.



Bu gruba, STÖ'lerin misyonunda ve vizyonunda olmayan, ancak STÖ'ye kazanç sağlayabilecek yatırımlar girer.

STÖ'nün ana faaliyet alanı ile çelişmeyen işlerin ve yatırımların tercih edilmesi gerekmektedir.

Bu kategoriye, ikinci el eşya satan bir dükkânın işletilmesi örnek olarak verilebilir.

STÖ MİSYONU VE VİZYONU İLE BAĞLANTILI OLMAYAN İŞLETMELER

İKTİSADİ İŞLETME NASIL KURULUR?

Dernek iktisadi işletme kurulabilmesi için ilk önce dernek tüzüğünde **iktisadi işletme kurulabileceğini** belirtir bir hüküm yer almalıdır. Tüzükte buna benzer bir hüküm yoksa dernek iktisadi işletmesi kurulamaz.

İktisadi İşletme kurmak isteyen STÖ'lerin tüzüğünde böyle bir ibare yer almıyorsa ilk yapılacak iş tüzük değişikliği olmalıdır.

İKTİSADİ İŞLETME NASIL KURULUR?

I. ADIM

Tüzüğünde iktisadi işletme kurabilir ibaresi yer alan STÖ'ler ikinci adımda iktisadi işletmenin kurulması için bir yönetim kurulu kararı almalıdır.

Bu kararda;

- İktisadi İşletmenin ünvanı
- Açık Adresi,
- Sermayesi
- Temsilcileri
- Yetkilileri
- Yetkililerin uyrukları ve ev adresleri
- İşletme konusu / faaliyet alanları açıkça belirtilmelidir.

İKTİSADİ İŞLETME NASIL KURULUR?

II. ADIM

Bilgilerin Merkezi Sicil Sistemi (MERSİS)'ne girilmesi gerekir.

MERSİS kaydını STÖ adına temsil yetkisi olan kişi veya kişiler yapabilir. Kayıt yapıp sistem üzerinden onaya gönderildikten sonra 15 günlük bir onay süresi bulunmaktadır. Bu süreçte dernek yetkilileri ve iktisadi işletmede yetkili kılınan müdür derneğin faaliyet belgesi, onaylı tüzüğü, iktisadi işletmede görevlendirilen yetkililerin imza beyanları, noter huzurunda çıkardıkları imza beyanları ile birlikte ticaret sicile giderler. İktisadi işletmeye yönetici veya müdür olarak atanan kişiler **Ticaret Sicil Müdürlüğü**'ne bizzat gitmek durumundadırlar.



İKTİSADİ İŞLETME HANGİ MEVZUATLARA TABİDİR?

İktisadi işletmeler Türkiye'deki mevzuatın işleyişi sırasında kendilerini ilgilendirebilecek **her türlü kanuna tabidir.**

Derneğin Yönetim Kurulu iktisadi işletmeye yönetici atamış olsa da doğal olarak **iktisadi işletmenin de yönetiminden sorumludur.**

Dernek ve Dernek Yönetim Kurulu, iktisadi işletmenin mali ve idari yönetiminden sorumlu olduğu için **işletmenin mali ve idari tüm süreçlerinin sonuçlarından** (iktisadi işletmenin borçları, idari kararlarında tespit edilen usulsüzlük vb.) **sorumlu ve hukuken yükümlü olurlar.**

İKTİSADİ İŞLETME HANGİ MEVZUATLARA TABİDİR?

- 1) Ticaret Kanunu
- 2) Borçlar Kanunu
- 3) Derneğe ait olduğu için Dernekler Kanunu
- 4) Bir Vakfa ait olduğu durumda Medeni Kanun
- 5) Kurumlar Vergisi Kanunu
- 6) Katma Değer Vergisi Kanunu
- 7) Personel çalıştırıldığı durumda İş Kanunu
- 8) Çalıştığı faaliyet alanındaki kanun ve düzenlemeler (gıda malzemesi üretimi durumunda Tarım Bakanlığı)

İKTİSADİ İŞLETMEDE MUHASEBE KAYDI

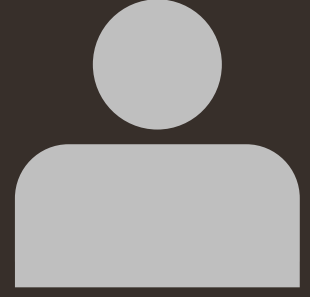
Muhasebe kaydı olarak bilanço usulüne geçmek gerekir mi?

İktisadi İşletmeler kurumlar vergisine tabidir ve bilanço usulüne göre defter tutarlar. İktisadi işletmeyle uyumlu olsun istenirse (Yönetim Kurulu'nun yetkisindedir) Dernek de bilanço usulüne geçebilir.

İKTİSADİ İŞLETMENİN ÖDEMEKLE YÜKÜMLÜ OLDUĞU VERGİLER ve ÜCRETLER NELERDİR?

- Her ay ödenen KDV
- Beyannamelere ait (boş dahi olsa) Damga Vergisi
- Üç ayda bir ödenen Geçici Vergi
- Üç ayda bir ödenen Muhtasar Vergisi
- Yılda bir kez ödenen Kurumlar Vergisi
- Aylık ödenen muhasebe ücreti
- Yılda bir kez ödenen Defter Tasdik Ücreti

İKTİSADİ İŞLETMENİN ADRESİ & ÇALIŞANLARIN STATÜSÜ



İktisadi işletmede çalışanlarının sosyal güvence statüleri ne olur?
İktisadi işletme çalışanları SGK'lı olur.



İktisadi işletmenin adresiyle derneğin adresi aynı olabilir mi?
Dernek ve iktisadi işletmenin adresi aynı olabilir. Derneğin belli bir kısmı (bir odası veya belli bir bölümü) iktisadi işletmeye kiraya verilir ve stopajı ödenir.

İKTİSADİ İŞLETME KAR ETTİĞİNDE NELER YAPILABİLİR?

- İşletme kar ettiğinde, gerekli vergi kesintileri (kurumlar vergisi & iktisadi işletme stopaj vergisi) yapıldıktan sonra **derneğe kar payı aktarımı** yapılabilir.
- Dernek Yönetim Kurulu üyelerine kar payı aktarımı yapılmaz.
- İktisadi işletmeden derneğe yapılan **her tür nakit aktarımı kar payıdır** (iktisadi işletme derneğe bağış yapamaz, borç veremez) ve **stopaj ödemesi** gereklidir.
- Kar payı aktarımında **alt veya üst limit yoktur**, işletmenin elde ettiği karın tamamı derneğe aktarılabilir.
- Yine Yönetim Kurulu kararına bağlı olarak karın belirli bir oranı yedek akçe olarak işletmede de tutulabilir, bir kısmı derneğe aktarılabilir veya belirli bir yıl hiç kar payı aktarımı yapılmadan işletme hesabında yatırım payı olarak tutulabilir.
- Kar payı ile ilgili **aktarım veya yatırım kararı** Yönetim Kurulu tarafından alınır.



İhtiyaç olduğu durumlarda dernek hesabından iktisadi işletmeye para aktarmak mümkün müdür?



Dernekten iktisadi işletmeye **kaynak aktarmak** mümkündür.

Bu bir borç işlemidir. Bu tür işlemlerde idari denetimde de sıkıntı çıkmaması açısından aktarım öncesinde Yönetim Kurulu'nun **“iktisadi işletmeye hangi iş için ne kadar süreyle para aktarılacağına/borç verileceğine”** dair karar alması gereklidir.

Dernek kendisine bağlı iktisadi işletmeden hizmet alabilir mi?



Yasal olarak alabilir. Dernek tarafından kurulmuş olan iktisadi işletmeden alınan hizmet piyasa koşullarından (fiyat, hizmet kalitesi vb. açılardan) daha avantajlı ise **hizmet alımı yapılabilir.**

Ancak yasalara göre bu tür ticari işlemlerde piyasa koşullarına aykırı (dikkat çekecek kadar yüksek ya da düşük fiyatlandırma, düşük ya da yüksek kapasiteli hizmet alımı görülürse, “**transfer fiyatlandırması**” olarak anılan bir vergilendirme yapılır.

Dernek Yönetim Kurulu üyeleri iktisadi işletme üzerinden ücret alabilir mi?



Dernek Yönetim Kurulu üyeleri iktisadi işletmeye verdikleri “**uzmanlık hizmeti**” karşılığında uzman ücreti alabilirler. **Gider pusulası karşılığında ve stopaj vergisi ödeyerek** hizmet karşılığı YK üyelerine ücret ödenebilir.

İktisadi işletmenin denetimi hangi kurum tarafından yapılır?



- Vergisel açıdan Maliye Bakanlığı,
- Sosyal güvenlik açısından Sosyal Güvenlik Kurumu (SGK)
- Derneklerin bağlı olduğu mevzuat açısından İçişleri Bakanlığı'nın denetimine tabiidir.

İktisadi İşletme Kapatılabilir mi?

İktisadi işletmenin kapatılması tasfiye şeklinde olur. Şirketlerin tasfiyesinde olduğu gibi Yönetim Kurulu tarafından iktisadi işletmenin tasfiye edilmesi konusunda karar alınır.

İşletmenin tasfiyesi de tescile tabidir. Alınan YK kararı ticaret siciliyle tescil ettirilir ve 1 yıllık tasfiye süreci başlatılır. Tasfiye kararı alındıktan sonra Ticaret Sicil Gazetesi'nde birer hafta arayla 3 kere işletmenin tasfiye edileceği yayınlanır. 1 yıllık süre içinde borçlar ve alacaklar tahsil edilir ve ilgili vergiler ödenir. Sürenin sonunda YK işletmenin tasfiye edildiğini ilan eden yeni bir karar alır. Bu karardan sonra vergi dairesine gidilerek gerekli kapatma işlemleri yaptırılır.



İşletmenin tasfiye sürecinde ticari faaliyet yapılabilir mi?

Düzenli bir faaliyet olmadığı sürece örneğin demirbaşların satılması gibi gelir getirici işlemler yapmak mümkündür.

İşletmeyi kapatırken elde edilen geliri derneğe aktarmak mümkün müdür?

Evet; vergilerin yatırılması ve borçların ödenmesinden sonra işletme bütçesinde gelir olarak görünen tutarın tamamı derneğe aktarılabilir.

İKTİSADİ İŞLETME

Durum:

Dernek ve vakıfların iktisadi işletmeleri ticari şirketlerle aynı vergi oranına tabidir. Ekonomik faaliyetler için özel avantajlar söz konusu değildir.

Öneriler:

Vakıf ve derneklerin amacını gerçekleştirmeleri için kurulan iktisadi işletmeleri Kurumlar Vergisinden muaf olmalıdır. Kâr eden iktisadi işletmeler tarafından Kurumlar Vergisi ödendikten sonra kalan kârdan dernek veya vakfa yapılan aktarmalar kâr dağıtımı sayılmamalı, Gelir Vergisi stopajına tabi tutulmamalıdır.

İKTİSADİ İŞLETME

Durum:

Ekonomik faaliyetler yürüten STK'lar için mevzuat yürürlüğe konmalı ve bu STK'lar için yük teşkil etmemelidir.

Öneriler:

- Ekonomik faaliyetlerde bulunmak için gerekli prosedürler STK'lar için oldukça zorlayıcıdır. İktisadi işletme kurabilen az sayıda STK olması, bu sürecin zorlayıcı olduğunun bir göstergesidir. VGM tarafından sağlanan verilere göre 2017 yılında, kâr amacı gütmeyen tesis, müessese sahibi vakıf sayısı 1.625 olmakla birlikte, yeni vakıfların gelirlerinin sadece %0,8'i iktisadi işletme gelirlerinden oluşmaktadır.
- STK'ların gelir getirici faaliyetlerde bulunmaları teşvik edilmeli ve vergiden muaf tutulmalıdır.



FON SAĞLAYAN KURUM & KURULUŞLAR

FON SAĞLAYAN KURUM & KURULUŞLAR

VAKIFLAR ve BAĞIMSIZ KURULUŞLAR

Bu kuruluşlar, farklı yöntemler ile Sivil Toplum Örgütlerinin çalışmalarını desteklemektedir. Bir kısmı proje bazında hibe verirken, bazıları ise STK'ları program bazında desteklerler.

BÜYÜKELÇİLİKLER ve KONSOLOSLUKLAR

Büyükelçilik ve konsolosluklar, buldukları ülkelerde farklı uygulamalar ile Sivil Toplum Örgütlerine destek sağlamaktadırlar.

DEVLET KURUMLARI ve ULUSLARARASI KURULUŞLAR

Bu kategoride yerel, ulusal ve uluslararası olarak faaliyet gösteren devlet kamu kurumları ve ikili ya da çok taraflı yapılar olarak da isimlendirebileceğimiz uluslararası kuruluşlar yer almaktadır.

Figure 2.4. Top 20 foundations working for development, 2013-15

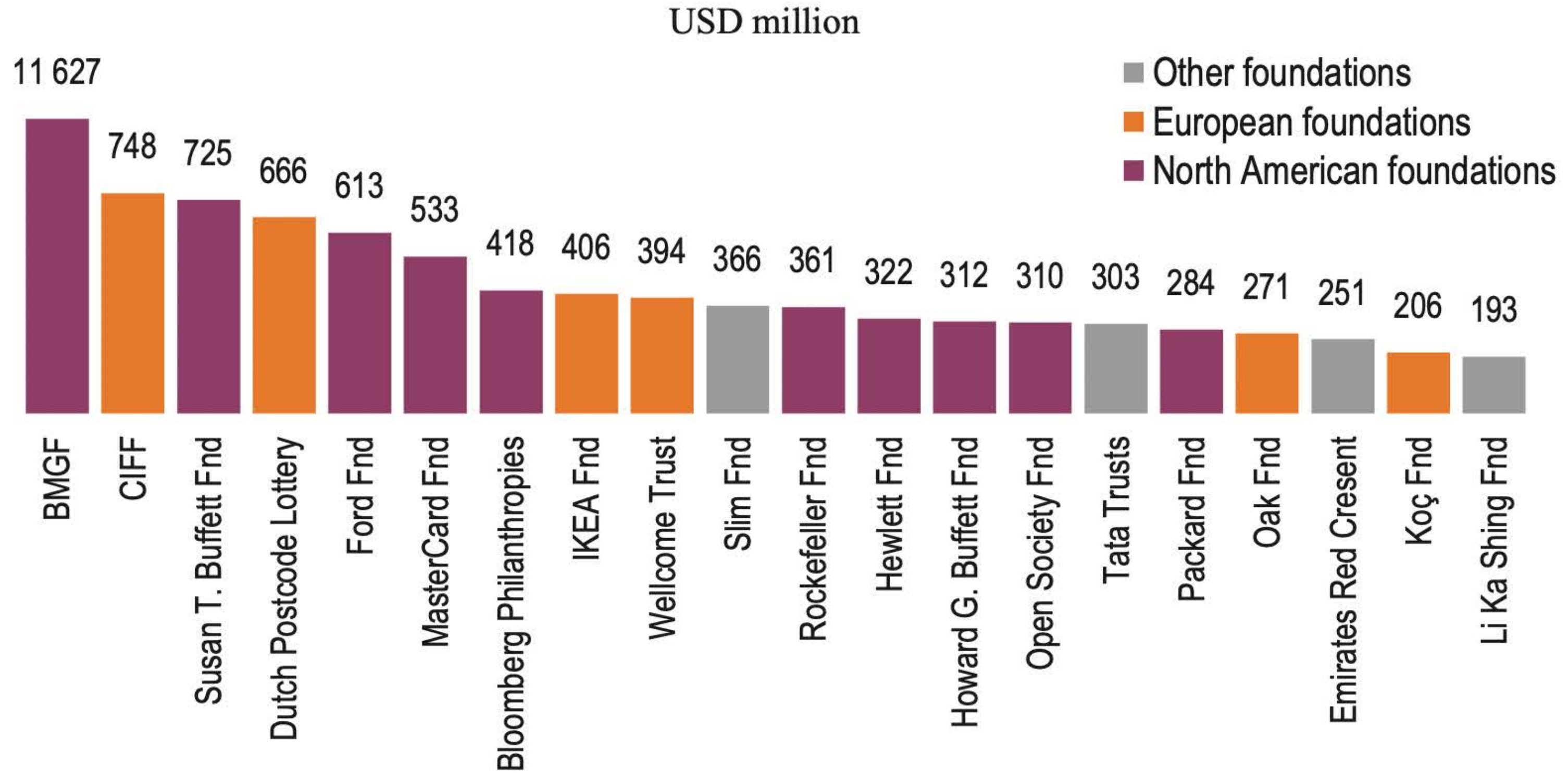


Figure 2.11. Philanthropic giving by sector, 2013-15

USD billion

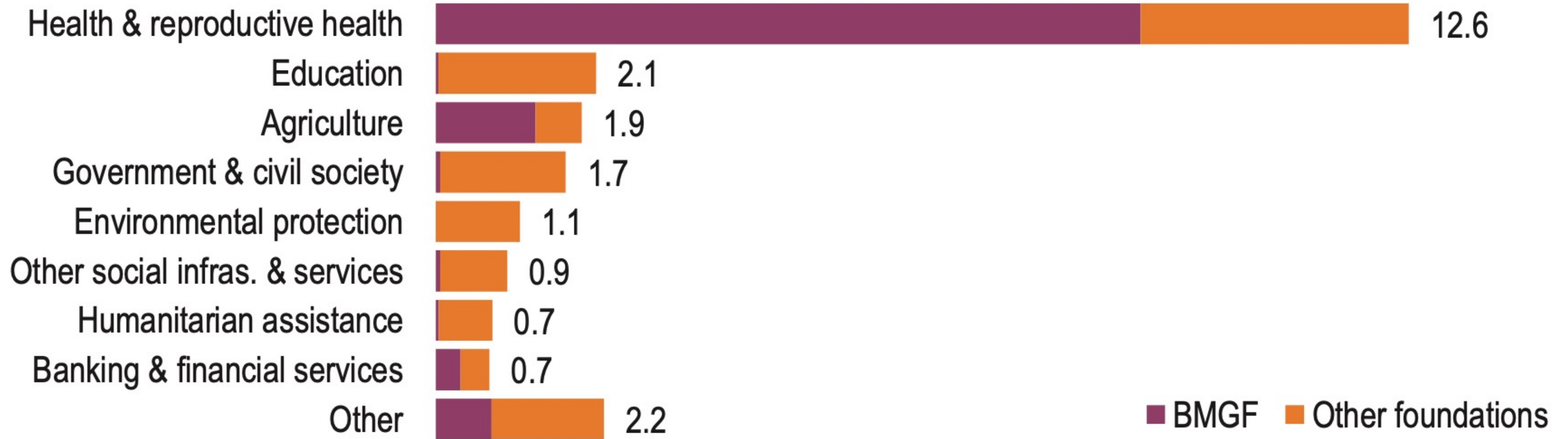


Figure 2.24. Top 15 foundations in the government and civil society sectors, 2013-15

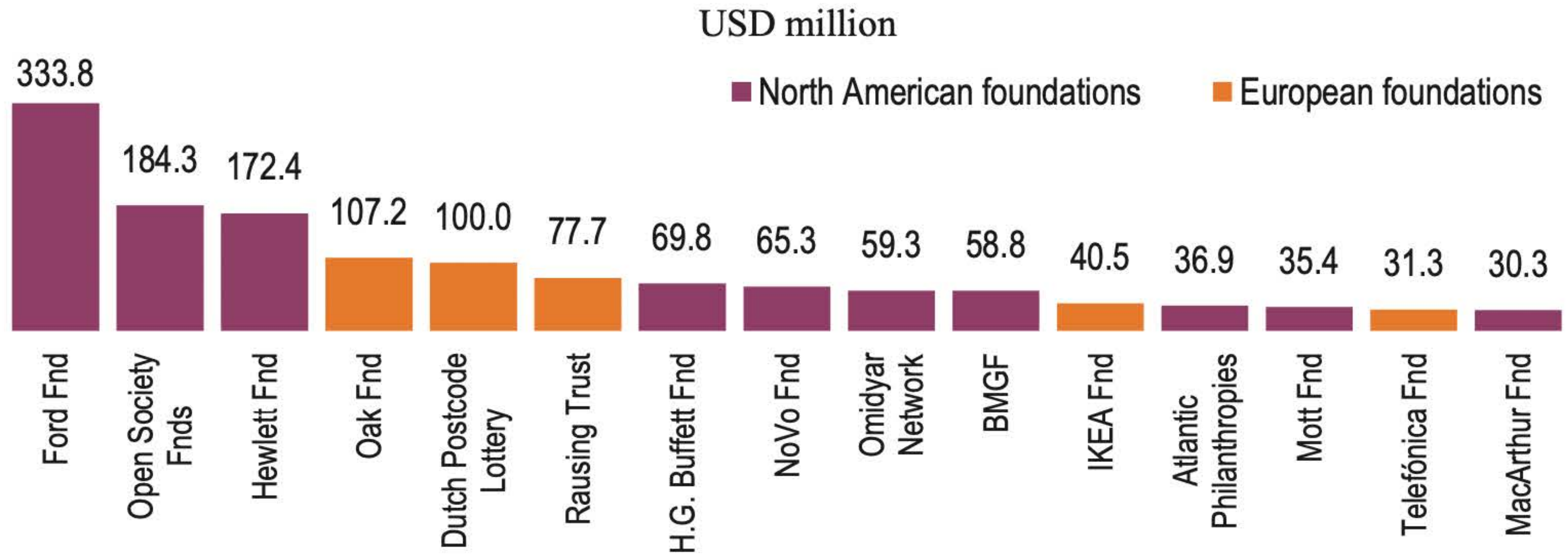
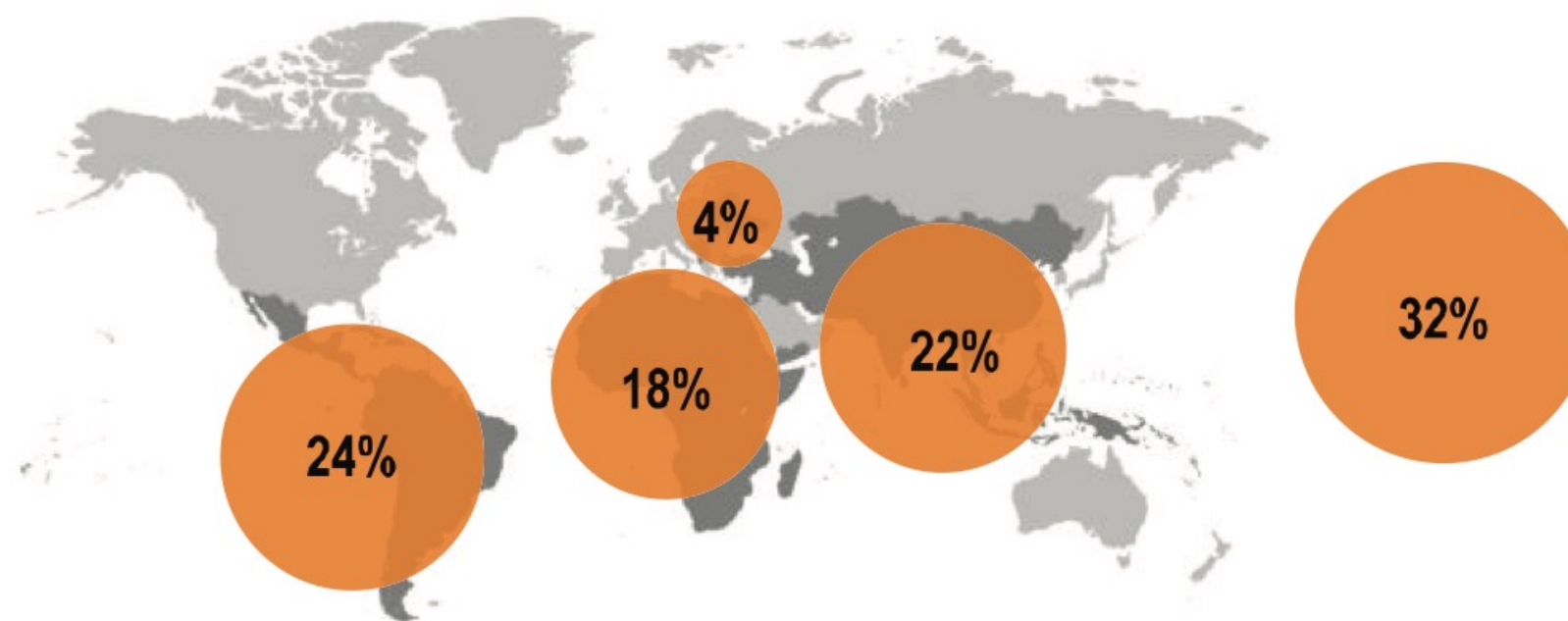
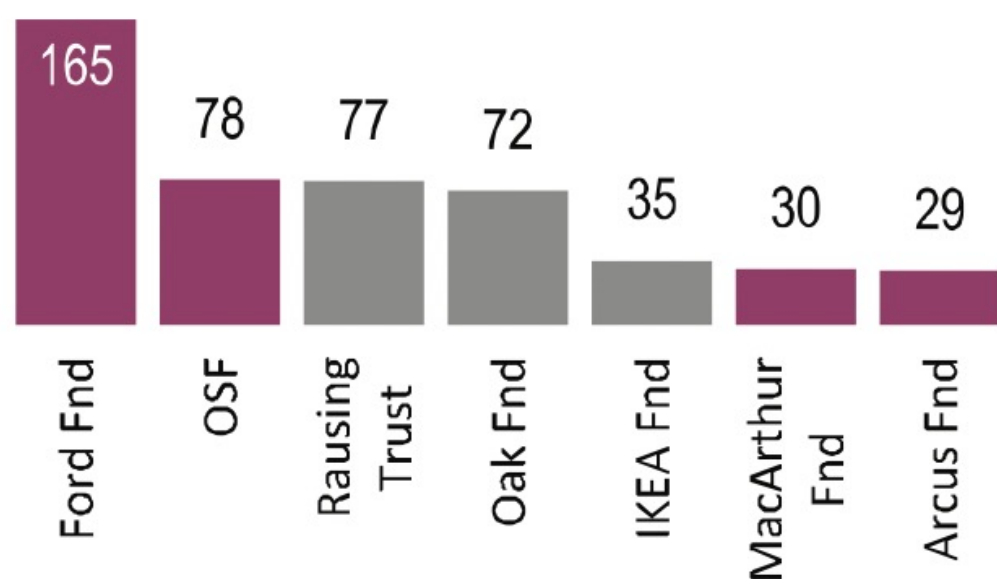


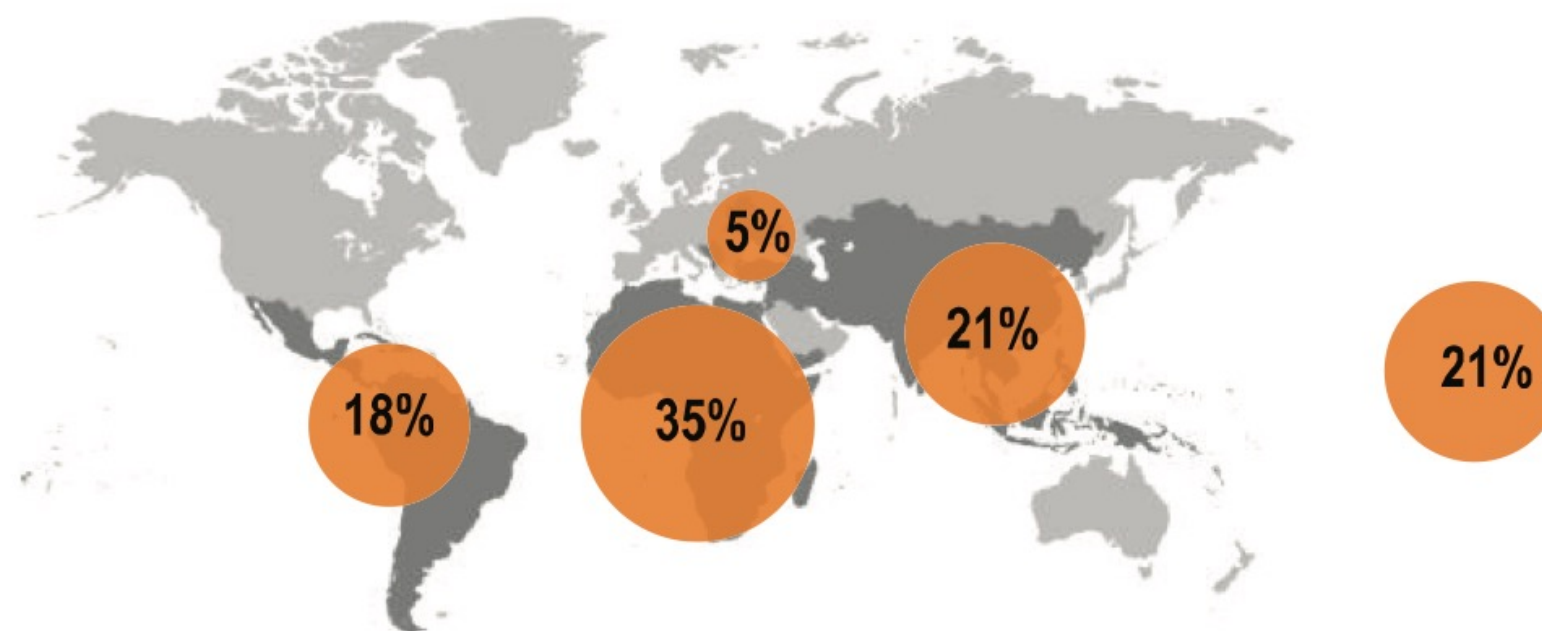
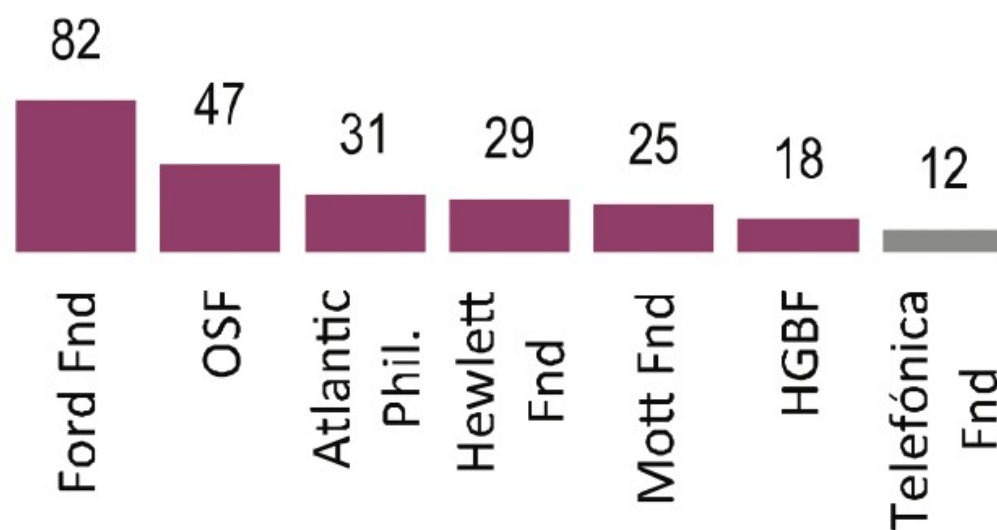
Figure 2.26. Philanthropic giving in the government and civil society sectors, 2013-15

USD million

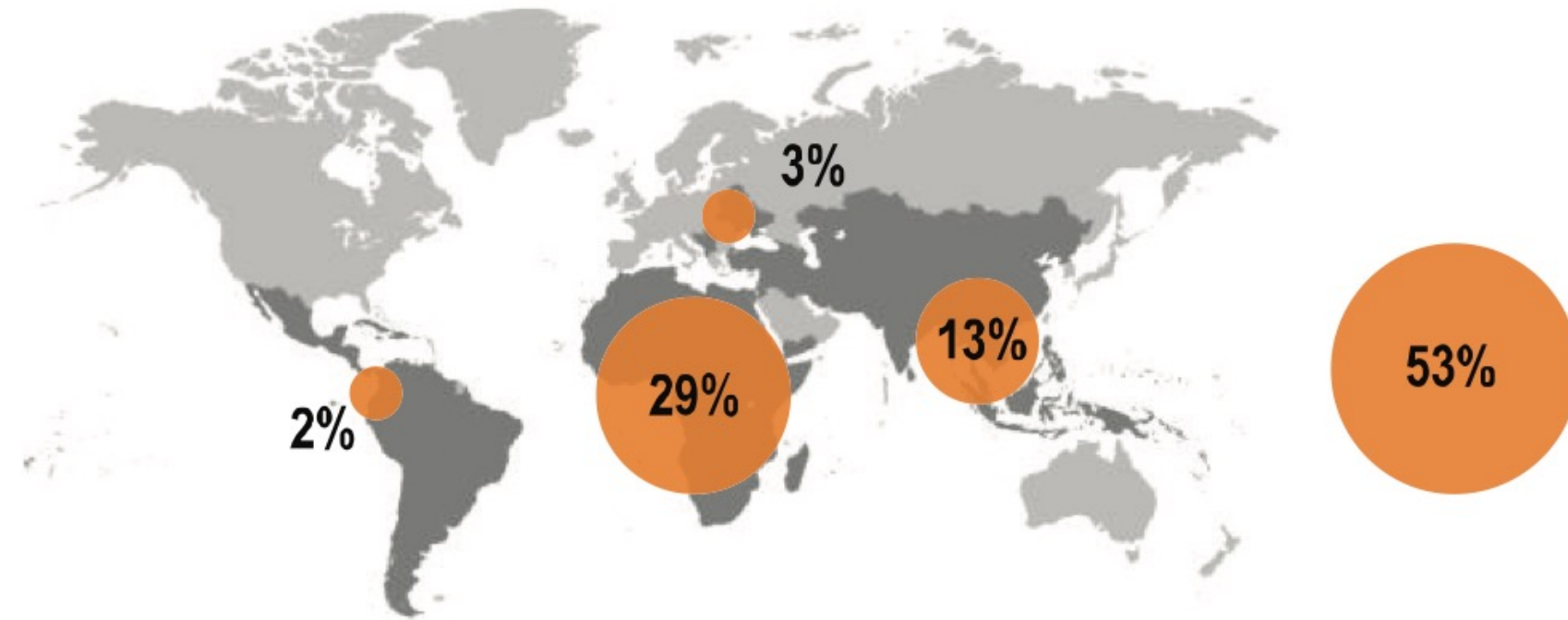
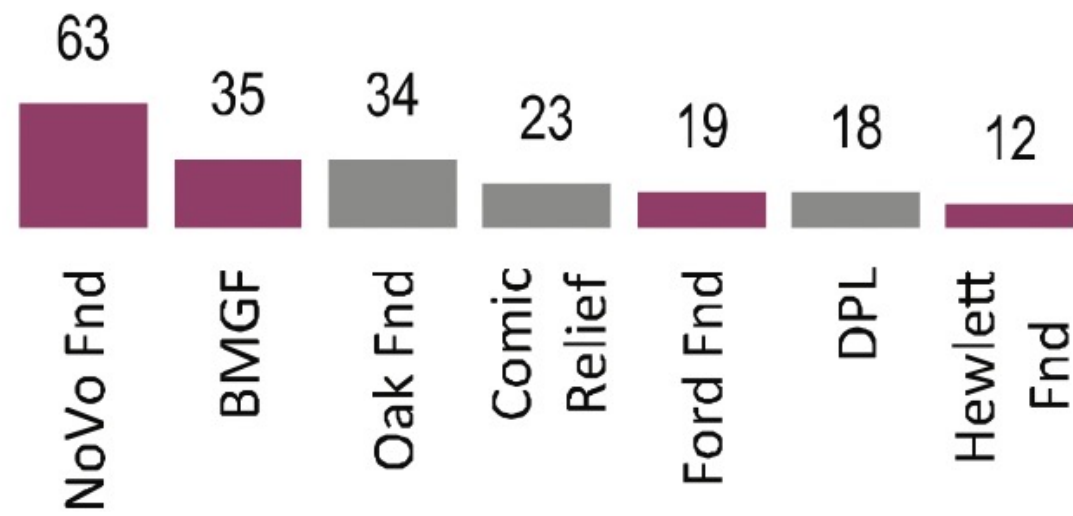
HUMAN RIGHTS (36% of the total)



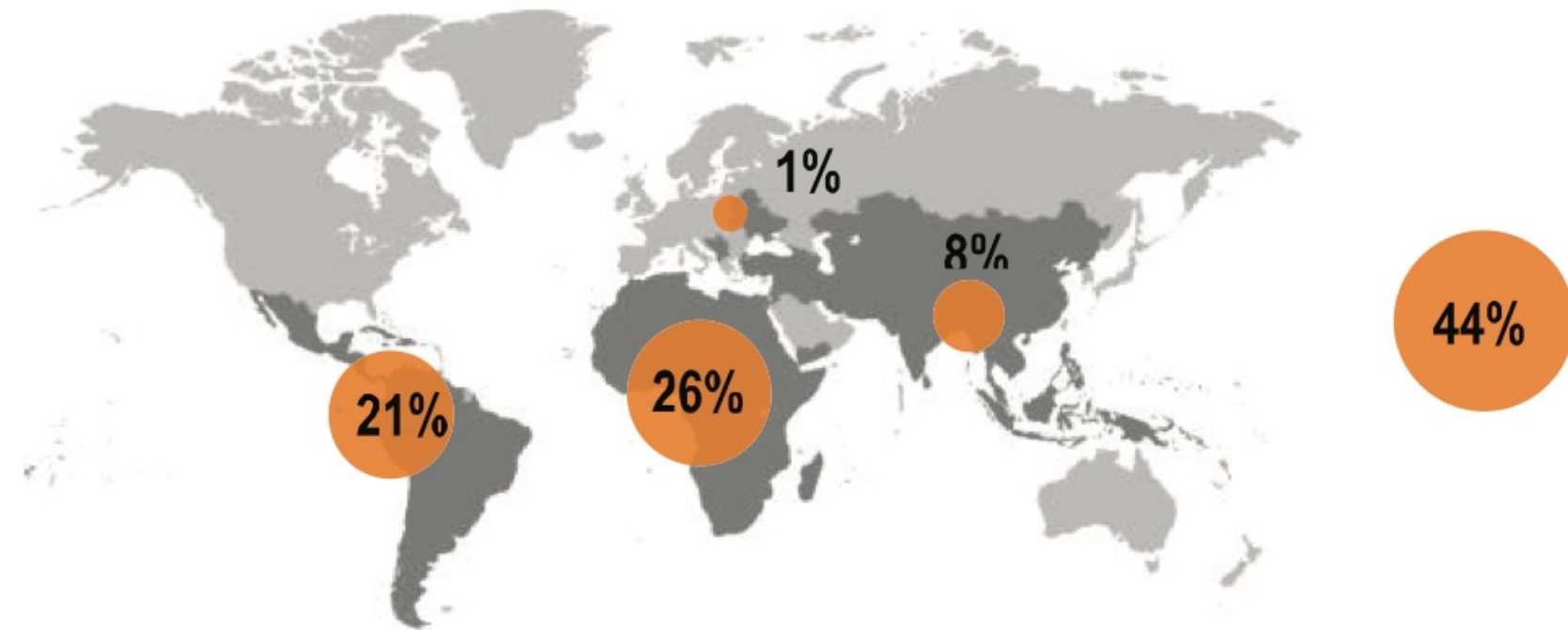
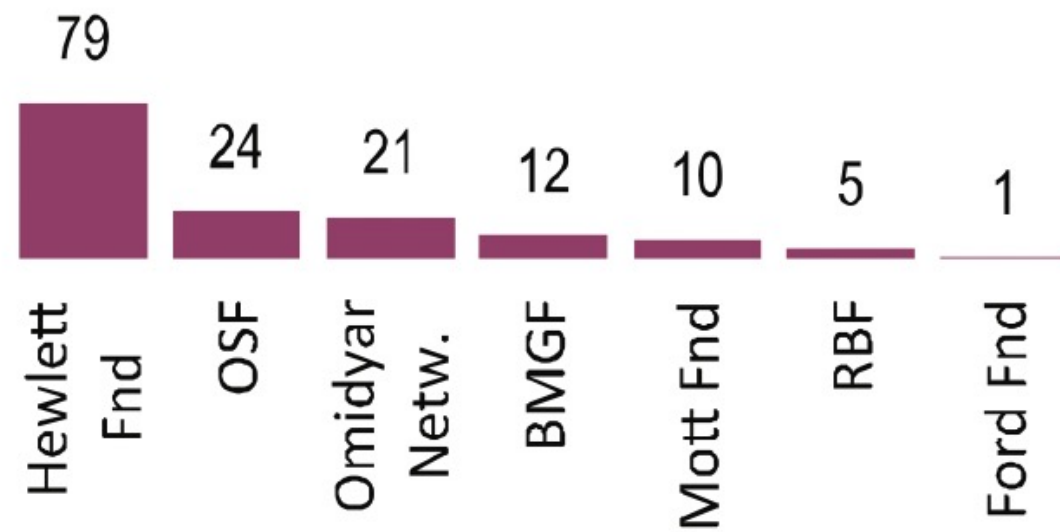
DEMOCRATIC PARTICIPATION, CIVIL SOCIETY, MEDIA AND FREE FLOW OF INFORMATION (18%)



SUPPORT TO WOMEN'S EQUALITY ORGANISATIONS AND ENDING VIOLENCE AGAINST WOMEN AND GIRLS (15%)



TRANSPARENCY AND SUPPORT TO ANTI-CORRUPTION ORGANISATIONS (9%)



Kisaltmalar:

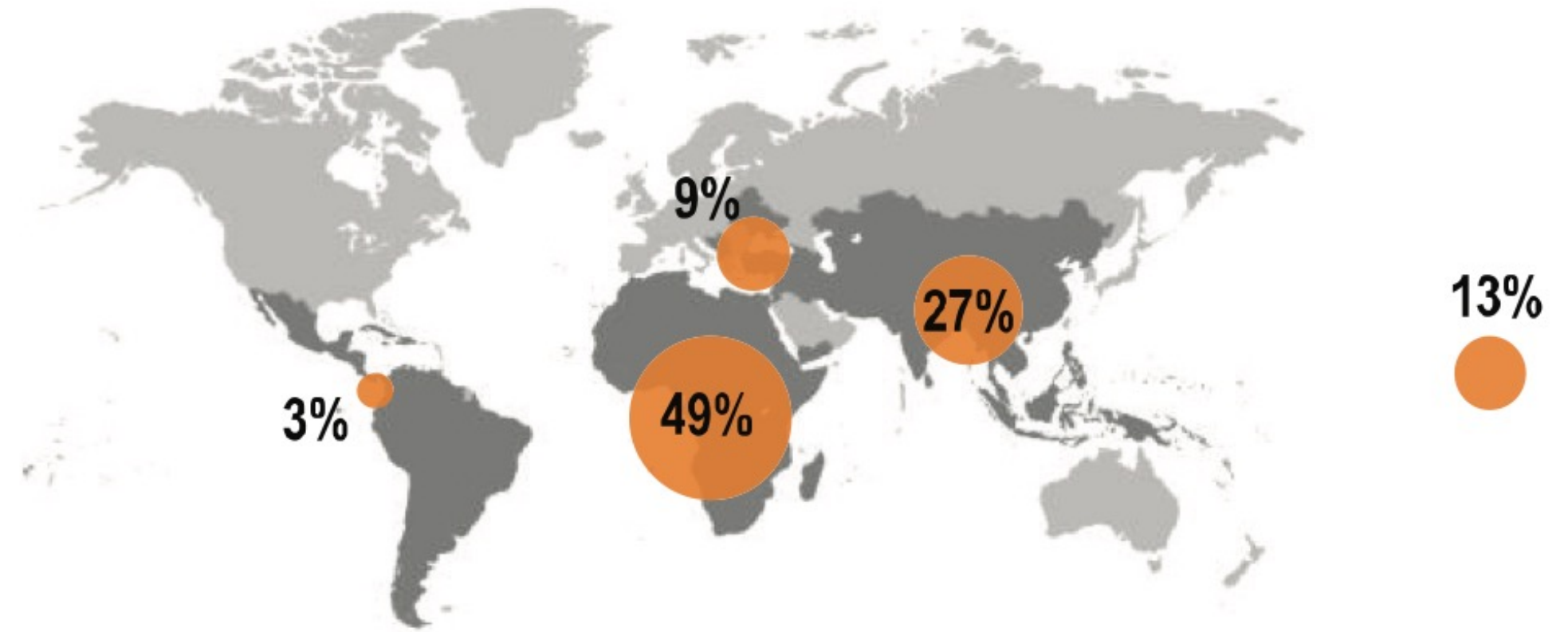
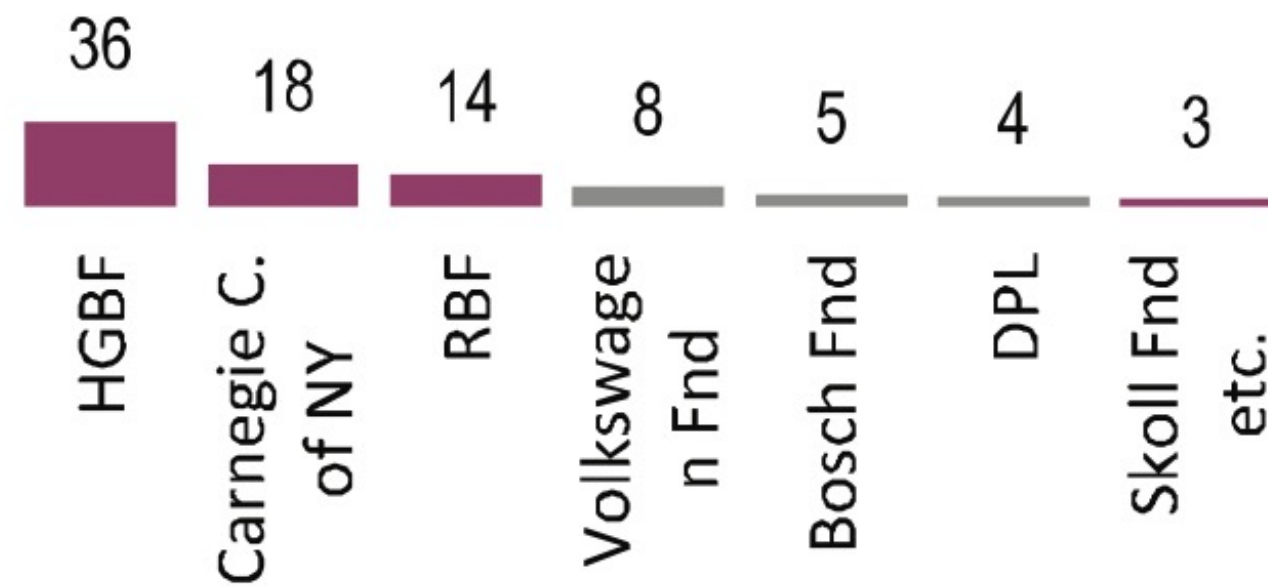
BMGF – Bill & Melinda Gates Foundation

DPL – Dutch Postcode Lottery

RBF – Rockefeller Brothers Fund

Kaynak: OECD, Private Philanthropy for Development, 2018

PEACE, SECURITY AND CONFLICT PREVENTION (6%)



Source: (OECD, 2018_[11]) *Survey on Private Philanthropy for Development 2013-15*: Data questionnaire www.oecd.org/dac/financing-sustainable-development/development-finance-standards/beyond-oda-foundations.htm.

Kısaltmalar:

HGBF – Howard G. Buffet Foundation

DPL – Dutch Postcode Lottery

RBF – Rockefeller Brothers Fund

VAKIFLAR ve BAĞIMSIZ KURULUŞLAR

ÖNCELİKLİ ALANLAR

- İnsan Hakları ve Demokrasi
- Siyasi Haklar ve Yurttaş Hakları
- Cinsiyet Bazlı Ayrımcılığa Karşı Mücadele
- Uluslararası Barış & Çatışma Çözümü
- Şiddeti Azaltma
- Aktif Sivil Katılım
- Sosyal Adalet
- Toplumsal Bellek
- Çocuk Hakları
- Mülteci Hakları
- Azınlık Hakları
- Tutuklu ve Hükümlü Hakları
- LGBTT Hakları
- Seks İşçilerinin Hakları
- HIV /AIDS
- Sanat ve Kültür Yolu ile İletişim & Dialog
- İklim Değişikliği
- Biokültürel Çeşitlilik
- Tarımsal Çeşitlilik ve Gıda Bağımsızlığı
- Bağımsız Medya
- Nefret Suçları & Nefret Söylemleri
- İnsan Hakları İhlalleri

VAKIFLAR ve BAĞIMSIZ KURULUŞLAR

ÖNCELİKLİ ALANLARA GÖRE BAZI KURULUŞLAR

- ACİL EYLEM FONU / URGENT ACTION FUND (<https://urgentactionfund.org>)
- AKDENİZ KADIN FONU / FONDS POUR LES FEMMES EN MEDITERRANEE (<https://www.medwomensfund.org>)
- ASTRAEA ADALET İÇİN LEZBİYEN VAKFI / ASTRAEA LESBIAN FOUNDATION FOR JUSTICE (<https://www.astraeafoundation.org>)
- AMERİKA BİRLEŞİK DEVLETLERİ GERMAN MARSHALL FONU - THE GERMAN MARSHALL FUND OF THE UNITED STATES (GMF) (<https://www.gmfus.org>)
- BERNARD VAN LEER VAKFI- BERNARD VAN LEER FOUNDATION (www.bernardvanleer.org)
- CHARLES STEWART MOTT VAKFI- CHARLES STEWART MOTT FOUNDATION (www.mott.org)
- CREST VAKFI - CREST FOUNDATION (www.chrestfoundation.org)
- CHRISTENSEN VAKFI- THE CHRISTENSEN FUND (<https://www.christensenfund.org>)
- CIVICUS: YURTTAŞ KATILIMI İÇİN DÜNYA İTTİFAKI- CIVICUS WORLD ALLIANCE FOR CITIZEN PARTICIPATION (www.civicus.org)
- ÇOCUK EMEĞİNİN SÖMÜRÜLMESİNE KARŞI ULUSLARARASI GİRİŞİM- THE INTERNATIONAL INITIATIVE ON EXPLOITATIVE CHILD LABOR (IIECL) (www.endchildlabor.org)

VAKIFLAR ve BAĞIMSIZ KURULUŞLAR

ÖNCELİKLİ ALANLARA GÖRE BAZI KURULUŞLAR

- ÇOCUKLAR İÇİN KÜRESEL FON- THE GLOBAL FUND FOR CHILDREN (www.globalfundforchildren.org)
- DEMOKRASİ İÇİN ULUSAL KAZANIM FONU- NATIONAL ENDOWMENT FOR DEMOCRACY (NED) (www.ned.org)
- DOĞA İÇİN WHITLEY FONU- WHITLEY FUND FOR NATURE (WFN) (<http://whitleyaward.org>)
- FRIDA GENÇ FEMİNİST FONU - FRIDA THE YOUNG FEMINIST FUND (FRIDA) (oungfeministfund.org)
- FRIEDRICH EBERT DERNEĞİ - FRIEDRICH EBERT STIFTUNG (FES) (www.festr.org)
- HEINRICH BÖLL DERNEĞİ- HEINRICH BÖLL STIFTUNG (<http://tr.boell.org/tr>)
- HIV GENÇ LİDERLER FONU - HIV YOUNG LEADERS FUND (www.hivyoungleadersfund.org)
- ILGA – EUROPE FUND / ILGA AVRUPA DESTEKLERİ (www.ilga-europe.org)
- KADINLAR İÇİN KÜRESEL FON - GLOBAL FUND FOR WOMEN (www.globalfundforwomen.org)
- MAMA CASH (www.mamacash.org)
- OAK VAKFI- OAK FOUNDATION (www.oakfnd.org)
- ROBERT BOSCH VAKFI - ROBERT BOSCH STIFTUNG (<http://www.bosch-stiftung.de>)
- SIGRID RAUSING VAKFI- THE SIGRID RAUSING TRUST (www.sigrid-rau-sing-trust.org)

BÜYÜKELÇİLİKLER & KONSOLOSLUKLAR

ÖNCELİKLİ
ALANLARA
GÖRE BAZI
KURULUŞLAR

- HOLLANDA BÜYÜKELÇİLİĞİ
- İNGİLTERE BÜYÜKELÇİLİĞİ
- İSVEÇ BAŞKONSOLUĞU
- JAPONYA BÜYÜKELÇİLİĞİ
- ABD BÜYÜKELÇİLİĞİ
- KANADA BÜYÜKELÇİLİĞİ

DEVLET KURUMLARI VE ULUSLARARASI KURULUŞLAR

ÖRNEK KURULUŞLAR

- AVRUPA BİRLİĞİ (AB) PROGRAMLARI - www.europa.eu
- AB-TÜRKİYE SİVİL TOPLUM DİYALOĞU - <http://siviltoplumdiyalogu.org/>
- DEMOKRASİ VE İNSAN HAKLARI AVRUPA ARACI (DİHAA) - EUROPEAN INSTRUMENT FOR DEMOCRACY AND HUMAN RIGHTS (EIDHR) - <http://www.eidhr.eu/>
- SİVİL DÜŞÜN AB PROGRAMI - <http://siviltoplumdiyalogu.org/>
- AVRUPA BİRLİĞİ TÜRKİYE DELEGASYONU - www.avrupa.info.tr
- MERKEZİ FİNANS VE İHALE BİRİMİ (MFİB) - www.mfib.gov.tr
- TÜRKİYE CUMHURİYETİ AVRUPA BİRLİĞİ BAKANLIĞI - www.ab.gov.tr
- BİRLEŞMİŞ MİLLETLER DEMOKRASİ FONU - UNITED NATIONS DEMOCRACY FUND (UNDEF)
<http://www.un.org/democracyfund/application-materials>
- BM KADIN- BİRLEŞMİŞ MİLLETLER TOPLUMSAL CİNSİYET EŞİTLİĞİ VE KADININ GÜÇLENDİRİLMESİ ÖRGÜTÜ – UN WOMEN- UNITED NATIONS ENTITY FOR GENDER EQUALITY AND THE EMPOWERMENT OF WOMEN - <http://www.unwomen.org/en>
- DÜNYA BANKASI - THE WORLD BANK / web.worldbank.org
- İSVEÇ ULUSLARARASI KALKINMA VE İŞBİRLİĞİ AJANSI
- SWEDISH INTERNATIONAL DEVELOPMENT COOPERATION AGENCY (SIDA)
<http://www.sida.se/English/>

TAKİP İÇİN

- <http://www.ab-ilan.com/>
- AVRUPA VAKIF MERKEZİ - EUROPEAN FOUNDATION CENTER
www.efc.be
- BİLGİ ÜNİVERSİTESİ SİVİL TOPLUM ÇALIŞMALARI MERKEZİ
<http://stk.bilgi.edu.tr/>
- SİVİL TOPLUM GELİŞTİRME MERKEZİ (STGM)
www.stgm.org.tr/tr
- SİVİL TOPLUM KURULUŞLARI İÇİN TEKNİK DESTEK- TECHNICAL ASSISTANCE FOR CIVIL SOCIETY ORGANIZATIONS (TACSO)
<https://www.tacso.org>
- TÜRKİYE ÜÇÜNCÜ SEKTÖR VAKFI (TÜSEV)
www.tusev.org.tr





KAPATIRKEN...

STÖ'LERDE FİNANSAL SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

Unutmamız gerekir ki;

Kaynak Geliştirme faaliyeti örgütlerin misyonlarını ve vizyonlarını gerçekleştirebilmeleri için **ana gereklerden** birini oluşturur.

Kaynak geliştirme faaliyeti, örgütlerin zorunlu, **“istenmeyen”**, ancak amaçladıkları faaliyetleri gerçekleştirmek için **“zorunda kaldıkları”** bir faaliyet olarak görülmemelidir.

STÖ'LERDE FİNANSAL SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

Unutmamız gerekir ki;



BİRBİRİMİZDEN ÖĞRENECEĞİZ...

KAYNAKÇA

- Erdal Yıldırım, Bana Yönetim Kurulunu Söyle Sana Kim Olduğunu Söyleyeyim*
Erdal Yıldırım, Az mı gittik, uz mu gittik? Yeni vakıfların 50 yıllık hikayesi
Growth Design Cooperation
Laden Yurttagüler, STK'lara Kaynak Geliştirme için Öneriler
Mike Hudson, Managing Without Profit, Penguin Books, 1995
National Center for Nonprofit Boards (NCNB)
OECD, Private Philanthropy for Development, 2018
STGM, Dernek ve Vakıflar için İktisadi İşletme Yönetimi – Sık Sorulan Sorular
STGM, Türkiye'deki Sivil Toplum Kuruluşları için Fon Rehberi
STGM, Sivil Toplum Kuruluşları için Kaynak Geliştirme Rehberi
STGM, Kaynak Geliştirme ve Yenilikçi Uygulamalar,
Yerel STÖ, Ağ / Platform / İnisiyatif ve Aktivistler için Rehber
TASCO & SİPU, STK'lar için Medya İlişkileri Rehberi
The Fund Raising School (TFRS)
TÜSEV, Sivil Toplum için Elverişli Ortam İzleme Matrisi 2018 Türkiye Raporu
TÜSEV, Türkiye'de Bireysel Bağışçılık ve Hayırseverlik Araştırması 2019



This project is funded by
the European Union.

Bu proje Avrupa Birliği tarafından
finanse edilmektedir.



HAKLARA DESTEK

İnsan Hakları Örgütlerini
Destekleme Programı

TEŞEKKÜRLER

