



Πρώθηση της πράσινης και κοινωνικής επιχειρηματικότητας
στη σχολική εκπαίδευση μέσω ενός εικονικού
επιχειρηματικού περιβάλλοντος

WP3

Πρόγραμμα σπουδών

«Εικονική επιχειρηματικότητα για έναν βιώσιμο
κόσμο»





Περιεχόμενα

Εισαγωγή.....	5
Ομάδες-στόχοι.....	6
Μαθησιακοί στόχοι για τους μαθητές.....	8
1. Βασικές αρχές της επιχειρηματικότητας	10
1.1. Επισκόπηση.....	10
Μαθησιακοί στόχοι.....	10
1.2. Εισαγωγή στην Επιχειρηματικότητα.....	12
1.2.1. Έννοια και ιστορική προοπτική	12
1.2.2. Βασικά επιχειρηματικά χαρακτηριστικά και νοοτροπία	17
1.3. Ρόλοι και Ευθύνες στην Επιχειρηματικότητα.....	21
1.3.1. Ως Ιδιοκτήτες Επιχειρήσεων και Εργαζόμενοι.....	21
1.3.2. Μελέτες περίπτωσης: Διαφορετικά Επιχειρηματικά Ταξίδια	23
1.4. Οδηγίες διαδραστικής συζήτησης.....	28
1.4.1. Δομημένα Θέματα Συζήτησης στην Τάξη	28
1.4.2. Ομαδικές Δραστηριότητες και Ασκήσεις Αναστοχασμού	30
2. Επιχειρηματικότητα για έναν πιο πράσινο πλανήτη	33
2.1. Επισκόπηση.....	33
Μαθησιακοί Στόχοι.....	34
2.2. Βιωσιμότητα στις Επιχειρήσεις.....	35
2.2.1. Αρχές Αειφορικής Επιχειρηματικότητας	37
2.2.2. Περιβαλλοντική Ηθική και Επιχειρήσεις	40
2.3. Πράσινα επιχειρηματικά μοντέλα	42
2.3.1. Μελέτες περίπτωσης επιτυχημένων πράσινων επιχειρήσεων	46
2.3.2. Δραστηριότητες στην τάξη: Σχεδιάζοντας ένα Πράσινο Επιχειρηματικό Σχέδιο	48
2.4. Οικολογικές πρακτικές και καινοτομία	56
2.4.1. Δραστηριότητες στην τάξη: Από την ιδέα στο φιλικό προς το περιβάλλον προϊόν/υπηρεσία.....	59

Project partners





3. Επιχειρηματικότητα για Κοινωνική Αλλαγή	69
3.31. Επισκόπηση.....	69
Μαθησιακοί Στόχοι.....	69
3.2. Εισαγωγή στην Κοινωνική Επιχειρηματικότητα	71
3.2.1. Κοινωνικά Θέματα και Επιχειρηματικές Λύσεις.....	74
3.2.2. Πώς να γίνεις κοινωνικός επιχειρηματίας;	75
3.3. Σχεδιασμός για Κοινωνική Αλλαγή	84
3.3.1. Εργαστήριο: Εντοπισμός Κοινωνικών Προβλημάτων και Λύσεων.....	84
3.3.2. Παιχνίδι ρόλων: Διαπραγμάτευση κοινωνικών επιχειρηματικών προκλήσεων	89
3.3.3. Έργα μάθησης μέσω παροχής υπηρεσιών: Σχεδιασμός και Υλοποίηση	92
4. Επιχειρηματικότητα χωρίς αποκλεισμούς	100
4.1. Επισκόπηση.....	100
Μαθησιακοί Στόχοι.....	101
4.2. Επιχειρηματικότητα σε διαφορετικά πλαίσια.....	102
4.2.1. Τύποι εμποδίων και φραγμών.....	102
4.2.2. Ξεπερνώντας εμπόδια που σχετίζονται με το φύλο, τα γεωγραφικά και τα κοινωνικοοικονομικά χαρακτηριστικά.....	109
4.3. Ενδυνάμωση μέσω Επιχειρήσεων	116
4.3.1. Δραστηριότητες στην τάξη: Οικοδόμηση αυτοπεποίθησης και επιχειρηματικών δεξιοτήτων	119
4.3.2. Συνεργατική Μάθηση: Ανταλλαγή Εμπειριών και Βέλτιστων Πρακτικών	126
5. Δραστηριότητες Προσομοίωσης Πράσινης & Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας	129
5.1. Δημιουργία και Ανάπτυξη Επιχειρηματικών Ιδεών	131
5.1.1. Δράσεις ανάπτυξης δημιουργικών ιδεών	131
5.1.2. Κατασκευή καμβά επιχειρηματικού μοντέλου	150
5.2. Έρευνα Αγοράς και Σχεδιασμός.....	157
5.2.1. Εργαλεία και Τεχνικές Ανάλυσης Αγοράς.....	157
5.2.2. Ανάπτυξη ενός Εφικτού Επιχειρηματικού Σχεδίου	162

Project partners





5.3. Εφαρμογή και Διαχείριση	169
5.3.1. Παιχνίδι ρόλων: Λειτουργία εικονικής επιχείρησης	169
5.3.2. Ασκήσεις Λήψης Αποφάσεων: Σενάρια πραγματικού κόσμου	180
5.4. Ανάλυση Κοινωνικών και Περιβαλλοντικών Επιπτώσεων	183
5.3. Διοργάνωση εκδήλωσης προώθησης.....	189
5.4. Δίνοντας ζωή στις εικονικές επιχειρήσεις	194
Αναφορές	196

Άδεια Creative Commons



CC BY-NC 4.0

Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International

Αυτή η άδεια απαιτεί από τους χρήστες να δίνουν τα εύσημα στον δημιουργό. Επιτρέπει στους χρήστες να διανέμουν, να αναμειγνύουν, να προσαρμόζουν και να αξιοποιούν το υλικό σε οποιοδήποτε μέσο ή μορφή, μόνο για μη εμπορικούς σκοπούς..

Project partners



The Green & Social StartUps Erasmus+ Project (Nr. 2022-1-PL01-KA220-SCH-000087194) is co-funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.



Εισαγωγή

Καλώς ήρθατε στο πρόγραμμα σπουδών «Εικονική επιχειρηματικότητα για έναν βιώσιμο κόσμο», ένα πρωτοποριακό εκπαιδευτικό πρόγραμμα που έχει σχεδιαστεί για να ενδυναμώνει την επόμενη γενιά επιχειρηματιών. Αυτό το πρόγραμμα σπουδών αποτελεί αναπόσπαστο στοιχείο του έργου Green and Social StartUps, με στόχο την ενσωμάτωση των βασικών αρχών της επιχειρηματικότητας με μια βαθιά δέσμευση για βιωσιμότητα και κοινωνική ευθύνη.

Στο σημερινό ταχέως εξελισσόμενο παγκόσμιο τοπίο, η ανάγκη για καινοτόμες, περιβαλλοντικά συνειδητές και κοινωνικά υπεύθυνες επιχειρηματικές πρακτικές είναι πιο επιτακτική από ποτέ. Ο κόσμος μας αντιμετωπίζει πρωτοφανείς προκλήσεις, όπως η κλιματική αλλαγή, οι κοινωνικές ανισότητες και ένα ταχέως μεταβαλλόμενο οικονομικό περιβάλλον. Για να αντιμετωπίσουμε αυτές τις προκλήσεις, πρέπει να καλλιεργήσουμε μια νέα γενιά επιχειρηματιών - άτομα που όχι μόνο διαθέτουν θεμελιώδεις επιχειρηματικές δεξιότητες, αλλά είναι επίσης βαθιά συντονισμένα με τις ηθικές, περιβαλλοντικές και κοινωνικές επιπτώσεις των εγχειρημάτων τους.

Αυτό το πρόγραμμα σπουδών χωρίζεται σε δύο κύρια μέρη: το θεωρητικό πλαίσιο και την πρακτική εφαρμογή. Το θεωρητικό μέρος περιλαμβάνει τέσσερις ολοκληρωμένες ενότητες, καθεμία από τις οποίες είναι προσαρμοσμένη ώστε να παρέχει στους φοιτητές μια ορθή κατανόηση της επιχειρηματικότητας στο πλαίσιο των σημερινών κοινωνικών και περιβαλλοντικών προκλήσεων. Οι ενότητες αυτού του μέρους είναι οι εξής:

- 1. Βασικές αρχές της επιχειρηματικότητας:** Θέτει τις βάσεις για την κατανόηση του τι συνεπάγεται η επιχειρηματικότητα, συμπεριλαμβανομένης της σημασίας της στον σύγχρονο κόσμο και της απαραίτητης νοοτροπίας για την επιτυχία.
- 2. Επιχειρηματικότητα για έναν πιο πράσινο πλανήτη:** Εστιάζει στον τρόπο με τον οποίο οι επιχειρηματικές προσπάθειες μπορούν να ευθυγραμμιστούν και να προωθήσουν την περιβαλλοντική βιωσιμότητα, αντιμετωπίζοντας κρίσιμα ζητήματα όπως η κλιματική αλλαγή και η οικολογική διατήρηση.

Project partners





3. Επιχειρηματικότητα για κοινωνική αλλαγή: Διερευνά το ρόλο της επιχειρηματικότητας στην προώθηση της κοινωνικής αλλαγής, στην επίλυση κοινοτικών προβλημάτων και στην προώθηση της κοινωνικής ισότητας.

4. Επιχειρηματικότητα χωρίς αποκλεισμούς: Στόχος η ενδυνάμωση διαφορετικών ομάδων, συμπεριλαμβανομένων εκείνων που βρίσκονται σε μειονεκτική θέση, ώστε να συμμετάσχουν σε επιχειρηματικές δραστηριότητες.

Το πρακτικό μέρος, η ενότητα με τίτλο «Δραστηριότητες προσομοίωσης πράσινης και κοινωνικής επιχειρηματικότητας», είναι μια καθηλωτική εμπειρία όπου οι φοιτητές εφαρμόζουν τις θεωρητικές τους γνώσεις. Εδώ, θα βρουν ιδέες, θα αναπτύξουν και θα διαχειριστούν εικονικές επιχειρήσεις, δίνοντας έμφαση στην επίλυση περιβαλλοντικών και κοινωνικών προβλημάτων. Αυτή η πρακτική προσέγγιση όχι μόνο ενισχύει τη μάθηση αλλά και ενσταλάζει την αίσθηση του πραγματικού αντίκτυπου και της ευθύνης.

Το πρόγραμμα σπουδών μας υπερβαίνει την παραδοσιακή επιχειρηματική εκπαίδευση. Στοχεύει στην ενίσχυση της κριτικής σκέψης, της δημιουργικότητας, της επίλυσης προβλημάτων και των δεξιοτήτων λήψης ηθικών αποφάσεων. Ενσωματώνοντας αυτές τις δεξιότητες με μια βαθιά κατανόηση της βιωσιμότητας και της κοινωνικής ευθύνης, προετοιμάζουμε τους φοιτητές όχι μόνο για επιχειρηματική επιτυχία, αλλά και για ηγετικούς ρόλους στη δημιουργία ενός πιο δίκαιου, βιώσιμου και ευημερούντος κόσμου. Υπάρχει ανάγκη να διαμορφώσουμε ένα μέλλον όπου η επιχειρηματική επιτυχία και η κοινωνική/περιβαλλοντική διαχείριση δεν είναι απλώς συμβατές, αλλά συνεργιστικές και αλληλοενισχυόμενες.

Ομάδες-στόχοι

Οι **εκπαιδευτικοί** είναι μια βασική ομάδα-στόχος για το πρόγραμμα σπουδών «Εικονική επιχειρηματικότητα για έναν βιώσιμο κόσμο». Ως **εκπαιδευτές** διαδραματίζουν κρίσιμο ρόλο στο να πραγματοποιηθεί το περιεχόμενο του προγράμματος σπουδών. Το πρόγραμμα σπουδών έχει σχεδιαστεί

Project partners





για να ενδυναμώνει τους **εκπαιδευτικούς** με διάφορα μέσα, συμπεριλαμβανομένων ολοκληρωμένων δραστηριοτήτων και σχεδίων μαθήματος, διαδραστικών βοηθημάτων διδασκαλίας και εργαλείων αξιολόγησης. Αυτοί οι πόροι είναι προσαρμοσμένοι ώστε να βοηθήσουν τους εκπαιδευτικούς να μεταφέρουν αποτελεσματικά πολύπλοκες έννοιες της επιχειρηματικότητας, της βιωσιμότητας και της κοινωνικής ευθύνης με τρόπο που να βρίσκει απήχηση και να τραβάει την προσοχή των μαθητών. Το πρόγραμμα σπουδών υποστηρίζει επίσης τους εκπαιδευτικούς στην επαγγελματική τους ανάπτυξη, προσφέροντάς τους νέες προοπτικές και μεθοδολογίες στη διδασκαλία, ιδιαίτερα στην ενσωμάτωση πραγματικών ζητημάτων με τη μάθηση στην τάξη. Ενθαρρύνει τους εκπαιδευτικούς να μην μεταδίδουν απλώς γνώσεις, αλλά να εμπνέουν και να καθοδηγούν τους μαθητές στην εξερεύνηση και κατανόηση του ρόλου της επιχειρηματικότητας στην αντιμετώπιση των σύγχρονων παγκόσμιων προκλήσεων.

Οι **μαθητές**, ειδικά εκείνοι που φοιτούν στο γυμνάσιο και το λύκειο, είναι οι κύριοι ωφελούμενοι του προγράμματος σπουδών «Εικονική επιχειρηματικότητα για έναν βιώσιμο κόσμο». Αυτό το πρόγραμμα σπουδών έχει ως στόχο να παρέχει γνώση στους μαθητές και να τους κινήσει το ενδιαφέρον, εισάγοντας τους στις βασικές αρχές της επιχειρηματικότητας μέσα από το πρίσμα της περιβαλλοντικής διαχείρισης και της κοινωνικής ευθύνης. Είναι δομημένο για να διεγείρει την περιέργειά τους, τη δημιουργικότητα και τις δεξιότητες κριτικής σκέψης, ενθαρρύνοντάς τους να προβληματιστούν και να προτείνουν λύσεις σε προβλήματα του πραγματικού κόσμου. Συμμετέχοντας σε αυτό το πρόγραμμα σπουδών, οι μαθητές αναμένεται να αποκτήσουν όχι μόνο θεωρητικές γνώσεις σχετικά με την επιχειρηματικότητα, αλλά και πρακτικές δεξιότητες και ένα ισχυρό ηθικό υπόβαθρο, τα οποία είναι απαραίτητα στον σημερινό ταχέως εξελισσόμενο και διασυνδεδεμένο κόσμο. Το μείγμα θεωρητικής μάθησης και πρακτικής εφαρμογής του προγράμματος σπουδών έχει σχεδιαστεί έτσι ώστε να είναι προσιτό και ελκυστικό για μαθητές από διαφορετικά υπόβαθρα, διασφαλίζοντας την ενσωμάτωση και τις ίσες ευκαιρίες μάθησης για όλους.

Project partners





Μαθησιακοί στόχοι για τους μαθητές

Καλύπτοντας όλους τους εκπαιδευτικούς πόρους και τις δραστηριότητες, οι μαθητές θα:

- Κατανοήσουν τις βασικές αρχές και τη δυναμική της επιχειρηματικότητας, συμπεριλαμβανομένου του ρόλου και του αντίκτυπού της στην οικονομία και την κοινωνία.
- Καλλιεργήσουν μια επιχειρηματική νοοτροπία, που χαρακτηρίζεται από δημιουργικότητα, καινοτομία, ανθεκτικότητα και προσαρμοστικότητα, μαζί με μια προληπτική προσέγγιση στην επίλυση προβλημάτων και στον εντοπισμό ευκαιριών.
- Κατανοούν τη σημασία της βιωσιμότητας στις επιχειρήσεις, μαθαίνοντας πώς οι επιχειρηματικές δραστηριότητες μπορούν να συμβάλουν στη διατήρηση του περιβάλλοντος και σε βιώσιμες πρακτικές.
- Να αποκτήσουν εικόνα της έννοιας και του ρόλου της κοινωνικής επιχειρηματικότητας στην αντιμετώπιση κοινωνικών ζητημάτων, συμπεριλαμβανομένων μελετών περίπτωσης επιτυχημένων πρωτοβουλιών.
- Αναγνωρίζουν τις προκλήσεις και τις ευκαιρίες για την επιχειρηματικότητα σε υποεκπροσωπούμενες και μειονεκτούσες ομάδες, προωθώντας την ενσυναίσθηση και τη συμμετοχικότητα στις επιχειρηματικές πρακτικές.
- Αναπτύξουν πρακτικές επιχειρηματικές δεξιότητες, όπως η σύλληψη μιας ιδέας, ο επιχειρηματικός σχεδιασμός, η ανάλυση της αγοράς και η εκτέλεση επιχειρηματικών ιδεών.
- Βελτιώσουν την κριτική σκέψη και τις ικανότητες επίλυσης προβλημάτων, εφαρμόζοντας τις δεξιότητες αυτές για την αξιολόγηση επιχειρηματικών σεναρίων, θεμάτων βιωσιμότητας και πρακτικών έργων.
- Βελτιώσουν τις δεξιότητες επικοινωνίας και συνεργασίας σε επιχειρηματικό πλαίσιο, με έμφαση στην αποτελεσματική ομαδική εργασία και την ανάπτυξη ηγετικών ικανοτήτων.
- Κατανοήσουν τις ηθικές επιπτώσεις των επιχειρηματικών αποφάσεων και της σημασίας της κοινωνικής ευθύνης στην επιχειρηματικότητα.

Project partners





- Εφαρμόσουν τις θεωρητικές γνώσεις σε σενάρια του πραγματικού κόσμου, αξιολογώντας τον κοινωνικό και περιβαλλοντικό αντίκτυπο των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων.

Με την επίτευξη αυτών των στόχων, οι μαθητές θα είναι καλά προετοιμασμένοι όχι μόνο για επιχειρηματικά εγχειρήματα αλλά και για υπεύθυνη συμμετοχή ως πολίτες σε μια παγκόσμια κοινότητα. Με άλλα λόγια, θα είναι εφοδιασμένοι με τα εργαλεία και τη νοοτροπία να δημιουργούν, να καινοτομούν και να ηγούνται με τρόπο που να συνδυάζει αρμονικά την επιχειρηματική επιτυχία με την κοινωνική και περιβαλλοντική διαχείριση.

Project partners



The Green & Social StartUps Erasmus+ Project (Nr. 2022-1-PL01-KA220-SCH-000087194) is co-funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

1. Βασικές αρχές της επιχειρηματικότητας

1.1. Επισκόπηση

Αυτή η ενότητα είναι σχολαστικά σχεδιασμένη ώστε να παρέχει στους μαθητές μια εμπειριστατωμένη γνώση των βασικών αρχών και πρακτικών της επιχειρηματικότητας. Στόχος της ενότητας είναι να καλλιεργήσει την επιχειρηματική νοοτροπία και να μεταδώσει τις απαραίτητες δεξιότητες για τον εντοπισμό και την αποτελεσματική αξιοποίηση επιχειρηματικών ευκαιριών.

Καθ' όλη τη διάρκεια της ενότητας αυτής, οι μαθητές θα ασχοληθούν με μια σειρά κρίσιμων θεμάτων, όπως ο ορισμός της επιχειρηματικότητας, τα προσωπικά χαρακτηριστικά ενός επιχειρηματία, οι ρόλοι ενός επιχειρηματία, οι σχέσεις του ιδιοκτήτη της επιχείρησης με τους υπαλλήλους της, κ.λπ. Το πρόγραμμα σπουδών δίνει έμφαση στη δημιουργία αξίας μέσω της καινοτομίας και παρέχει γνώσεις για την πλοήγηση στις πολύπλοκες διαδικασίες της έναρξης και διατήρησης μιας επιχείρησης τόσο από θεωρητική όσο και από πρακτική άποψη.

Η διδακτική προσέγγιση συνδυάζει θεωρητικά πλαίσια με πρακτικές εφαρμογές, αξιοποιώντας διαλέξεις, μελέτες περιπτώσεων, ομαδικές εργασίες και γνώσεις από ειδικούς. Αυτή η πολύπλευρη μεθοδολογία διασφαλίζει ότι οι μαθητές όχι μόνο κατανοούν το θεωρητικό υπόβαθρο των βασικών αρχών της επιχειρηματικότητας, αλλά και αποκτούν πρακτικές δεξιότητες και εμπειρίες από τον πραγματικό κόσμο.

Με την ολοκλήρωση αυτής της ενότητας, οι μαθητές θα είναι εφοδιασμένοι με μια ολοκληρωμένη εργαλειοθήκη για την επιχειρηματική επιτυχία, είτε ο στόχος τους είναι να ιδρύσουν τη δική τους επιχείρηση, είτε να ενταχθούν σε μια νεοφυή επιχείρηση, είτε να προωθήσουν την καινοτομία σε έναν υφιστάμενο οργανισμό. Οι μαθητές καλούνται να συμμετάσχουν σε αυτό το πνευματικό ταξίδι, έτοιμοι να μετατρέψουν τις επιχειρηματικές φιλοδοξίες σε εφαρμόσιμα και βιώσιμα εγχειρήματα.

Μαθησιακοί στόχοι

Στο τέλος αυτής της ενότητας, οι μαθητές θα είναι σε θέση να:

Project partners





- Ορίζουν την επιχειρηματικότητα και να αναγνωρίζουν τη σημασία της στη σύγχρονη οικονομία.
- Διακρίνουν μεταξύ των διαφόρων τύπων επιχειρηματικών εγχειρημάτων και των επιπτώσεών τους στην κοινωνία.
- Προσδιορίζουν και να καλλιεργούν προσωπικά χαρακτηριστικά και δεξιότητες που είναι απαραίτητα για την επιτυχή επιχειρηματικότητα.
- Επιδεικνύουν την ικανότητα να σκέφτονται δημιουργικά και καινοτόμα.
- Περιγράφουν τους βασικούς ρόλους και τις ευθύνες των επιχειρηματιών στην ανάπτυξη των επιχειρήσεων.
- Αξιολογούν τη σχέση μεταξύ των ιδιοκτητών επιχειρήσεων και των υπαλλήλων τους, δίνοντας έμφαση στην αποτελεσματική ηγεσία και διαχείριση.
- Αποκτούν γνώσεις σχετικά με την πολυπλοκότητα της έναρξης και της διατήρησης μιας επιχείρησης τόσο από θεωρητική όσο και από πρακτική άποψη.
- Αξιολογούν τη στρατηγική σκέψη για την αντιμετώπιση των προκλήσεων και των ευκαιριών στο επιχειρηματικό ταξίδι.
- Συμμετέχουν σε μελέτες περιπτώσεων και ομαδικές εργασίες για την εφαρμογή της θεωρητικής γνώσης σε πραγματικές καταστάσεις.
- Επωφελούνται από τις γνώσεις των ειδικών για να ενισχύουν την πρακτική κατανόηση και τις επιχειρηματικές δεξιότητες.

Project partners



1.2. Εισαγωγή στην Επιχειρηματικότητα

Η έννοια της επιχειρηματικότητας περιλαμβάνει τον εντοπισμό και την εκμετάλλευση ευκαιριών για τη δημιουργία και την ανάπτυξη νέων επιχειρήσεων. Ιστορικά, η επιχειρηματικότητα οδήγησε την οικονομική ανάπτυξη και την καινοτομία, από τις πρώτες εμπορικές οδούς έως τη Βιομηχανική Επανάσταση και τις σημερινές νεοφυείς επιχειρήσεις με γνώμονα την τεχνολογία. Τα βασικά χαρακτηριστικά της επιχειρηματικότητας περιλαμβάνουν την ανθεκτικότητα, τη δημιουργικότητα και την προθυμία για ανάληψη υπολογισμένων κινδύνων. Οι επιχειρηματίες πρέπει να διαθέτουν νοοτροπία ανάπτυξης, να μαθαίνουν συνεχώς και να προσαρμόζονται στις μεταβαλλόμενες συνθήκες. Συχνά χαρακτηρίζονται από το πάθος, την επιμονή και την ικανότητά τους να εμπνέουν και να οδηγούν τους άλλους. Οι επιτυχημένοι επιχειρηματίες εξισορροπούν το όραμα με την πρακτική εκτέλεση, αντιμετωπίζοντας τις προκλήσεις για να μετατρέψουν τις ιδέες σε βιώσιμες επιχειρήσεις.

1.2.1. Έννοια και ιστορική προοπτική

Υπάρχουν πολυάριθμοι ορισμοί της επιχειρηματικότητας. Ένας από τους πιο συχνά αναφερόμενους δίνεται από τους Shane και Venkataraman (2000), οι οποίοι δήλωσαν ότι η επιχειρηματικότητα είναι «το πώς, από ποιον και με ποια αποτελέσματα ανακαλύπτονται, αξιολογούνται και αξιοποιούνται ευκαιρίες για τη δημιουργία μελλοντικών αγαθών και υπηρεσιών. (σ.218)»

Ο Ratten (2023) ταξινομεί τους ορισμούς της επιχειρηματικότητας με βάση το είδος της επιχειρηματικότητας. Στον επόμενο πίνακα θα παρουσιαστούν διάφοροι τύποι αλλά και ορισμοί της επιχειρηματικότητας.

Πίνακας 1: Ορισμοί των τύπων επιχειρηματικότητας

Τύπος	Ορισμός	Πηγή
Χειροτέχνης	Άτομα που παράγουν και πωλούν προϊόντα ή υπηρεσίες που διαθέτουν ξεχωριστή	Ratten (2022)

Project partners



	καλλιτεχνική αξία, λόγω υψηλής χειροκίνητης συνεισφοράς	
Βάση της πυραμίδας	Ορίζεται ως η επιχειρηματικότητα που εμφανίζεται μεταξύ ατόμων με χαμηλό εισόδημα ή έλλειψη πόρων	Ratten (2023)
Εταιρική	Η διαδικασία κατά την οποία ένα άτομο ή μια ομάδα ατόμων, σε συνεργασία με έναν υπάρχοντα οργανισμό, δημιουργεί έναν νέο οργανισμό ή επιφέρει ανανέωση ή καινοτομία εντός του οργανισμού	Sharma and Chrisman (1999)
Χειροτεχνία	Η διαδικασία χρήσης χειροτεχνικών μεθόδων για την παραγωγή προϊόντων και υπηρεσιών	Ratten (2022)
Δημιουργική	Κάθε μορφή επιχειρηματικής συμπεριφοράς που εκτελείται με εφευρετικό και διαφορετικό τρόπο	Ratten (2023)
Πολιτιστική	Επιχειρηματική δραστηριότητα με πολιτιστική σύνδεση	Ratten (2023)
Ψηφιακή	Υποκατηγορία της επιχειρηματικότητας στην οποία κάποια ή όλα τα παραδοσιακά στοιχεία έχουν ψηφιοποιηθεί βάσει της χρήσης ψηφιακών μέσων και τεχνολογιών	Elia et al. (2020)
Εκπαίδευση	Καινοτόμος επιχειρηματική δραστηριότητα που περιλαμβάνει τον τομέα της εκπαίδευσης	Ratten (2023)
Επιχειρηματικό οικοσύστημα	Σύνολο επιχειρηματικών παραγόντων, συμπεριλαμβανομένων δυνητικών πελατών	Elia et al. (2020)

Project partners



	και προμηθευτών, πανεπιστημίων και ερευνητικών κέντρων, κοινωνικών και πολιτιστικών φορέων, θεσμών και νομοθετών, μεγάλων εταιρειών, νεοφυών επιχειρήσεων και επιχειρηματιών, επαγγελματιών και ταλαντούχων ανθρώπων	
Περιβαλλοντική	Προληπτική επιχειρηματική δραστηριότητα που περιλαμβάνει πρωτοβουλίες για την ευημερία του περιβάλλοντος	Ratten (2023)
Οικογενειακή	Επιχειρηματικότητα που λαμβάνει χώρα μεταξύ μιας ομάδας ανθρώπων με κάποιου είδους δεσμό	Ratten (2023)
Γυναικεία	Γυναίκες που ξεκινούν μια επιχείρηση, συμμετέχουν σε διοικητικές αποφάσεις και κατέχουν την πλειοψηφία της επιχείρησης	Ratten (2017)
Λιτότητα	Ατομικό χαρακτηριστικό που αντικατοπτρίζει τη γενική προτίμηση ενός ατόμου να (α) εξοικονομεί πόρους και (β) να εφαρμόζει οικονομικό ορθολογισμό στην απόκτηση πόρων (δηλ. να αξιολογεί το κόστος ευκαιρίας των νέων πόρων)	Michaelis et al. (2020)
Φύλο	Καινοτόμος επιχειρηματική δραστηριότητα που βασίζεται στο φύλο του επιχειρηματία	Ratten (2023)
Κυβερνητική	Κυβερνητική πολιτική και διαδικασίες που βασίζονται στην επιχειρηματική καινοτομία	Ratten (2023)

Project partners



Υγεία	Επιχειρηματική δραστηριότητα στον τομέα της υγείας που περιλαμβάνει ανάληψη ρίσκου και καινοτομία	Ratten (2023)
Πολιτιστική κληρονομιά	Επιχειρηματικότητα που περιλαμβάνει κάποιο στοιχείο πολιτιστικής κληρονομιάς	Ratten (2023)
Μεταναστευτική	Επιχειρηματικότητα που αφορά ανθρώπους που έχουν γεννηθεί εκτός της χώρας στην οποία διαμένουν	Ratten (2023)
Διεθνής	Συνδυασμός καινοτόμων, προληπτικών και ριψοκίνδυνων συμπεριφορών που υπερβαίνουν τα εθνικά σύνορα με στόχο τη δημιουργία αξίας σε οργανισμούς	McDougall & Oviatt (2000)
Μειονοτική	Επιχείρηση αυτοαπασχόλησης που διευθύνεται από άτομο που δεν είναι τυπικό στην κύρια κοινωνία και μπορεί να περιγραφεί ως μειονότητα	Dana & Vorobeva (2021)
Φτώχεια	Βοήθεια προς επιχειρηματίες χαμηλού εισοδήματος	Ratten (2023)
Μικρή επιχείρηση	Καινοτόμος επιχειρηματική δραστηριότητα που αφορά επιχειρήσεις με λιγότερους από 50 υπαλλήλους	Ratten (2023)
Κοινωνική	Διαδικασία καινοτόμου χρήσης και συνδυασμού πόρων για την εξερεύνηση και εκμετάλλευση ευκαιριών που αποσκοπεί στην προώθηση κοινωνικών αλλαγών με την κάλυψη βασικών ανθρώπινων αναγκών με βιώσιμο τρόπο	Mair and Marti (2004)

Project partners



Αθλητική	Αθλητικός οργανισμός που δρα καινοτόμα σε επιχειρηματικό πλαίσιο	Ratten (2010)
Βιώσιμη	Επιχειρηματικότητα που ενσωματώνει μακροπρόθεσμη προοπτική για οικονομικές, κοινωνικές και περιβαλλοντικές αλλαγές	Ratten (2023)
Τεχνολογική	Καινοτόμος επιχειρηματική δραστηριότητα που περιλαμβάνει την τεχνολογία	Ratten (2023)
Χρηματοδότηση επιχειρήσεων	Χρήματα που δαπανώνται για επενδύσεις σε νέες επιχειρηματικές δραστηριότητες	Ratten (2023)

Η επιχειρηματικότητα, ανεξαρτήτως συγκεκριμένου ορισμού, μοιράζεται αρκετά κοινά χαρακτηριστικά. Περιλαμβάνει τον εντοπισμό και την εκμετάλλευση ευκαιριών για τη δημιουργία αξίας μέσω καινοτόμων προϊόντων, υπηρεσιών ή διαδικασιών. Οι επιχειρηματίες αναλαμβάνουν σημαντικούς κινδύνους για να επιδιώξουν αυτές τις ευκαιρίες, επενδύοντας συχνά τους δικούς τους πόρους. Η δημιουργικότητα και η καινοτομία είναι κεντρικής σημασίας, καθώς οι επιχειρηματίες προσπαθούν να επιλύσουν προβλήματα ή να ικανοποιήσουν ανάγκες με μοναδικούς τρόπους. Επιπλέον, η επιχειρηματικότητα απαιτεί ισχυρές ηγετικές και διοικητικές δεξιότητες για την οικοδόμηση και την ανάπτυξη μιας επιχείρησης. Οι επιχειρηματίες πρέπει να προσαρμόζονται εύκολα, να είναι ικανοί να διαχειρίζονται την αβεβαιότητα και ανθεκτικοί απέναντι στις προκλήσεις. Τελικά, η επιχειρηματικότητα στοχεύει στην επίτευξη οικονομικής ανάπτυξης και στη συμβολή στην κοινωνική ανάπτυξη.

Project partners



The Green & Social StartUps Erasmus+ Project (Nr. 2022-1-PL01-KA220-SCH-000087194) is co-funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.



1.2.2. Βασικά επιχειρηματικά χαρακτηριστικά και νοοτροπία

Υπάρχει μια θεωρητική προσέγγιση που εξηγεί μέσα από διάφορες θεωρίες της επιχειρηματικότητας ποια είναι τα κύρια χαρακτηριστικά, η νοοτροπία και οι παράγοντες παρακίνησης της επιχειρηματικότητας (Raimi, 2015):

- **Κλασική οικονομική θεωρία:** Η θεωρία θεωρεί την επιχειρηματικότητα ως καταλύτη και κινητήρια δύναμη για όλους τους άλλους παραγωγικούς συντελεστές, ιδίως τη γη, την εργασία και το κεφάλαιο. Δίνει έμφαση στην «οικονομική λειτουργία» της επιχειρηματικότητας, η οποία περιλαμβάνει την ανάληψη κινδύνων και τη διαχείριση της αβεβαιότητας με την παραγωγή αγαθών ή την αγορά αγαθών προς μεταπώληση για την παραγωγή κέρδους. Ο Say επινόησε τον όρο «επιχειρηματίας» για να περιγράψει **ένα δημιουργικό και διορατικό άτομο, έναν άνθρωπο που προβλέπει, που καινοτομεί, έναν εκτιμητή έργων και έναν άνθρωπο που αναλαμβάνει κινδύνους.** Αυτές οι μοναδικές ιδιότητες τοποθετούν τους επιχειρηματίες στο επίκεντρο της οικονομικής θεωρίας. Η βιώσιμη οικονομική ανάπτυξη βασίζεται στην παρουσία επιχειρηματιών.

- **Νεοκλασική οικονομική θεωρία:** Η νεοκλασική θεωρία αναδεικνύει τη **γνώση, την καινοτομία και τη δημιουργικότητα** ως βασικές κινητήριες δυνάμεις της επιχειρηματικότητας στο σύστημα της αγοράς. Όταν αυτά τα στοιχεία συνδυάζονται, οδηγούν στην ανάπτυξη νέων προϊόντων, διαδικασιών, τεχνολογιών, αγορών και επιχειρήσεων, με στόχο τη μετατόπιση της οικονομίας από μια στατική ισορροπία σε ένα πιο προηγμένο στάδιο που προάγει την οικονομική ανάπτυξη. Αυτή η δυναμική διαδικασία είναι γνωστή ως «δημιουργική καταστροφή του Schumpeter».

- **Η θεωρία του Kirzner:** Σε αντίθεση με τη νεοκλασική θεωρία της δημιουργικής καταστροφής, η θεωρία του Kirzner ακολουθεί διαφορετική προσέγγιση. Εξισώνει την επιχειρηματικότητα με την **«εργήγορση» ή το γνωστική προοπτική** -την ικανότητα αναγνώρισης και αξιοποίησης των οικονομικών ευκαιριών εντός της αγοράς. Τα κέρδη ή οι οικονομικές αποδόσεις θεωρούνται ως ανταμοιβές για αυτή την επιμελή εργήγορση που επιδεικνύουν οι επιχειρηματίες.

Project partners





- **Θεωρία που βασίζεται στις ευκαιρίες:** Ο Peter Drucker και ο Howard Stevenson βελτίωσαν την έννοια της εγρήγορσης του Kirzner και τη δημιουργική καταστροφή του Schumpeter στη θεωρία που βασίζεται στις ευκαιρίες. Ο Drucker υποστήριξε ότι οι επιχειρηματίες **απλώς εκμεταλλεύονται τις μεταβαλλόμενες ευκαιρίες μέσα στο περιβάλλον**, ενώ ο Stevenson τόνισε ότι οι επιχειρηματίες είναι **σε μοναδική θέση να εκμεταλλευτούν τις οικονομικές ευκαιρίες** λόγω της επινοητικότητάς τους, ένα χαρακτηριστικό που τους διακρίνει από τους άλλους στο σύστημα της αγοράς.

- **Θεωρία του ανθρώπινου κεφαλαίου:** Η θεωρία βασίζεται ουσιαστικά στο έργο του Schultz, ο οποίος χαρακτηρίζει τον επιχειρηματία ως ένα **είδος ανθρώπινου κεφαλαίου που οδηγεί την κοινωνική αλλαγή μέσω της εμπειρίας και των δεξιοτήτων του**. Υποστηρίζει την εκπαίδευση, την κατάρτιση, την απόκτηση δεξιοτήτων και τη δημιουργία ικανοτήτων ως απαραίτητες για την οικονομική ανάπτυξη, την επιχειρηματική δραστηριότητα και την τεχνολογική πρόοδο. Κατά συνέπεια, η επένδυση στο ανθρώπινο κεφάλαιο θεωρείται πολύτιμη επένδυση για την ενίσχυση της παραγωγικότητας.

- **Θεωρία των χαρακτηριστικών της προσωπικότητας:** Αυτή η ψυχολογική θεωρία υποστηρίζει ότι ορισμένα άτομα διαθέτουν έμφυτα χαρακτηριστικά ή ιδιότητες που τους επιτρέπουν να επιτύχουν σε επιχειρηματικές προσπάθειες. Για να γίνουν επιτυχημένοι επιχειρηματίες, τα χαρακτηριστικά αυτά - όπως η **αισιοδοξία, η ψυχική ενέργεια, η επίγνωση των ευκαιριών, η δημιουργικότητα και η καινοτομία, οι διοικητικές δεξιότητες, η επιχειρηματική οξυδέρκεια, η σκληρή δουλειά, η ακεραιότητα, η οραματική ηγεσία, η ανταγωνιστικότητα και ο ζήλος για συνεχή βελτίωση** - πρέπει να μμηθούν ή να μάθουν.

- **Θεωρία της θέσης ελέγχου:** Αυτή η ψυχολογική θεωρία υποδηλώνει ότι η επιτυχία ή η αποτυχία στις επιχειρηματικές δραστηριότητες επηρεάζεται από τις προσωπικές ικανότητες (εσωτερική θέση ελέγχου) και το επίπεδο της εξωτερικής υποστήριξης που λαμβάνεται από άλλους (εξωτερική θέση ελέγχου). Τα άτομα με **υψηλή εσωτερική θέση ελέγχου** πιστεύουν ότι μπορούν να διαμορφώσουν τα γεγονότα της ζωής προς όφελός τους, ενώ τα άτομα με εξωτερική θέση ελέγχου πιστεύουν ότι εξωτερικές δυνάμεις

Project partners





όπως η τύχη, η τύχη ή η μοίρα, οι οποίες είναι πέρα από τον ανθρώπινο έλεγχο, υπαγορεύουν τα γεγονότα της ζωής.

- **Θεωρία της ανάγκης για επιτυχία:** Η θεωρία αυτή αναδεικνύει τη σχέση μεταξύ της ανάγκης για επιτυχία και της οικονομικής ανάπτυξης μέσω της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Υποστηρίζει ότι οι **επιχειρηματικές προσπάθειες που καθοδηγούνται από την ανάγκη για επιτυχία συμβάλλουν στην οικονομική ανάπτυξη**. Αντίστροφα, τα άτομα παρακινούνται να επιδιώξουν επιχειρηματικές φιλοδοξίες λόγω της επιθυμίας τους για επίτευξη.

- **Θεωρία ανάληψης κινδύνου:** Θεωρεί την επιχειρηματικότητα ως νοοτροπία που ενθαρρύνει τα άτομα να **αναλαμβάνουν μέτριους ή υπολογισμένους κινδύνους, οι οποίοι μπορεί να οδηγήσουν είτε σε οφέλη είτε σε απώλειες**. Η πιθανή ροή οφελών χρησιμεύει ως ανταμοιβή για την ανάληψη σημαντικών κινδύνων και ευθυνών. Τα άτομα αναλαμβάνουν τους κινδύνους που συνδέονται με την επιχειρηματικότητα κυρίως λόγω των διαθέσιμων οικονομικών ευκαιριών.

- **Κοινωνιολογικές θεωρίες:** Οι θεωρίες καταδεικνύουν ότι η επιθυμία να γίνει κάποιος επιχειρηματίας ή να επιδείξει επιχειρηματική συμπεριφορά και δράσεις προσανατολισμένες στις επιχειρήσεις, επηρεάζεται σημαντικά από τις **κοινωνικοοικονομικές, πολιτιστικές και περιβαλλοντικές συνθήκες του ατόμου**. Στην ουσία, οι επικρατούσες οικονομικές συνθήκες και οι κοινωνικές κουλτούρες οδηγούν την επιχειρηματικότητα στην κοινωνία διαμορφώνοντας τις στάσεις και τις πεποιθήσεις των ανθρώπων, οι οποίες στη συνέχεια επηρεάζουν τις επιχειρηματικές απόψεις, τη συμπεριφορά και τις αντιλήψεις τους. Οι μελετητές έχουν εξηγήσει αυτές τις κοινωνικοπολιτισμικές και περιβαλλοντικές επιδράσεις στην επιχειρηματικότητα μέσω εννοιών όπως η μέθοδος της κοινωνικής ανάπτυξης, το φαινόμενο Schumpeter και το φαινόμενο της απελπισίας/προσφυγιάς.

- **Ανθρωπολογικές θεωρίες:** Αυτές οι θεωρίες υποδηλώνουν ότι η επιχειρηματικότητα **επηρεάζεται κυρίως από πολιτισμικούς παράγοντες**, οι οποίοι ποικίλλουν σε ένταση σε τέσσερις ομάδες: απόσταση εξουσίας, ατομικισμός έναντι κολεκτιβισμού, αρρενωπότητα έναντι θηλυκότητας και αποφυγή αβεβαιότητας. Στην ουσία, οι πολιτισμοί προωθούν διακριτές συστάδες επιχειρηματικότητας, όπου

Project partners





ορισμένοι πολιτισμοί παρουσιάζουν **υψηλό ατομικισμό, χαμηλή αποφυγή αβεβαιότητας, χαμηλή απόσταση ισχύος και υψηλή αρρενωπότητα** που παρακινούν την επιχειρηματικότητα.

Συνοψίζοντας, οι επιχειρηματίες διαθέτουν ένα ξεχωριστό σύνολο χαρακτηριστικών και μια μοναδική νοοτροπία που οδηγεί την επιτυχία τους. Τα βασικά χαρακτηριστικά περιλαμβάνουν τη δημιουργικότητα, την καινοτομία, την ανθεκτικότητα και την ισχυρή αίσθηση του οράματος. Οι επιχειρηματίες είναι έμπειροι στον εντοπισμό και την εκμετάλλευση ευκαιριών, επιδεικνύοντας συχνά υψηλά επίπεδα αισιοδοξίας και ψυχικής ενέργειας. Είναι ριψοκίνδυνοι και αγκαλιάζουν την αβεβαιότητα, αξιοποιώντας την επινοητικότητα και τις διαχειριστικές τους δεξιότητες για να ανταποκριθούν στις προκλήσεις. Το ανταγωνιστικό πνεύμα και η δέσμευση για συνεχή βελτίωση είναι επίσης βασικά στην προσέγγισή τους. Αυτή η νοοτροπία, που χαρακτηρίζεται από μια προορατική στάση και έναν εσωτερικό τόπο ελέγχου, δίνει τη δυνατότητα στους επιχειρηματίες να επηρεάσουν το περιβάλλον τους και να επιτύχουν τους στόχους τους, συμβάλλοντας τελικά στην οικονομική ανάπτυξη και την κοινωνική πρόοδο.

Project partners



The Green & Social StartUps Erasmus+ Project (Nr. 2022-1-PL01-KA220-SCH-000087194) is co-funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

1.3. Ρόλοι και Ευθύνες στην Επιχειρηματικότητα

Στην επιχειρηματικότητα, οι ρόλοι και οι ευθύνες είναι διαφορετικοί και κρίσιμοι για την επιτυχία. Οι επιχειρηματίες εντοπίζουν και εκμεταλλεύονται επιχειρηματικές ευκαιρίες, συχνά μέσω καινοτόμων λύσεων. Αναλαμβάνουν κινδύνους και διαχειρίζονται πόρους, συμπεριλαμβανομένων των οικονομικών, του προσωπικού και του χρόνου, για να οικοδομήσουν και να αναπτύξουν τις επιχειρήσεις τους. Ο στρατηγικός σχεδιασμός και η λήψη αποφάσεων είναι βασικές ευθύνες, καθώς οι επιχειρηματίες θέτουν στόχους και επινοούν μεθόδους για να τους επιτύχουν. Οδηγούν και δίνουν κίνητρα σε ομάδες, ενισχύοντας ένα παραγωγικό και δυναμικό περιβάλλον εργασίας. Επιπλέον, οι επιχειρηματίες πρέπει να προσαρμοστούν στις μεταβαλλόμενες συνθήκες της αγοράς και στις ανάγκες των πελατών, διασφαλίζοντας ότι η επιχειρησή τους παραμένει ανταγωνιστική. Τελικά, οδηγούν την οικονομική ανάπτυξη και συμβάλλουν στην κοινωνική πρόοδο μέσω των επιχειρηματικών προσπαθειών τους.

1.3.1. Ως Ιδιοκτήτες Επιχειρήσεων και Εργαζόμενοι

Οι ιδιοκτήτες επιχειρήσεων έχουν αντιμετωπίσει την πραγματικότητα στην οποία οι εργαζόμενοι οδηγούν την επιχείρηση προς την επιτυχία. Ως εκ τούτου, καθόρισαν τα ακόλουθα ορόσημα που πρέπει να ακολουθηθούν (Raghava, 2021):

Δημιουργία φιλικής κουλτούρας στο χώρο εργασίας μέσα στον οργανισμό – Οι επιχειρηματίες θεωρούν τους υπαλλήλους του συνεργάτες και είναι απίστευτα σημαντικοί για εμάς. Οι εργαζόμενοι συμβάλλουν στην ανάπτυξη και τη βιωσιμότητα μιας εταιρείας με τον ίδιο τρόπο που οι πελάτες έχουν δημιουργήσει εισόδημα. Είναι σημαντικό οι επιχειρηματίες να καλλιεργήσουν μια υποστηρικτική, οικογενειακή κουλτούρα για να το κάνουν αυτό. Έχει εξαχθεί το συμπέρασμα ότι η υπερβολική πίεση και το άγχος δεν ήταν τα καλύτερα κίνητρα για δουλειά. Οι εργαζόμενοι με γνώση πρέπει να αντιμετωπίζονται με σεβασμό και ευπρέπεια, να εκτιμώνται για τις ιδέες και τις συνεισφορές τους και να τους βοηθούν να το κάνουν τη δουλειά τους. Οι εργαζόμενοι ήταν τα καλύτερα άτομα για να προτείνουν καλύτερους και πιο αποτελεσματικούς τρόπους για να γίνουν τα πράγματα. Ως αποτέλεσμα,

Project partners





είναι απαραίτητο να δημιουργηθούν συστήματα που να εγγυώνται ότι ο χώρος εργασίας μας έχει πραγματικά μια φιλική ατμόσφαιρα. Μερικές από τις πρακτικές που μπορούν να εφαρμοστούν για τη δημιουργία μιας φιλικής κουλτούρας στο χώρο εργασίας είναι το ανοιχτό γραφείο, όπου όλοι οι εργαζόμενοι μπορούν να μπουκ στα γραφεία των διευθυντών, τακτικά (μία φορά την εβδομάδα) ανοιχτό σπίνι με τυχαίους υπαλλήλους, ομαδικές εκδρομές, ετήσιες ημερήσιες γιορτές με την προετοιμασία τους να κατανέμεται σε βάθος κάποιων εβδομάδων, συμβουλευτικές υπηρεσίες, μια κουλτούρα ομαδικής εργασίας και ανταλλαγής, ενθαρρύνοντας τους ανθρώπους να μοιραστούν τη γνώση και την εμπειρία τους, κ.λπ. Το να γίνεσαι εγκάρδιος με τους υπαλλήλους, να εκδηλώνεις ενδιαφέρον για τη δουλειά τους και να ενεργείς σύμφωνα με τις συστάσεις τους - πολλές από τις οποίες ήταν κρίσιμες - δεν κόστισε τίποτα.

Επιδίωξη της επιχειρησιακής αριστεία και την ανάπτυξη μέσω της συνεχιζόμενης εκπαίδευσης – Οι επιχειρηματίες εργάζονται στον τομέα της γνώσης. Οι επιχειρήσεις που ασχολούνται με τη γνώση απαιτούν μια διαδικασία κατά την οποία οι εργαζόμενοι διατηρούν ένα επίπεδο γνώσεων που ευθυγραμμίζεται με τις εξελίξεις στον τομέα τους, στις δεξιότητες και στην προσωπική τους ανάπτυξη. Όλοι οι επιχειρηματίες πρέπει να καταβάλουν προσπάθεια για να δημιουργήσουν έναν οργανισμό που δίνει έμφαση στη μάθηση, εφαρμόζοντας διαδικασίες που προωθούν την ανταλλαγή πληροφοριών μεταξύ των ομάδων. Οι εργαζόμενοι πρέπει να ενθαρρύνονται να εγγράφονται σε διαδικτυακά μαθήματα και να αποκτούν επιπλέον πιστοποιήσεις, είτε είναι γενικού ενδιαφέροντος είτε εξειδικευμένες για το αντικείμενο της εργασίας τους. Η κύρια αξία που θα πρέπει να τονίζεται από τον επιχειρηματία είναι η προσωπική ανάπτυξη κάθε εργαζομένου.

Υπεύθυνος και ηθικός εταιρικός πολίτης – Οι επιχειρηματίες πρέπει πάντα να προσπαθούν να είναι καλοί εταιρικοί πολίτες και να δίνουν πίσω στην κοινότητα όσα περισσότερα μπορούν, λαμβάνοντας υπόψη το μέγεθός τους. Είτε αυτό σήμαινε τη χρήση οικονομικών πόρων (όπως συμβαίνει σε πολλές φυσικές καταστροφές στις οποίες μπορούν να συνεισφέρουν τόσο μεμονωμένα όσο και ως εταιρεία) είτε δίνοντας τη δυνατότητα στους εργαζόμενους να πάρουν άδεια για να συμμετάσχουν σε δραστηριότητες που εξυπηρετούν την κοινότητα. Είναι σημαντικό το άτομο που εκτελεί την εργασία

Project partners





(στην περίπτωση μας, ο εργαζόμενος που έχει τη γνώση) να κατανοεί πραγματικά πώς να βελτιώσει μια διαδικασία ή να παρέχει καλύτερες υπηρεσίες, και ως εκ τούτου, θα πρέπει να του δοθεί η ευκαιρία να επηρεάσει σημαντικά την εταιρεία. Αυτή η συνεισφορά πρέπει να αναγνωριστεί και να επιβραβευτεί.

Η δημιουργία μιας φιλικής κουλτούρας στο χώρο εργασίας είναι ζωτικής σημασίας για την ανάπτυξη και τη βιωσιμότητα μιας εταιρείας. Οι επιχειρηματίες πρέπει να βλέπουν τους εργαζόμενους ως συνεργάτες και να τους αντιμετωπίζουν με σεβασμό, ευπρέπεια και εκτίμηση. Η υπερβολική πίεση και το άγχος δεν είναι αποτελεσματικά κίνητρα. Αντίθετα, η προώθηση ενός υποστηρικτικού, οικογενειακού περιβάλλοντος είναι το κλειδί. Πρακτικές όπως ανοιχτά γραφεία, τακτικά ανοιχτά σπίτια, ομαδικές εξόδους και μια κουλτούρα ομαδικής εργασίας και ανταλλαγής γνώσεων μπορούν να βοηθήσουν στην επίτευξη αυτού του στόχου. Με το να γίνουν εγκάρδιοι με τους υπαλλήλους, να εκδηλώσουν ενδιαφέρον για την εργασία τους και να ενεργήσουν σύμφωνα με τις συστάσεις τους, οι επιχειρηματίες μπορούν να δημιουργήσουν μια πραγματικά φιλική ατμόσφαιρα που ενισχύει την παραγωγικότητα και την καινοτομία.

1.3.2. Μελέτες περίπτωσης: Διαφορετικά Επιχειρηματικά Ταξίδια

Adi Dassler - Adidas

Ορισμένες από τις κορυφαίες μάρκες του σήμερα ξεκίνησαν από χαμηλά και ο ιδρυτής της Adidas, Adolf "Adi" Dassler αποτελεί παράδειγμα αυτού του ταξιδιού. Ο Dassler ξεκίνησε την καριέρα του ως υποδηματοποιός στην τουαλέτα της μητέρας του σε μια μικρή πόλη της Βαυαρίας στη Γερμανία. Εδώ, άρχισε να σχεδιάζει και να φτιάχνει παπούτσια με στόχο να δημιουργήσει τα καλύτερα αθλητικά παπούτσια για αθλητές. Αν και υπήρχαν πολλοί τσαγκάρηδες εκείνη την εποχή, ο Dassler ξεχώρισε αναζητώντας σχόλια από τους αθλητές σχετικά με τις προτιμήσεις παπουτσιών, τα σημεία πόνου και τις απόψεις για τα αρχικά του σχέδια. Αυτή η πολύτιμη ανατροφοδότηση επέτρεψε στον Dassler να αναπτύξει ένα αθλητικό παπούτσι που πέτυχε μεγάλη εκτίμηση, καθιερώνοντας την αξιοπιστία όταν καταχώρησε το "Adi Dassler Adidas Sportschuhfabrik" το 1949 σε ηλικία 49 ετών. Την ίδια χρονιά, καταχωρήθηκε το πρώτο παπούτσι με τις τρεις ρίγες της Adidas. Το όραμα του Dassler να παράγει

Project partners





ανώτερα παπούτσια για αθλητές επικυρώθηκε το 1954, όταν η γερμανική εθνική ομάδα ποδοσφαίρου κέρδισε τον τελικό του Παγκοσμίου Κυπέλλου εναντίον της Ουγγαρίας φορώντας παπούτσια με το λογότυπο της Adidas. Ο ιστότοπος της Adidas σημειώνει ότι αυτή η εξαιρετική νίκη αντηχούσε παγκοσμίως για δεκαετίες, καθιστώντας την Adidas και τον ιδρυτή της ως εξέχοντα ονόματα στο ποδόσφαιρο. Έκτοτε, η Adidas έχει εξελιχθεί σε μια παγκόσμια μάρκα γνωστή για αθλητικά ρούχα υψηλής ποιότητας. Η ιστορία του Dassler υπογραμμίζει τη σημασία της ακρόασης των πελατών σχετικά με τις φιλοδοξίες, τις ανάγκες και τις προκλήσεις τους. «Το κλειδί της επιτυχίας του Adi Dassler περιλάμβανε μια προσωπική επαφή: Ασχολήθηκε με αθλητές, άκουγε προσεκτικά και αναζητούσε συνεχώς βελτιώσεις ή καινοτομίες για να καλύψει τις ανάγκες τους», αναφέρει ο ιστότοπος της Adidas. «Από την αρχή, οι καλύτεροι αθλητές εμπιστεύονταν την Adidas και τον ιδρυτή της».

Steve Jobs - Apple

Αναδεικνύει τις διαμορφωτικές εμπειρίες και τα εμπόδια που διαμορφώνουν τους επιτυχημένους επιχειρηματίες. Το να μεγαλώνεις με περιορισμένους πόρους ή σε δύσκολες συνθήκες συχνά καλλιεργεί την ανθεκτικότητα και την επινοητικότητα, κρίσιμα χαρακτηριστικά για την επιχειρηματικότητα. Για παράδειγμα, οι οικονομικοί περιορισμοί μπορούν να οδηγήσουν σε καινοτόμο σκέψη και αποτελεσματικές στρατηγικές εκκίνησης. Ομοίως, οι προσωπικές δυσκολίες ή οι αποτυχίες του παρελθόντος διδάσκουν κρίσιμα μαθήματα επιμονής και προσαρμοστικότητας. Αυτές οι πρώιμες προκλήσεις είναι καθοριστικές για την ανάπτυξη των επιχειρηματικών ενστίκτων και της ικανότητας αντιμετώπισης της αβεβαιότητας. Οι επιχειρηματίες που βλέπουν αυτές τις εμπειρίες ως ευκαιρίες μάθησης αποκτούν μια ξεχωριστή προοπτική που τροφοδοτεί την πρόοδό τους στις επιχειρήσεις τους. Στη δυναμική βιομηχανία της τεχνολογίας, η Apple είναι γνωστή για τη συνεχή καινοτομία της. Η επιτυχία της εταιρείας έχει τις ρίζες της σε μια επιχειρηματική νοοτροπία που επικεντρώνεται στη συνεχή βελτίωση και τη μελλοντική σκέψη. Η Apple ενστερνίζεται τις τεχνολογίες που προκαλούν αναστάτωση, αμφισβητεί τους κανόνες της βιομηχανίας και δίνει προτεραιότητα στη σχεδίαση με επίκεντρο τον χρήστη. Προάγοντας μια κουλτούρα δημιουργικότητας και ανάληψης κινδύνων, έχουν εισαγάγει μετασχηματιστικά προϊόντα που επαναπροσδιορίζουν τις αγορές. Οι επιχειρηματίες μπορούν να μάθουν

Project partners





από την προσέγγιση της Apple που βρίσκεται μπροστά από τις τάσεις, αγκαλιάζει την αλλαγή και δίνει προτεραιότητα στην εμπειρία χρήστη. Η επιτυχία περιλαμβάνει ευκινησία, μεγαλεπήβολη σκέψη και διαρκή υπέρβαση των ορίων των δυνατοτήτων.

Ole Christiansen - Lego

Η Lego ιδρύθηκε από τον Ole Christiansen στις αρχές του 20ου αιώνα ως κατασκευαστής ξύλινων παιχνιδιών. Μετά από μια καταστροφική πυρκαγιά στο εργοστάσιο της, η εταιρεία στράφηκε αποκλειστικά στα πλαστικά παιχνίδια, παρουσιάζοντας το διάσημο πλέον τουβλάκι Lego τη δεκαετία του 1950. Αυτά τα αλληλοσυνδεόμενα τουβλάκια, που κατοχυρώθηκαν με δίπλωμα ευρεσιτεχνίας από τον Ole και τον γιο του Godtfried, αποτέλεσαν τη βάση για το καινοτόμο σύστημα παιχνιδιού της Lego. Η Lego γνώρισε σημαντική ανάπτυξη στη δεκαετία του 1980 και στις αρχές της δεκαετίας του 1990. Το ευέλικτο τουβλάκι Lego έγινε βασικό στοιχείο στα νοικοκυριά, και αγαπήθηκε τόσο από παιδιά όσο και από ενήλικες για τις ατελείωτες δημιουργικές του δυνατότητες. Η επιτυχία της εταιρείας ενισχύθηκε με την επέκταση σε θεματικά πάρκα, βιντεοπαιχνίδια, τηλεοπτικές εκπομπές και εμπορεύματα, όπως ρούχα και ρολόγια. Η επέκταση της Lego σε διάφορα προϊόντα οδήγησε σε αύξηση του αριθμού των σχημάτων και χρωμάτων των τουβλακίων Lego. Ενώ αυτό διέυρνε την εμπειρία της Lego, έφερε επίσης αυξημένη πολυπλοκότητα και κόστος στη διαχείριση της αλυσίδας παραγωγής και εφοδιασμού. Στα τέλη της δεκαετίας του 1990, αντιμέτωπη με τον αυξανόμενο ανταγωνισμό και την εξωτερική ανάθεση του κλάδου, η Lego αντιμετώπισε οικονομικές δυσκολίες. Υπό την ηγεσία του Jorgen Knudstorp, η στρατηγική ανάκαμψης της Lego χρησιμεύει ως υποδειγματική περίπτωση εταιρικής αναδιάρθρωσης και στρατηγικού αναπροσανατολισμού. Αντιμέτωποι με κλιμακούμενες οικονομικές απώλειες και λειτουργικές ανεπάρκειες, ο Knudstorp και η ομάδα του ανέπτυξαν και εφάρμοσαν μια ολοκληρωμένη προσέγγιση για την αποκατάσταση της κερδοφορίας και την εξασφάλιση μακροπρόθεσμης επιτυχίας.

Jack Ma – AliExpress

Ο Jack Ma ξεχωρίζει ως ένας από τους πιο σημαντικούς επιχειρηματίες στην ιστορία της Κίνας. Το χάρισμα και η διορατική του προσέγγιση έχουν συγκεντρώσει την παγκόσμια προσοχή. Πώς όμως ένας

Project partners





καθηγητής Αγγλικών αναδείχθηκε σε έναν από τους κορυφαίους επιχειρηματικούς ηγέτες της Κίνας; Σε αυτή τη νέα σειρά αποφοίτων, επισημαίνουμε τους πιο σημαντικούς αποφοίτους του CKGSB, πολλοί από τους οποίους ηγούνται πλέον εταιρειών μονόκερων - ιδιωτικές εταιρείες αξίας 1 δισεκατομμυρίου \$ ή περισσότερο. Σύμφωνα με το CB Insights, μια κορυφαία πλατφόρμα για πληροφορίες για τις ιδιωτικές εταιρείες δισεκατομμυρίων δολαρίων στον κόσμο, η Κίνα παρήγαγε 217 εταιρείες μονόκερων από το 2017 έως το 2021. Οι απόφοιτοι του CKGSB βρίσκονται στο τιμόνι 39 (18%) από αυτές τις εταιρείες. Αυτές περιλαμβάνουν 35 εταιρείες που ιδρύθηκαν ή συνιδρύθηκαν από αποφοίτους του CKGSB και 4 εταιρείες όπου οι απόφοιτοι κατέχουν ρόλους όπως πρόεδρος ή διευθύνων σύμβουλος. Το 1999, ο Jack Ma επέστρεψε στη γενέτειρά του, το Hangzhou, για να ξεκινήσει την Alibaba. Ξεκινώντας σε ένα κοινόχρηστο διαμέρισμα με 18 φίλους, αυτό το εγχείρημα θα μεταμορφώσει τελικά το τοπίο του ηλεκτρονικού εμπορίου. Το επιχειρηματικό μοντέλο του Jack Ma για την Alibaba ήταν απλό και πρωτοποριακό. Αντί να χρεώνει τους αγοραστές, η Alibaba επέβαλε συνδρομές μέλους στους πωλητές, επιτρέποντας σε πολυάριθμες μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις να ανθίσουν. Αφού δημιούργησε μια σταθερή αγορά από επιχείρηση σε επιχείρηση (B2B) στην Κίνα, ο Ma μετατόπισε την προσοχή του στην αγορά από πελάτη σε πελάτη (C2C). Το 2003, ξεκίνησε την Taobao, μια θυγατρική της Alibaba που παρείχε μια πλατφόρμα σε επιχειρηματίες και μικρές επιχειρήσεις για να προσεγγίσουν τους Κινέζους καταναλωτές. Η Taobao ξεπέρασε τους ανταγωνιστές, όπως το eBay, μη χρεώνοντας τέλη συναλλαγών, δημιουργώντας έσοδα από τη διαδικτυακή διαφήμιση. Η ανάπτυξη της Alibaba ήταν ραγδαία. Το 2003, αναγνωρίζοντας τις δυνατότητες στις ηλεκτρονικές πληρωμές, ο Ma ίδρυσε την Alipay, μια υπηρεσία πληρωμών τρίτων. Μέχρι το 2005, η Yahoo απέκτησε το 40% των μετοχών της Alibaba και το 2007, η εταιρεία συγκέντρωσε 1,7 δισεκατομμύρια δολάρια στην αρχική δημόσια προσφορά της στο Χονγκ Κονγκ. Μέχρι το 2007, η Taobao είχε καταλάβει ένα μερίδιο αγοράς 67% και είχε εξασφαλίσει την ιδιότητά της ως εταιρεία μονόκερος. Η δημόσια εγγραφή της Alibaba τον Σεπτέμβριο του 2014 έγινε η μεγαλύτερη στην ιστορία των ΗΠΑ, συγκεντρώνοντας 21,8 δισεκατομμύρια δολάρια. Περίπου αυτή την περίοδο, η Alipay μετονομάστηκε σε Ant Group, και έγινε η μεγαλύτερη εταιρεία ψηφιακών πληρωμών και μεταφοράς χρημάτων της Κίνας, εξυπηρετώντας πάνω από ένα δισεκατομμύριο χρήστες. Το 2020, η Alibaba συνεισέφερε 3 δισεκατομμύρια RMB για την υποστήριξη της καταπολέμησης της επιδημίας COVID-19

Project partners





WP3: Πρόγραμμα σπουδών «Εικονική
επιχειρηματικότητα για έναν βιώσιμο κόσμο»



Co-funded by
the European Union

στην Κίνα. Επιπλέον, το Ίδρυμα Jack Ma, μαζί με το Ίδρυμα Alibaba, δώρισε 200 εκατομμύρια RMB σε προμήθειες πρόληψης επιδημιών, συμπεριλαμβανομένων κιτ δοκιμών και μάσκες προσώπου. Το Forbes αναγνώρισε τον Jack Ma ως τον πιο φιλάνθρωπο επιχειρηματία της Κίνας το 2020.

Project partners



The Green & Social StartUps Erasmus+ Project (Nr. 2022-1-PL01-KA220-SCH-000087194) is co-funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

1.4. Οδηγίες διαδραστικής συζήτησης

Στις επόμενες ενότητες, θα παρουσιαστούν οδηγίες για δομημένο διάλογο στην τάξη και ομαδικές δραστηριότητες σχετικά με την επιχειρηματικότητα.

1.4.1. Δομημένα Θέματα Συζήτησης στην Τάξη

Χωρίστε τους μαθητές σε τρεις ομάδες και δώστε τους οδηγίες πώς να διεξάγουν συζήτηση. Δύο ομάδες θα συμμετάσχουν στη συζήτηση. Μετά τη συζήτηση, οι ομάδες θα συνεχίσουν να υπερασπίζονται τις θέσεις τους σε έναν ακόμη γύρο με πιο γενικό τρόπο ως καταληκτικές παρατηρήσεις. Η τρίτη ομάδα θα είναι οι ψηφοφόροι και θα αποφασίσουν με την πλειοψηφία των ψήφων ποια ομάδα θα κερδίσει τη συζήτηση σχετικά με την ίδρυση ενός επιχειρηματικού εγχειρήματος.

Βήμα 1: Δώστε σε δύο ομάδες μαθητών 10 λεπτά για να γράψουν μια λίστα με επιχειρήματα που είναι υπέρ και κατά για ένα επιχειρηματικό εγχείρημα και τη επιχειρηματικότητα ως καριέρα. Μια ομάδα θα πρέπει να γράψει επιχειρήματα υπέρ και η δεύτερη ομάδα θα πρέπει να γράψει επιχειρήματα κατά.

Βήμα 2: Δύο ομάδες θα επιλέξουν ποιος θα παρουσιάσει τα επιχειρήματά τους. Άλλα μέλη της ομάδας θα προσφέρουν διαφορετικές προοπτικές και συστάσεις για μια πιο εμπειριστατωμένη και οργανωμένη συζήτηση στην τάξη.

Βήμα 3: Ομαδική παρουσίαση

Ομάδα 1 - 10 λεπτά - Παρουσίαση των επιχειρημάτων υπέρ του επιχειρηματικού εγχειρήματος

Ομάδα 2 - 10 λεπτά - Παρουσίαση των επιχειρημάτων κατά του επιχειρηματικού εγχειρήματος

Βήμα 4: Περίοδος συζήτησης ομάδων - 5 λεπτά

Project partners





Αυτή η περίοδος χρησιμοποιείται για τις ομάδες να προετοιμάσουν τις απαντήσεις τους στα επιχειρήματα που έδωσε η αντίθετη ομάδα.

Βήμα 5: Ομαδική απάντηση στα επιχειρήματα της αντίθετης ομάδας

Ομάδα 1 - 5 λεπτά - Απάντηση των επιχειρημάτων υπέρ του επιχειρηματικού εγχειρήματος

Ομάδα δύο - 5 λεπτά – Απάντηση των επιχειρημάτων κατά του επιχειρηματικού εγχειρήματος Βήμα 6:
Συζήτηση σε Ολόκληρες Ομάδες – 5 λεπτά

Στο τέλος της συζήτησης και οι δύο ομάδες θα κάνουν καταληκτικές παρατηρήσεις σε σχέση με το γιατί η γνώμη και τα επιχειρήματά τους πρέπει να κερδίσουν. Θα μιλήσουν με πιο γενικό τρόπο για το επιχειρηματικό εγχείρημα και την επιχειρηματικότητα ως καριέρα.

Βήμα 7: Για να προσδιορίσετε ποια ομάδα έδωσε τα πιο πειστικά επιχειρήματα, η τρίτη ομάδα μαθητών θα ψηφίσει. 10 λεπτά

Συμβουλές για εκπαιδευτές (εκπαιδευτικούς):

- Πείτε στους μαθητές ότι ο σκοπός των συζητήσεων στην τάξη δεν είναι να καθοριστεί ποιος κερδίζει ή ποιος χάνει, αλλά μάλλον να καθορίσει πόσο καλά μια ομάδα προετοιμάζεται και παρουσιάζει την υπόθεσή της στους υποψήφιους υποστηρικτές της αντίθετης άποψης ενός επιχειρηματικού εγχειρήματος.
- Καθιερώστε κανόνες και κατευθυντήριες γραμμές για να βοηθήσετε τους μαθητές να προετοιμαστούν για τη συζήτηση.
- Δώστε τους μια προθεσμία για να προετοιμαστούν για το εγχείρημα και διευκρινίστε πώς πρέπει να παρουσιάσουν τα στοιχεία τους.
- Επιτρέψτε σε μαθητές που δε συμμετέχουν στη συζήτηση να λειτουργήσουν ως κριτές προκειμένου να μάθουν πώς να αξιολογούν αντικειμενικά τις επιδόσεις των συναδέλφων τους.
- Αποφασίστε εάν οι μαθητές που δεν συμμετέχουν στη συζήτηση θα μπορούν να ψηφίσουν ή όχι.

Project partners





- Δώστε στους μαθητές πρόσβαση σε υλικό που θα τους διδάξει σχετικά με τις συζητήσεις και τον τρόπο δομής τους.
- Για να βοηθήσετε τους μαθητές να κατανοήσουν τη διαδικασία, σκεφτείτε να φιλοξενήσετε έναν επιχειρηματία.
- Θα ήταν καλή ιδέα να αναθέσετε στους μαθητές να γράψουν σύντομες «εκθέσεις θέσεων» που να καλύπτουν πώς ένιωθαν για τη διαδικασία συζήτησης και πώς η ομάδα τους μπόρεσε να καταλήξει σε συμφωνία για τα ζητήματα.
- Διερευνήστε αμφιλεγόμενες, μοντέρνες και προβληματικές περιπτώσεις επιτυχημένων επιχειρηματιών για να προωθήσετε ζωντανές και διαδραστικές συζητήσεις στην τάξη. Όταν οι μαθητές διαφωνούν για ένα θέμα με το οποίο μπορεί να μπορούν να ταυτιστούν, είναι πιο πιθανό να είναι πραγματικά στο κλίμα της συζήτησης.
- Την ημέρα της συζήτησης, διαβάστε την προηγουμένως καθορισμένη διαδικασία συζήτησης και κάντε οποιεσδήποτε απαραίτητες ερωτήσεις ή διευκρινίσεις.
- Πριν ξεκινήσει η συζήτηση, ετοιμάστε τους πίνακες αξιολόγησης και δώστε τους στην τρίτη ομάδα που αποτελείται από ψηφοφόρους.
- Δώστε στα παιδιά όση περισσότερη ελευθερία μπορείτε όταν ξεκινήσετε τη «διαμάχη».
- Μετά τη συζήτηση, διευθύνετε μια συζήτηση στην τάξη και παρέχετε έναν απολογισμό της διαδικασίας.
- Εάν η συζήτηση γίνει «καυτή» και οι μαθητές αρχίσουν να μαλώνουν αντί να συζητούν, έχετε έτοιμο ένα εφεδρικό σχέδιο.

1.4.2. Ομαδικές Δραστηριότητες και Ασκήσεις Αναστοχασμού

Ο συντονιστής της τάξης θα πρέπει να οργανώσει τη συζήτηση των μαθητών σχετικά με το επιχειρηματικό εγχείρημα και τη νοοτροπία ενός επιχειρηματία.

Project partners





Κάθε μαθητής πρέπει να πάρει ένα χαρτί με στοχαστικές ερωτήσεις που παρουσιάζονται παραπάνω και να κάνει σημειώσεις για όλες τις απαντήσεις.

Στο επόμενο βήμα οι μαθητές θα πρέπει να πουν τη γνώμη τους για κάθε ερώτηση.

Ο συντονιστής της τάξης θα πρέπει να κρατά σημειώσεις και στο τέλος της άσκησης θα πρέπει να κάνει τις τελευταίες παρατηρήσεις.

Ερωτήσεις που θα συζητηθούν από τους μαθητές και τον συντονιστή της τάξης:

1. Σκεφτείτε μια στιγμή που αισθανθήκατε με **πάθος για ένα όραμα ή μια ιδέα**. Πώς επηρέασε αυτό το πάθος τις ενέργειες και τις αποφάσεις σας και τι αντίκτυπο είχε στην επιτυχία ή την ανάπτυξή σας;
2. Σκεφτείτε μια κατάσταση όπου **χρησιμοποιήσατε καινοτομία για να λύσετε ένα πρόβλημα ή να καλύψετε κάποια ανάγκη (δηλαδή, την ανάγκη της αγοράς)**. Πώς επηρέασε το αποτέλεσμα η προθυμία σας να ξεπεράσετε τα όρια και να αναζητήσετε μοναδικές λύσεις και ποια μαθήματα πήρατε από αυτή την εμπειρία;
3. Αναλογιστείτε μια περίπτωση κατά την οποία **προλάβατε και αντιμετώπισατε με επιτυχία την ανάγκη ορισμένων ατόμων (δηλαδή του πελάτη) πριν καν την αναγνωρίσουν**. Πώς επηρέασε αυτή η πελατοκεντρική προσέγγιση τη σχέση σας με τον πελάτη και τη συνολική επιτυχία του προϊόντος ή της υπηρεσίας σας;
4. Σκεφτείτε μια σημαντική **αποτυχία που έχετε βιώσει** στο ταξίδι σας ως μαθητής (δηλαδή, επιχειρηματική). Πώς μετατρέψατε αυτή την αποτυχία σε ευκαιρία μάθησης και πώς επηρέασε τις μετέπειτα στρατηγικές και τα αποτελέσματά σας;
5. Σκεφτείτε μια χρονική στιγμή που **δημιουργήσατε ή ήσασταν μέρος μιας ταλαντούχας ομάδας**. Πώς συνέβαλαν οι διαφορετικές δεξιότητες και τα πάθη των μελών της ομάδας στη συνεργασία και την καινοτομία και τι αντίκτυπο είχε αυτό στην επίτευξη των στόχων σας;

Project partners





6. Θυμηθείτε μια περίπτωση που **απλοποιήσατε ένα σύνθετο προϊόν ή υπηρεσία** για να το κάνετε πιο προσιτό. Πώς επηρέασε αυτή η απλοποίηση τη βάση των χρηστών σας και τη συνολική επιτυχία και ποιες προκλήσεις αντιμετωπίσατε στη διαδικασία;

7. Σκεφτείτε μια εποχή που **επιδίωξατε την αριστεία και αρνηθήκατε να συμβιβαστείτε με τη μετριότητα** στη δουλειά σας. Πώς αυτή η ακατάπαυστη αναζήτηση της τελειότητας οδήγησε σε συνεχή βελτίωση και ποια ήταν τα αποτελέσματα ή τα οφέλη από τη διατήρηση τόσο υψηλών προτύπων;

Project partners



The Green & Social StartUps Erasmus+ Project (Nr. 2022-1-PL01-KA220-SCH-000087194) is co-funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.



2. Επιχειρηματικότητα για έναν πιο πράσινο πλανήτη

2.1. Επισκόπηση

Αυτή η ενότητα περιλαμβάνει τεχνικές και πρακτικές για το πώς η επιχειρηματικότητα μπορεί να συμβάλει στη βιωσιμότητα, τη φροντίδα για το φυσικό περιβάλλον και την αντιμετώπιση της κλιματικής αλλαγής.

Σε καμία άλλη περίοδο της σύγχρονης ιστορίας οι περιβαλλοντικές προκλήσεις δεν ήταν τόσο έντονες. Το περιβάλλον βρίσκεται σε κρίση. Η ολοένα αυξανόμενη παγκόσμια ανησυχία για την κλιματική αλλαγή, την εξάντληση των φυσικών πόρων, την ερημοποίηση, την απώλεια βιοποικιλότητας και τη ρύπανση των υδάτινων πόρων έχει θέσει το δίλημμα «ανάπτυξη ή περιβάλλον» σε νέα βάση. Η προστασία του περιβάλλοντος συγκαταλέγεται στις προτεραιότητες της ευρωπαϊκής και της παγκόσμιας πολιτικής, και διαδραματίζει επίσης σημαντικό ρόλο στη διαμόρφωση των περισσότερων εθνικών πολιτικών για αειφόρο ανάπτυξη.

Αυτή η προσπάθεια θα μπορούσε να οριστεί ως μια πολυεπίπεδη διαδικασία που ασχολείται με τη δημιουργία και την εκμετάλλευση επιχειρηματικών ευκαιριών που προέρχονται από περιβαλλοντικά κενά, αποτυχίες της αγοράς ή ευκαιρίες της αγοράς. Η ιδέα της προσφοράς επιχειρηματικών λύσεων σε οικολογικά προβλήματα δημιουργεί οικονομική και περιβαλλοντική αξία, η οποία με τη σειρά της δημιουργεί οικονομικά και μη πλεονεκτήματα για την κοινωνία και το περιβάλλον. Θα μπορούσαμε να πούμε ότι οι βιώσιμοι επιχειρηματίες λειτουργούν στην τροχιά του κέρδους, του κοινωνικού καλού και της προστασίας του περιβάλλοντος.

Οι μελέτες που υπάρχουν για τη βιώσιμη επιχειρηματικότητα επικεντρώθηκαν κυρίως στις προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι νεοσύστατες επιχειρήσεις και οι μικρές επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον οικολογικό τομέα. Για παράδειγμα, οι οικολογικοί επιχειρηματίες αντιμετωπίζουν προκλήσεις καινοτομίας με αξιοσημείωτο τρόπο σε σύγκριση με μεγάλες επιχειρήσεις που λαμβάνουν οικονομική χρηματοδότηση (Demirel et al., 2019, Schick et al., 2002).

Project partners





Έτσι, μέσω αυτής της ενότητας, οι μαθητές θα μάθουν πώς να ιδρύουν και να διευθύνουν μια βιώσιμη επιχείρηση που στοχεύει στην ενσωμάτωση της περιβαλλοντικής ηθικής στις επιχειρήσεις.

Μαθησιακοί Στόχοι

Μέχρι το τέλος αυτής της ενότητας, οι φοιτητές θα είναι σε θέση:

- Ορίζουν τη βιωσιμότητα όπως αναπτύχθηκε με τα χρόνια.
- Εξετάζουν αρκετά οικολογικά προβλήματα από διαφορετικές οπτικές γωνίες για να κατανοήσουν τις επιπλοκές τους.
- Μάθουν να εντοπίζουν κρίσιμα οικολογικά προβλήματα που μπορούν να αντιμετωπιστούν μέσω πράσινων επιχειρηματικών πρωτοβουλιών.
- Αναγνωρίσουν το ρόλο της επιχειρηματικότητας στην αντιμετώπιση της προόδου.
- Εφαρμόσουν επιχειρηματικά εργαλεία και δεξιότητες στη στρατηγική και υλοποίηση έργων πράσινης επιχειρηματικότητας.
- Ενθαρρύνουν τη δημιουργική σκέψη για την ανάπτυξη καινοτόμων λύσεων σε κοινωνικά προβλήματα.
- Συμμετέχουν σε έργα που παρέχουν πρακτική εμπειρία στην κατεύθυνση της σχολικής μάθησης σε πραγματικά ζητήματα.
- Αυξήσουν τις ικανότητές τους για συνεργασία σε ομάδες και συνεργάτες.

Project partners



2.2. Βιωσιμότητα στις Επιχειρήσεις

Επιχειρηματικότητα

Ως επιχειρηματίας ορίζεται ένα άτομο που παίρνει μια αρχική ιδέα και αναπτύσσει μια επιχείρηση γύρω από αυτήν, διευθύνει την επιχείρηση, αναλαμβάνοντας τον κίνδυνο για την επιτυχία ή την αποτυχία της. Ορισμένοι σχολιαστές προτείνουν έναν ευρύτερο ορισμό που ενσωματώνει οποιονδήποτε δημιουργεί και διαχειρίζεται μια επιχείρηση, ενώ άλλοι προτείνουν ότι επιχειρηματίας είναι κάποιος που καινοτομεί και ηγείται σε έναν συγκεκριμένο τομέα. Οι ηθικές ανησυχίες προκύπτουν σχετικά με το εάν η επιδίωξη και η συσσώρευση κέρδους ευθυγραμμίζονται με τις ηθικές αρχές και αξίες, εάν το κέρδος δημιουργείται μέσω πρακτικών που εκμεταλλεύονται ή βλάπτουν άτομα ή κοινότητες. Οι πράσινοι επιχειρηματίες μπορούν να αντιστοιχιστούν σε τέσσερις γενικούς τύπους σε δύο διαστάσεις: Επιδίωξη κέρδους έναντι κοινωνικής αποστολής και νεοφυείς επιχειρήσεις έναντι καθιερωμένων επιχειρήσεων. Κάθε τύπος πράσινου επιχειρηματία έχει διαφορετικά κίνητρα και επιθυμητά αποτελέσματα (Nikolaou, et al., 2018).

Αειφορία

Η αειφορία, ως έννοια, έχει εξελιχθεί ως απάντηση σε διάφορες περιβαλλοντικές, κοινωνικές και οικονομικές προκλήσεις. Οι Πρώιμες Ανθρώπινες Κοινωνίες, οι παραδοσιακές κοινωνίες συχνά ασκούσαν βιώσιμη διαβίωση από ανάγκη, βασιζόμενες στους φυσικούς πόρους με τρόπο που επέτρεπε την αναπλήρωσή τους. Πρακτικές όπως το κυνήγι και η συλλογή, η αμειψισπορά και η εξοικονόμηση νερού ήταν αρκετά διαδεδομένες. Μεγάλες εκτάσεις δασικής γης χρησιμοποιήθηκαν για τη γεωργία ή είχαν καθαριστεί για τη δημιουργία οικισμών. Τα δάση έχουν υποβαθμιστεί και αλλάξει. Η εντατική χρήση ως πηγή ενέργειας και για κατασκευαστικούς σκοπούς η ρύπανση, είχε εξαφανίσει εντελώς τα παλιά δάση. Τα δέντρα κοβόταν για δεκαετίες χωρίς να αποκαθίστανται.

Ο Hans Carl von Carlowitz ήταν ο πρώτος που διατύπωσε ολοκληρωμένα την έννοια της αειφορίας στη δασοκομία. Το έτος 1713, έγραψε έναν οδηγό για την καλλιέργεια των αυτοχθόνων δέντρων, μια συλλογή από τις γνώσεις διαχείρισης των δασών της εποχής, το περίφημο δοκίμιο «Sylvicultura Oeconomica». Εκδόθηκε πριν από σχεδόν 300 χρόνια στη Λειψία.

Project partners





Ο Carlowitz πρότεινε μια προσεκτική χρήση του ξύλου. Περιέγραψε το ξύλο «εξίσου σημαντικό με το καθημερινό ψωμί». Οι πρακτικές συστάσεις συνδυάστηκαν με περιγραφές χρήσιμων ποικιλιών δέντρων για να εγγραφούν μια μακροπρόθεσμη λύση για την αντιμετώπιση της έλλειψης ξυλείας. Παρατήρησε ότι θα μπορούσε να επιτευχθεί μια ισορροπία μεταξύ της φύτευσης, της καλλιέργειας και της συγκομιδής των δέντρων και ότι τα οφέλη μπορούν να απολαμβάνονται συνεχώς και διαρκώς.

Η Βιομηχανική Επανάσταση σηματοδότησε μια σημαντική στροφή προς την εκβιομηχάνιση και την αστικοποίηση, οδηγώντας σε ταχεία οικονομική ανάπτυξη αλλά και περιβαλλοντική υποβάθμιση και κοινωνικές ανισότητες. Η αυξημένη χρήση ορυκτών καυσίμων, η αποψίλωση των δασών και η ρύπανση έγιναν μείζονες ανησυχίες.

Το κίνημα διατήρησης (τέλη 19ου έως αρχές 20ου αιώνα) εμφανίστηκε ως απάντηση στην εξάντληση των φυσικών πόρων και την απώλεια της βιοποικιλότητας. Οι οικολόγοι υποστήριξαν την προστασία των περιοχών άγριας φύσης, των εθνικών πάρκων και των αποθεμάτων άγριας ζωής, ενώ το Περιβαλλοντικό Κίνημα κέρδισε δυναμική στα μέσα του 20ου αιώνα, τροφοδοτούμενο από ανησυχίες για τη ρύπανση, την καταστροφή των οικοτόπων και τη δημόσια υγεία. Βασικά γεγονότα όπως η δημοσίευση της "Σιωπηλής Άνοιξης" της Rachel Carson (1962) και η πρώτη Ημέρα της Γης το 1970 βοήθησαν στην ευαισθητοποίηση σχετικά με περιβαλλοντικά ζητήματα.

Η έννοια της αειφόρου ανάπτυξης απέκτησε έμφαση στα τέλη του 20ου αιώνα, μετά τη δημοσίευση της Έκθεσης Brundtland από την Παγκόσμια Επιτροπή για το Περιβάλλον και την Ανάπτυξη το 1987. Η αειφόρος ανάπτυξη ορίστηκε ως «ανάπτυξη που ικανοποιεί τις ανάγκες του παρόντος χωρίς να διακυβεύεται η ικανότητα οι επόμενες γενιές να καλύψουν τις δικές τους ανάγκες». Διεθνείς Συμφωνίες και Πρωτοβουλίες: Τα Ηνωμένα Έθνη έχουν διαδραματίσει κεντρικό ρόλο στην προώθηση της βιωσιμότητας μέσω πρωτοβουλιών όπως η Σύνοδος Κορυφής για τη Γη στο Ρίο ντε Τζανέιρο (1992), η οποία οδήγησε στην υιοθέτηση της Ατζέντας 21 και στη θέσπιση της Σύμβασης Πλαισίου των Ηνωμένων Εθνών για το κλίμα Αλλαγή (UNFCCC). Μεταγενέστερες συμφωνίες όπως το Πρωτόκολλο του Κιότο (1997) και η Συμφωνία του Παρισιού (2015) είχαν ως στόχο την αντιμετώπιση της κλιματικής αλλαγής και την προώθηση της βιώσιμης ανάπτυξης σε παγκόσμια κλίμακα. Καθώς οι περιβαλλοντικές πιέσεις

Project partners





γίνονται πιο έντονες, οι κοινωνίες προσπαθούν να υιοθετήσουν έναν πιο βιώσιμο τρόπο ζωής. Η ζήτηση για πράσινα προϊόντα και υπηρεσίες αυξάνεται και οι παγκόσμιες αγορές αναζητούν φιλικές προς το κλίμα επιχειρήσεις και τεχνολογίες. Για παράδειγμα, η Συμφωνία του Παρισιού οδήγησε σε επενδυτικές ευκαιρίες ύψους 23 τρισεκατομμυρίων δολαρίων ΗΠΑ σε αναδυόμενες αγορές μεταξύ 2016 και 2030 (IFC 2016).

Τις τελευταίες δεκαετίες, υπάρχει μια αυξανόμενη αναγνώριση του ρόλου που διαδραματίζουν οι επιχειρήσεις στην προώθηση της αειφορίας. Πολλές εταιρείες έχουν υιοθετήσει πρακτικές αειφορίας ως μέρος των προσπαθειών τους για εταιρική κοινωνική ευθύνη, συμπεριλαμβανομένων δεσμεύσεων για μείωση των εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου, διατήρηση πόρων και υποστήριξη της κοινοτικής ανάπτυξης.

Πρόοδους στην Επιστήμη και την Τεχνολογία της Αειφορίας: Οι πρόοδοι στην επιστήμη και την τεχνολογία έχουν συμβάλει στην κατανόηση της αειφορίας και παρέχουν καινοτόμες λύσεις στις περιβαλλοντικές προκλήσεις. Τομείς όπως οι ανανεώσιμες πηγές ενέργειας, η πράσινη χημεία, η αειφόρος γεωργία και η κυκλική οικονομία έχουν αναδυθεί για να προωθήσουν πιο βιώσιμες πρακτικές και συστήματα.

Σε όλη την ιστορία, η αειφορία ήταν μια εξελισσόμενη έννοια που διαμορφώθηκε από την αλλαγή των κοινωνικών, οικονομικών και περιβαλλοντικών πλαισίων. Σήμερα, αντιπροσωπεύει μια ολιστική προσέγγιση της ανάπτυξης που επιδιώκει να εξισορροπήσει την οικονομική ευημερία, την κοινωνική ισότητα και την περιβαλλοντική διαχείριση προς όφελος των σημερινών και των μελλοντικών γενεών.

2.2.1. Αρχές Αειφορικής Επιχειρηματικότητας

Η αειφορία στις επιχειρήσεις αναφέρεται στην πρακτική διεξαγωγής των εργασιών με τρόπο που να ανταποκρίνεται στις ανάγκες του παρόντος χωρίς να διακυβεύεται η ικανότητα των μελλοντικών γενεών να καλύψουν τις δικές τους ανάγκες.

Project partners



Βασικές πτυχές της αειφορίας στις επιχειρήσεις	
Περιβαλλοντική Αειφορία	Διαφάνεια και Υπευθυνότητα
Κοινωνική Αειφορία	Καινοτομία και Συνεργασία
Οικονομική Αειφορία	Ενδυνάμωση και ευημερία των εργαζομένων
Συμμετοχή Ενδιαφερόμενων Μερών	Συμμετοχή Πελατών και Δημιουργία Αξίας
Κυκλική οικονομία	Κανονιστική Συμμορφωση και Διαχείριση Κινδύνων

Οι επιχειρήσεις προσπαθούν να ελαχιστοποιήσουν τις περιβαλλοντικές τους επιπτώσεις μειώνοντας την κατανάλωση πόρων, ελαχιστοποιώντας τη ρύπανση και τα απόβλητα, εξοικονομώντας ενέργεια και νερό και προστατεύοντας τη βιοποικιλότητα. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει την υιοθέτηση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας, την εφαρμογή πράσινων τεχνολογιών και τη βελτιστοποίηση των αλυσίδων εφοδιασμού για την ελαχιστοποίηση των εκπομπών άνθρακα και άλλων περιβαλλοντικών ρύπων.

Οι επιχειρήσεις αναγνωρίζουν τον αντίκτυπό τους στην κοινωνία και επιδιώκουν να δημιουργήσουν θετικά κοινωνικά αποτελέσματα για τους εργαζόμενους, τις κοινότητες και άλλους ενδιαφερόμενους φορείς. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει τη διασφάλιση δίκαιων εργασιακών πρακτικών, την προώθηση της διαφορετικότητας και της ένταξης, την υποστήριξη των τοπικών κοινοτήτων και την επένδυση σε προγράμματα εκπαίδευσης, υγειονομικής περίθαλψης και κοινωνικής πρόνοιας.

Οι αιεφόρες επιχειρήσεις στοχεύουν στην επίτευξη μακροπρόθεσμης οικονομικής βιωσιμότητας, δημιουργώντας παράλληλα αξία για τους μετόχους, τους εργαζόμενους και την κοινωνία στο σύνολό της. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει την εξισορρόπηση βραχυπρόθεσμων οικονομικών στόχων με μακροπρόθεσμους στρατηγικούς στόχους, επενδύσεις σε ευκαιρίες καινοτομίας και ανάπτυξης και υιοθέτηση επιχειρηματικών μοντέλων που παράγουν θετικές αποδόσεις ελαχιστοποιώντας τους κινδύνους και τις εξωτερικές επιδράσεις.

Project partners





Μια αειφόρα επιχείρηση συνεργάζεται ενεργά με ένα ευρύ φάσμα ενδιαφερομένων, συμπεριλαμβανομένων των εργαζομένων, των πελατών, των προμηθευτών, των επενδυτών, των κυβερνήσεων και των κοινοτήτων. Επιδιώκουν να κατανοήσουν και να αντιμετωπίσουν τις ανάγκες, τις ανησυχίες και τις προσδοκίες αυτών των ενδιαφερομένων, χτίζοντας εμπιστοσύνη και ενισχύοντας τις αμοιβαία επωφελείς σχέσεις.

Οι επιχειρήσεις ασπάζονται τις αρχές της κυκλικής οικονομίας, η οποία στοχεύει στην ελαχιστοποίηση της σπατάλης και τη μεγιστοποίηση της αποδοτικότητας των πόρων σχεδιάζοντας προϊόντα, διαδικασίες και συστήματα που επιτρέπουν στα υλικά να επαναχρησιμοποιηθούν, να ανακυκλωθούν ή να αναγεννηθούν στο τέλος του κύκλου ζωής τους. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει την υιοθέτηση πρακτικών όπως ο επανασχεδιασμός του προϊόντος, η ανακατασκευή και η ανακύκλωση κλειστού βρόχου.

Οι αειφόρες επιχειρήσεις είναι διαφανείς σχετικά με τις περιβαλλοντικές, κοινωνικές και οικονομικές επιδόσεις τους, αποκαλύπτοντας σχετικές πληροφορίες στους ενδιαφερόμενους φορείς και θεωρώντας τους εαυτούς τους υπεύθυνους για τις ενέργειές τους. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει την υποβολή αναφορών για βασικές μετρήσεις αειφορίας, όπως οι εκπομπές άνθρακα, η χρήση ενέργειας, οι μετρήσεις διαφορετικότητας και συμπερίληψης και προσπάθειες συμμετοχής της κοινότητας.

Οι επιχειρήσεις ενστερνίζονται την καινοτομία και τη συνεργασία ως οδηγούς της αειφορίας. Επενδύουν στην έρευνα και ανάπτυξη νέων τεχνολογιών, προϊόντων και επιχειρηματικών μοντέλων που προάγουν τη βιωσιμότητα και συνεργάζονται με άλλες επιχειρήσεις, κυβερνήσεις, ΜΚΟ και ακαδημαϊκά ιδρύματα για την αντιμετώπιση σύνθετων προκλήσεων αειφορίας. Συμμορφώνονται με τους ισχύοντες νόμους, κανονισμούς και πρότυπα που σχετίζονται με περιβαλλοντικές, κοινωνικές και οικονομικές επιδόσεις και ενσωματώνουν ζητήματα αειφορίας στις διαδικασίες διαχείρισης κινδύνου. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει τη διενέργεια αξιολογήσεων περιβαλλοντικών και κοινωνικών επιπτώσεων, τον εντοπισμό και τον μετριασμό των κινδύνων και τη διασφάλιση της συμμόρφωσης με τα πρότυπα και τις βέλτιστες πρακτικές του κλάδου.

Project partners





Μια βιώσιμη επιχείρηση δίνει προτεραιότητα στην υγεία, την ασφάλεια και την ευημερία των εργαζομένων της, αναγνωρίζοντας ότι οι αφοσιωμένοι εργαζόμενοι στους οποίους δίνονται σωστά κίνητρα είναι απαραίτητοι για την επίτευξη των στόχων αειφορίας. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει την παροχή ευκαιριών για επαγγελματική εξέλιξη, την προώθηση της ισορροπίας μεταξύ επαγγελματικής και προσωπικής ζωής και την προώθηση μιας κουλτούρας συνεργασίας και καινοτομίας στην οποία συμπεριλαμβάνονται όλοι.

Οι αιεφόρες επιχειρήσεις συνεργάζονται με τους πελάτες για να κατανοήσουν τις προτιμήσεις και τις προτεραιότητές τους για την αειφορία και καινοτομούν για να δημιουργήσουν προϊόντα, υπηρεσίες και εμπειρίες που προσφέρουν αξία, ελαχιστοποιώντας τις περιβαλλοντικές και κοινωνικές επιπτώσεις. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει την ενσωμάτωση αρχών αιεφόρου σχεδιασμού, την προσφορά φιλικών προς το περιβάλλον εναλλακτικών λύσεων και την εκπαίδευση των πελατών σχετικά με τα οφέλη της αειφορίας.

Ενσωματώνοντας την αειφορία σε όλες τις πτυχές των δραστηριοτήτων τους, οι επιχειρήσεις μπορούν να δημιουργήσουν μακροπρόθεσμη αξία για τους ενδιαφερόμενους, να μειώσουν τους κινδύνους, να ενισχύσουν τη φήμη και να συμβάλουν σε ένα πιο αιεφόρο και δίκαιο μέλλον για την κοινωνία και τον πλανήτη.

2.2.2. Περιβαλλοντική Ηθική και Επιχειρήσεις

Η περιβαλλοντική ηθική στις επιχειρήσεις αντιμετωπίζει τις ηθικές ευθύνες που έχουν οι εταιρείες απέναντι στο περιβάλλον. Περιλαμβάνει τις ηθικές εκτιμήσεις, τις ηθικές υποχρεώσεις και τις ευθύνες που πρέπει να λαμβάνουν υπόψη οι επιχειρήσεις όταν λαμβάνουν αποφάσεις που επηρεάζουν τον φυσικό κόσμο. Βασικά σημεία σχετικά με τη διασταύρωση της περιβαλλοντικής ηθικής και των επιχειρήσεων περιλαμβάνουν την αειφορία, την κοινωνική ευθύνη, τη συνεργασία, τη διαφάνεια, τη διαχείριση του περιβάλλοντος, την καινοτομία και τις πράσινες τεχνολογίες.

Project partners



Περιβαλλοντική ηθική και επιχειρήσεις	
Φυσικοί πόροι	Συνεργασία
Κοινωνική Ευθύνη	Συστήματα διαχείρισης περιβάλλοντος
Βιοποικιλότητα	Έννοια διαχείρισης
Καινοτομία	Συνεχής βελτίωση

Οι επιχειρήσεις θα πρέπει να ενστερνιστούν την έννοια της διαχείρισης, αναγνωρίζοντας ότι έχουν την ευθύνη να φροντίζουν και να προστατεύουν το περιβάλλον για τις μελλοντικές γενιές. Αυτό περιλαμβάνει τη σοφή διαχείριση των φυσικών πόρων, την ελαχιστοποίηση της ρύπανσης και των αποβλήτων και τη διατήρηση της βιοποικιλότητας, υιοθετώντας την αρχή της προφύλαξης, η οποία ορίζει τη λήψη προληπτικών μέτρων σε καταστάσεις όπου υπάρχει επιστημονική αβεβαιότητα σχετικά με τις πιθανές περιβαλλοντικές επιπτώσεις μιας συγκεκριμένης δραστηριότητας. Αυτό ενθαρρύνει τις επιχειρήσεις να εσωτερικεύσουν το περιβαλλοντικό κόστος των δραστηριοτήτων τους και να υιοθετούν καθαρότερες και πιο βιώσιμες πρακτικές.

Πολλές επιχειρήσεις υιοθετούν πρωτοβουλίες Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ) που περιλαμβάνουν περιβαλλοντικούς στόχους και δεσμεύσεις και ενσωματώνουν περιβαλλοντικούς προβληματισμούς στις πρωτοβουλίες εταιρικής κοινωνικής ευθύνης. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει μείωση των εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου, εξοικονόμηση νερού και ενέργειας, ελαχιστοποίηση των αποβλήτων και υποστήριξη των προσπάθειών διατήρησης του περιβάλλοντος, επενδύσεις σε έργα ανανεώσιμων πηγών ενέργειας. Τα προγράμματα ΕΚΕ αποδεικνύουν τη δέσμευση μιας εταιρείας στην περιβαλλοντική ηθική.

Οι επιχειρήσεις θα πρέπει να εφαρμόζουν συστήματα περιβαλλοντικής διαχείρισης (EMS) όπως το ISO 14001 για τον συστηματικό εντοπισμό, παρακολούθηση και διαχείριση περιβαλλοντικών κινδύνων και ευκαιριών εντός του οργανισμού. Θα πρέπει επίσης να διεξάγουν αξιολογήσεις κύκλου ζωής για να αξιολογήσουν τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις των προϊόντων και των διαδικασιών από την εξόρυξη πρώτων υλών έως τη απόρριψη του προϊόντος. Αυτές οι πληροφορίες μπορούν να χρησιμοποιηθούν για τον εντοπισμό ευκαιριών βελτίωσης και την πραγματοποίηση πιο αειφορικών επιλογών.

Project partners





Η συνεργασία με άλλες επιχειρήσεις, κυβερνητικούς φορείς, ΜΚΟ και ακαδημαϊκά ιδρύματα διευκολύνει την αντιμετώπιση των περιβαλλοντικών προκλήσεων συλλογικά και την προώθηση πολιτικών και κανονισμών που υποστηρίζουν την προστασία του περιβάλλοντος και τη βιωσιμότητα σε τοπικό, εθνικό και παγκόσμιο επίπεδο. Διαφάνεια σχετικά με τις περιβαλλοντικές επιδόσεις και τις επιπτώσεις, αποκάλυψη σχετικών πληροφοριών στα ενδιαφερόμενα μέρη και παροχή δυνατότητας στους ενδιαφερόμενους να λαμβάνουν τεκμηριωμένες αποφάσεις.

Η περιβαλλοντική ηθική μπορεί να οδηγήσει στην καινοτομία στις επιχειρήσεις, οδηγώντας στην ανάπτυξη νέων τεχνολογιών και πρακτικών που είναι πιο φιλικές προς το περιβάλλον. Η επένδυση στην καινοτομία, την έρευνα και την ανάπτυξη νέων τεχνολογιών και πρακτικών μπορεί να μειώσει τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις και να προωθήσει την αειφορία. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει τεχνολογίες ανανεώσιμων πηγών ενέργειας, πράσινη χημεία, βιώσιμη γεωργία και λύσεις κυκλικής οικονομίας. Οι εταιρείες που δίνουν προτεραιότητα στην περιβαλλοντική ηθική μπορούν να επενδύσουν στην έρευνα και ανάπτυξη πράσινων τεχνολογιών ή να συνεργαστούν με άλλους οργανισμούς για την εξεύρεση αειφορικών λύσεων στις περιβαλλοντικές προκλήσεις.

Προσπαθούν για συνεχή βελτίωση των περιβαλλοντικών επιδόσεων, θέτοντας φιλόδοξους στόχους, παρακολουθώντας την πρόοδο και αναθεωρώντας και ενημερώνοντας τακτικά τις περιβαλλοντικές πολιτικές, στρατηγικές και πρακτικές. Με την ενσωμάτωση της περιβαλλοντικής ηθικής στις επιχειρηματικές δραστηριότητες, οι εταιρείες μπορούν να ελαχιστοποιήσουν τις αρνητικές περιβαλλοντικές επιπτώσεις, να συμβάλουν στη μετάβαση σε μια πιο αειφορική οικονομία και να δημιουργήσουν μακροπρόθεσμη αξία τόσο για την κοινωνία όσο και για τους μετόχους.

2.3. Πράσινα επιχειρηματικά μοντέλα

Τα πράσινα επιχειρηματικά μοντέλα έχουν σχεδιαστεί για να δίνουν προτεραιότητα στην περιβαλλοντική αειφορία, ενώ παράλληλα είναι οικονομικά βιώσιμα. Αυτά τα μοντέλα ενσωματώνουν πρακτικές φιλικές προς το περιβάλλον σε διάφορες πτυχές των επιχειρηματικών λειτουργιών, συμπεριλαμβανομένου του

Project partners



σχεδιασμού προϊόντων, των διαδικασιών παραγωγής, της διαχείρισης της εφοδιαστικής αλυσίδας και της συμμετοχής των πελατών. Εκτός από τις προσπάθειες του ιδιωτικού τομέα, οι κυβερνητικές πολιτικές είναι ζωτικής σημασίας για μια πράσινη μετάβαση. Ο Anderson (1998) προσδιορίζει τον επιχειρηματικό τομέα, την κατανάλωση και την κυβερνητική πολιτική ως τις κύριες δυνάμεις στο οικονομικό σύστημα και τους καθοριστικούς παράγοντες για την προστασία του περιβάλλοντος. Απαιτούνται κυβερνητικές ενέργειες για τη μείωση της περιβαλλοντικής ζημίας και την εξασφάλιση της δημόσιας υγείας, για την ανάπτυξη αγορών και πιο πράσινων τεχνολογιών και υπηρεσιών. Ακόμη και όταν αυτές οι πολιτικές εφαρμόζονται σωστά, η επένδυση στην ανάπτυξη νέων τεχνολογιών μπορεί να είναι δαπανηρή και επικίνδυνη για τις επιχειρήσεις σε αρχικό στάδιο. Όπως και σε άλλους τομείς, ενδέχεται να χρειαστούν συγκεκριμένα μέτρα από το πακέτο πολιτικής για την καινοτομία για την αντιμετώπιση αδυναμιών της αγοράς που εμποδίζουν την ανάπτυξη και τη διάδοση νέων πράσινων τεχνολογιών.

Πράσινα επιχειρηματικά μοντέλα	
Κυκλική Οικονομία	Πράσινη Συσκευασία και Μείωση Απορριμμάτων
Οικονομία διαμοιρασμού και προϊόν ως υπηρεσία	Μείωση εκπομπών άνθρακα
Αειφορικές εφοδιαστικές αλυσίδες	Τοπικά και βιολογικά προϊόντα
Ενεργειακή απόδοση και ανανεώσιμες πηγές ενέργειας	Αειφόρος γεωργία

Κυκλική Οικονομία: Οι επιχειρήσεις υιοθετούν ένα μοντέλο κυκλικής οικονομίας, το οποίο στοχεύει στην ελαχιστοποίηση της σπατάλης και τη μεγιστοποίηση της αποδοτικότητας των πόρων σχεδιάζοντας προϊόντα και διαδικασίες που επιτρέπουν την επαναχρησιμοποίηση, την ανακύκλωση ή την αναγέννηση των υλικών. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει την προσφορά προϊόντων από ανακυκλωμένα υλικά, την εφαρμογή προγραμμάτων ανάκτησης προϊόντων στο τέλος του κύκλου ζωής τους ή την ανακατασκευή προϊόντων για την παράταση της διάρκειας ζωής τους.

Project partners





Οικονομία διαμοιρασμού και προϊόν ως υπηρεσία (PaaS): Αντί να πουλούν προϊόντα απευθείας, οι εταιρείες τα προσφέρουν ως υπηρεσία, πράγμα που ενθαρρύνει την ανθεκτικότητα, την επισκευασσιμότητα και την επαναχρησιμοποίηση. Για παράδειγμα, οι εταιρείες μπορούν να νοικιάζουν ηλιακούς συλλέκτες, ενεργειακά αποδοτικές συσκευές ή ηλεκτρικά οχήματα σε πελάτες, παρέχοντας συντήρηση και αναβαθμίσεις ως μέρος της υπηρεσίας. Οι εταιρείες διευκολύνουν την κοινή χρήση ή την ενοικίαση αγαθών και υπηρεσιών μεταξύ ατόμων ή επιχειρήσεων, μειώνοντας την ανάγκη ιδιοκτησίας και προωθώντας την κοινή χρήση πόρων. Τα παραδείγματα περιλαμβάνουν υπηρεσίες κοινής χρήσης αυτοκινήτου, προγράμματα κοινής χρήσης ποδηλάτων και χώρους συνεργασίας.

Αειφορικές Εφοδιαστικές Αλυσίδες: Οι επιχειρήσεις δίνουν προτεραιότητα στην αειφορία σε όλες τις αλυσίδες εφοδιασμού τους προμηθεύοντας υλικά από φιλικούς προς το περιβάλλον προμηθευτές, μειώνοντας τις εκπομπές από τις μεταφορές και ελαχιστοποιώντας τα απόβλητα και τη ρύπανση. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει τη συνεργασία με προμηθευτές που τηρούν τα περιβαλλοντικά και κοινωνικά πρότυπα, την εφαρμογή αειφορικών λύσεων συσκευασίας και τη βελτιστοποίηση της εφοδιαστικής αλυσίδας για τη μείωση των εκπομπών άνθρακα.

Ενεργειακή απόδοση και Ανανεώσιμες Πηγές Ενέργειας: Οι επιχειρήσεις επικεντρώνονται στη βελτίωση της ενεργειακής απόδοσης και στη μετάβαση σε ανανεώσιμες πηγές ενέργειας για τη μείωση του αποτυπώματος άνθρακα και του ενεργειακού τους κόστους. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει επένδυση σε ενεργειακά αποδοτικές τεχνολογίες, όπως συστήματα φωτισμού LED και έξυπνων κτιρίων, και εγκατάσταση παραγωγής ενέργειας από ανανεώσιμες πηγές, όπως ηλιακά πάνελ ή ανεμογεννήτριες.

Πράσινη Συσκευασία και Μείωση Απορριμμάτων: Οι επιχειρήσεις υιοθετούν βιώσιμες λύσεις συσκευασίας, όπως βιοαποδομήσιμα υλικά, κομποστοποιήσιμες συσκευασίες ή επαναχρησιμοποιήσιμα δοχεία, για να ελαχιστοποιήσουν τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις. Εφαρμόζουν επίσης στρατηγικές μείωσης των απορριμμάτων, όπως η μείωση των πρώτων υλών, η ανακύκλωση και η κομποστοποίηση, για να ελαχιστοποιήσουν τα απόβλητα που στέλνονται σε χώρους υγειονομικής ταφής.

Project partners





Αντισταθμική άνθρακα και μείωση εκπομπών: Οι επιχειρήσεις αντισταθμίζουν τις εκπομπές άνθρακα επενδύοντας σε έργα που μειώνουν ή δεσμεύουν τα αέρια του θερμοκηπίου, όπως η αναδάσωση, η ανανεώσιμη ενέργεια ή η δέσμευση μεθανίου. Εφαρμόζουν επίσης μέτρα για τη μείωση των εκπομπών εσωτερικά, όπως η βελτίωση της ενεργειακής απόδοσης, η βελτιστοποίηση της εφοδιαστικής αλυσίδας και η ενθάρρυνση της τηλεργασίας.

Τοπικά και βιολογικά προϊόντα: Οι επιχειρήσεις επικεντρώνονται στην προμήθεια προϊόντων τοπικά ή/και στη χρήση βιολογικών συστατικών για τη μείωση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων και την υποστήριξη των τοπικών οικονομιών. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει τη συνεργασία με τοπικούς αγρότες και παραγωγούς και την προώθηση πιστοποιήσεων βιολογικών προϊόντων και δίκαιου εμπορίου. Αυτό μπορεί να μειώσει σημαντικά τη χρήση ενέργειας και πόρων, να μειώσει τις εκπομπές άνθρακα και ταυτόχρονα να αυξήσει το κέρδος της επιχείρησης, καθώς το κέρδος είναι το οικονομικό κέρδος που προκύπτει αφού αφαιρεθούν όλα τα έξοδα, συμπεριλαμβανομένων των λειτουργικών εξόδων, από τα συνολικά έσοδα.

Αειφόρος γεωργία: Θα πρέπει να γίνει ειδική αναφορά στην αειφόρο γεωργία. Ο πρωτογενής τομέας μπορεί επίσης να προσφέρει πολλές ευκαιρίες για την εφαρμογή πιο πράσινων μεθόδων. Η αειφόρος γεωργία προσφέρει μια ολιστική προσέγγιση στην παραγωγή τροφίμων που εξισορροπεί την περιβαλλοντική διαχείριση, την οικονομική αειφορία και την κοινωνική ευθύνη. Υιοθετώντας πρακτικές αειφόρου γεωργίας και υποστηρίζοντας πολιτικές που προάγουν την αγροοικολογία και την αναγεννητική γεωργία, μπορούμε να εργαστούμε για ένα πιο πράσινο, πιο βιώσιμο μέλλον για τις επόμενες γενιές.

Οι αειφόρες γεωργικές πρακτικές ελαχιστοποιούν τη χρήση συνθετικών εισροών όπως χημικά λιπάσματα, φυτοφάρμακα και ζιζανιοκτόνα, τα οποία μπορούν να μολύνουν το έδαφος, το νερό και τον αέρα. Χρησιμοποιώντας τεχνικές όπως η αμειψισπορά, οι καλλιέργειες κάλυψης και η ολοκληρωμένη διαχείριση παρασίτων, η αειφόρος γεωργία μειώνει την περιβαλλοντική υποβάθμιση και προάγει την υγεία του εδάφους, τη διατήρηση του νερού και τη βιοποικιλότητα. Ιδιαίτερη αναφορά πρέπει να γίνει στην επικονίαση και την προστασία των επικονιαστών. Οι εταιρείες εφαρμόζουν μέτρα εξοικονόμησης

Project partners





νερού και προωθούν πρακτικές βιώσιμης γεωργίας για την ελαχιστοποίηση της χρήσης του νερού, τη διατήρηση της ποιότητας του νερού και την προστασία των οικοσυστημάτων. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει τη χρήση συστημάτων άρδευσης με σταγόνες, την εφαρμογή τεχνικών συλλογής βρόχινου νερού και τη μείωση των καλλιεργειών έντασης νερού.

Οι επιχειρήσεις εκπαιδεύουν τους πελάτες και τους ενδιαφερόμενους σχετικά με τη σημασία της περιβαλλοντικής βιωσιμότητας και υποστηρίζουν πολιτικές και πρωτοβουλίες που προάγουν μια πράσινη οικονομία. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει εκστρατείες ευαισθητοποίησης, την υποστήριξη περιβαλλοντικών οργανώσεων και τη συμμετοχή σε βιομηχανικές ενώσεις που επικεντρώνονται στην αειφορία. Υιοθετώντας πράσινα επιχειρηματικά μοντέλα, οι εταιρείες μπορούν να μειώσουν το περιβαλλοντικό τους αποτύπωμα, να ενισχύσουν τη φήμη τους, να προσελκύσουν πελάτες με περιβαλλοντική συνείδηση και να συμβάλουν σε ένα πιο βιώσιμο μέλλον για την κοινωνία και τον πλανήτη.

2.3.1. Μελέτες περίπτωσης επιτυχημένων πράσινων επιχειρήσεων

Αρκετές επιτυχημένες πράσινες επιχειρήσεις έχουν αναδυθεί τα τελευταία χρόνια, αξιοποιώντας την αυξανόμενη ζήτηση για φιλικά προς το περιβάλλον προϊόντα και υπηρεσίες. Αυτές οι εταιρείες αποδεικνύουν ότι η κερδοφορία και η αειφορία μπορούν να πάνε χέρι-χέρι, εμπνέοντας άλλες επιχειρήσεις να υιοθετήσουν πιο φιλικές προς το περιβάλλον πρακτικές. Αυτά τα παραδείγματα απεικονίζουν τις διαφορετικές προσεγγίσεις και τις σημαντικές επιπτώσεις που μπορούν να έχουν οι πράσινες επιχειρήσεις σε διάφορους τομείς. Εστιάζοντας σε καινοτόμες τεχνολογίες, διασφαλίζοντας επενδύσεις και συμμετέχοντας σε στρατηγικές συνεργασίες, αυτές οι εταιρείες οδηγούν το δρόμο προς ένα πιο αειφορικό μέλλον.

Nespresso

Οι πρωτοβουλίες αειφορίας της Nespresso περιλαμβάνουν διάφορες πτυχές των λειτουργιών της, από την υπεύθυνη προμήθεια και ανακύκλωση έως τη διατήρηση του περιβάλλοντος και την ανάπτυξη της

Project partners





κινότητας. Ενώ μπορεί να υπάρχουν συνεχείς προκλήσεις και τομείς για βελτίωση, η δέσμευση της Nespresso για αειφορία αντικατοπτρίζει μια ευρύτερη τάση μεταξύ των εταιρειών προς πιο υπεύθυνες περιβαλλοντικά και κοινωνικά επιχειρηματικές πρακτικές. Η Nespresso έχει δεσμευτεί να προμηθεύεται υπεύθυνα τους κόκκους καφέ της. Συνεργάζονται απευθείας με τους παραγωγούς καφέ μέσω του Προγράμματός AAA Sustainable Quality™, το οποίο στοχεύει στη βελτίωση της ποιότητας του καφέ, της παραγωγικότητας των αγροκτημάτων και των μέσων διαβίωσης των αγροτών, ενώ παράλληλα προωθεί αειφορικές γεωργικές πρακτικές. Αυτό το πρόγραμμα παρέχει τεχνική βοήθεια, κατάρτιση και οικονομική υποστήριξη στους αγρότες, βοηθώντας τους να εφαρμόσουν φιλικές προς το περιβάλλον μεθόδους καλλιέργειας και να βελτιώσουν τις κοινωνικές και οικονομικές τους συνθήκες.

Tesla, Inc.

Η Tesla είναι ένας κορυφαίος κατασκευαστής ηλεκτρικών οχημάτων (EV) που ιδρύθηκε από τον Elon Musk το 2003. Η αποστολή της εταιρείας είναι να επιταχύνει τη μετάβαση του κόσμου στην αειφορική ενέργεια. Τα ηλεκτρικά αυτοκίνητα της Tesla έχουν κερδίσει ευρεία δημοτικότητα λόγω της καινοτόμου τεχνολογίας, των δυνατοτήτων μεγάλης εμβέλειας και του κομψού σχεδιασμού τους. Εκτός από τα ηλεκτρικά οχήματα, η Tesla παράγει ηλιακούς συλλέκτες και λύσεις αποθήκευσης ενέργειας, προσφέροντας μια ολοκληρωμένη σειρά προϊόντων που στοχεύουν στη μείωση της εξάρτησης από ορυκτά καύσιμα.

Patagonia

Αυτή η μάρκα ρούχων εξωτερικού χώρου είναι γνωστή για τη δέσμευσή της στην περιβαλλοντική αειφορία. Η Patagonia χρησιμοποιεί ανακυκλωμένα υλικά στα προϊόντα της, υποστηρίζει περιβαλλοντικούς στόχους και εφαρμόζει αειφόρες επιχειρηματικές πρακτικές σε όλες τις δραστηριότητές της. Το πρόγραμμα «Worn Wear» της εταιρείας ενθαρρύνει τους πελάτες να αγοράζουν μεταχειρισμένα προϊόντα, παρατείνοντας τη διάρκεια ζωής του εξοπλισμού τους και μειώνοντας τα απόβλητα. Η εστίαση της εταιρείας στην αειφορία έχει απήχηση στους καταναλωτές, οδηγώντας τόσο στην αφοσίωση τους στο όνομα της εταιρείας όσο και στην κερδοφορία.

Project partners





Όμιλος ΙΚΕΑ

Η ΙΚΕΑ, η σουηδική εταιρεία λιανικής εμπορίας επίπλων, έχει υιοθετήσει την αειφορία ως βασική αρχή του επιχειρηματικού της μοντέλου. Η εταιρεία έχει θέσει φιλόδοξους στόχους αειφορίας, συμπεριλαμβανομένης της προμήθειας όλης της ξυλείας της από πιο αειφόρες ή ανακυκλωμένες πηγές έως το 2020 και να επιτύχει να έχει θετική επίπτωση στο κλίμα έως το 2030. Η ΙΚΕΑ έχει επενδύσει σε ανανεώσιμες πηγές ενέργειας, ενεργειακά αποδοτικό φωτισμό και συσκευές και αειφόρες δασοκομικές πρακτικές. Επιπλέον, η ΙΚΕΑ προσφέρει προγράμματα ανακύκλωσης και επιστροφής προϊόντων, ενθαρρύνοντας τους πελάτες να μειώσουν τα απόβλητα και να παρατείνουν τον κύκλο ζωής των επίπλων.

Unilever

Η Unilever είναι εδώ και καιρό ηγέτης στην εταιρική αειφορία. Το Σχέδιο Αειφόρου Ζωής της εταιρείας στοχεύει να αποσυνδέσει την ανάπτυξή της από το περιβαλλοντικό της αποτύπωμα, αυξάνοντας παράλληλα τον θετικό κοινωνικό αντίκτυπό της. Η Unilever έχει κάνει σημαντικά βήματα στη μείωση των εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου, στη βελτίωση της αποδοτικότητας στη χρήση του νερού και στην προώθηση της αειφορίας στις προμήθειές της. Για παράδειγμα, από το 2020, το 67% των γεωργικών πρώτων υλών της Unilever προέρχονταν από αειφόρες πηγές.

Όλες οι προαναφερθείσες μελέτες περίπτωσης δείχνουν ότι η ενσωμάτωση της περιβαλλοντικής βιωσιμότητας στις επιχειρηματικές πρακτικές μπορεί να οδηγήσει σε μακροπρόθεσμη επιτυχία, συμπεριλαμβανομένης της βελτιωμένης οικονομικής απόδοσης, της ενισχυμένης φήμης της μάρκας και του θετικού κοινωνικού αντίκτυπου.

2.3.2. Δραστηριότητες στην τάξη: Σχεδιάζοντας ένα Πράσινο Επιχειρηματικό Σχέδιο

Η εκπαίδευση για την πράσινη επιχειρηματικότητα δεν πρέπει να γίνεται με την παραδοσιακή μορφή, αλλά με μια πρακτική προσέγγιση, χρησιμοποιώντας μια επιλογή πρακτικών, που περιλαμβάνει παιχνίδι,

Project partners





ενσυναίσθηση, δημιουργία και πειραματισμό. Ένα προτεινόμενο περίγραμμα για μια τέτοια δραστηριότητα περιλαμβάνει μια εισαγωγή στην Πράσινη Επιχείρηση και μια διαδικασία δημιουργίας ιδεών σχετικά με την ανάπτυξη του επιχειρηματικού σχεδίου, που πρέπει να ληφθούν υπόψη από την ανάλυση αγοράς, τις οικονομικές προβλέψεις, τα σχέδια βιωσιμότητας και λειτουργίας και τη διαχείριση κινδύνου. Ο σχεδιασμός ενός πράσινου επιχειρηματικού σχεδίου μπορεί να είναι μια ελκυστική και διδακτική δραστηριότητα στην τάξη που συνδυάζει στοιχεία επιχειρηματικότητας, περιβαλλοντικής αειφορίας και κριτικής σκέψης.

Μία από τις πιο διαδεδομένες και ευρέως χρησιμοποιούμενες ταξινομίες στο χώρο της μάθησης, που προσεγγίζει τις παραπάνω έννοιες (γνώση, δεξιότητες, στάσεις), είναι η τυπολογία των εκπαιδευτικών στόχων που προτείνουν οι Bloom et al. (1956). Η Ταξινόμια του Bloom είναι ένα πλαίσιο που χρησιμοποιείται για την ταξινόμηση των εκπαιδευτικών στόχων, στόχων και δραστηριοτήτων σε επίπεδα πολυπλοκότητας και ιδιαιτερότητας. Αποτελείται από έξι επίπεδα, που κινούνται από δεξιότητες σκέψης κατώτερης τάξης σε υψηλότερης τάξης:

1. Απομνημόνευση
2. Κατανόηση
3. Εφαρμογή
4. Ανάλυση
5. Αξιολόγηση
6. Δημιουργία

Συμμετέχοντας σε αυτή τη δραστηριότητα στην τάξη, οι μαθητές θα αποκτήσουν πολύτιμη εμπειρία στην επιχειρηματικότητα, την κριτική σκέψη και την περιβαλλοντική αειφορία, αναπτύσσοντας παράλληλα πρακτικές δεξιότητες στον επιχειρηματικό σχεδιασμό και την παρουσίαση.

Βήμα 1. Απομνημόνευση

Project partners



Ξεκινήστε τη δραστηριότητα με μια σύντομη εισαγωγή στις πράσινες επιχειρηματικές έννοιες, συμπεριλαμβανομένης της σημασίας της περιβαλλοντικής αειφορίας, της προσέγγισης της τριπλής βάσης (άνθρωποι, πλανήτης, κέρδος) και παραδείγματα επιτυχημένων πράσινων επιχειρήσεων.

Κάρτες πληροφοριών	Χρησιμοποιήστε κάρτες πληροφοριών για να θυμάστε γεγονότα, όρους και βασικές έννοιες (οικολογία, βιωσιμότητα, επιχειρηματικότητα).
Κουίζ	Διεξάγετε σύντομα κουίζ εστιάζοντας στα γεγονότα
Δημιουργία λίστας	Ζητήστε από τους μαθητές να αναφέρουν βασικά σημεία από ένα μάθημα ή ένα υλικό ανάγνωσης.
Άσκηση αντιστοίχισης	Δημιουργήστε ασκήσεις αντιστοίχισης για όρους και τους ορισμούς.

Βήμα 2. Κατανόηση

Περίληψη	Ζητήστε από τους μαθητές να συνοψίσουν ένα κείμενο ή ένα μάθημα με σχετικά θέματα (κλιματική αλλαγή, κατανάλωση πόρων, σπατάλη, αειφορία) με δικά τους λόγια.
Ομαδικές συζητήσεις	Διευκολύνετε τις ομαδικές συζητήσεις όπου οι μαθητές εξηγούν έννοιες ο ένας στον άλλον. Χωρίστε τους μαθητές σε μικρές ομάδες και ενθαρρύνετε τους να αναπτύξουν ιδέες για πράσινες επιχειρήσεις. Ενθαρρύνετε τη δημιουργικότητα και την καινοτομία και

Project partners



	υπενθυμίστε στους μαθητές να λαμβάνουν υπόψη τις περιβαλλοντικές, κοινωνικές και οικονομικές πτυχές των επιχειρηματικών τους ιδεών.
Q&A	Οργανώστε διαδικασίες ερωτήσεων και απαντήσεων για να εξασφαλίσετε την κατανόηση.
Σύνοψη	Ζητήστε από τους μαθητές να συνοψίσουν παραγράφους ή τμήματα ενός κειμένου.

Βήμα 3. Εφαρμογή

Μόλις οι ομάδες επιλέξουν μια επιχειρηματική ιδέα, ζητήστε τους να αναπτύξουν ένα λεπτομερές επιχειρηματικό σχέδιο. Παρέχετε μια επισκόπηση της επιχειρηματικής ιδέας και τις πιθανές περιβαλλοντικές και κοινωνικές επιπτώσεις της.

Επίλυση προβλημάτων	Παρουσιάστε πραγματικά περιβαλλοντικά προβλήματα που θα μπορούσαν να αποτελέσουν επιχειρηματική ευκαιρία. Αναπτύξτε ένα σχέδιο αειφορίας που περιγράφει τον τρόπο λειτουργίας της επιχείρησης, θα ελαχιστοποιήσει τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις, θα εξοικονομήσει πόρους και θα συμβάλει στην κοινωνική ευημερία.
Προσομοιώσεις / Παιχνίδι ρόλων	Χρησιμοποιήστε δραστηριότητες ενός παιχνιδιού ρόλων για να εξασκηθείτε στην εφαρμογή της γνώσης σε προσομοιωμένα σενάρια. Αναπτύξτε

Project partners



	λεπτομερή προφίλ όπως ο Διευθύνων Σύμβουλος, ο Οικονομικός Διευθυντής, ο διευθυντής μάρκετινγκ και οι εξωτερικοί συμμετέχοντες. Αναλύστε τις καθημερινές λειτουργίες της επιχείρησης, συμπεριλαμβανομένων των διαδικασιών παραγωγής, της διαχείρισης της εφοδιαστικής αλυσίδας και της χρήσης πόρων.
Εργαστηριακές Δραστηριότητες	Διεξαγωγή πειραμάτων όπου οι μαθητές εφαρμόζουν θεωρίες σε πρακτικά πειράματα (ανακύκλωση, κυκλική οικονομία).
Μελέτες περίπτωσης	Αναλύστε μελέτες περίπτωσης Πράσινων Επιχειρήσεων.

Βήμα 4. Ανάλυση

Πραγματοποιείτε έρευνα για την αγορά-στόχο, συμπεριλαμβανομένων των αναγκών των πελατών, των ανταγωνιστών και των τάσεων της αγοράς που σχετίζονται με την αειφορία. Περιγράψτε το πράσινο προϊόν ή υπηρεσία που προσφέρεται, επισημαίνοντας τα περιβαλλοντικά του οφέλη και τα μοναδικά χαρακτηριστικά πλεονεκτήματά του.

Σύγκριση	Ζητήστε από τους μαθητές να συγκρίνουν δύο έννοιες ή ιδέες.
Καταγραφή σκέψεων	Χρησιμοποιήστε νοητικούς χάρτες για να αναλύσετε μια έννοια στα συστατικά της.
Συζητήσεις	Οργανώστε συζητήσεις όπου οι μαθητές πρέπει να αναλύσουν διαφορετικές απόψεις.

Project partners



<p>Ανάλυση Δεδομένων</p>	<p>Παρέχετε σύνολα δεδομένων για τους μαθητές έτσι ώστε να αναλύουν και να ερμηνεύουν τα ευρήματα. Περιγράψτε τις στρατηγικές μάρκετινγκ και πωλήσεων για την προώθηση της πράσινης επιχείρησης, συμπεριλαμβανομένων του ονόματος, της διαφήμισης και των καναλιών διανομής. Προσδιορίστε πιθανούς κινδύνους και προκλήσεις που αντιμετωπίζει η πράσινη επιχείρηση και αναπτύξτε στρατηγικές για τον μετριασμό τους.</p>
--------------------------	--

Βήμα 5. Αξιολόγηση

Διατυπώστε ξεκάθαρα την αποστολή και το όραμα της πράσινης επιχείρησης, τονίζοντας τη δέσμευσή της για αειφορία. Προετοιμάστε οικονομικές προβλέψεις, συμπεριλαμβανομένων προβλέψεων εσόδων, κόστους έναρξης, λειτουργικών εξόδων και πιθανών πηγών χρηματοδότησης.

<p>Ανεξάρτητες αξιολογήσεις</p>	<p>Διευκολύνετε τις ανεξάρτητες αξιολογήσεις των εργασιών όπου οι μαθητές αξιολογούν ο ένας την εργασία του άλλου.</p>
<p>Περιγραφική αξιολόγηση με κριτήρια</p>	<p>Ζητήστε από τους μαθητές να αξιολογήσουν την εργασία χρησιμοποιώντας μια λεπτομερή περιγραφική μέθοδο.</p>
<p>Κριτικές εργασίες</p>	<p>Αναθέστε κριτικές εργασίες όπου οι μαθητές πρέπει να αξιολογήσουν ένα επιχείρημα ή ένα έργο.</p>

Project partners



Ομαδικές εργασίες	Παρακινείτε τους μαθητές να συμμετέχουν σε ομαδικές εργασίες που απαιτούν από αυτούς να ασκούν κριτική ο ένας στις συνεισφορές του άλλου.
-------------------	---

Βήμα 6. Δημιουργία

Δημιουργική Γραφή	Ενθαρρύνετε τους μαθητές να γράφουν ιστορίες ή εργασίες που συνθέτουν αυτά που έχουν μάθει.
Παρουσιάσεις με χρήση Πολυμέσων	Ζητήστε από τους μαθητές να δημιουργήσουν παρουσιάσεις ή βίντεο για να δείξουν τί έχουν καταλάβει. Μόλις ολοκληρωθούν τα επιχειρηματικά σχέδια, ζητήστε από κάθε ομάδα να παρουσιάσει την πράσινη επιχειρηματική ιδέα της στην τάξη. Ενθαρρύνετε τους μαθητές να εξηγήσουν τα περιβαλλοντικά και κοινωνικά οφέλη της επιχείρησής τους, καθώς και τις δυνατότητές της για οικονομική επιτυχία.
Ανατροφοδότηση και συζήτηση	Μετά από κάθε παρουσίαση, διευκολύνετε μια συζήτηση όπου οι μαθητές μπορούν να παρέχουν σχόλια και να κάνουν ερωτήσεις σχετικά με τα πράσινα επιχειρηματικά σχέδια. Ενθαρρύνετε την εποικοδομητική κριτική και προσφέρετε προτάσεις για βελτίωση.
Αναστοχασμός	Ολοκληρώστε τη δραστηριότητα με μια άσκηση αναστοχασμού όπου οι μαθητές μπορούν να

Project partners





	<p>συζητήσουν τι έμαθαν από την εμπειρία τους. Προτρέψτε τους να αναλογιστούν τις προκλήσεις και τις ευκαιρίες του σχεδιασμού ενός πράσινου επιχειρηματικού σχεδίου, καθώς και τη σημασία της αειφορίας στην επιχειρηματικότητα.</p>
--	--

Project partners



The Green & Social StartUps Erasmus+ Project (Nr. 2022-1-PL01-KA220-SCH-000087194) is co-funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

2.4. Οικολογικές πρακτικές και καινοτομία

Οι φιλικές προς το περιβάλλον πρακτικές και η καινοτομία συμβαδίζουν με την προώθηση της αειφορίας σε διάφορους κλάδους. Οι μηχανισμοί υποστήριξης για τους επιχειρηματίες σε αυτούς τους τομείς παρέχουν ένα κρίσιμο οικονομικό κίνητρο για την υιοθέτηση της οικολογικής καινοτομίας, δημιουργώντας μεγαλύτερη βεβαιότητα στην αγορά για πράσινες νεοφυείς επιχειρήσεις (Ball & Kittler, 2019).

Τομείς Οικολογικών Πρακτικών και Καινοτομίας		
Αειφόρος Γεωργία	Ανανεώσιμες πηγές ενέργειας	Μεταφορές
Κυκλική οικονομία	Διαχείριση απορριμάτων	Διαχείριση υδάτων
Ιχνηλασιμότητα	Δομικά υλικά	Πράσινη χημεία

Πρακτικές Αειφόρου Γεωργίας: Η γεωργική καινοτομία διαδραματίζει κρίσιμο ρόλο στην προώθηση πρακτικών φιλικών προς το περιβάλλον, όπως η βιολογική γεωργία, η αγροδασοκομία και η αναγεννητική γεωργία. Τεχνικές όπως η γεωργία ακριβείας, η κάθετη γεωργία και η υδροπονία επιτρέπουν την αποτελεσματική χρήση πόρων όπως το νερό και η γη, ενώ ελαχιστοποιούν τις εισροές χημικών και την υποβάθμιση του εδάφους.

Τεχνολογίες Ανανεώσιμων Πηγών Ενέργειας: Η καινοτομία στις τεχνολογίες ανανεώσιμων πηγών ενέργειας, όπως η ηλιακή, η αιολική και η υδροηλεκτρική ενέργεια, μείωσε σημαντικά την εξάρτηση από ορυκτά καύσιμα και συνέβαλε στον μετριασμό της κλιματικής αλλαγής. Η πρόοδος στην απόδοση των ηλιακών πάνελ, το σχεδιασμό ανεμογεννητριών και τις λύσεις αποθήκευσης ενέργειας έχουν κάνει τις ανανεώσιμες πηγές ενέργειας πιο οικονομικές.

Πράσινα Δομικά Υλικά: Ο κατασκευαστικός κλάδος έχει δει την ανάπτυξη οικολογικών δομικών υλικών που μειώνουν την κατανάλωση ενέργειας και τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις. Οι καινοτομίες περιλαμβάνουν βιώσιμα υλικά όπως μπαμπού, ανακυκλωμένο χάλυβα και ανακυκλωμένο ξύλο, καθώς και ενεργειακά αποδοτική μόνωση, παράθυρα και υλικά στέγης.

Project partners





Λύσεις Κυκλικής Οικονομίας: Οι καινοτομίες στην κυκλική οικονομία προάγουν την αποδοτικότητα των πόρων και τη μείωση των αποβλήτων, σχεδιάζοντας προϊόντα και διαδικασίες που επιτρέπουν την επαναχρησιμοποίηση, την ανακύκλωση ή την αναγέννηση των υλικών. Αυτό περιλαμβάνει πρωτοβουλίες όπως ο επανασχεδιασμός προϊόντων για αποσυναρμολόγηση, ανακατασκευή και ανακύκλωση κλειστού βρόχου, καθώς και ψηφιακές πλατφόρμες για κοινή χρήση πόρων και υλικών.

Λύσεις Έξυπνης Κινητικότητας: Η καινοτομία στις μεταφορές οδήγησε στην ανάπτυξη λύσεων έξυπνης κινητικότητας που μειώνουν τις εκπομπές ρύπων και τη συμφόρηση. Αυτό περιλαμβάνει ηλεκτρικά οχήματα (EV), αυτόνομα οχήματα, υπηρεσίες κοινής χρήσης αυτοκινήτων και συστήματα μεταφοράς πολλαπλών μέσων που ενθαρρύνουν το περπάτημα, το ποδήλατο και τη δημόσια συγκοινωνία.

Τεχνολογίες διαχείρισης απορριμμάτων: Οι προηγμένες τεχνολογίες διαχείρισης απορριμμάτων, όπως η αναερόβια χώνευση, η κομποστοποίηση και η μετατροπή αποβλήτων σε ενέργεια, συμβάλλουν στην εκτροπή των οργανικών αποβλήτων από τους χώρους υγειονομικής ταφής και στη μείωση των εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου. Οι καινοτομίες στην ανακύκλωση και την ανάκτηση υλικών επιτρέπουν επίσης την ανάκτηση πολύτιμων πόρων από τα απορρίμματα.

Τεχνολογίες εξοικονόμησης νερού: Η καινοτομία στις τεχνολογίες εξοικονόμησης νερού συμβάλλει στην αντιμετώπιση της λειψυδρίας και στην προώθηση πρακτικών αειφόρου διαχείρισης του νερού. Αυτό περιλαμβάνει έξυπνα συστήματα άρδευσης, συσκευές και εξαρτήματα αποδοτικής χρήσης νερού και τεχνολογίες ανακύκλωσης και αφαλάτωσης νερού.

Πράσινη Χημεία: Ο τομέας της πράσινης χημείας εστιάζει στην ανάπτυξη φιλικών προς το περιβάλλον εναλλακτικών λύσεων έναντι των παραδοσιακών χημικών διεργασιών και προϊόντων. Οι καινοτομίες περιλαμβάνουν υλικά βιολογικής βάσης, μη τοξικούς διαλύτες και φιλικές προς το περιβάλλον διαδικασίες καθαρισμού και κατασκευής που ελαχιστοποιούν τη ρύπανση και τα απόβλητα.

Ιχνηλασιμότητα και Διαφάνεια Εφοδιαστικής Αλυσίδας: Η τεχνολογία Blockchain επιτρέπει μεγαλύτερη διαφάνεια και ιχνηλασιμότητα στις αλυσίδες εφοδιασμού, διευκολύνοντας την ηθική προμήθεια και τις αειφόρες πρακτικές παραγωγής. Παρέχοντας αμετάβλητα αρχεία συναλλαγών και προέλευσης

Project partners



προϊόντων, το blockchain βοηθά τους καταναλωτές να κάνουν συνειδητές επιλογές και καθιστά τις εταιρείες υπεύθυνες για τις περιβαλλοντικές και κοινωνικές τους επιπτώσεις.

Συνεργατικές πλατφόρμες καινοτομίας: Οι συνεργατικές πλατφόρμες καινοτομίας συγκεντρώνουν διάφορους ενδιαφερόμενους φορείς, συμπεριλαμβανομένων των επιχειρήσεων, των κυβερνήσεων, της ακαδημαϊκής κοινότητας και της κοινωνίας των πολιτών, για να συνδημιουργήσουν βιώσιμες λύσεις σε περίπλοκες περιβαλλοντικές προκλήσεις. Αυτές οι πλατφόρμες προάγουν την ανταλλαγή γνώσεων, τη διατομεακή συνεργασία και τη συλλογική δράση για την επίτευξη κοινών στόχων βιωσιμότητας.

Αειφόρος γεωργία και επικοινωνία: Ιδιαίτερη αναφορά πρέπει να γίνει στην επικοινωνία. Η αειφόρος γεωργία και η επικοινωνία είναι βαθιά συνυφασμένες. Η επικοινωνία θα μπορούσε να περιγραφεί ως η διαδικασία που κάνει τον πλανήτη πράσινο και αυτή η σχέση θα πρέπει να τονιστεί.

Επιστημονική σχέση αειφόρου γεωργίας και επικοινωνίας	
Σημασία της επικοινωνίας	Παρατήρηση του επικοινωνιστή
Επίδειξη μελισσοκομίας	Εκδρομές πεδίου

Εάν είναι δυνατόν, κανονίστε με ένα μελισσοκόμο να επισκεφθεί την τάξη και να επιδείξει τεχνικές μελισσοκομίας. Οι μαθητές μπορούν να μάθουν για τον κύκλο ζωής των μελισσών, τη σημασία των μελισσών ως επικοινωνιστών και το ρόλο της μελισσοκομίας στην αειφόρο γεωργία.

Αυτές οι δραστηριότητες εμπλέκουν τους μαθητές σε εμπειρίες μάθησης που εμβαθύνουν την κατανόησή τους για τη σχέση μεταξύ αειφόρου γεωργίας και επικοινωνίας. Ενθαρρύνοντας την περιέργεια και την ευαισθητοποίηση σχετικά με αυτά τα θέματα, οι μαθητές μπορούν να γίνουν υποστηρικτές της περιβαλλοντικής διαχείρισης και της διατήρησης της βιοποικιλότητας.

Με την προώθηση της καινοτομίας και την υιοθέτηση πρακτικών φιλικών προς το περιβάλλον, οι επιχειρήσεις και οι οργανισμοί μπορούν να μειώσουν το περιβαλλοντικό τους αποτύπωμα, να ενισχύσουν τη λειτουργική τους απόδοση και να δημιουργήσουν αξία τόσο για την κοινωνία όσο και για τον πλανήτη.

Project partners



2.4.1. Δραστηριότητες στην τάξη: Από την ιδέα στο φιλικό προς το περιβάλλον προϊόν/υπηρεσία

Οι δραστηριότητες στην τάξη για φιλικές προς το περιβάλλον πρακτικές μπορούν να προσαρμοστούν ώστε να ταιριάζουν σε διαφορετικά επίπεδα μαθητών, θέματα και μαθησιακούς στόχους και μπορούν να βοηθήσουν τους μαθητές να γίνουν ενημερωμένοι και ενεργοί διαχειριστές του περιβάλλοντος. Παρουσιάζοντας την πράσινη επιχειρηματικότητα στους μαθητές, τους προσφέρουμε τη δυνατότητα να κατανοήσουν το πρόβλημα και να βρουν λύσεις. Μαζί αυτές οι πρακτικές βοηθούν τους μαθητές να αναπτύξουν την ικανότητα να σκέφτονται και να ενεργούν επιχειρηματικά για να δημιουργήσουν, να βρουν και να εκμεταλλευτούν ευκαιρίες για ένα συγκεκριμένο επιχειρηματικό και περιβαλλοντικό ζήτημα. Αυτές είναι μόνο μερικές ιδέες για να ξεκινήσετε.

Δραστηριότητες στην τάξη για φιλικές προς το περιβάλλον πρακτικές	
Αξιολογήσεις Απορριμάτων	Κατανάλωση ενέργειας – αποτύπωμα άνθρακα
Δραστηριότητες κηπουρικής	Εκδρομές πεδίου
Εργαστήρια Ανακύκλωσης	Περιβαλλοντικές συζητήσεις
Περιβαλλοντικές εκστρατείες	Κοινοτικές εκδηλώσεις και καμπάνιες

Αξιολογήσεις απορριμμάτων: Δημιουργήστε διαδραστικές δραστηριότητες όπως αξιολογήσεις απορριμμάτων, όπου οι μαθητές αναλύουν τα είδη και τις ποσότητες των απορριμμάτων που δημιουργούνται στο σχολείο τους. Αυτό μπορεί να αυξήσει την ευαισθητοποίηση σχετικά με τις καταναλωτικές συνήθειες και τη σημασία της μείωσης των απορριμμάτων.

Δραστηριότητες κηπουρικής: Δημιουργήστε έναν σχολικό κήπο όπου οι μαθητές μπορούν να μάθουν για την αειφόρο γεωργία, την κομποστοποίηση και τη σημασία της βιοποικιλότητας. Μπορούν να φυτέψουν αυτόχθονα είδη, να διατηρήσουν τον κήπο και να παρατηρήσουν τη διασύνδεση των οικοσυστημάτων. Οι μαθητές μπορούν να ερευνήσουν εγγενή είδη φυτών που προσελκύουν επικονιαστές όπως μέλισσες,

Project partners





πεταλούδες και πουλιά. Στη συνέχεια, ζητήστε τους να σχεδιάσουν έναν κήπο επικονιαστών για το σχολείο ή την κοινότητά τους. Αυτή η δραστηριότητα διδάσκει στους μαθητές τη σημασία των επικονιαστών στη γεωργία και πώς η φύτευση αυτόχθονων ειδών μπορεί να υποστηρίξει τη βιοποικιλότητα και την υγεία του οικοσυστήματος.

Προκλήσεις εξοικονόμησης ενέργειας: Οργανώστε προκλήσεις εξοικονόμησης ενέργειας όπου οι μαθητές ανταγωνίζονται για τη μείωση της κατανάλωσης ενέργειας στις τάξεις και τους κοινόχρηστους χώρους. Μπορούν να παρακολουθούν τη χρήση ενέργειας, να εφαρμόζουν στρατηγικές εξοικονόμησης ενέργειας και να μαθαίνουν για τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις της κατανάλωσης ενέργειας.

Εργαστήρια Ανακύκλωσης: Διοργανώστε εργαστήρια για την ανακύκλωση, όπου οι μαθητές μαθαίνουν για τη διαδικασία ανακύκλωσης, πώς να ταξινομούν σωστά τα ανακυκλώσιμα υλικά και δημιουργικούς τρόπους επαναχρησιμοποίησης των υλικών. Ενθαρρύνετέ τα να δημιουργήσουν έργα τέχνης ή λειτουργικά αντικείμενα από ανακυκλωμένα υλικά.

Περιβαλλοντικές συζητήσεις: Διευκολύνετε συζητήσεις για περιβαλλοντικά ζητήματα όπως η κλιματική αλλαγή, η αποψίλωση των δασών ή η ρύπανση. Ενθαρρύνετε τους μαθητές να ερευνήσουν και να παρουσιάσουν διαφορετικές προοπτικές, ενισχύοντας την κριτική σκέψη και τις επικοινωνιακές δεξιότητες.

Εκδρομές πεδίου σε τοποθεσίες φιλικές προς το περιβάλλον: Οργανώστε εκδρομές σε τοποθεσίες φιλικές προς το περιβάλλον, όπως κέντρα ανακύκλωσης, εγκαταστάσεις ανανεώσιμων πηγών ενέργειας ή προστατευόμενες περιοχές. Κάτι τέτοιο παρέχει πρακτικές εμπειρίες μάθησης και εκθέτει τους μαθητές σε πραγματικά παραδείγματα αειφορίας.

Εκδηλώσεις καθαρισμού κοινότητας: Συντονίστε εκδηλώσεις καθαρισμού της κοινότητας όπου μαθητές και δάσκαλοι συνεργάζονται για να καθαρίσουν τα απορρίμματα σε τοπικά πάρκα, παραλίες ή γειτονιές. Αυτό οδηγεί σε μια αίσθηση περιβαλλοντικής διαχείρισης και ευθύνης του πολίτη, ενώ παράλληλα ομορφαίνει την κοινότητα.

Project partners





Περιβαλλοντικές εκστρατείες: Ξεκινήστε περιβαλλοντικές εκστρατείες εντός της σχολικής κοινότητας για την ευαισθητοποίηση και την προώθηση οικολογικών συμπεριφορών. Αυτό θα μπορούσε να περιλαμβάνει πρωτοβουλίες όπως «Δευτέρες χωρίς κρέας» για τη μείωση της κατανάλωσης κρέατος, «Κλείσε τα φώτα» για εξοικονόμηση ενέργειας ή «Φέρε το δικό σου μπουκάλι» για τη μείωση των πλαστικών απορριμμάτων.

Προσκεκλημένοι ομιλητές και ειδικοί: Προσκαλέστε ομιλητές και ειδικούς στον τομέα της αειφορίας να μοιραστούν τις γνώσεις και τις εμπειρίες τους με τους μαθητές. Αυτό παρέχει πολύτιμες γνώσεις και έμπνευση και δείχνει στους μαθητές πιθανές επαγγελματικές ευκαιρίες στην περιβαλλοντική επιστήμη, τη διατήρηση ή την αειφορία.

Πρακτική μάθηση: Συμμετοχή των μαθητών σε δραστηριότητες μάθησης που βασίζονται σε έργα όπου ερευνούν και αναπτύσσουν λύσεις σε πραγματικές περιβαλλοντικές προκλήσεις. Αυτό θα μπορούσε να περιλαμβάνει το σχεδιασμό φιλικών προς το περιβάλλον προϊόντων, τη δημιουργία εκστρατειών ευαισθητοποίησης ή την πρόταση αλλαγών πολιτικής για την αντιμετώπιση περιβαλλοντικών ζητημάτων.

Οι δραστηριότητες στην τάξη σχετικά με πρακτικές φιλικές προς το περιβάλλον μπορούν να έχουν πολλά οφέλη για τους μαθητές, τους εκπαιδευτικούς και το περιβάλλον. Η μετατροπή ιδεών σε φιλικά προς το περιβάλλον προϊόντα ή υπηρεσίες μπορεί να είναι μια συναρπαστική και εκπαιδευτική δραστηριότητα στην τάξη που ενθαρρύνει τη δημιουργικότητα, την κριτική σκέψη και την περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση. Τα περιβαλλοντικά ζητήματα, η κλιματική αλλαγή, η αειφόρος ανάπτυξη, είναι μερικές από τις πιο πιεστικές ανησυχίες της εποχής μας. Ένα προτεινόμενο περίγραμμα για μια τέτοια δραστηριότητα ξεκινά με μια εισαγωγή στη φιλική προς το περιβάλλον καινοτομία και περιλαμβάνει, μεταξύ άλλων, μια δράση δημιουργίας ιδεών, έρευνα μάρκετινγκ, ένα σχέδιο αειφορίας, σχόλια και συζήτηση. Οι εκπαιδευτικές μελέτες περίπτωσης θα πρέπει να περιλαμβάνουν ένα Διδακτικό Σημείωμα (Caffrey et al., 2020). Όσον αφορά τον αντίκτυπο τους, αυτά είναι σημαντικά καθώς βοηθούν στην εισαγωγή του θέματος στην τάξη.

Project partners





Παράδειγμα δραστηριότητας στην τάξη - Σχεδιάζοντας ένα φιλικό προς το περιβάλλον προϊόν

Συμμετέχοντας σε αυτή τη δραστηριότητα στην τάξη, οι μαθητές θα αποκτήσουν πολύτιμη εμπειρία στη δημιουργία ιδεών, την καινοτομία, τη βιωσιμότητα και την επιχειρηματικότητα, αναπτύσσοντας παράλληλα πρακτικές δεξιότητες στο σχεδιασμό, το σχεδιασμό και την παρουσίαση έργων.

Υλικά που χρειάζονται:

- Πίνακες αφισών ή μεγάλα φύλλα χαρτιού
- Μαρκασέρ, χρωματιστά μολύβια και άλλα υλικά σχεδίασης
- Ανακυκλωμένα υλικά (χαρτόνι, πλαστικά μπουκάλια, υπολείμματα υφάσματος κ.λπ.)
- Ψαλίδι, κόλλα και ταινία
- Υπολογιστές/tablet με πρόσβαση στο διαδίκτυο για έρευνα
- Φυλλάδια για τις έννοιες της αειφορίας

Διάρκεια: 2-3 περίοδοι μαθημάτων (45-60 λεπτά η κάθε μία)

Οδηγίες:

Ημέρα 1: Εισαγωγή στα φιλικά προς το περιβάλλον προϊόντα

Εισαγωγή στην Αειφορία (15 λεπτά)

Ξεκινήστε με μια σύντομη διάλεξη για την αειφορία και γιατί είναι σημαντική. Συζητήστε τις έννοιες: Μείωση, Επαναχρησιμοποίηση, Ανακύκλωση. Εμφανίστε παραδείγματα φιλικών προς το περιβάλλον προϊόντων, όπως επαναχρησιμοποιήσιμα μπουκάλια νερού, βιοδιασπώμενες συσκευασίες και συσκευές που λειτουργούν με ηλιακή ενέργεια.

Εργασία δημιουργίας ιδεών (30 λεπτά)

- Χωρίστε τους μαθητές σε μικρές ομάδες (3-4 μαθητές ανά ομάδα).

Project partners





- Μοιράστε φύλλα εργασίας δημιουργίας ιδεών και ζητήστε από κάθε ομάδα να σκεφτεί κοινά προϊόντα που χρησιμοποιούν καθημερινά και πώς θα μπορούσαν να γίνουν πιο φιλικά προς το περιβάλλον.
- Ενθαρρύνετε τους να εξετάσουν τα υλικά, την κατανάλωση ενέργειας και τη μείωση των απορριμμάτων.

Επιλογή ιδεών (15 λεπτά)

Κάθε ομάδα παρουσιάζει τις τρεις κορυφαίες ιδέες της στην τάξη. Διευκολύνετε μια συζήτηση και βοηθήστε κάθε ομάδα να επιλέξει μια ιδέα για περαιτέρω ανάπτυξη.

Ημέρα 2: Έρευνα και Σχεδιασμός

Φάση έρευνας (30 λεπτά)

Επιτρέψτε στους μαθητές να χρησιμοποιούν υπολογιστές/tablet για έρευνα υλικών, αρχών σχεδίασης και υφιστάμενων φιλικών προς το περιβάλλον προϊόντων που είναι παρόμοια με τις ιδέες τους. Ζητήστε τους να εξετάσουν τον κύκλο ζωής του προϊόντος τους από την παραγωγή έως την απόρριψη.

Φάση σχεδίασης (30 λεπτά)

Παρέχετε αφίσες και υλικά σχεδίασης. Κάθε ομάδα δημιουργεί ένα λεπτομερές σχέδιο του προϊόντος της, συμπεριλαμβανομένων σκίτσων, λίστας υλικών και πώς θα χρησιμοποιηθεί. Ενθαρρύνετε τους να σκεφτούν την επωνυμία και τη συσκευασία, διασφαλίζοντας ότι είναι φιλικά προς το περιβάλλον.

Ημέρα 3: Παρουσίαση και ανατροφοδότηση

Δημιουργία Πρωτότυπου Προϊόντος (30 λεπτά)

Χρησιμοποιώντας ανακυκλωμένα υλικά, κάθε ομάδα δημιουργεί ένα απλό πρωτότυπο του προϊόντος της. Αυτό θα μπορούσε να είναι ένα μοντέλο ή ένα λειτουργικό πρωτότυπο ανάλογα με την πολυπλοκότητα της ιδέας του προϊόντος τους.

Προετοιμασία παρουσίασης (15 λεπτά)

Project partners





Οι ομάδες προετοιμάζουν μια σύντομη παρουσίαση (3-5 λεπτά) εξηγώντας το προϊόν τους, τα οφέλη του και πώς συμβάλλει στη βιωσιμότητα. Θα πρέπει επίσης να συζητήσουν τυχόν προκλήσεις που αντιμετώπισαν κατά τη διαδικασία σχεδιασμού.

Παρουσιάσεις και σχόλια (15 λεπτά)

Κάθε ομάδα παρουσιάζει το προϊόν της στην τάξη. Μετά από κάθε παρουσίαση, η τάξη και ο δάσκαλος παρέχουν εποικοδομητική ανατροφοδότηση, εστιάζοντας σε δυνατά σημεία και τομείς προς βελτίωση.

Αναστοχασμός (15 λεπτά)

Συζητήστε τι έμαθαν οι μαθητές σχετικά με τη σημασία των φιλικών προς το περιβάλλον προϊόντων και της αειφορίας. Σκεφτείτε πώς μπορούν να εφαρμόσουν αυτές τις αρχές στην καθημερινή τους ζωή.

Αξιολόγηση

- Συμμετοχή και ομαδική εργασία κατά τις φάσεις του καταγισμού ιδεών και του σχεδιασμού.
- Δημιουργικότητα και πρακτικότητα του σχεδιασμού του προϊόντος.
- Ποιότητα και σαφήνεια της παρουσίασης.
- Συμμετοχή κατά τη διάρκεια των συνεδριών ανατροφοδότησης και προβληματισμού.

Δραστηριότητα επέκτασης

Οργανώστε μια οικολογική έκθεση σε όλο το σχολείο, όπου οι μαθητές μπορούν να παρουσιάσουν τα φιλικά προς το περιβάλλον προϊόντα τους σε άλλες τάξεις, δασκάλους και γονείς. Προσκαλέστε τοπικούς επιχειρηματίες ή ειδικούς αειφορίας να κρίνουν τα έργα και να παράσχουν επιπλέον σχόλια.

Αυτή η δραστηριότητα όχι μόνο εκπαιδεύει τους μαθητές σχετικά με την αειφορία, αλλά επίσης τους δίνει τη δυνατότητα να σκεφτούν δημιουργικά και κριτικά για την επίλυση πραγματικών προβλημάτων. Εισαγωγή στην Οικολογική Καινοτομία: Ξεκινήστε τη δραστηριότητα με μια εισαγωγή στην έννοια της φιλικής προς το περιβάλλον καινοτομίας και τη σημασία της για την αντιμετώπιση των περιβαλλοντικών

Project partners



προκλήσεων. Συζητήστε παραδείγματα φιλικών προς το περιβάλλον προϊόντων και υπηρεσιών και τις θετικές επιπτώσεις τους στο περιβάλλον.

Σχεδιάζοντας μια φιλική προς το περιβάλλον υπηρεσία

Εργασία δημιουργίας ιδεών: Χωρίστε τους μαθητές σε μικρές ομάδες και δώστε τους την ευκαιρία να συζητήσουν ιδέες για φιλικές προς το περιβάλλον υπηρεσίες. Ενθαρρύνετε τους μαθητές να σκέφτονται δημιουργικά και να εξετάζουν διάφορες πτυχές της αειφορίας, όπως η ενεργειακή απόδοση, η μείωση των απορριμμάτων και η εξοικονόμηση πόρων.

Ανάπτυξη Ιδεών: Μόλις οι ομάδες επιλέξουν μια ιδέα, ζητήστε τους να αναπτύξουν τις ιδέες τους σε λεπτομερή σχέδια για φιλικές προς το περιβάλλον υπηρεσίες. Αυτό θα πρέπει να περιλαμβάνει:

Περιγραφή υπηρεσίας	Καθορίστε με σαφήνεια τη φιλική προς το περιβάλλον υπηρεσία, συμπεριλαμβανομένων των χαρακτηριστικών, των πλεονεκτημάτων και του κοινού-στόχου της.
Περιβαλλοντικά Οφέλη	Εξηγήστε πώς η υπηρεσία συμβάλλει στην περιβαλλοντική αειφορία, όπως η μείωση των εκπομπών άνθρακα, η διατήρηση των πόρων ή η ελαχιστοποίηση των αποβλήτων.
Σχεδιασμός και Καινοτομία	Περιγράψτε τις καινοτόμες πτυχές της υπηρεσίας, όπως νέα υλικά, τεχνολογίες ή διαδικασίες που ενισχύουν την φιλικότητα προς το περιβάλλον.
Έρευνα Αγοράς	Ερευνήστε την αγορά-στόχο, τους ανταγωνιστές και τις προτιμήσεις των καταναλωτών που σχετίζονται με την αειφορία για να χρησιμοποιήσετε τις πληροφορίες στις

Project partners



	στρατηγικές ανάπτυξης προϊόντων και μάρκετινγκ.
Επιχειρηματικό μοντέλο	Περιγράψτε το επιχειρηματικό μοντέλο για την προώθηση της φιλικής προς το περιβάλλον υπηρεσίας στην αγορά, συμπεριλαμβανομένων των ροών εσόδων, των καναλιών διανομής και των στρατηγικών τιμολόγησης.
Σχέδιο Αειφορίας	Αναπτύξτε ένα σχέδιο αειφορίας που περιγράφει πώς η επιχείρηση θα ελαχιστοποιήσει τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις.
Παρουσίαση	Ζητήστε από κάθε ομάδα να παρουσιάσει το φιλικό προς το περιβάλλον προϊόν ή υπηρεσία στην τάξη. Οι μαθητές θα πρέπει να επικοινωνούν τα περιβαλλοντικά οφέλη, τα καινοτόμα χαρακτηριστικά και τις δυνατότητες αγοράς των ιδεών τους. Ενθαρρύνετε τη δημιουργικότητα και τις αποτελεσματικές δεξιότητες επικοινωνίας κατά τη διάρκεια των παρουσιάσεων.
Ανατροφοδότηση και συζήτηση	Μετά από κάθε παρουσίαση, διευκολύνετε μια συζήτηση όπου οι μαθητές μπορούν να παρέχουν σχόλια και να κάνουν ερωτήσεις σχετικά με τις φιλικές προς το περιβάλλον υπηρεσίες. Ενθαρρύνετε την εποικοδομητική κριτική και προσφέρετε προτάσεις για βελτίωση.

Project partners



Αναστοχασμός και επόμενα βήματα	Ολοκληρώστε τη δραστηριότητα με μια διαδικασία προβληματισμού όπου οι μαθητές μπορούν να συζητήσουν τι έμαθαν από την εμπειρία. Ενθαρρύνετε τους μαθητές να εξετάσουν τη σκοπιμότητα της υλοποίησης των ιδεών τους και να διερευνήσουν ευκαιρίες για περαιτέρω ανάπτυξη ή εφαρμογή.
---------------------------------	---

Παραδείγματα προϊόντων και υπηρεσιών φιλικών προς το περιβάλλον

Επαναχρησιμοποιούμενα μπουκάλια νερού: Τα επαναχρησιμοποιήσιμα μπουκάλια νερού κατασκευασμένα από υλικά όπως ανοξείδωτο ατσάλι, γυαλί ή πλαστικό χωρίς BPA συμβάλλουν στη μείωση των πλαστικών απορριμμάτων μιας χρήσης. Ενθαρρύνουν τους ανθρώπους να ξαναγεμίζουν και να επαναχρησιμοποιούν τα μπουκάλια τους αντί να αγοράζουν πλαστικά μπουκάλια νερού μιας χρήσης, μειώνοντας έτσι την ρύπανση.

Ηλιακά πάνελ: Τα ηλιακά πάνελ αξιοποιούν την ενέργεια από τον ήλιο για να παράγουν ηλεκτρική ενέργεια, παρέχοντας μια ανανεώσιμη και βιώσιμη εναλλακτική λύση στα ορυκτά καύσιμα. Με την εγκατάσταση ηλιακών συλλεκτών σε σπίτια ή επιχειρήσεις, τα άτομα μπορούν να μειώσουν την εξάρτησή τους από την ηλεκτρική ενέργεια του δικτύου και να μειώσουν το αποτύπωμα άνθρακα.

Εναλλακτικές επιλογές κρέατος φυτικής προέλευσης: Οι εναλλακτικές επιλογές κρέατος φυτικής προέλευσης, όπως μπιφτέκια, λουκάνικα και nuggets που παρασκευάζονται από συστατικά όπως σόγια, πρωτεΐνη μπιζελιού ή μανιτάρια, προσφέρουν μια πιο αειφόρο επιλογή σε σύγκριση με το συμβατικό κρέας. Αυτά τα προϊόντα έχουν συνήθως χαμηλότερο περιβαλλοντικό αντίκτυπο όσον αφορά τη χρήση γης, την κατανάλωση νερού και τις εκπομπές αερίων του θερμοκηπίου.

Υπηρεσίες Κομποστοποίησης: Οι υπηρεσίες κομποστοποίησης συλλέγουν οργανικά απόβλητα από νοικοκυριά ή επιχειρήσεις και τα επεξεργάζονται σε κομπόστ πλούσιο σε θρεπτικά συστατικά. Αυτό

Project partners





εκτρέπει τα οργανικά απόβλητα από τους χώρους υγειονομικής ταφής, όπου θα παράγονταν αέριο μεθάνιο, ένα ισχυρό αέριο του θερμοκηπίου. Το κομπόστ μπορεί στη συνέχεια να χρησιμοποιηθεί για να εμπλουτίσει το έδαφος και να προωθήσει την ανάπτυξη των φυτών.

Επαναχρησιμοποιήσιμες τσάντες αγορών: Επαναχρησιμοποιήσιμες τσάντες αγορών κατασκευασμένες από ανθεκτικά υλικά όπως καραβόπανο ή ανακυκλωμένο πλαστικό συμβάλλουν στη μείωση της κατανάλωσης πλαστικών σακουλών μιας χρήσης. Φέρνοντας επαναχρησιμοποιούμενες σακούλες στο παντοπωλείο ή την αγορά, οι καταναλωτές μπορούν να ελαχιστοποιήσουν τα πλαστικά απόβλητα και να υποστηρίξουν αειφορικές πρακτικές.

Πάροχοι πράσινης ενέργειας: Οι πάροχοι πράσινης ενέργειας προσφέρουν ηλεκτρική ενέργεια που παράγεται από ανανεώσιμες πηγές όπως η αιολική, η ηλιακή, η υδροηλεκτρική ή η γεωθερμική ενέργεια. Επιλέγοντας ένα σχέδιο πράσινης ενέργειας, οι καταναλωτές μπορούν να υποστηρίξουν την επέκταση των υποδομών ανανεώσιμων πηγών ενέργειας και να μειώσουν το αποτύπωμά τους άνθρακα.

Υπηρεσίες κοινής χρήσης ποδηλάτων και κοινής χρήσης σκούτερ: Οι υπηρεσίες κοινής χρήσης ποδηλάτων και σκούτερ παρέχουν βολικές και φιλικές προς το περιβάλλον επιλογές μεταφοράς για σύντομα ταξίδια σε αστικές περιοχές. Χρησιμοποιώντας αυτές τις υπηρεσίες αντί να οδηγούν ή να επιλέγουν μεταφοράς με αυτοκίνητο, τα άτομα μπορούν να μειώσουν την κυκλοφοριακή συμφόρηση και την ατμοσφαιρική ρύπανση.

Project partners



3. Επιχειρηματικότητα για Κοινωνική Αλλαγή

3.31. Επισκόπηση

Αυτή η ενότητα διερευνά το ταχέως αναπτυσσόμενο πεδίο της κοινωνικής επιχειρηματικότητας, ένα υποσύνολο της επιχειρηματικότητας που εστιάζει στην ανάπτυξη και εφαρμογή λύσεων για την αντιμετώπιση των κοινωνικών αναγκών. Σε αντίθεση με την παραδοσιακή επιχειρηματικότητα, η οποία συχνά καθοδηγείται από τη μεγιστοποίηση του κέρδους, η κοινωνική επιχειρηματικότητα εστιάζει στη δημιουργία κοινωνικής αξίας και στην αντιμετώπιση μακροπρόθεσμων κοινωνικών αναγκών όπως τροφή, στέγη, εκπαίδευση και υγειονομική περίθαλψη.

Αυτή η ενότητα διερευνά τις διαφορετικές πλευρές της κοινωνικής επιχειρηματικότητας, η οποία αγγίζει πολλούς διαφορετικούς τομείς. Εξετάζει διαφορετικούς ορισμούς της κοινωνικής επιχειρηματικότητας και πώς μπορούμε να τη χρησιμοποιήσουμε για να δημιουργήσουμε οφέλη για τα άτομα και την κοινωνία. Ένα άλλο σημαντικό μέρος της ενότητας είναι η εκμάθηση για τα χαρακτηριστικά και τις πρακτικές επιτυχημένων κοινωνικών επιχειρηματιών, οι οποίοι συχνά αποκαλούνται παράγοντες αλλαγής και εισάγουν νέες λύσεις σε κοινωνικά ζητήματα που χρήζουν διόρθωσης. Το υλικό καλύπτει τόσο τη θεωρία όσο και την πρακτική πλευρά, με τους μαθητές να συμμετέχουν στην κοινότητα και να συμμετέχουν σε έργα επίλυσης προβλημάτων.

Οι μαθητές θα μάθουν για τις προκλήσεις και τις ανταμοιβές της δημιουργίας και λειτουργίας κοινωνικών επιχειρήσεων που στοχεύουν στη βελτίωση της κοινοτικής ευημερίας, στην αντιμετώπιση των κοινωνικών αδικιών και στη διασφάλιση της περιβαλλοντικής βιωσιμότητας για τις μελλοντικές γενιές. Αυτό θα δώσει στους μαθητές τη γνώση που χρειάζονται για να ενσωματώσουν επιχειρηματικούς και κοινωνικούς στόχους για τη δημιουργία αποτελεσματικών και βιώσιμων επιχειρηματικών μοντέλων.

Μαθησιακοί Στόχοι

Μέχρι το τέλος αυτής της ενότητας, οι μαθητές θα είναι σε θέση:

Project partners





- Ορίζουν την κοινωνική επιχειρηματικότητα και να την ξεχωρίζουν από την παραδοσιακή επιχειρηματικότητα.
- Αναγνωρίζουν το ρόλο της κοινωνικής επιχειρηματικότητας στην αντιμετώπιση των κοινωνικών προκλήσεων.
- Μάθουν να εντοπίζουν πειστικά κοινωνικά ζητήματα που μπορούν να αντιμετωπιστούν μέσω επιχειρηματικών λύσεων.
- Αναλύουν διάφορα κοινωνικά προβλήματα από πολλαπλές οπτικές γωνίες για να κατανοούν την πολυπλοκότητά τους.
- Χρησιμοποιούν επιχειρηματικά εργαλεία και τεχνικές για να σχεδιάζουν και να εκτελούν έργα κοινωνικής επιχειρηματικότητας.
- Ενθαρρύνουν τη δημιουργική σκέψη για την ανάπτυξη καινοτόμων λύσεων σε κοινωνικά προβλήματα.
- Συμμετέχουν σε έργα μάθησης υπηρεσιών που παρέχουν πρακτική εμπειρία στην εφαρμογή της γνώσης στην τάξη σε προβλήματα του πραγματικού κόσμου.
- Αναπτύξουν ηγετικές δεξιότητες που είναι απαραίτητες για την καθοδήγηση κοινωνικών πρωτοβουλιών.
- Βελτιώσουν τις ικανότητες συνεργασίας εντός ομάδων και με εταίρους στην κοινότητα.

Project partners



The Green & Social StartUps Erasmus+ Project (Nr. 2022-1-PL01-KA220-SCH-000087194) is co-funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.



3.2. Εισαγωγή στην Κοινωνική Επιχειρηματικότητα

Τι είναι η Κοινωνική Επιχειρηματικότητα;

Τα τελευταία χρόνια, η κοινωνική επιχειρηματικότητα, η οποία είναι υποκατηγορία της επιχειρηματικότητας, τυγχάνει ολοένα και μεγαλύτερης προσοχής από τους μελετητές της επιχειρηματικότητας. Η κοινωνική επιχειρηματικότητα είναι ένας νέος αλλά ταχέως αναπτυσσόμενος τομέας που περιλαμβάνει πολλούς διαφορετικούς τομείς, όπως η καινοτομία, η τεχνολογία, η δημόσια πολιτική, η κοινοτική ανάπτυξη, τα κοινωνικά κινήματα και οι μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί.

Η κατανόηση της κοινωνικής επιχειρηματικότητας ξεκινά με τους ορισμούς της, οι οποίοι ποικίλλουν αρκετά. Αν και πολλοί ορισμοί έχουν ομοιότητες, φαίνεται ότι υπάρχουν πολλοί διαφορετικοί τρόποι ορισμού της κοινωνικής επιχειρηματικότητας. Μερικοί από αυτούς τους ορισμούς είναι αρκετά παρόμοιοι, αλλά ο καθένας εστιάζει σε διαφορετικές πτυχές της κοινωνικής επιχειρηματικότητας και προσπαθεί να την ορίσει με βάση αυτές τις πτυχές. Θα μπορούσε να είναι ότι διαφορετικοί κλάδοι ενδιαφέρονται να εξετάσουν τα ατομικά και κοινωνικά οφέλη της κοινωνικής επιχειρηματικότητας από διαφορετικές οπτικές γωνίες.

Η κοινωνική επιχειρηματικότητα αφορά την αναγνώριση, την αξιολόγηση και την εκμετάλλευση ευκαιριών που δημιουργούν κοινωνική αξία – αυτές είναι οι βασικές και μακροχρόνιες ανάγκες της κοινωνίας, όχι ο προσωπικός πλούτος ή ο πλούτος των μετόχων. Η ιδέα της κοινωνικής αξίας ελάχιστη σχέση έχει με το κέρδος. Πρόκειται για την εκπλήρωση βασικών και μακροχρόνιων αναγκών όπως η παροχή τροφής, νερού, στέγης, εκπαίδευσης και ιατρικών υπηρεσιών σε όσους τις χρειάζονται (Austin, et al., 2006).

Οι κύριοι στόχοι της κοινωνικής επιχειρηματικότητας είναι η μείωση της φτώχειας και του αναλφαριθμητισμού, η βελτίωση της κοινωνικής ευημερίας, η αντιμετώπιση των κοινωνικών αδικιών και η προστασία του περιβάλλοντος για τις μελλοντικές γενιές. Χρησιμοποιώντας τις δεξιότητες και τους πόρους τους, οι κοινωνικοί επιχειρηματίες μπορούν να έχουν μεγάλο αντίκτυπο στην κοινωνία. Με άλλα λόγια, η κοινωνική επιχειρηματικότητα αφορά τους επιχειρηματίες που χρησιμοποιούν τις δεξιότητές

Project partners





τους για να δημιουργήσουν κοινωνική αξία, αντί απλώς να βγάζουν χρήματα. Συχνά το κάνουν αυτό επειδή οδηγούνται από μια κοινωνική αποστολή και είναι πρόθυμοι να εργαστούν σκληρά. Ένας κοινωνικός επιχειρηματίας είναι κάποιος που έχει πραγματικό πάθος να κάνει τη διαφορά και έχει επίσης την πειθαρχία, την καινοτομία και την αποφασιστικότητα να πετύχει στην επιχείρησή.

Ποιος είναι λοιπόν κοινωνικός επιχειρηματίας;

Οι περισσότεροι ερευνητές τα στοιχεία που χαρακτηρίζουν έναν σπουδαίο κοινωνικό επιχειρηματία και πώς πρέπει να είναι. Ο Robert Theobald είναι ένας από τους πρώτους που όρισε την κοινωνική επιχειρηματικότητα. Λέει ότι είναι «πράκτορες αλλαγής» που παίρνουν ρίσκα για να παρουσιάσουν νέες ιδέες σε ανθρώπους, ομάδες και οργανισμούς. Εξετάζει επίσης την κοινωνική επιχειρηματικότητα από μια ευρεία οπτική γωνία, επισημαίνοντας ότι η ανάληψη κινδύνων και η καινοτομία είναι βασικά χαρακτηριστικά των κοινωνικών επιχειρηματιών.

Οι Leadbeater και Goss (1998) υπογραμμίζουν ότι η κοινωνική επιχειρηματικότητα έχει να κάνει με δράση προσανατολισμένη στην κοινότητα. Προτείνουν ότι οι κοινωνικοί επιχειρηματίες είναι οι άνθρωποι που εργάζονται σε κοινότητες που έχουν ανάγκη ή σε δημιουργικές εθελοντικές οργανώσεις για να βοηθήσουν στην κάλυψη των αναγκών της κοινότητας χρησιμοποιώντας πόρους που διαφορετικά θα πήγαιναν χαμένοι.

Οι Glancey και McQuaid (2000) προτείνουν ότι οι κοινωνικοί επιχειρηματίες είναι καινοτόμοι και χρησιμοποιούν ανεπαρκώς χρησιμοποιούμενους πόρους με τον τρόπο που τους ορίζουν οι άλλοι άνθρωποι. Κατά την άποψή τους, οι κοινωνικοί επιχειρηματίες βρίσκουν νέες λύσεις σε κοινωνικά προβλήματα και χρησιμοποιούν τους πόρους με τρόπους που ωφελούν την τοπική κοινωνία. Επίσης, αυτός ο ορισμός λέει ότι οι κοινωνικοί επιχειρηματίες μπορούν να εργαστούν σε όλους τους τομείς, συμπεριλαμβανομένης της κυβέρνησης ή μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα ομάδων ή επιχειρήσεων.

Ο Bornstein (2004) λέει ότι κοινωνικός επιχειρηματίας είναι κάποιος που κάνει τη διαφορά. Αυτός ή αυτή αναπτύσσει νέες ιδέες για την αντιμετώπιση των βασικών προβλημάτων και πάντα εργάζεται μέχρι να επιτύχει τους στόχους του.

Project partners





Όταν εξετάζετε πραγματικά τους διάφορους ορισμούς ενός κοινωνικού επιχειρηματία, γίνεται σαφές ότι οι ερευνητές αξιολογούν τα χαρακτηριστικά του χαρακτήρα, τους τομείς εργασίας, τους στόχους και τα αποτελέσματα της κοινωνικής επιχειρηματικότητας με διαφορετικούς τρόπους. Κατά συνέπεια, έχουμε ένα ευρύ φάσμα ορισμών για το τι είναι ένας κοινωνικός επιχειρηματίας. Εάν λάβετε υπόψη όλους αυτούς τους ορισμούς, φαίνεται ότι ένας κοινωνικός επιχειρηματίας πρέπει να είναι καινοτόμος, πρόθυμος να αναλάβει ρίσκα, δημιουργικός, παρατηρητής των κοινωνικών προβλημάτων, ικανός να αναπτύξει βιώσιμες λύσεις σε κοινωνικά προβλήματα, εργατικός και ικανός.

Με λίγα λόγια, υπάρχουν τέσσερις βασικές διαφορές μεταξύ της κοινωνικής επιχειρηματικότητας και άλλων μορφών επιχειρηματικότητας. Οι κοινωνικοί επιχειρηματίες (Bacq & Janssen, 2011):

1. Οδηγούνται από την αποστολή. Κάνουν τα πάντα για να υπηρετήσουν την αποστολή τους να έχουν κοινωνικό αντίκτυπο σε όσους το χρειάζονται περισσότερο.
2. Ενεργούν ως επιχειρηματίες με συνδυασμό χαρακτηριστικών που τους διακρίνουν από άλλους τύπους επιχειρηματιών (βλ. Πίνακα 1).
3. Δραστηριοποιούνται σε επιχειρηματικούς οργανισμούς με ισχυρή κουλτούρα καινοτομίας και διαφάνειας.
4. Συνεργάζονται με ανεξάρτητους οργανισμούς που σχεδιάζουν και εκτελούν στρατηγικές κερδισμένου εισοδήματος. Η ιδέα είναι να προσφέρουμε την επιδιωκόμενη κοινωνική αξία, παραμένοντας οικονομικά ανεξάρτητοι. Αυτό επιτυγχάνεται με το συνδυασμό κοινωνικών και κερδοσκοπικών δραστηριοτήτων για να γίνουν αυτάρκειες, να μειωθεί η εξάρτηση από δωρεές και κρατική χρηματοδότηση και να αυξηθεί η δυνατότητα επέκτασης της προσφοράς της προτεινόμενης κοινωνικής αξίας.

Project partners



Πίνακας 1. Διακριτικά και κοινά χαρακτηριστικά των κερδοσκοπικών και κοινωνικών επιχειρηματιών (Abu-Saifan, 2012)

Διακριτικά χαρακτηριστικά των κερδοσκοπών επιχειρηματιών	Κοινά χαρακτηριστικά και των δύο τύπων	Διακριτικά χαρακτηριστικά των κοινωνικών επιχειρηματιών
Επιτυγχάνει υψηλούς στόχους	Καινοτομεί	Ηγείται της αποστολής
Αναλαμβάνει ρίσκο	Είναι προσηλωμένος	Οδηγείται από το συναίσθημα
Οργανώνει	Αναλαμβάνει πρωτοβουλίες	Παράγοντας αλλαγής
Σκέφτεται στρατηγικά	Είναι ηγέτης	Διαμορφώνει γνώμες
Δημιουργεί αξία	Ψάχνει ευκαιρίες	Δημιουργεί κοινωνική αξία
Σκέφτεται ολιστικά	Επιμένει	Κοινωνικά ευαισθητοποιημένος
Διαμεσολαβεί	Δεσμεύεται	Διευθύνει
		Οραματιστής
		Ιδιαίτερα υπεύθυνος

3.2.1. Κοινωνικά Θέματα και Επιχειρηματικές Λύσεις

Μπορούμε να πούμε ότι ο καθένας μπορεί να γίνει επιχειρηματίας. Κάθε άτομο μαθαίνει την επιχειρηματικότητα αποκτώντας εμπειρία ζωής και αναπτύσσει τις επιχειρηματικές του δεξιότητες χτίζοντας τις σωστές δεξιότητες. Σε αυτήν την περίπτωση, εάν ένα άτομο θέλει να γίνει επιχειρηματίας, το πρώτο βήμα είναι να λάβει τη σωστή εκπαίδευση που θα το βοηθήσει να αποκτήσει και να αναπτύξει τις απαραίτητες επιχειρηματικές δεξιότητες.

Στην ίδια κατεύθυνση, το να γίνεις κοινωνικός επιχειρηματίας ξεκινά με την εκπαίδευση, όπως κάθε καριέρα. Όταν μελετάτε θέματα όπως οι επιχειρήσεις, τα οικονομικά και οι κοινωνικές επιστήμες, δεν μαθαίνετε μόνο για τα χρήματα και τις αγορές. Μαθαίνετε πώς να εντοπίζετε προβλήματα στην κοινωνία μας και να διερευνάτε τρόπους επίλυσής τους. Για παράδειγμα, η εκμάθηση των οικονομικών μπορεί να σας βοηθήσει να κατανοήσετε γιατί ορισμένες κοινότητες έχουν λιγότερους πόρους και η μελέτη

Project partners





κοινωνικών επιστημών μπορεί να σας διδάξει για τις προκλήσεις που αντιμετωπίζουν διαφορετικές ομάδες.

Ωστόσο, η εκπαίδευση δεν είναι μόνο να κάθεται σε μια τάξη. Η εμπειρία του πραγματικού κόσμου είναι εξίσου σημαντική. Αυτό περιλαμβάνει την είσοδο στην κοινότητα, ίσως μέσω εθελοντισμού σε τοπικά καταφύγια αστέγων, συμμετοχή σε καθαρισμό του περιβάλλοντος ή συμμετοχή σε σχολικές λέσχες που επικεντρώνονται στην παροχή κοινωνικών υπηρεσιών. Αυτές οι εμπειρίες σας επιτρέπουν να δείτε από πρώτο χέρι τα ζητήματα που έχετε μάθει στην τάξη, δίνοντάς σας μια σαφέστερη εικόνα του τι πρέπει να κάνετε και πώς μπορείτε να βοηθήσετε.

Οπλισμένοι με γνώση και εμπειρία, μπορείτε στη συνέχεια να εφαρμόσετε επιχειρηματικές τεχνικές για να λύσετε αυτά τα κοινωνικά προβλήματα. Για παράδειγμα, μπορείτε να δημιουργήσετε μια μικρή επιχείρηση που χτίζει οικονομικά προσιτά σπίτια από βιώσιμα υλικά, συμβάλλοντας στην αντιμετώπιση των αστέγων ενώ παράλληλα προστατεύει το περιβάλλον. Μια άλλη ιδέα είναι να ξεκινήσετε μια επιχείρηση που πουλά σχολικά είδη, όπου για κάθε αντικείμενο που πωλείται, ένα άλλο δωρίζεται σε ένα παιδί που έχει ανάγκη.

Πολλοί νέοι επιχειρηματίες έχουν βρει καινοτόμους τρόπους να χρησιμοποιούν τις επιχειρήσεις για κοινωνικό καλό. Πάρτε, για παράδειγμα, την ιστορία ενός εφήβου που ίδρυσε μια εταιρεία για να κατασκευάζει επαναχρησιμοποιήσιμα μεταλλικά καλαμάκια για τη μείωση των πλαστικών απορριμμάτων. Αυτό το μικρό βήμα όχι μόνο βοηθά το περιβάλλον αλλά και ευαισθητοποιεί σχετικά με τη ρύπανση. Ένας άλλος νεαρός επιχειρηματίας δημιούργησε μια διαδικτυακή πλατφόρμα που οδηγεί τα πλεονάζοντα τρόφιμα από εστιατόρια σε τοπικές τράπεζες τροφίμων, διασφαλίζοντας ότι σπαταλάται λιγότερο φαγητό και ότι περισσότεροι άνθρωποι λαμβάνουν τα γεύματα που χρειάζονται.

3.2.2. Πώς να γίνεις κοινωνικός επιχειρηματίας;

Αυτή τη στιγμή, οι τοπικές και παγκόσμιες κοινότητες μας αντιμετωπίζουν πολλά περίπλοκα κοινωνικά ζητήματα. Αυτά τα ζητήματα χρειάζονται δημιουργικούς και κατευθυνόμενους ανθρώπους να βρουν νέους τρόπους για να έχουν θετικό, αντίκτυπο μακροχρόνια. Οι κοινωνικοί επιχειρηματίες είναι

Project partners





άνθρωποι που μπορούν να εντοπίσουν προβλήματα εντός των κοινοτήτων και να δημιουργήσουν επιχειρήσεις που παράγουν κέρδη, ενώ ταυτόχρονα αντιμετωπίζουν αυτά τα ζητήματα και υποστηρίζουν την κοινωνική αλλαγή. Έτσι, οι κοινωνικοί επιχειρηματίες έχουν μεγάλη καρδιά. Είναι παθιασμένοι με το να κάνουν τη διαφορά. Τους ενδιαφέρει περισσότερο από το κέρδος.

Ωστόσο, το να γίνεις κοινωνικός επιχειρηματίας δεν είναι εύκολο. Για να πετύχεις, χρειάζεσαι περισσότερα από μια υπέροχη ιδέα. Αν θέλετε να αλλάξετε τον κόσμο και να κερδίσετε χρήματα κάνοντας το, πρέπει να σχεδιάσετε το ταξίδι σας. Παρακάτω είναι μερικά σημαντικά βήματα που πρέπει να ακολουθήσει όποιος θέλει να γίνει επιτυχημένος κοινωνικός επιχειρηματίας.

Όλα ξεκινούν με μια σαφή **δήλωση αποστολής**. Με άλλα λόγια, πρέπει να αποφασίσετε ποιους θέλετε να βοηθήσετε και πού και πώς θέλετε να τους βοηθήσετε. Εκτός από το ποιος, πρέπει να είστε εξίσου σαφείς σχετικά με το πρόβλημα που θέλετε να λύσετε για αυτό το κοινό-στόχο (ομάδα-στόχο) μέσω της υπηρεσίας ή του προϊόντος που θα προσφέρει ο οργανισμός σας. Για να βρείτε το σωστό πρόβλημα που θα προσπαθήσετε να αντιμετωπίσετε, πρέπει φυσικά να λάβετε υπόψη τις δικές σας προτιμήσεις, τα φυσικά ταλέντα, τις δυνάμεις, τις επαγγελματικές σας δεξιότητες και εκπαίδευση και τους πόρους που έχετε στη διάθεσή σας. Σκεφτείτε μερικές απλές ερωτήσεις που θα σας βοηθήσουν να ξεκινήσετε. Τι θα κάνετε; Πώς θα το κάνετε; Για ποιον θα το κάνετε; Τι αξία θα προσφέρετε; Ποιες είναι οι αξίες και οι αρχές που σας καθοδηγούν; Αυτές οι ερωτήσεις θα σας βοηθήσουν να δημιουργήσετε τη δήλωση αποστολής σας.

Ένα επόμενο σημαντικό βήμα είναι να **ερευνήσετε την περιοχή/κατεύθυνση** στην οποία έχετε επιλέξει να εστιάσετε. Θα πρέπει να κατανοήσετε όσο περισσότερα μπορείτε για το κοινωνικό επιχειρηματικό τοπίο στο οποίο θέλετε να δραστηριοποιηθείτε, καθώς και ποιος οδηγεί και αλλάζει τον κόσμο. Δεν χρειάζεται να επανεφεύρετε τον τροχό. Εάν δείτε έναν κοινωνικό επιχειρηματία να κάνει ακριβώς αυτό που θέλετε να επιτύχετε, χρησιμοποιήστε το ως κίνητρο και καύσιμο για να αναπτύξετε τη δική σας μοναδική προσφορά με γνώμονα την επίτευξη του σκοπού σας. Οι υπάρχουσες καλές πρακτικές μπορούν πάντα να χρησιμοποιηθούν για τη βελτίωση και την εξέλιξη των προσπαθειών μας.

Project partners





Έχετε στα χέρια σας ένα εργαλείο που μπορεί να σας βοηθήσει. Η Google είναι ο φίλος σας εδώ για να βρείτε μια πληθώρα σχετικών πληροφοριών, παραδειγμάτων, βέλτιστων πρακτικών, καθώς και εκείνων που μπορεί να θεωρήσετε ανταγωνιστές ή συνεργάτες. Σκεφτείτε το εξής: αν θέλατε να εμπλακείτε με μια εταιρεία/οργανισμό που προσφέρει αυτό που θέλετε να προσφέρετε, τι θα αναζητούσατε στο διαδίκτυο; Ποιους ακριβείς όρους θα χρησιμοποιούσατε; Θεωρήστε τον εαυτό σας τον ιδανικό πελάτη ή δικαιούχο σας και, στη συνέχεια, ψάξτε στο Διαδίκτυο με αυτό τον τρόπο. Αυτή η άσκηση θα σας βοηθήσει να δείτε το έργο σας από την οπτική γωνία εκείνων που σκοπεύετε να βοηθήσετε, διασφαλίζοντας ότι οι προσπάθειές σας είναι στοχευμένες και αποτελεσματικές.

Επιπλέον, μην παραβλέπετε τη σημασία της σύνδεσης με επαγγελματικά δίκτυα. Γίνετε μέλος σε φόρουμ κοινωνικής επιχειρηματικότητας, ομάδες LinkedIn και τοπικές ή εθνικές ενώσεις. Αυτές οι ομάδες συχνά έχουν πολύτιμους πόρους και ευκαιρίες δικτύωσης που μπορούν να παρέχουν καθοδήγηση και υποστήριξη καθώς αναπτύσσετε το εγχείρημά σας. Η κατανόηση των μελών και των τύπων κοινωνικών επιχειρήσεων που διαχειρίζονται θα σας δώσει πληροφορίες για τα πρότυπα και τις προσδοκίες του κλάδου.

Επιπλέον, εξετάστε το ενδεχόμενο να παρακολουθήσετε συνέδρια και σεμινάρια του κλάδου που σχετίζονται με την περιοχή ενδιαφέροντός σας. Αυτές οι εκδηλώσεις είναι τεράστιες ευκαιρίες για να μάθετε από έμπειρους ειδικούς, να ακούσετε νέες ιδέες και να συναντήσετε πιθανούς μέντορες που μπορούν να προσφέρουν πρακτικές συμβουλές και πιθανώς ακόμη και συνεργασίες.

Τώρα που γνωρίζετε αρκετές πληροφορίες, είστε έτοιμοι να σχεδιάσετε τη δική σας μοναδική προσφορά. Θα σας βοηθούσε πολύ να σκεφτείτε τι ξεχωρίζει την κοινωνική σας επιχείρηση. Πώς μπορείτε να κάνετε κάτι διαφορετικό από αυτό που κάνουν ήδη οι άλλοι; Όσο πιο λεπτομερώς περιγράφετε τι θέλετε να κάνετε και πώς σκοπεύετε να το κάνετε, τόσο πιο ξεχωριστή θα είναι η κοινωνική σας επιχείρηση.

Η χρήση αυτοκόλλητων σημειώσεων για να συλλάβετε ιδέες και να βελτιώσετε τις ιδέες σας για μια κοινωνική επιχείρηση μπορεί να είναι ένα αποτελεσματικό εργαλείο. Γράψτε μια λέξη-κλειδί σε κάθε αυτοκόλλητο που αποτυπώνει μια ουσιαστική πτυχή των στόχων του έργου σας. Τοποθετήστε αυτά τα

Project partners





αυτοκόλλητα σε ορατές επιφάνειες, όπως τοίχους ή παράθυρα, όπου μπορείτε να τις αναδιατάξετε καθώς εξελίσσονται οι ιδέες σας.

Καθώς προχωράτε, προσαρμόζετε συνεχώς σημειώσεις σας ώστε να αντικατοπτρίζουν νέες ιδέες και οδηγίες για την επιχείρησή σας. Εστιάστε σε αυτό που κάνει την πρωτοβουλία σας να ξεχωρίζει ή πώς αντιμετωπίζει συγκεκριμένα τις ανάγκες της κοινότητας-στόχου σας. Σκεφτείτε ποια μοναδική οπτική γωνία ή αξία μπορείτε να προσφέρετε στο υπάρχον τοπίο.

Δεν χρειάζεται να είναι η ιδέα σας εντελώς μοναδική, μπορείτε να σκεφτείτε πώς μπορείτε να ενισχύσετε ή να συμπληρώσετε τη δουλειά άλλων που βρίσκονται ήδη στο χώρο. Η συνεργασία με οργανισμούς που έχουν ήδη καθιερωθεί στο χώρο, μπορεί να ανοίξει νέους δρόμους για αντίκτυπο που δεν είχατε σκεφτεί πριν. Αυτή η προσέγγιση όχι μόνο συμβάλλει στην κάλυψη των κενών, αλλά επίσης βασίζεται στα δυνατά σημεία των υφιστάμενων προσπαθειών, οδηγώντας ενδεχομένως σε πιο σημαντικές αλλαγές και επιτυχίες.

Ωστόσο, είναι σημαντικό να θυμόμαστε ότι η κοινωνική επιχειρηματικότητα είναι κάτι περισσότερο από το απλό κέρδος. Πρόκειται επίσης για τη δημιουργία θετικού κοινωνικού αντίκτυπου. Γι' αυτό, είναι καλή ιδέα να χρησιμοποιείτε μετρήσεις κοινωνικού αντίκτυπου παράλληλα με τις συμβατικές επιχειρηματικές μετρήσεις, όπως το κέρδος, για να μετράτε την πρόοδό σας. Αυτά τα μέτρα θα σας βοηθήσουν να αξιολογήσετε την αποτελεσματικότητα των πρωτοβουλιών σας και να κοινοποιήσετε αποτελεσματικά τα αποτελέσματα στα ενδιαφερόμενα μέρη σας.

Η εξισορρόπηση της κοινωνικής αποστολής σας με τους επιχειρηματικούς σας στόχους είναι συχνά δύσκολη, αλλά είναι ένα από τα πιο ικανοποιητικά πράγματα για κάποιον που θέλει να είναι κοινωνικός επιχειρηματίας. Βάζοντας την κοινωνική σας αποστολή στο επίκεντρο αυτού που κάνετε και χρησιμοποιώντας την ως μοναδικό σημείο πώλησης, μπορείτε να βεβαιωθείτε ότι εκπληρώνετε τόσο τους κοινωνικούς όσο και τους επιχειρηματικούς σας στόχους.

Να θυμάστε ότι ο δρόμος για μια καριέρα στην κοινωνική επιχειρηματικότητα είναι ένα ταξίδι με στάδια, όχι ένας προορισμός. Χρειάζεται πολλή αφοσίωση, ενθουσιασμό και ισχυρή δέσμευση για τη δημιουργία

Project partners





κοινωνικού αντίκτυπου. Στην πορεία, είναι καλό να συνεχίσετε να μαθαίνετε και να προσαρμόζεστε σε νέες πληροφορίες. Αυτό βοηθά την προσωπική εξέλιξη και επίσης κάνει την επιχείρησή σας πιο επιτυχημένη.

Φυσικά, δεν χρειάζεται να ξεκινήσετε μόνοι σας αυτό το συναρπαστικό ταξίδι. Απευθυνθείτε στα μέλη της ομάδας για σχόλια και υποστήριξη. Ένα μέλος της ομάδας δεν χρειάζεται να είναι συνεργάτης ή υπάλληλος. Μπορούν απλώς να είναι σταθεροί υποστηρικτές του εγχειρήματός σας με γνώμονα την αποστολή. Ένα τέτοιο άτομο μπορεί να είναι ένα μέλος της οικογένειας, ένας φίλος ή ακόμα και ένας επιχειρηματικός συνεργάτης που ενθαρρύνει και υποστηρίζει με συνέπεια τις προσπάθειές σας. Το να έχεις κάποιον που πιστεύει σε αυτό που προσπαθείς να πετύχεις μπορεί να προσφέρει ανεκτίμητη ενθάρρυνση και καθοδήγηση καθώς προχωράς. Επιπλέον, η δημιουργία ενός δικτύου τέτοιων υποστηρικτών μπορεί να επεκτείνει τους πόρους και τις προοπτικές σας, ενισχύοντας την ικανότητά σας να πετύχετε.

Για να συγκεντρώσετε εξωτερική υποστήριξη, απευθυνθείτε σε άτομα που βρίσκονται ήδη στη ζωή και την καριέρα σας και τα οποία θεωρείτε έμπιστους μέντορες και συμβούλους. Ή μπορεί να είναι μερικοί από τους ανταγωνιστές και συνεργάτες που συναντήσατε όταν ερευνήσατε το πεδίο ή μέλη σχετικών επαγγελματικών ενώσεων που σκεφτήκατε. Θα μπορούσαν επίσης να είναι άνθρωποι με το ίδιο πνεύμα που θέλουν επίσης να κάνουν τη διαφορά ή την έχουν ήδη κάνει.

Τα μέλη της ομάδας είναι άτομα με τα οποία μπορείτε ελεύθερα και ανοιχτά να ανταλλάξετε ιδέες και να ζητήσετε σχόλια και συμβουλές. Άτομα που ήταν στη θέση σας στο παρελθόν και μπορούν να σας βοηθήσουν στην επιτυχία, χρησιμοποιώντας τα δίκτυα και τους πόρους τους στην πορεία για να σας ωθήσουν μπροστά.

Παρουσιάστε στους υποστηρικτές και τους μέντορες σας τη δήλωση αποστολής σας και απλώς δείτε τη γνώμη τους για αυτήν. Πρέπει να έχετε υπομονή όταν το κάνετε αυτό, γιατί κάποιιοι μπορεί να σας επικρίνουν πολύ σκληρά. Θυμηθείτε ότι τα μέλη της ομάδας σας πιθανότατα έχουν καλές προθέσεις και θέλουν να σας δουν να πετυχαίνετε.

Project partners





Σίγουρα, είναι σημαντικό να αναπτύξετε ένα σαφές και λεπτομερές επιχειρηματικό μοντέλο για την κοινωνική σας επιχείρηση. Ένα επιχειρηματικό μοντέλο λειτουργεί ως ένα προσχέδιο που περιγράφει τον τρόπο με τον οποίο η επιχείρησή σας θα δημιουργήσει έσοδα. Εξετάστε το εύρος των υπηρεσιών ή των προϊόντων σας. Σκοπεύετε να δραστηριοποιηθείτε σε μικρή κλίμακα, εξυπηρετώντας πελάτες απευθείας στην περιοχή σας ως ατομική επιχείρηση; Ή, οραματίζεστε να επεκτείνετε τις δραστηριότητές σας, να προσλάβετε προσωπικό και να προσεγγίσετε ένα ευρύτερο κοινό για να μεγιστοποιήσετε τον αντίκτυπο;

Καθορίστε ξεκάθαρα τους οικονομικούς στόχους της κοινωνικής σας επιχείρησης. Προσδιορίστε πόσα έσοδα χρειάζονται για να τη διατηρήσετε σε λειτουργία, να αποζημιώσετε τον εαυτό σας και τυχόν υπαλλήλους και ενδεχομένως να επιτρέψετε τη μελλοντική ανάπτυξη. Ποιο επιχειρηματικό μοντέλο θα σας επιτρέψει να επιτύχετε την επιθυμητή κερδοφορία;

Επιπλέον, σκεφτείτε ποιος θα πληρώσει για τις υπηρεσίες ή τα προϊόντα σας. Οι άμεσοι δικαιούχοι της επιχείρησής σας θα είναι αυτοί που πληρώνουν ή θα εφαρμόσετε ένα μοντέλο όπου μια ομάδα πελατών πληρώνει και μια άλλη ωφελείται; Για παράδειγμα, η TOMS Shoes χρησιμοποιεί ένα μοντέλο «ένα προς έναν» όπου οι αγοραστές χρηματοδοτούν δωρεάν παπούτσια για όσους έχουν ανάγκη — μια διαδεδομένη προσέγγιση στην κοινωνική επιχειρηματικότητα.

Ένα άλλο μοντέλο παρατηρείται στις επιχειρήσεις μικροδανεισμού, όπου οι ίδιοι οι δικαιούχοι είναι πελάτες που αποπληρώνουν δάνεια με τόκο. Αυτός ο τόκος όχι μόνο καλύπτει το κόστος των δανείων αλλά δημιουργεί επίσης κέρδη και χρηματοδοτεί περαιτέρω δανειοδοτικές δραστηριότητες.

Αφού επιλέξετε το πιο κατάλληλο επιχειρηματικό μοντέλο για την κοινωνική σας επιχείρηση, σκεφτείτε να παρουσιάσετε και να δοκιμάσετε το μοντέλο σας μέσω τοπικών διαγωνισμών κοινωνικής επιχείρησης. Αυτές οι εκδηλώσεις μπορούν να σας προσφέρουν κρίσιμα σχόλια και ευκαιρίες για να βελτιώσετε την προσέγγισή σας, διασφαλίζοντας ότι το επιχειρηματικό σας μοντέλο είναι όσο το δυνατόν πιο αποτελεσματικό.

Project partners





Αφού υπολογίσετε το ποσό που θα χρειαστείτε για να ξεκινήσετε τον οργανισμό/επιχείρησή σας, θα πρέπει στη συνέχεια να αναζητήσετε πηγές χρηματοδότησης. Θα χρειαστεί να σκεφτείτε διαφορετικούς τρόπους για να συγκεντρώσετε τα κεφάλαια που απαιτούνται για να ξεκινήσετε.

Θα μπορούσατε να εξετάσετε μερικές επιλογές. Για παράδειγμα, μπορεί να λάβετε ένα επιχειρηματικό δάνειο, αν μπορείτε, ή ίσως μπορείτε να χρησιμοποιήσετε τις δικές σας αποταμιεύσεις για να χρηματοδοτήσετε το έργο σας. Μια άλλη πιθανότητα είναι να ρωτήσετε φίλους και συγγενείς εάν μπορούν να σας δανείσουν κάποια χρήματα ή θα μπορούσατε να αναζητήσετε επενδυτές που ενδιαφέρονται να βοηθήσουν νεοφυείς επιχειρήσεις σαν τη δική σας.

Το crowdfunding είναι μια άλλη επιλογή. Εδώ χρησιμοποιείτε ιστότοπους όπως το Kickstarter ή το Indiegogo για να ζητήσετε από πολλούς ανθρώπους μικρά χρηματικά ποσά για να υποστηρίξετε το έργο σας. Λάβετε υπόψη ότι το crowdfunding λειτουργεί καλύτερα εάν έχετε πολλά άτομα που γνωρίζουν για το έργο σας και θέλουν να σας βοηθήσουν, επομένως ενδέχεται να μην συγκεντρώσει πολλά χρήματα εάν δεν έχετε ακόμη μια μεγάλη ομάδα υποστηρικτών.

Ανεξάρτητα από τον τρόπο που επιλέγετε για να λάβετε χρηματοδότηση, βεβαιωθείτε ότι τα άτομα που σας δίνουν χρήματα κατανοούν και υποστηρίζουν τι θέλετε να κάνετε με το έργο σας. Είναι σημαντικό να νοιάζονται για τους στόχους σας και όχι μόνο για το να βγάλουν χρήματα.

Επιπλέον, εκτός από όσα αναφέρθηκαν ήδη, θα πρέπει να αναπτύξετε ένα λεπτομερές σχέδιο δράσης και, φυσικά, να το τηρήσετε καθ' όλη τη διάρκεια του επιχειρηματικού σας ταξιδιού. Ένα αποτελεσματικό σχέδιο δράσης όχι μόνο θέτει τα θεμέλια για μια δομημένη προσέγγιση για την έναρξη και την ανάπτυξη του κοινωνικού σας εγχειρήματος, αλλά επίσης λειτουργεί ως ένα δυναμικό εργαλείο που καθοδηγεί τις καθημερινές σας αποφάσεις και ενέργειές σας.

Κατά την ανάπτυξη του σχεδίου δράσης σας, ξεκινήστε ορίζοντας ξεκάθαρους, εφικτούς στόχους. Για παράδειγμα, εάν η κοινωνική σας επιχείρηση στοχεύει να βελτιώσει την εκπαίδευση, το σχέδιο δράσης σας μπορεί να περιλαμβάνει συγκεκριμένα καθήκοντα όπως η εξασφάλιση συνεργασιών με σχολεία, ο

Project partners





σχεδιασμός εκπαιδευτικού υλικού και ο προγραμματισμός συνεδριών κατάρτισης για εθελοντές. Κάθε στόχος πρέπει να έχει ένα αντίστοιχο σύνολο δραστηριοτήτων, υπεύθυνα μέρη και προθεσμίες.

Συμπεριλάβετε ορόσημα που σηματοδοτούν σημαντικές φάσεις στην ανάπτυξη του εγχειρήματός σας, όπως η ολοκλήρωση των αρχικών κύκλων χρηματοδότησης, η έναρξη ενός πιλοτικού προγράμματος ή η προσέγγιση ενός συγκεκριμένου αριθμού δικαιούχων. Προσαρτήστε βασικούς δείκτες απόδοσης (KPI) σε αυτά τα ορόσημα για να μετρήσετε την πρόοδο και να βεβαιωθείτε ότι οι ενέργειές σας οδηγούν στα επιθυμητά αποτελέσματα.

Ορίστε τακτικά διαστήματα (π.χ. μηνιαία ή τριμηνιαία) για να ελέγχετε την πρόοδο του σχεδίου δράσης σας. Αυτή η ανασκόπηση σας επιτρέπει να προσαρμόσετε τη στρατηγική σύμφωνα με σχόλια, προκλήσεις ή αλλαγές στην αγορά. Είναι επίσης μια ευκαιρία να γιορτάσετε τα επιτεύγματα πράγμα που παρακινεί την ομάδα σας.

Αναλύστε τις καθημερινές ή εβδομαδιαίες εργασίες με όσο το δυνατόν περισσότερες λεπτομέρειες. Για παράδειγμα, αντί για μια ασαφή περιγραφή όπως "εργασία στο μάρκετινγκ", καθορίστε "πρόχειρη ανάρτηση στο διαδίκτυο για μια επερχόμενη εκδήλωση αλφαριθμητισμού" ή "ενημέρωση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης με ιστορίες επιτυχίας από πρόσφατα εργαστήρια".

Προβλέψτε πιθανούς κινδύνους ή εμπόδια που θα μπορούσαν να εκτροχιάσουν το σχέδιό σας. Συμπεριλάβετε στρατηγικές έκτακτης ανάγκης για κρίσιμους κινδύνους, όπως ελλείψεις χρηματοδότησης ή διάλυση εταιρικών σχέσεων, για να διασφαλίσετε ότι μπορείτε να ελιχθείτε γρήγορα και να διατηρήσετε την πρόοδο του εγχειρήματός σας.

Περιγράψτε ξεκάθαρα τους πόρους (χρόνος, χρήματα, προσωπικό) που διατίθενται σε κάθε δραστηριότητα. Αυτό βοηθά στην αποφυγή ελλείψεων πόρων και διασφαλίζει ότι οι βασικές εργασίες έχουν επαρκή υποστήριξη για επιτυχία.

Δημιουργώντας ένα σχέδιο δράσης όσο το δυνατόν λεπτομερέστερο και δομημένο, όχι μόνο ορίζετε μια σαφή πορεία την οποία πρέπει να ακολουθήσετε, αλλά και χτίζετε ένα πλαίσιο που μπορεί να

Project partners





WP3: Πρόγραμμα σπουδών «Εικονική
επιχειρηματικότητα για έναν βιώσιμο κόσμο»



Co-funded by
the European Union

προσαρμoσθεί στις εξελισσόμενες ανάγκες της κοινωνικής σας επιχείρησης. Αυτή η περιεκτική προσέγγιση είναι απαραίτητη για να πραγματοποιήσετε το όραμά σας.

Project partners



The Green & Social StartUps Erasmus+ Project (Nr. 2022-1-PL01-KA220-SCH-000087194) is co-funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

3.3. Σχεδιασμός για Κοινωνική Αλλαγή

3.3.1. Εργαστήριο: Εντοπισμός Κοινωνικών Προβλημάτων και Λύσεων

Όταν διδάσκετε τους μαθητές να λύνουν κοινωνικά προβλήματα, είναι ουσιαστικά το ίδιο πράγμα με το να τους μαθαίνετε να λύνουν προβλήματα σε άλλα μαθήματα όπως τα μαθηματικά. Ο δάσκαλος μπορεί να ξεκινήσει δείχνοντας στους μαθητές κάθε μέρος της διαδικασίας επίλυσης κοινωνικών προβλημάτων και στη συνέχεια να το επαναλαμβάνει συχνά.

Ας ρίξουμε μια πιο προσεκτική ματιά στο πώς μαθαίνουμε να επιλύουμε κοινωνικά προβλήματα. Η επίλυση κοινωνικών προβλημάτων είναι μια γνωστική-συμπεριφορική διαδικασία που μας βοηθά να αντιμετωπίσουμε κοινωνικά ζητήματα. Υπάρχουν πέντε βασικά βήματα σε αυτή τη διαδικασία (education.ufl.edu, n.d.):

1. Αναγνώριση του προβλήματος: Προσδιορισμός του ζητήματος που πρέπει να λυθεί.
2. Περιγραφή του προβλήματος: Ονομασία και περιγραφή του προβλήματος.
3. Δημιουργία λύσεων: Εύρεση πολλών πιθανών λύσεων στο πρόβλημα.
4. Αξιολόγηση των λύσεων και εφαρμογή της επιλεγμένης λύσης: Εξετάστε κάθε πιθανή λύση για να δείτε ποια είναι η καλύτερη για να λύσετε το πρόβλημα και στη συνέχεια εφαρμόστε την στην πράξη.
5. Αξιολόγηση του αποτελέσματος: Έλεγχος εάν το πρόβλημα έχει λυθεί ή όχι. Εάν έχει λυθεί, δεν χρειάζεται να κάνετε κάτι επιπλέον. Εάν δεν έχει λυθεί, ή αν προκύψει κάτι άλλο, ίσως χρειαστεί να ξεκινήσετε από την αρχή.

Ωστόσο, λάβετε υπόψη ότι η εμβάθυνση στην πολυπλοκότητα των κοινωνικών προβλημάτων μπορεί να είναι δύσκολη: από την αξιολόγηση του αντίκτυπού τους έως τα ανταγωνιστικά κοινωνικά συμφέροντα, η κατανόηση αυτών των ανησυχιών απαιτεί προσοχή. Παρακάτω παρατίθενται μερικοί από τους λόγους για τους οποίους η διερεύνηση κοινωνικών προβλημάτων είναι δύσκολη (O'Donoghue, n.d.):

Project partners



- Πολλαπλές προοπτικές: διάφοροι άνθρωποι μπορεί να έχουν διαφορετικές ιδέες για το τι συνιστά κοινωνικό πρόβλημα, πράγμα που μπορεί να επηρεαστεί από τις αξίες, τις εμπειρίες και την προέλευσή τους.
- Πολλαπλοί παράγοντες: Τα κοινωνικά προβλήματα μπορεί να έχουν πολλές ρίζες και αιτίες, γεγονός που καθιστά δύσκολο τον προσδιορισμό της κύριας αιτίας ή αιτιών τους.
- Δυναμική φύση: τα κοινωνικά προβλήματα είναι συχνά συναισθηματικά και παρουσιάζουν διακυμάνσεις με την πάροδο του χρόνου, καθιστώντας δύσκολη την ξεκάθαρη περιγραφή και παρακολούθηση τυχόν αλλαγών.
- Έλλειψη δεδομένων: Ορισμένα κοινωνικά προβλήματα μπορεί να είναι δύσκολο να κατανοηθούν και να χαρακτηριστούν λόγω έλλειψης δεδομένων ή έρευνας.
- Υποκειμενικότητα: Ορισμένα κοινωνικά προβλήματα είναι υποκειμενικά και επιρρεπή στην ερμηνεία, γεγονός που καθιστά δύσκολο τον χαρακτηρισμό τους με καθολικά αποδεκτό τρόπο.

Εργαστήριο Επίλυσης Κοινωνικών Προβλημάτων

Αυτός ο οδηγός προορίζεται να βοηθήσει τους εκπαιδευτικούς να οργανώσουν ένα εργαστήριο επίλυσης κοινωνικών προβλημάτων με επίκεντρο τις ιδέες της κοινωνικής επιχειρηματικότητας. Το εργαστήριο επιδιώκει να ενδυναμώσει τους μαθητές αυξάνοντας την κατανόησή τους για τις κοινωνικές προκλήσεις και την ικανότητά τους να συλλάβουν και να εφαρμόσουν καινοτόμες λύσεις. Οι εκπαιδευτικοί ενθαρρύνονται να χρησιμοποιήσουν όλο το υλικό σε αυτό τον οδηγό, καθώς και πρόσθετα παραδοτέα από το έργο Green & Social StartUps, για να βελτιώσουν την εμπειρία του εργαστηρίου.

Βήμα 1: Καθορίστε τους στόχους

Πριν ξεκινήσετε την οργάνωση του εργαστηρίου, θα πρέπει να θέσετε σαφείς, μετρήσιμους στόχους. Αυτοί μπορεί να περιλαμβάνουν:

Project partners





- Αύξηση της ευαισθητοποίησης των μαθητών σε κοινωνικά ζητήματα τόσο σε τοπικό όσο και σε παγκόσμιο επίπεδο.
- Ανάπτυξη κριτικής σκέψης και δημιουργικών δεξιοτήτων επίλυσης προβλημάτων.
- Εισαγωγή των μαθητών στις βασικές αρχές της κοινωνικής επιχειρηματικότητας.
- Ενθάρρυνση των μαθητών να σκεφτούν βιώσιμες, αποτελεσματικές λύσεις για προβλήματα του πραγματικού κόσμου.

Βήμα 2: Προετοιμάστε τα υλικά του εργαστηρίου

Συλλέξτε όλο το απαραίτητο υλικό εκ των προτέρων για να εξασφαλίσετε ομαλή ροή κατά τη διάρκεια του εργαστηρίου. Αυτό περιλαμβάνει:

- Εκπαιδευτικό περιεχόμενο για την κοινωνική επιχειρηματικότητα (παρέχεται από το έργο Green & Social StartUps).
- Μελέτες περιπτώσεων που αναδεικνύουν επιτυχημένες κοινωνικές επιχειρήσεις (παρέχονται από το έργο Green & Social StartUps).
- Εργαλεία δημιουργίας ιδεών όπως αυτοκόλλητα για σημειώσεις, μαρκαδόροι και πίνακες.
- Ψηφιακούς πόρους, συμπεριλαμβανομένης της πρόσβασης σε υπολογιστές, προβολείς και στο διαδίκτυο για έρευνα και παρουσιάσεις.

Βήμα 3: Οργάνωση του εργαστηρίου

Μπορεί να χρησιμοποιηθεί η παρακάτω οργάνωση των κύριων σημείων του εργαστηρίου. Φυσικά, ο δάσκαλος μπορεί να κάνει οποιοσδήποτε αλλαγές, όπως για παράδειγμα να οργανώσει όλες τις φάσεις σε 1 ημέρα ή να τις χωρίσει σε αρκετές ημέρες, να διαφοροποιήσει τις προτεινόμενες διάρκειες και να προσθέσει άλλες σχετικές δραστηριότητες ή να αφαιρέσει κάποιες.

- **Εισαγωγή στην Κοινωνική Επιχειρηματικότητα (30 λεπτά):**

Project partners





Ξεκινήστε με μια βασική εισαγωγή στο τι είναι η κοινωνική επιχειρηματικότητα. Χρησιμοποιήστε παραδείγματα από το έργο Green & Social StartUps για να απεικονίσετε τις επιτυχημένες επιχειρήσεις και τον αντίκτυπο που είχαν.

● **Προσδιορισμός Κοινωνικών Προβλημάτων (45 λεπτά):**

Καθοδηγήστε τους μαθητές να εντοπίσουν πιεστικά κοινωνικά ζητήματα. Αυτή η δράση θα πρέπει να περιλαμβάνει συζητήσεις σχετικά με το γιατί υπάρχουν αυτά τα ζητήματα και γιατί έχουν σημασία, ενθαρρύνοντας τους μαθητές να σκεφτούν σε βάθος τις ρίζες αυτών των προβλημάτων.

● **Δράση δημιουργίας ιδεών (1 ώρα):**

Καθοδηγήστε μια δράση δημιουργίας ιδεών όπου οι μαθητές μπορούν να προτείνουν αρχικές λύσεις στα προβλήματα που συζητήθηκαν. Ενθαρρύνετε τους να σκέφτονται δημιουργικά και να εξετάσουν τη σκοπιμότητα των ιδεών τους.

● **Ομαδική εργασία (1 ώρα):**

Ζητήστε από τους μαθητές να σχηματίσουν μικρές ομάδες για να αναπτύξουν ένα προκαταρκτικό επιχειρηματικό σχέδιο (ένα πρότυπο βρίσκεται στην ενότητα 5.1.2 και επίσης ως ξεχωριστό επεξεργάσιμο έγγραφο στον ιστότοπο του έργου μας) ή πρόταση έργου που αντιμετωπίζει ένα από τα αναγνωρισμένα κοινωνικά ζητήματα. Θα πρέπει να εξετάζουν πτυχές όπως η αποστολή, το κοινό-στόχος, τα πιθανά προϊόντα ή υπηρεσίες και τα βασικά οικονομικά στοιχεία.

● **Παρουσίαση και σχόλια (1 ώρα):**

Κάθε ομάδα παρουσιάζει το επιχειρηματικό σχέδιο ή την πρόταση έργου της στην τάξη. Παρέχετε εποικοδομητικά σχόλια για κάθε παρουσίαση, συζητώντας τα δυνατά σημεία, τις αδυναμίες και τις πιθανές επιπτώσεις των προτεινόμενων λύσεων.

Συμβουλές για την ενίσχυση του ενδιαφέροντος των μαθητών στη διαδικασία

Project partners





Μια ενδιαφέρουσα ιδέα είναι να προσκαλέσουμε τοπικούς κοινωνικούς επιχειρηματίες να μιλήσουν για τις εμπειρίες τους. Οι γνώσεις τους στον πραγματικό κόσμο θα παρείχαν πολύτιμες πληροφορίες και θα μπορούσαν να εμπνεύσουν τους μαθητές να ακολουθήσουν τις δικές τους ιδέες.

Επίσης, η ενσωμάτωση διαδραστικών δραστηριοτήτων θα μπορούσε να πολλαπλασιάσει το ενδιαφέρον των μαθητών. Θα μπορούσατε για παράδειγμα να συμπεριλάβετε ένα παιχνίδι ρόλων όπου οι μαθητές αναλαμβάνουν διαφορετικούς ρόλους σε μια υποθετική κοινωνική επιχείρηση για να κατανοήσουν τις διαφορετικές πτυχές της λειτουργίας της επιχείρησης. Περισσότερες ιδέες για την οργάνωση ενός παιχνιδιού ρόλων μπορείτε να βρείτε στην επόμενη υποενότητα.

Επίσης, τα παιχνίδια επίλυσης προβλημάτων είναι αρκετά διασκεδαστικά επειδή μπορείτε να δημιουργήσετε σενάρια στα οποία οι μαθητές προσομοιώνουν την επίλυση προβλημάτων στην πραγματική ζωή σε κοινωνικά πλαίσια. Μια άλλη ενδιαφέρουσα δραστηριότητα είναι η διοργάνωση μιας εκδήλωσης προώθησης (ένα πρότυπο βρίσκεται στην ενότητα 5.3 και ως ξεχωριστό επεξεργάσιμο έγγραφο στον ιστότοπο του έργου μας). Εδώ οι μαθητές παρουσιάζουν τις ιδέες τους σε εικονικούς επενδυτές (π.χ. δασκάλους ή γονείς) για να εξασκήσουν την πειστική επικοινωνία και να βελτιώσουν τις προτάσεις τους.

Μπορείτε επίσης να αναζητήσετε και να διανείμετε πρόσθετο υλικό για μαθητές που επιθυμούν να εξερευνήσουν την κοινωνική επιχειρηματικότητα πέρα από το εργαστήριο. Συμπεριλάβετε βιβλιογραφία, διαδικτυακούς πόρους και πληροφορίες για επερχόμενες εκδηλώσεις και διαγωνισμούς.

Φυσικά, είναι πάντα χρήσιμο να διατηρείται η αλληλεπίδραση με τους μαθητές μετά το εργαστήριο για την υποστήριξη όσων ενδιαφέρονται να αναπτύξουν περαιτέρω τα έργα τους. Προσφέρετε επιπλέον δράσης ή καθοδήγηση ένας προς έναν για παθιασμένους μαθητές.

Project partners



3.3.2. Παιχνίδι ρόλων: Διαπραγμάτευση κοινωνικών επιχειρηματικών προκλήσεων

Τα παιχνίδια ρόλων είναι μια αποτελεσματική μέθοδος διδασκαλίας, ιδιαίτερα για την απεικόνιση της πολυπλοκότητας και της δυναμικής φύσης της διαχείρισης μιας κοινωνικής επιχείρησης. Αυτή η άσκηση προσκαλεί τους μαθητές να αναλάβουν τους ρόλους διαφόρων ενδιαφερομένων σε μια κοινωνική επιχείρηση, αντιμετωπίζοντας λύσεις σε μια σειρά προκλήσεων. Τα σενάρια έχουν σχεδιαστεί για να αναπτύξουν κρίσιμες δεξιότητες όπως η διαπραγμάτευση, η επικοινωνία και η στρατηγική σκέψη, ενώ τονίζουν την ισορροπία μεταξύ της διατήρησης μιας κερδοφόρας επιχείρησης και της επίτευξης κοινωνικών στόχων.

Ο κύριος στόχος αυτού του παιχνιδιού ρόλων είναι να δείξει στους μαθητές τις πρακτικές προκλήσεις της λειτουργίας μιας κοινωνικής επιχείρησης. Στόχος του είναι να βελτιώσει τις δεξιότητές τους στην επίλυση προβλημάτων και να ενθαρρύνει την καινοτόμο σκέψη απέναντι σε κοινωνικά, οικονομικά και ηθικά διλήμματα.

Βήμα 1: Προετοιμασία

- **Δημιουργήστε προφίλ χαρακτήρων και σενάρια:** Αναπτύξτε λεπτομερή προφίλ για τα διάφορα ενδιαφερόμενα μέρη που εμπλέκονται σε μια κοινωνική επιχείρηση, όπως ο Διευθύνων Σύμβουλος, ο οικονομικός διευθυντής, ο διευθυντής μάρκετινγκ, ο σύνδεσμος της κοινότητας και εξωτερικοί ενδιαφερόμενοι φορείς, όπως οι επενδυτές και οι ηγέτες της τοπικής κοινότητας.
- **Σχεδιάστε σενάρια-προκλήσεις:** δημιουργήστε πολλά σενάρια προκλήσεων που ενδέχεται να αντιμετωπίσουν οι κοινωνικές επιχειρήσεις. Αυτά θα μπορούσαν να περιλαμβάνουν ελλείψεις χρηματοδότησης, ηθικά διλήμματα, διαφωνίες μεταξύ των ενδιαφερομένων, διαταραχές της εφοδιαστικής αλυσίδας και αντιδράσεις της κοινότητας.
- **Διανείμετε υλικό:** Παρέχετε στους μαθητές προφίλ χαρακτήρων και βασικές πληροφορίες σχετικά με τους ρόλους και τις προκλήσεις τους εκ των προτέρων για να τους προετοιμάσετε για το παιχνίδι ρόλων.

Βήμα 2: Υλοποίηση

Project partners



Και πάλι, προτείνονται οι παρακάτω οδηγίες και ο δάσκαλος μπορεί να κάνει όποιες αλλαγές επιθυμεί.

● **Εισαγωγή στο Σενάριο (30 λεπτά):**

Το εργαστήριο θα πρέπει να ξεκινήσει με μια σύντομη εισαγωγή στο πλαίσιο της κοινωνικής επιχείρησης και μια επισκόπηση των σεναρίων. Σε κάθε μαθητή, ή ομάδα μαθητών, ανατίθεται ένας χαρακτήρας και δίνεται χρόνος για να δουν τα προφίλ τους και τις προκλήσεις που θα αντιμετωπίσουν. Αυτή η φάση προετοιμασίας είναι κρίσιμη, καθώς θέτει τις βάσεις για το παιχνίδι ρόλων, επιτρέποντας στους μαθητές να κατανοήσουν πλήρως τους ρόλους τους.

● **Δράση παιχνιδιού ρόλων (1 ώρα 30 λεπτά):**

Ενημέρωση: Κάθε μαθητής εξετάζει τους στόχους, τα κίνητρα και τους πόρους του χαρακτήρα του. Προετοιμάζουν τη στρατηγική τους για το πώς να επιτύχουν τους στόχους τους μέσα στο σενάριο.

Αλληλεπίδραση: Οι μαθητές εισέρχονται στο παιχνίδι ρόλων, αλληλοεπιδρώνοντας με άλλους χαρακτήρες για να διαπραγματευτούν λύσεις στις προκλήσεις που παρουσιάζονται. Ενθαρρύνετε τους να χρησιμοποιούν τακτικές διαλόγου, πειθούς και διαπραγμάτευσης.

Γύροι πρόκλησης: Εισαγάγετε νέες, απροσδόκητες προκλήσεις μέσω «καρτών γεγονότων» τις οποίες οι μαθητές πρέπει να ανταποκριθούν αυθόρμητα, προσθέτοντας πολυπλοκότητα στη διαδικασία διαπραγμάτευσης.

Παραδείγματα καρτών γεγονότων:

→ Προκλήσεις τεχνολογίας: Κυκλοφόρησε μια νέα τεχνολογία που θα μπορούσε να καταστήσει το τρέχον προϊόν σας ξεπερασμένο. Διαπραγματευτείτε με σχεδιαστές τεχνολογίας για να καινοτομήσετε ή να αλλάξετε τη σειρά προϊόντων σας.

→ Ανταγωνισμός: Ένας ανταγωνιστής έχει λανσάρει ένα παρόμοιο προϊόν σε χαμηλότερη τιμή. Σχεδιάστε στρατηγική με την ομάδα μάρκετινγκ για να βελτιώσετε την πρότασή σας ή να επανεξετάσετε τη στρατηγική τιμολόγησής σας.

Project partners



→ Θέμα πνευματικής ιδιοκτησίας: Μια άλλη εταιρεία ισχυρίζεται ότι το νέο προϊόν σας παραβιάζει το δίπλωμα ευρεσιτεχνίας της. Συζητήστε με νομικούς συμβούλους για να διαπραγματευτείτε έναν διακανονισμό ή να εξερευνήσετε εναλλακτικές λύσεις σχεδιασμού.

→ Απροσδόκητη παραίτηση: Ένα βασικό μέλος της ομάδας παραιτείται απροσδόκητα σε μια κρίσιμη φάση της ανάπτυξης του προϊόντος. Διαπραγματευτείτε με τα υπόλοιπα μέλη της ομάδας για να ανακατανεμίσετε τις ευθύνες και να συζητήσετε τα κίνητρα για την τήρηση της προθεσμίας του έργου.

→ Ορόσημο χρηματοδότησης: Οι επενδυτές σας έχουν θέσει ένα κρίσιμο ορόσημο που πρέπει να επιτευχθεί μέσα στο επόμενο τρίμηνο για να αποδεσμευτεί ο επόμενος γύρος χρηματοδότησης. Σχεδιάστε και εκτελέστε στρατηγικές για να ανταποκριθείτε σε αυτό το ορόσημο.

→ Παραβίαση δεδομένων: Τα ευαίσθητα εταιρικά δεδομένα έχουν παραβιαστεί, διακινδυνεύοντας την εμπιστοσύνη των πελατών. Συνεργαστείτε με το τμήμα δημοσίων σχέσεων και το τμήμα IT για να διαχειριστείτε τις επιπτώσεις και να καθησυχάσετε τα ενδιαφερόμενα μέρη.

→ Δίλημμα Συνεργασίας: Ένας πιθανός συνεργάτης μπορεί να μεγαλώσει το δίκτυο διανομής σας, αλλά έχει αμφισβητήσιμη ηθική. Αποφασίστε εάν θα συνεργαστείτε και πώς θα μετριάσετε τυχόν ηθικές ανησυχίες.

→ Αντίδραση της κοινότητας: Η τοπική κοινότητα έχει εκφράσει ανησυχίες ότι το έργο σας ωφελεί περισσότερο τα εξωτερικά ενδιαφερόμενα μέρη παρά τον τοπικό πληθυσμό. Διοργανώστε μια συνάντηση στο δημαρχείο για να αντιμετωπίσετε αυτές τις ανησυχίες και να ευθυγραμμίσετε εκ νέου τους στόχους του έργου σας με τις ανάγκες της κοινότητας.

→ Προκλήσεις επέκτασης: Έχετε την ευκαιρία να επεκτείνετε τη λύση σας σε άλλη περιοχή, αλλά τα τοπικά έθιμα και οι κανονισμοί διαφέρουν σημαντικά. Διαμορφώστε ένα σχέδιο για να προσαρμόσετε τις δραστηριότητές σας σε αυτές τις νέες συνθήκες χωρίς να διακυβεύσετε την κοινωνική σας αποστολή.

Project partners





→ Περικοπή χρηματοδότησης για κοινωνικά έργα: Η κρατική χρηματοδότηση για το κύριο κοινωνικό σας έργο έχει μειωθεί. Διαπραγματευτείτε εναλλακτικές λύσεις χρηματοδότησης ή περιορίστε τις λειτουργίες με αειφορικό τρόπο.

→ Πρόβλημα αειφορικότητας: Ένας προμηθευτής φιλικών προς το περιβάλλον υλικών παύει να λειτουργεί. Αναζητήστε νέους προμηθευτές χωρίς να θέσετε σε κίνδυνο τις περιβαλλοντικές σας αξίες.

→ Νομοθετικές αλλαγές: Η νέα νομοθεσία αυξάνει το κόστος της απασχόλησης εργαζομένων με μερική απασχόληση, που περιλαμβάνει το μεγαλύτερο μέρος του εργατικού σας δυναμικού. Επεξεργαστείτε μια στρατηγική για να χειριστείτε το αυξημένο κόστος διατηρώντας παράλληλα τη σταθερότητα του εργατικού δυναμικού.

- Απολογισμός και προβληματισμός (1 ώρα):

Ολοκληρώστε την άσκηση με μια δράση κατά την οποία μπορείτε να παρέχετε πληροφορίες για τις τεχνικές διαπραγμάτευσης και τις διαδικασίες λήψης αποφάσεων κάθε ομάδας. Ζητήστε από τους μαθητές να σκεφτούν πώς οι αποφάσεις τους ευθυγραμμίστηκαν με την κοινωνική αποστολή της επιχείρησης και τι θα μπορούσαν να είχαν κάνει διαφορετικά. Συζητήστε τις πραγματικές επιπτώσεις των στρατηγικών τους και τη σημασία της εξισορρόπησης των επιχειρηματικών αναγκών με τους κοινωνικούς στόχους. Αυτή η τελική φάση είναι κρίσιμη για την ενίσχυση των μαθημάτων του εργαστηρίου και διασφαλίζει ότι οι μαθητές μπορούν να εφαρμόσουν αυτές τις ιδέες σε πραγματικές συνθήκες.

3.3.3. Έργα μάθησης μέσω παροχής υπηρεσιών: Σχεδιασμός και Υλοποίηση

Πρόκειται μια μορφή βιωματικής εκπαίδευσης στην οποία η πραγματική παροχή μιας υπηρεσίας στην κοινότητα ενσωματώνεται στο πρόγραμμα σπουδών. Η μάθηση μέσω παροχής υπηρεσιών περιλαμβάνει δύο βασικά στοιχεία: συνεργασία με την κοινότητα (υπηρεσία) και προβληματισμό σχετικά με αυτή τη συνεργασία (μάθηση) (Preradovic, 2015). Αυτά τα στοιχεία πρέπει να σταθμίζονται με την προσδοκία ότι

Project partners





οι μαθητές θα συμμετάσχουν σε μια οργανωμένη δραστηριότητα παροχής υπηρεσιών που ανταποκρίνεται στις προσδιορισμένες ανάγκες της κοινότητας και ότι θα προβληματιστούν σχετικά με τη δραστηριότητα παροχής υπηρεσιών με τρόπο που τους παρέχει μια βαθύτερη κατανόηση του περιεχομένου του μαθήματος, μια ευρύτερη εκτίμηση του αντικειμένου και ενισχυμένο αίσθημα κοινωνικής ευθύνης (Bringle & Hatcher, 1995).

Με λίγα λόγια, η μάθηση από την παροχή μιας υπηρεσίας είναι ένας τρόπος συνδυασμού ακαδημαϊκών στόχων με την παροχή κοινωνικών υπηρεσιών. Τα μαθήματα σχετικά με θέματα της κοινότητας συνδυάζονται με το υπάρχον περιεχόμενο μαθημάτων για να κάνουν τη μάθηση πιο ελκυστική και σχετική με το αντικείμενο. Ταυτόχρονα, οι μαθητές αποκτούν πρακτική εμπειρία παρέχοντας υπηρεσίες για την αντιμετώπιση κοινοτικών ζητημάτων και την επίτευξη θετικών αποτελεσμάτων.

Επομένως, τα έργα μάθησης μέσω παροχής υπηρεσιών είναι ένας πολύ καλός τρόπος για να διδαχθούν αξίες κοινωνικής επιχειρηματικότητας στους μαθητές. Υλοποιώντας έργα που συνδυάζουν τη μάθηση με την κοινωνική υπηρεσία, οι μαθητές όχι μόνο μαθαίνουν κάποια βασικά πράγματα και αναπτύσσουν κάποιες δεξιότητες, αλλά καταλαβαίνουν επίσης πώς μπορούν να κάνουν τη διαφορά στην κοινωνία. Αυτά τα έργα κάνουν τους μαθητές να χρησιμοποιήσουν τις ακαδημαϊκές τους γνώσεις για να λύσουν προβλήματα του πραγματικού κόσμου, κάτι που τους βοηθά να αισθάνονται υπεύθυνοι και να ασχολούνται με την κοινωνία.

Για να εφαρμόσουν αποτελεσματικά έργα μάθησης μέσω παροχής υπηρεσιών για την κοινωνική επιχειρηματικότητα, οι εκπαιδευτικοί θα πρέπει πρώτα να αναπτύξουν μια οργανωμένη μεθοδολογία. Ξεκινήστε επιλέγοντας σημαντικούς στόχους του προγράμματος σπουδών που αντιμετωπίζουν τις κοινωνικές προκλήσεις του πραγματικού κόσμου. Στη συνέχεια, αναλάβετε την προσέγγιση της κοινότητας για να δημιουργήσετε συνεργασίες με τοπικές ομάδες έτοιμες να συμμετάσχουν σε έργα που προάγουν την αποστολή τους ενώ ταυτόχρονα παρέχουν στα παιδιά ευκαιρίες μάθησης.

Ένα απαραίτητο στάδιο είναι ο από κοινού σχεδιασμός της πρωτοβουλίας με μαθητές και κοινοτικούς εταίρους. Αυτό περιλαμβάνει τον καθορισμό σαφών στόχων, τον καθορισμό ευθυνών και τον καθορισμό

Project partners





των απαιτούμενων πόρων. Είναι κρίσιμο να διασφαλιστεί ότι τα έργα είναι εφικτά εντός των χρονικών πλαισίων και των δεξιοτήτων των μαθητών, ενώ είναι επίσης πραγματικά πολύτιμα για την κοινότητα.

Επιπλέον, οι εκπαιδευτικοί θα πρέπει να οργανώνουν δράσεις αξιολόγησης κατά τη διάρκεια και μετά το έργο. Αυτές οι δράσεις επιτρέπουν στους μαθητές να συνδέσουν τις εμπειρίες τους με πιο εκτεταμένες αρχές της κοινωνικής επιχειρηματικότητας, που προάγει τη βαθύτερη μάθηση και την προσωπική εξέλιξη. Επιπλέον, οι αξιολογήσεις θα πρέπει να ενσωματωθούν στο έργο για να μετρηθούν τόσο τα μαθησιακά αποτελέσματα όσο και ο κοινωνικός αντίκτυπος που έχει επιτευχθεί.

Ας εμβραθύνουμε στο πώς ένας δάσκαλος μπορεί να οργανώσει έργα μάθησης μέσω παροχής υπηρεσιών, παρουσιάζοντας παράλληλα ενδιαφέρουσες ιδέες έργων για την κοινωνική επιχειρηματικότητα.

Βήμα 1: Ενοποίηση προγράμματος σπουδών και καθορισμός στόχων

Το πρώτο βήμα είναι η ενσωμάτωση της μάθησης μέσω παροχής υπηρεσιών στο πρόγραμμα σπουδών. Οι εκπαιδευτικοί θα πρέπει να προσδιορίσουν τομείς στο υπάρχον πρόγραμμα σπουδών που μπορούν φυσικά να ενσωματώσουν έννοιες κοινωνικής επιχειρηματικότητας. Αυτό θα μπορούσε να περιλαμβάνει θέματα όπως κοινωνικές σπουδές, οικονομικά ή περιβαλλοντικές επιστήμες. Στόχος είναι να βρεθούν συνέργειες μεταξύ εκπαιδευτικού περιεχομένου και πρακτικών δραστηριοτήτων παροχής υπηρεσιών που ανταποκρίνονται στις ανάγκες της κοινότητας.

Βήμα 2: Συνεργασία Κοινότητας και Σχεδιασμός Έργων

Η αποτελεσματική μάθηση μέσω παροχής υπηρεσιών απαιτεί τη δημιουργία συνεργασιών με τοπικούς οργανισμούς που δραστηριοποιούνται σε σχετικούς κοινωνικούς τομείς. Οι δάσκαλοι μπορούν να επικοινωνήσουν με μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς, τοπικές επιχειρήσεις και κυβερνητικούς φορείς για να συζητήσουν πιθανή συνεργασία. Το κλειδί είναι ο σχεδιασμός έργων που όχι μόνο βοηθούν αυτούς τους οργανισμούς να επιτύχουν τους στόχους τους, αλλά και ευθυγραμμίζονται με τους εκπαιδευτικούς στόχους. Για παράδειγμα, εάν εστιάζουμε στη διατήρηση του περιβάλλοντος, η συνεργασία με ένα τοπικό πάρκο ή έναν κοινοτικό κήπο μπορεί να προσφέρει πρακτικές ευκαιρίες στους μαθητές.

Project partners



Βήμα 3: Εμπλοκή μαθητών και ορισμός ρόλων

Μόλις τεθεί το πλαίσιο του έργου, εμπλέξτε τους μαθητές στη διαδικασία σχεδιασμού. Αυτό προάγει τη συμμετοχή τους και αυξάνει τα κίνητρά τους. Αναθέστε ρόλους με βάση τις ανάγκες του έργου και τα δυνατά σημεία των μαθητών - κάποιος μπορεί να εργαστούν σε δραστηριότητες πεδίου, άλλοι στη συλλογή δεδομένων ή στην αναφορά των αποτελεσμάτων. Για παράδειγμα, σε ένα έργο για να βοηθήσουν ένα τοπικό καταφύγιο ζώων, ορισμένοι μαθητές θα μπορούσαν να χειριστούν φαγητά ενώ άλλοι θα μπορούσαν να αναπτύξουν διαφημιστικές εκστρατείες για την ευαισθητοποίηση του κοινού.

Βήμα 4: Σχέδιο δράσης και κατανομή πόρων

Αναπτύξτε ένα λεπτομερές σχέδιο δράσης που περιγράφει κάθε φάση του έργου, συμπεριλαμβανομένων των χρονοδιαγραμμάτων, των απαιτούμενων πόρων και των ειδικών ευθυνών των μαθητών (ένα πρότυπο βρίσκεται στην ενότητα 5.1.1 και ως ξεχωριστό επεξεργάσιμο έγγραφο στον ιστότοπο του έργου μας). Βεβαιωθείτε ότι το σχέδιο είναι ρεαλιστικό, λαμβάνοντας υπόψη τον ακαδημαϊκό φόρτο εργασίας των μαθητών και τους διαθέσιμους πόρους. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει τον προγραμματισμό δραστηριοτήτων κατά τις σχολικές ώρες ή την ενσωμάτωσή τους σε συγκεκριμένες δράσεις μέσα στην τάξη.

Βήμα 5: Εκτέλεση και Εκμάθηση στην πράξη

Εκτελέστε το έργο σύμφωνα με το σχέδιο δράσης. Οι δάσκαλοι θα πρέπει να επιβλέπουν και να υποστηρίζουν τους μαθητές και να διευκολύνουν τις ευκαιρίες μάθησης στην πράξη. Για παράδειγμα, κατά τη διάρκεια ενός έργου για τη βελτίωση των τοπικών επιπέδων ανακύκλωσης, οι μαθητές θα μπορούσαν να οργανώσουν εκπαιδευτικά εργαστήρια για μέλη της κοινότητας, μαθαίνοντας και διδάσκοντας για αειφορικές πρακτικές ταυτόχρονα.

Βήμα 6: Αξιολόγηση

Οι τακτικές δράσης αξιολόγησης είναι απαραίτητες. Μπορούν να δομηθούν ως ομαδικές συζητήσεις, ατομικές εκθέσεις ή παρουσιάσεις στις οποίες οι μαθητές αναλύουν τις εμπειρίες τους, τον αντίκτυπο

Project partners





της δουλειάς τους και πώς σχετίζεται με τις σπουδές τους. Αυτός ο προβληματισμός βοηθά στην εμπάθυνση της κατανόησής τους για την κοινωνική επιχειρηματικότητα και τον αντίκτυπό της. Αξιολογήστε τόσο τα αποτελέσματα του έργου όσο και το τί έμαθαν οι μαθητές για να μετρήσετε την επιτυχία και τους τομείς προς βελτίωση.

Βήμα 7: Αναφορά και εορτασμός

Ολοκληρώστε το έργο με μια επίσημη αναφορά που μπορούν να παρουσιάσουν οι μαθητές στη σχολική κοινότητα και σε εξωτερικούς ενδιαφερόμενους φορείς. Αυτό θα πρέπει να περιγράφει τι έχει επιτευχθεί και τα μαθησιακά αποτελέσματα. Ο εορτασμός του έργου όχι μόνο αναγνωρίζει τη σκληρή δουλειά των μαθητών, αλλά αυξάνει επίσης την ευαισθητοποίηση για τα κοινωνικά ζητήματα που αντιμετωπίζονται.

Ιδέες έργου μάθησης μέσω παροχής υπηρεσιών για την Κοινωνική Επιχειρηματικότητα

- **Οικολογική πρωτοβουλία:** Σε αυτό το έργο, οι μαθητές συνεργάζονται με τοπικές επιχειρήσεις για να ενθαρρύνουν τη μετάβαση από τις πλαστικές σε φιλικές προς το περιβάλλον, βιοδιασπώμενες λύσεις συσκευασίας. Το έργο ξεκινά με τους μαθητές να ερευνούν εναλλακτικά υλικά συσκευασίας και να εντοπίζουν τοπικούς προμηθευτές. Στη συνέχεια πραγματοποιούν επικοινωνία με τους ιδιοκτήτες των επιχειρήσεων, παρουσιάζοντας τα οφέλη της μετάβασης σε βιώσιμες επιλογές – όχι μόνο για το περιβάλλον αλλά και για την προσέλκυση καταναλωτών με οικολογική συνείδηση. Θα μπορούσαν να οργανωθούν εργαστήρια ή παρουσιάσεις για να καταδειχθεί η αποτελεσματικότητα και οι επιπτώσεις στο κόστος αυτών των εναλλακτικών λύσεων. Οι μαθητές μπορούν επίσης να ξεκινήσουν ένα πρόγραμμα αναγνώρισης που επαινεί δημόσια τις επιχειρήσεις που δεσμεύονται σε πρακτικές φιλικές προς το περιβάλλον, ενθαρρύνοντας την ευρύτερη συμμετοχή της κοινότητας.

- **Εκστρατεία Οικονομικής Εκπαίδευσης:** Οι μαθητές θα μπορούσαν να οργανώσουν μια σειρά εργαστηρίων με στόχο τη βελτίωση της οικονομικής εκπαίδευσης σε υποβαθμισμένες περιοχές. Αυτό θα περιλάμβανε πρώτα τη διεξαγωγή ερευνών για τον εντοπισμό συγκεκριμένων αναγκών της κοινότητας – είτε πρόκειται για την κατανόηση του προϋπολογισμού, της αποταμίευσης ή της πίστωσης. Το

Project partners





πρόγραμμα σπουδών για αυτά τα εργαστήρια θα σχεδιαστεί ώστε να είναι προσιτό και πρακτικό, διασφαλίζοντας συνάφεια με την καθημερινή ζωή των συμμετεχόντων. Οι μαθητές θα μπορούσαν να συνεργαστούν με τοπικούς χρηματοοικονομικούς επιστήμονες ή τράπεζες που μπορεί να ενδιαφέρονται να συμμετάσχουν ή να χρηματοδοτήσουν το πρόγραμμα. Αυτό το έργο όχι μόνο θα βελτιώσει τις οικονομικές δεξιότητες των μελών της κοινότητας, αλλά θα παρέχει επίσης στους μαθητές πραγματική διδασκαλία και οργανωτική εμπειρία.

- **Τεχνολογία για καλό σκοπό:** Σε αυτό το έργο, οι μαθητές συλλέγουν, ανακατασκευάζουν και αναδιανέμουν μεταχειρισμένους υπολογιστές σε ηλικιωμένους και νέους που δεν έχουν τη δυνατότητα να τους αγοράσουν. Η πρωτοβουλία ξεκινά με μια μονάδα συλλογής υλικού, ακολουθούμενη από μια περίοδο κατά την οποία οι μαθητές εργάζονται για την ανακατασκευή του εξοπλισμού, μαθαίνοντας τεχνικές δεξιότητες μέσα από διαδικασία. Όταν είναι έτοιμο το υλικό, οι μαθητές αναπτύσσουν προγράμματα κατάρτισης για να διδάξουν βασικές δεξιότητες υπολογιστών, ασφάλεια στο διαδίκτυο και πώς να χρησιμοποιούνται οι διαδικτυακοί πόροι. Αυτό το έργο βοηθά στη γεφύρωση του ψηφιακού χάσματος και ανοίγει νέες ευκαιρίες για τους αποδέκτες, ενώ οι μαθητές αποκτούν πολύτιμη τεχνική και εκπαιδευτική εμπειρία.

- **Κοινωνική Ευαισθητοποίηση:** Αυτό το έργο εστιάζει στην ευαισθητοποίηση και την υποστήριξη λύσεων σε τοπικά κοινωνικά ζητήματα όπως η έλλειψη στέγης ή η ψυχική υγεία. Οι μαθητές θα πραγματοποιούσαν έρευνα για να κατανοήσουν τις αιτίες και τα αποτελέσματα του επιλεγμένου ζητήματος και στη συνέχεια θα αναπτύξουν μια πολύπλευρη εκστρατεία για την αντιμετώπισή του. Αυτό θα μπορούσε να περιλαμβάνει τη διοργάνωση δημόσιων συνομιλιών, τη δημιουργία ενημερωτικών περιπτέρων σε εκδηλώσεις της κοινότητας και την έναρξη μιας εκστρατείας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για ευαισθητοποίηση. Το έργο θα μπορούσε επίσης να περιλαμβάνει συνεργασία με τοπικές

Project partners





ΜΚΟ ή κυβερνητικούς φορείς, παρέχοντας μια πλατφόρμα στους μαθητές για να επηρεάσουν την πολιτική ή να κατευθύνουν τις προσπάθειες της κοινότητας.

- **Έργο Πολιτιστικής Κληρονομιάς:** Οι μαθητές αναλαμβάνουν ένα έργο για την τεκμηρίωση και τη διατήρηση της τοπικής πολιτιστικής κληρονομιάς, το οποίο θα μπορούσε να περιλαμβάνει προφορικές ιστορίες, παραδοσιακές πρακτικές, τοπική κουζίνα ή χειροτεχνίες. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει συνεντεύξεις από ηλικιωμένους της κοινότητας ή πολιτιστικές ομάδες, έρευνα τοπικών αρχείων και ίσως ακόμη και δημιουργία οπτικής ή γραπτής τεκμηρίωσης πολιτιστικών τεχνουργημάτων. Ο τελικός στόχος μπορεί να είναι η δημιουργία ενός ψηφιακού αρχείου ή μιας φυσικής έκθεσης που θα κάνει αυτή την κληρονομιά προσβάσιμη στην ευρύτερη κοινότητα και τις μελλοντικές γενιές. Εκτός από τη συμβολή στη διατήρηση της σημαντικής πολιτιστικής γνώσης, αυτό το έργο θα αναπτύξει τις δεξιότητες έρευνας και διαχείρισης έργων των μαθητών.

- **Πρόγραμμα κοινωνικής υγείας:** Οι μαθητές μπορούν να εργαστούν για τη βελτίωση των αποτελεσμάτων υγείας σε υποβαθμισμένες κοινότητες, οργανώνοντας προβολές για θέματα υγείας, μαθήματα φυσικής κατάστασης και εργαστήρια διατροφής. Αυτό το έργο μπορεί να συνεργαστεί με τοπικές κλινικές υγείας και γυμναστήρια για την παροχή πόρων και τεχνογνωσίας. Στόχος θα ήταν να εφοδιαστούν οι κάτοικοι με τις γνώσεις και τα εργαλεία για τη διατήρηση της υγείας τους, μειώνοντας έτσι τις ανισότητες στην υγεία.

- **Πρωτοβουλία Βιώσιμης Αστικής Κηπουρικής:** Δημιουργήστε ένα έργο που εμπλέκει τους μαθητές στη δημιουργία και τη συντήρηση αστικών κήπων σε χώρους που παρέχονται από τοπικές επιχειρήσεις ή σε δημοτικές περιοχές. Στόχος θα ήταν η προώθηση της τοπικής παραγωγής τροφίμων και των πρακτικών βιώσιμης διαβίωσης. Οι μαθητές θα μπορούσαν επίσης να οργανώσουν εκπαιδευτικές δράσεις για μέλη της κοινότητας σχετικά με τα οφέλη της αστικής κηπουρικής, πώς να ξεκινήσουν τους δικούς τους κήπους και τη σημασία της αειφορίας στα αστικά περιβάλλοντα.

Project partners





- **Καθοδήγηση νέων και σύνδεσμος επιχειρηματικότητας:** Αναπτύξτε ένα πρόγραμμα καθοδήγησης όπου οι μαθητές συναναστρέφονται με νέους τοπικούς επιχειρηματίες για να παρέχουν καθοδήγηση, πόρους και υποστήριξη για να ξεκινήσουν τη δική τους επιχείρηση. Αυτό το έργο θα μπορούσε να περιλαμβάνει εργαστήρια για τον επιχειρηματικό σχεδιασμό, το μάρκετινγκ και τη χρηματοοικονομική διαχείριση για την ενίσχυση του επιχειρηματικού πνεύματος μεταξύ των τοπικών νέων ανθρώπων. Το έργο θα μπορούσε να κορυφωθεί σε μια «εκδήλωση» όπου νέοι επιχειρηματίες παρουσιάζουν τα επιχειρηματικά τους σχέδια σε τοπικούς επιχειρηματίες και πιθανούς επενδυτές.

Project partners



The Green & Social StartUps Erasmus+ Project (Nr. 2022-1-PL01-KA220-SCH-000087194) is co-funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

4. Επιχειρηματικότητα χωρίς αποκλεισμούς

4.1. Επισκόπηση

Αυτή η ενότητα δείχνει τύπους εμποδίων που μπορεί να εμφανιστούν στο δρόμο των ατόμων που θέλουν να ξεκινήσουν τη δική τους επιχείρηση. Η επιχειρηματικότητα είναι ζωτικός μοχλός οικονομικής ανάπτυξης, καινοτομίας και κοινωνικής ανάπτυξης, προσφέροντας στα άτομα την ευκαιρία να μετατρέψουν ιδέες σε επιτυχημένες επιχειρήσεις, να δημιουργήσουν θέσεις εργασίας και να συνεισφέρουν θετικά στις κοινότητές τους. Ωστόσο, η πορεία προς την επιχειρηματική επιτυχία συχνά συναντά μια σειρά από εμπόδια και φραγμούς. Αυτές οι προκλήσεις μπορεί να διαφέρουν σημαντικά βάσει παραγόντων όπως το φύλο, κάποια αναπηρία, η γεωγραφική θέση, η οικονομική κατάσταση και το επίπεδο εμπειρίας, κάθε ένας από τους οποίους παρουσιάζει μοναδικά εμπόδια για τους επίδοξους επιχειρηματίες.

Για τις γυναίκες επιχειρηματίες, οι προκλήσεις με βάση το φύλο μπορεί να κυμαίνονται από κοινωνικούς κανόνες και προσδοκίες έως περιορισμένη πρόσβαση στη χρηματοδότηση και την καθοδήγηση. Στις αγροτικές περιοχές, οι επιχειρηματίες αντιμετωπίζουν συχνά μοναδικές δυσκολίες, όπως ανεπαρκείς υποδομές, περιορισμένη πρόσβαση στις αγορές και σπανιότητα πόρων. Παρά τις οικονομικές τους δυνατότητες, ορισμένα άτομα αντιμετωπίζουν μη οικονομικούς φραγμούς, όπως ρυθμιστικά εμπόδια, έλλειψη επιχειρηματικής γνώσης και ανεπαρκή δίκτυα. Τα άτομα με αναπηρία που φιλοδοξούν να γίνουν επιχειρηματίες αντιμετωπίζουν προβλήματα προσβασιμότητας, διακρίσεις και έλλειψη εξατομικευμένων υπηρεσιών υποστήριξης. Επιπλέον, άτομα χωρίς προηγούμενη επιχειρηματική εμπειρία μπορεί να αντιμετωπίσουν την πολυπλοκότητα της έναρξης και της διαχείρισης μιας επιχείρησης, αντιμετωπίζοντας απότομες καμπύλες μάθησης και έλλειψη εμπιστοσύνης.

Η αναγνώριση και η κατανόηση αυτών των διαφορετικών φραγμών είναι απαραίτητη για τη δημιουργία υποστηρικτικών οικοσυστημάτων που προωθούν την επιχειρηματικότητα χωρίς αποκλεισμούς. Αντιμετωπίζοντας αυτές τις προκλήσεις, μπορούμε να οικοδομήσουμε ένα πιο δίκαιο και δυναμικό

Project partners





επιχειρηματικό τοπίο, διασφαλίζοντας ότι όλα τα άτομα, ανεξαρτήτως φύλου, τοποθεσίας, οικονομικής κατάστασης, αναπηρίας ή εμπειρίας, έχουν την ευκαιρία να επιτύχουν.

Μαθησιακοί Στόχοι

Μέχρι το τέλος αυτής της ενότητας, οι μαθητές θα είναι σε θέση:

- Να εντοπίσουν και να κατανοήσουν τα διάφορα εμπόδια
- Αναλύσουν προκλήσεις που σχετίζονται με το φύλο
- Να αξιολογήσουν τα εμπόδια στην αγροτική επιχειρηματικότητα
- Να κατανοούν τα μη οικονομικά και τα οικονομικά εμπόδια
- Να εξετάσουν τις προκλήσεις για τους επιχειρηματίες με ειδικές ανάγκες
- Να αντιμετωπίσουν προκλήσεις για άπειρους επιχειρηματίες
- Να αναπτύξουν στρατηγικές και πολιτικές χωρίς αποκλεισμούς
- Να μάθουν πώς να αντιμετωπίζουν τα προβλήματα που προκύπτουν

Με την επίτευξη αυτών των μαθησιακών στόχων, οι μαθητές μπορούν να είναι καλύτερα εξοπλισμένοι για να κατανοήσουν και να αντιμετωπίσουν τις πολύπλευρες προκλήσεις στην επιχειρηματικότητα, ενθαρρύνοντας ένα περιβάλλον που να περιλαμβάνει περισσότερους αποκλεισμούς και να υποστηρίζει όλους τους επιχειρηματίες.

Project partners



4.2. Επιχειρηματικότητα σε διαφορετικά πλαίσια

4.2.1. Τύποι εμποδίων και φραγμών

Η επιχειρηματικότητα συχνά θεωρείται ως μονοπάτι προς την καινοτομία, την οικονομική ανάπτυξη και την προσωπική ολοκλήρωση. Ωστόσο, πολλοί επίδοξοι επιχειρηματίες αντιμετωπίζουν διάφορα εμπόδια που μπορούν να σταματήσουν την πρόοδό τους. Αυτά τα εμπόδια είναι πολύπλευρα και μπορούν να επηρεαστούν από παράγοντες όπως το φύλο, η γεωγραφική θέση, οι οικονομικοί πόροι, η αναπηρία και η εμπειρία. Αυτό το κεφάλαιο στοχεύει να εντοπίσει και να κατανοήσει τα διαφορετικά εμπόδια στην επιχειρηματικότητα, προσφέροντας πληροφορίες για το πώς επηρεάζουν διαφορετικές ομάδες και τι μπορεί να γίνει για να μειωθεί ο αντίκτυπός τους. Ένα άτομο που σκοπεύει να διευθύνει τη δική του επιχείρηση πρέπει να γνωρίζει τα υφιστάμενα εμπόδια, να μην αποθαρρύνεται από αυτά, αλλά να μάθει να τα ξεπερνά και να τα αντιμετωπίζει.

Εμπόδια φύλου

Οι κοινωνικές προσδοκίες και οι παραδοσιακοί ρόλοι των φύλων μπορούν να επηρεάσουν σημαντικά τις επιχειρηματικές φιλοδοξίες και ευκαιρίες. Οι γυναίκες, για παράδειγμα, συχνά αντιμετωπίζουν στερεότυπα που αμφισβητούν την ικανότητά τους να ηγούνται και να διαχειρίζονται επιχειρήσεις. Αυτές οι προκαταλήψεις μπορούν να περιορίσουν την πρόσβασή τους σε δίκτυα, μέντορες και επενδυτές.

Ανάλογα με τη χώρα και τη στάση της κοινωνίας απέναντι στις γυναίκες, οι γυναίκες έχουν ευκολότερη ή δυσκολότερη επαγγελματική εξέλιξη. Η γυναικεία επιχειρηματικότητα μπορεί να οριστεί ως «μια γυναίκα με αυτοπεποίθηση, καινοτόμο και δημιουργική, ικανή να επιτύχει οικονομική ανεξαρτησία ατομικά ή σε συνεργασία, να δημιουργεί ευκαιρίες απασχόλησης για άλλους μέσω της έναρξης, της ίδρυσης και της λειτουργίας της επιχείρησης συμβαδίζοντας με την προσωπική, οικογενειακή και κοινωνική της ζωή.» (Sharma, 2013).

Οι γυναίκες επιχειρηματίες αντιμετωπίζουν συχνά μεγαλύτερες προκλήσεις όσον αφορά την εξασφάλιση χρηματοδότησης σε σύγκριση με τους άνδρες συναδέλφους τους. Αυτό μπορεί να οφείλεται σε προκατελημμένες αντιλήψεις των επενδυτών, καθώς και σε έλλειψη εγγυήσεων και πιστωτικού

Project partners



ιστορικού. Οι γυναίκες είναι επίσης πιο πιθανό να λάβουν μικρότερα δάνεια και υψηλότερα επιτόκια. Συγκρίνοντας τα επίπεδα άγχους μεταξύ ανδρών και γυναικών επιχειρηματιών, οι Parasuraman και Simmers (2001) διαπίστωσαν ότι οι γυναίκες βιώνουν μεγαλύτερο άγχος λόγω της ανισορροπίας μεταξύ οικογενειακής και επαγγελματικής ζωής. Αυτή η ανισορροπία επιδεινώνεται από την έλλειψη επαγγελματικών συνδέσεων και τον περιορισμένο χρόνο που μπορούν να αφιερώσουν στις επιχειρήσεις τους λόγω των πολλαπλών καθηκόντων τους. Οι Fasci και Valdez (1998) ανακάλυψαν ότι πολλές γυναίκες ξεκίνησαν επιχειρήσεις από το σπίτι τους σε μια προσπάθεια να επιτύχουν ισορροπία μεταξύ επαγγελματικής και προσωπικής ζωής, αν και αυτό συχνά είχε ως αποτέλεσμα χαμηλότερο εισόδημα. Η ευθύνη της εξισορρόπησης των εργασιακών και οικογενειακών υποχρεώσεων βαρύνει δυσανάλογα τις γυναίκες. Αυτό μπορεί να περιορίσει τον χρόνο και την ενέργεια που μπορούν να αφιερώσουν στα επιχειρηματικά τους εγχειρήματα, επηρεάζοντας έτσι την ανάπτυξη και τη βιωσιμότητά τους. Επιπλέον, αρκετοί ερευνητές έχουν μελετήσει τη συσχέτιση μεταξύ γυναικών επιχειρηματιών και διάφορους παράγοντες που επηρεάζουν τα επίπεδα άγχους και τα επιχειρηματικά τους αποτελέσματα.

Σε σύγκριση με τους άνδρες όσον αφορά την απόκτηση οικονομικών πόρων, οι γυναίκες που πιστεύουν ότι έχουν μεγαλύτερη πιθανότητα επιτυχίας σε επιχειρήσεις χαμηλής ανάπτυξης και χαμηλής έντασης κεφαλαίου συχνά επιλέγουν οικονομικούς πόρους από τα δικά τους δίκτυα και όχι επίσημες πηγές. Δεδομένου ότι οι γυναίκες επιχειρηματίες μπορεί να δυσκολεύονται να ανταγωνιστούν τους άνδρες στην προσέλκυση βασικών πόρων (όπως υπαλλήλους και προμηθευτές) μέσω οικονομικών κινήτρων, τείνουν να επικεντρώνονται στην προσέλκυση και τη δημιουργία σχέσεων υιοθετώντας διαφορετικές και βελτιωμένες πρακτικές ανθρώπινου δυναμικού.

Γεωγραφικά Εμπόδια

Παραδοσιακά, οι αγροτικές περιοχές χαρακτηρίζονται από συγκεκριμένες οικονομικές δραστηριότητες που βασίζονται σε πόρους, όπως η γεωργία και η δασοκομία, καθώς και από ανοιχτούς χώρους όπως βάλτους και βουνά. Εναλλακτικά, οι αγροτικές περιοχές μπορούν να οριστούν με βάση τα κοινωνικο-

Project partners





χωρικά χαρακτηριστικά, συμπεριλαμβανομένης της πυκνότητας πληθυσμού και της εγγύτητας με μεγάλες πόλεις. Οι πρόσφατες προσεγγίσεις, ωστόσο, ορίζουν το «αγροτικό» περισσότερο ως κοινωνική κατασκευή, δίνοντας έμφαση στο πώς οι άνθρωποι επιδιώκουν και ενσαρκώνουν ένα αγροτικό ιδανικό στην καθημερινή τους ζωή. Ωστόσο, ο αγροτικός χώρος δεν περιορίζεται πλέον σε γεωργικές δραστηριότητες και χρήσεις γης, αλλά επεκτείνεται για να συμπεριλάβει πολυτομεακές δραστηριότητες. Οι μικρές και μεσαίες πόλεις που είναι ενσωματωμένες στην αγροτική ενδοχώρα τους είναι κατάλληλες για ένταξη στις αγροτικές περιοχές (Lambrianidis, 2003). Τα ειδικά χαρακτηριστικά της υπαίθρου — όπως μικρές αγορές εργασίας και παραγωγής και λιγότερο ανεπτυγμένες υποδομές σε σύγκριση με τα αστικά περιβάλλοντα — περιορίζουν τις διαθέσιμες ευκαιρίες. Επιπλέον, δεν είναι εγγυημένη η ύπαρξη δυνητικών επιχειρηματιών που είναι πρόθυμοι να αντιμετωπίσουν τις προκλήσεις και να εκμεταλλευτούν τις ευκαιρίες στις αγροτικές περιοχές. Πολλά άτομα που αναμένεται να αναλάβουν επιχειρηματικούς ρόλους είναι συχνά τα πρώτα που μεταναστεύουν σε πιο ελκυστικές αστικές περιοχές. Ως εκ τούτου, η βασική οικονομική πρόκληση για τις αγροτικές περιοχές είναι πώς ένας μικρός αριθμός επιχειρηματιών μπορεί να προσαρμοστεί και να εκμεταλλευτεί τα χαρακτηριστικά του εξωτερικού τους περιβάλλοντος.

Οι επιχειρηματίες στις αγροτικές περιοχές συχνά παλεύουν με περιορισμένη πρόσβαση σε βασικούς πόρους, όπως το internet υψηλής ταχύτητας, οι αξιόπιστες μεταφορές και οι σύγχρονες υποδομές. Αυτοί οι περιορισμοί μπορεί να εμποδίσουν την ικανότητά τους να λειτουργούν αποτελεσματικά και να προσεγγίζουν ευρύτερες αγορές.

Για τους επιχειρηματίες της υπαίθρου μπορεί να είναι δύσκολο να συνδεθούν με επιχειρηματικά δίκτυα, μέντορες και υπηρεσίες υποστήριξης που είναι συνήθως πιο προσβάσιμες στις αστικές περιοχές. Αυτή η απομόνωση μπορεί να οδηγήσει σε έλλειψη κριτικής γνώσης, υποστήριξης και ευκαιριών για συνεργασία.

Η μικρότερη και λιγότερο διαφοροποιημένη βάση πελατών στις αγροτικές περιοχές μπορεί να περιορίσει τις ευκαιρίες πώλησης για τους επιχειρηματίες. Αυτό μπορεί να καταστήσει δύσκολη τη μεγέθυνση των επιχειρήσεων και την επίτευξη βιώσιμης ανάπτυξης.

Project partners



Οικονομικά εμπόδια

Η εξασφάλιση αρχικής χρηματοδότησης είναι μια κοινή πρόκληση για πολλούς επιχειρηματίες. Χωρίς επαρκές κεφάλαιο, μπορεί να είναι δύσκολο να ξεκινήσει και να αναπτυχθεί μια επιχείρηση. Οι παραδοσιακοί δανειστές απαιτούν συχνά εγγυήσεις και ισχυρό πιστωτικό ιστορικό, κάτι που λείπει από πολλούς νέους επιχειρηματίες. Ο πλούτος του ιδρυτή είναι εγγενώς συνδεδεμένος με την επιτυχία της επιχείρησης, δημιουργώντας έναν μπερδεμένο οικονομικό ιστό εάν δεν δημιουργηθούν κατάλληλα συστήματα.

Πολλοί επίδοξοι επιχειρηματίες δεν διαθέτουν την οικονομική παιδεία που απαιτείται για την αποτελεσματική διαχείριση των οικονομικών τους, τη δημιουργία ρεαλιστικών προϋπολογισμών και την ανάπτυξη βιώσιμων επιχειρηματικών σχεδίων. Αυτό μπορεί να οδηγήσει σε κακές οικονομικές αποφάσεις και επιχειρηματική αποτυχία. Οι επιχειρήσεις συχνά χρειάζεται να δανείζονται χρήματα περιοδικά, είτε για να καλύψουν προσωρινά κενά ταμειακών ροών, είτε για να αγοράσουν πρώτες ύλες είτε για να εκμεταλλευτούν ευκαιρίες ανάπτυξης ή επέκτασης. Αντί να περιμένει κάποιος μέχρι να προκύψει η ανάγκη χρηματοδότησης, είναι πιο συνετό να προγραμματίζεται εκ των προτέρων και να εξασφαλίζεται χρηματοδότηση.

Ένας από τους βασικούς οικονομικούς κανόνες της λειτουργίας μιας επιχείρησης είναι ότι τα επιχειρηματικά και τα προσωπικά οικονομικά πρέπει να διατηρούνται πάντα ξεχωριστά. Ο συνδυασμός επιχειρηματικών και προσωπικών οικονομικών μπορεί να οδηγήσει σε πολλές οικονομικές προκλήσεις. Πρώτον, περιπλέκει την παρακολούθηση των ταμειακών ροών, καθώς καθίσταται δύσκολη η διάκριση μεταξύ προσωπικών δαπανών και επιχειρηματικών εσόδων και εξόδων. Αυτή η έλλειψη σαφήνειας μπορεί να εμποδίσει την ακριβή οικονομική παρακολούθηση και τον προγραμματισμό.

Εμπόδια που αντιμετωπίζουν τα άτομα με αναπηρία

Οι επιχειρηματίες με ειδικές ανάγκες ενδέχεται να αντιμετωπίσουν φυσικά εμπόδια που δυσκολεύουν την ικανότητά τους να έχουν πρόσβαση σε χώρους εργασίας, εκδηλώσεις δικτύωσης και άλλα

Project partners





περιβάλλοντα που σχετίζονται με τις επιχειρήσεις. Τα ανεπαρκή καταλύματα μπορεί να περιορίσουν την ικανότητά τους να συμμετέχουν πλήρως σε επιχειρηματικές δραστηριότητες.

Οι προκαταλήψεις και οι παρανοήσεις σχετικά με τις δυνατότητες των ατόμων με αναπηρία μπορούν να δημιουργήσουν σημαντικά εμπόδια. Αυτές οι προκαταλήψεις μπορούν να επηρεάσουν την ικανότητά τους να εξασφαλίσουν χρηματοδότηση, να αποκτήσουν πελάτες και να δημιουργήσουν συνεργασίες. Η έναρξη μιας επιχείρησης από ένα άτομο με αναπηρία μπορεί επίσης να αποτελέσει μια μοναδική πρόκληση. Παρά την αυξανόμενη συνειδητοποίηση της ένταξης ατόμων με αναπηρία και της στον εργασιακό χώρο, οι επιχειρηματίες με αναπηρίες συνεχίζουν να αντιμετωπίζουν μοναδικά εμπόδια που μπορούν να εμποδίσουν τις προσπάθειές τους να ξεκινήσουν ή να λειτουργήσουν μια επιτυχημένη επιχείρηση. Αυτά τα εμπόδια περιλαμβάνουν φυσικά και κοινωνικά εμπόδια, συστημικές διακρίσεις και έλλειψη πρόσβασης σε χρηματοδότηση και πόρους. Μπορεί επίσης να αντιμετωπίσουν στίγμα και διακρίσεις από πιθανούς πελάτες, επενδυτές ή συνεργάτες. Τα άτομα με αναπηρία αναλαμβάνουν κυρίως ανάγκες επιβίωσης επειδή έχουν λιγότερα έσοδα και υψηλότερα έξοδα που προέρχονται από τις αναπηρίες τους, καθώς και τις ανάγκες αυτοπραγμάτωσης (Martínez-León, et al., 2019)

Οι οικονομικές προκλήσεις αποτελούν σημαντικό εμπόδιο για τους επιχειρηματίες με αναπηρία, αντικατοπτρίζοντας τις ευρύτερες δυσκολίες που αντιμετωπίζουν όλα τα άτομα στην πρόσβαση στους απαραίτητους πόρους (Martínez-León et al., 2019). Οι επιχειρηματίες με ειδικές ανάγκες αντιμετωπίζουν διακριτά οικονομικά εμπόδια λόγω πολλών παραγόντων, όπως η περιορισμένη πρόσβαση σε παραδοσιακές πηγές χρηματοδότησης, το υψηλότερο κόστος που σχετίζεται με καταλύματα και οι υποστηρικτικές τεχνολογίες και οι πρακτικές που εισάγουν διακρίσεις στον δανεισμό και τις επενδύσεις.

Η εξασφάλιση επαρκών οικονομικών πόρων είναι ιδιαίτερα δύσκολη για τους επιχειρηματίες με ειδικές ανάγκες. Οι παραδοσιακοί δανειστές και οι επενδυτές μπορεί να είναι απρόθυμοι να παρέχουν πίστωση ή χρηματοδότηση λόγω κινδύνων που σχετίζονται με αναπηρίες ή την έλλειψη εξοικείωσης με τις προσαρμοστικές τεχνολογίες και τις απαιτήσεις προσβασιμότητας. Αυτή η απροθυμία συχνά προέρχεται από προκαταλήψεις και παρανοήσεις σχετικά με τις δυνατότητες των ατόμων με αναπηρία σε επιχειρηματικά πλαίσια.

Project partners





Επιπλέον, το πρόσθετο κόστος που σχετίζεται με τη στέγαση και τις υποστηρικτικές τεχνολογίες που είναι απαραίτητες για τους επιχειρηματίες με αναπηρία μπορεί να επιβαρύνει περιορισμένους οικονομικούς πόρους. Αυτά τα έξοδα περιλαμβάνουν τροποποιήσεις σε χώρους εργασίας, εξειδικευμένο εξοπλισμό και τρόπους μεταφοράς, τα οποία συμβάλλουν σε υψηλότερα κόστη εκκίνησης και λειτουργίας.

Συχνά υπάρχει έλλειψη εξατομικευμένων υπηρεσιών υποστήριξης και πόρων για τους επιχειρηματίες με αναπηρία. Αυτό περιλαμβάνει προσβάσιμα προγράμματα κατάρτισης, ευκαιρίες χρηματοδότησης και καθοδήγηση που αντιμετωπίζουν τις συγκεκριμένες ανάγκες και προκλήσεις τους.

Εμπόδια εμπειρίας

Πολλοί νέοι επιχειρηματίες στερούνται ουσιαστικής επιχειρηματικής γνώσης και εμπειρίας. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει την κατανόηση της δυναμικής της αγοράς, τις ρυθμιστικές απαιτήσεις και τις αποτελεσματικές πρακτικές διαχείρισης. Χωρίς αυτή τη γνώση, μπορεί να δυσκολεύονται να αντιμετωπίσουν την πολυπλοκότητα της λειτουργίας μιας επιχείρησης. Η εμπειρία σε έναν συγκεκριμένο κλάδο μπορεί να είναι ζωτικής σημασίας για την επιχειρηματική επιτυχία. Όσοι δεν έχουν εμπειρία στον κλάδο μπορεί να θεωρήσουν δύσκολο να κατανοήσουν τις τάσεις της αγοράς, τις ανάγκες των πελατών και τα ανταγωνιστικά τοπία.

Η καθοδήγηση μπορεί να προσφέρει πολύτιμη καθοδήγηση και υποστήριξη για νέους επιχειρηματίες. Ωστόσο, η πρόσβαση σε έμπειρους μέντορες δεν είναι πάντα άμεσα διαθέσιμη, ιδιαίτερα για άτομα που δεν συνδέονται καλά με τις επιχειρηματικές κοινότητες.

Η κατανόηση των διαφορετικών εμποδίων στην επιχειρηματικότητα είναι ζωτικής σημασίας για την ανάπτυξη αποτελεσματικών συστημάτων υποστήριξης και πολιτικών που ενθαρρύνουν την οικονομική ανάπτυξη χωρίς αποκλεισμούς. Αναγνωρίζοντας και αντιμετωπίζοντας αυτά τα εμπόδια, μπορούμε να δημιουργήσουμε ένα πιο δίκαιο επιχειρηματικό τοπίο που επιτρέπει σε άτομα από όλα τα υπόβαθρα να επιτύχουν. Οι προσπάθειες θα πρέπει να επικεντρωθούν στη βελτίωση της πρόσβασης σε πόρους, στην

Project partners





παροχή στοχευμένης υποστήριξης και στην αμφισβήτηση των κοινωνικών προκαταλήψεων για να διασφαλιστεί ότι η επιχειρηματικότητα παραμένει μια βιώσιμη και ανταποδοτική πορεία για όλους.

Πολιτισμικά Εμπόδια

Τα πολιτισμικά εμπόδια στην επιχειρηματικότητα είναι οι διαφορές στα πολιτισμικά πρότυπα, τις αξίες, τις πρακτικές και τις προσδοκίες μεταξύ ομάδων ή περιοχών. Αυτά τα εμπόδια επηρεάζουν τον τρόπο λειτουργίας των επιχειρήσεων και την αντίληψή τους σε διαφορετικές αγορές. Για παράδειγμα, μια στρατηγική μάρκετινγκ ή μια επιχειρηματική πρακτική που είναι επιτυχημένη σε ένα πολιτισμικό πλαίσιο μπορεί να μην λειτουργεί σε ένα άλλο λόγω διαφορετικών κοινωνικών κανόνων και συμπεριφορών των καταναλωτών. Αυτές οι διαφορές μπορούν να επηρεάσουν τον τρόπο με τον οποίο οι επιχειρήσεις επικοινωνούν, διαπραγματεύονται, διαχειρίζονται και εξυπηρετούν τους πελάτες.

Η υπέρβαση αυτών των πολιτισμικών φραγμών είναι απαραίτητη για τους επιχειρηματίες που στοχεύουν να επεκτείνουν την επιχείρησή τους σε διαφορετικές γεωγραφικές τοποθεσίες ή που εργάζονται σε πολυπολιτισμικά περιβάλλοντα. Οι παρεξηγήσεις ή οι αναντιστοιχίες στις προσδοκίες μπορεί να οδηγήσουν σε συγκρούσεις, χαμένες ευκαιρίες και ενδεχομένως να βλάψουν τη φήμη μιας επιχείρησης. Επιπλέον, τα πολιτισμικά εμπόδια μπορούν επίσης να επηρεάσουν τη δυναμική της ομάδας και τη συνεργασία μέσα σε μια εταιρεία, ειδικά σε διαφορετικές ομάδες όπου οι διαφορετικές πολιτισμικές προοπτικές μπορούν είτε να εμπλουτίσουν είτε να περιπλέξουν τη λήψη αποφάσεων και την καινοτομία. Η αναγνώριση και ο σεβασμός αυτών των διαφορών μέσω ενημερωμένων στρατηγικών και προσαρμοστικών επιχειρηματικών πρακτικών είναι ζωτικής σημασίας για την υπέρβαση αυτών των φραγμών, τη διασφάλιση αποτελεσματικής επικοινωνίας, την προώθηση ενός αρμονικού περιβάλλοντος εργασίας και την επίτευξη επιχειρηματικής επιτυχίας σε μια παγκόσμια αγορά. Αυτό σημαίνει κατανόηση των πολιτισμικών κανόνων, αξιών και προσδοκιών των ανθρώπων στις περιοχές όπου σκοπεύουν να δραστηριοποιηθούν. Για παράδειγμα, οι επιχειρηματικές πρακτικές που είναι αποδεκτές σε μια χώρα μπορεί να αποδοκιμάζονται σε μια άλλη λόγω πολιτισμικών διαφορών στην επικοινωνία,

Project partners





τη διαπραγμάτευση ή τις διατυπώσεις. Πραγματοποιήστε διεξοδική έρευνα αγοράς για να κατανοήσετε τις πολιτισμικές αποχρώσεις που μπορεί να επηρεάσουν την επιχείρησή σας. Αυτό περιλαμβάνει προτιμήσεις για το στυλ επικοινωνίας, την αγοραστική συμπεριφορά και τις προσδοκίες εξυπηρέτησης. Η κατανόηση αυτών των πτυχών μπορεί να σας βοηθήσει να προσαρμόσετε το επιχειρηματικό σας μοντέλο ώστε να ανταποκρίνεται καλύτερα στις τοπικές προτιμήσεις και προσδοκίες. Η προσαρμογή των προϊόντων ή των υπηρεσιών σας σε τοπικούς πολιτισμούς μπορεί να βελτιώσει σημαντικά την αποδοχή της αγοράς. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει την τροποποίηση στρατηγικών μάρκετινγκ, την προσαρμογή των χαρακτηριστικών του προϊόντος ή ακόμα και την αλλαγή του επιχειρηματικού σας μοντέλου για να διασφαλιστεί η πολιτισμική συμβατότητα. Για παράδειγμα, οι παγκόσμιες αλυσίδες τροφίμων προσαρμόζουν συχνά τα μενού τους ώστε να αντικατοπτρίζουν τις τοπικές κουζίνες και τις προτιμήσεις για τρόφιμα.

4.2.2. Ξεπερνώντας εμπόδια που σχετίζονται με το φύλο, τα γεωγραφικά και τα κοινωνικοοικονομικά χαρακτηριστικά

Η έναρξη μιας επιχείρησης μπορεί να είναι τόσο συναρπαστική όσο και αποθαρρυντική, ειδικά όταν αντιμετωπίζετε ένα πλήθος πιθανών εμποδίων που μπορεί να φαίνονται ανυπέρβλητα. Τα στερεότυπα των φύλων, οι γεωγραφικοί περιορισμοί, οι οικονομικοί περιορισμοί, οι προκλήσεις που σχετίζονται με την αναπηρία, η έλλειψη εμπειρίας και οι πολιτισμικές διαφορές είναι μερικά μόνο από τα εμπόδια που μπορεί να αντιμετωπίσουν οι επίδοξοι επιχειρηματίες. Ωστόσο, κάθε ένα από αυτά τα εμπόδια αντιπροσωπεύει επίσης μια ευκαιρία για ανάπτυξη και καινοτομία. Υιοθετώντας στοχευμένες στρατηγικές, καλλιεργώντας την ανθεκτικότητα και χρησιμοποιώντας τους διαθέσιμους πόρους και τα δίκτυα, μπορείτε να αντιμετωπίσετε αποτελεσματικά αυτές τις προκλήσεις.

Παρακάτω εξερευνούμε συγκεκριμένες τακτικές και δημιουργικές λύσεις που θα σας επιτρέψουν να ξεπεράσετε αυτά τα εμπόδια και να ανοίξετε το δρόμο για μια επιτυχημένη και ικανοποιητική επιχειρηματική καριέρα.

Project partners





Ξεπερνώντας τα εμπόδια του φύλου στο επιχειρηματικό σας ταξίδι

Τα εμπόδια του φύλου μπορεί να έχουν σημαντικό αντίκτυπο στις φιλοδοξίες σας, αλλά μια προληπτική προσέγγιση μπορεί να σας βοηθήσει να τα ξεπεράσετε. Μελετήστε έρευνες και μελέτες περιπτώσεων που υπογραμμίζουν τις επιτυχίες και τις στρατηγικές των γυναικών επιχειρηματιών που έχουν ξεπεράσει με επιτυχία αυτές τις προκλήσεις. Αυτή η γνώση μπορεί να παρέχει δραστικές στρατηγικές, όπως δεξιότητες διαπραγμάτευσης ή τρόπους για την αποτελεσματική παρουσίαση των προτάσεών σας σε ομάδες επενδυτών που αποτελούνται κυρίως από άντρες.

Δημιουργήστε και/ή συμμετέχετε ενεργά σε δίκτυα που υποστηρίζουν τις γυναίκες στις επιχειρήσεις. Αυτά τα δίκτυα προσφέρουν περισσότερα από απλή καθοδήγηση - μπορούν να παρέχουν ευκαιρίες συνεργασίας σε έργα, κοινή χρήση πόρων και απόκτηση πρόσβαση σε επενδυτές που ενδιαφέρονται να υποστηρίξουν τις επιχειρήσεις που δημιουργούνται από γυναίκες. Η συμμετοχή σε εργαστήρια και σεμινάρια ανάπτυξης ηγετικής ικανότητας και επιχειρηματικότητας, που συχνά οργανώνονται από αυτά τα δίκτυα, μπορεί να ενισχύσει σημαντικά τις δεξιότητες και την αυτοπεποίθησή σας.

Συμμετοχή σε διαγωνισμούς που έχουν σχεδιαστεί για την προώθηση των γυναικών στις επιχειρήσεις. Αυτές οι δραστηριότητες και οι σχέσεις όχι μόνο θα σας βοηθήσουν να βελτιώσετε το επιχειρηματικό σας σχέδιο και τις δεξιότητες παρουσίασης, αλλά θα σας εκθέσουν επίσης σε ένα κοινό που μπορεί να ανοίξει πόρτες για προβολή στα μέσα ενημέρωσης, καθοδήγηση και ακόμη και χρηματοδότηση. Η νίκη ή ακόμα και η συμμετοχή σε τέτοιες εκδηλώσεις μπορεί να προσθέσει αξιοπιστία και προβολή στην επιχείρησή σας.

Ξεπερνώντας τα γεωγραφικά εμπόδια ως μελλοντικοί επιχειρηματίες

Μπορείτε εύκολα να αξιοποιήσετε τις δυνατότητες της τεχνολογίας για να ξεπεράσετε τους γεωγραφικούς περιορισμούς. Χρησιμοποιήστε στρατηγικές ψηφιακού μάρκετινγκ για να προσεγγίσετε

Project partners





εύκολα ένα παγκόσμιο κοινό. Αυτό περιλαμβάνει τη δημιουργία ενός ολοκληρωμένου διαδικτυακού καταστήματος, τη χρήση στρατηγικών SEO για την αύξηση της προβολής και την προσέλκυση πελατών μέσω κανονικού περιεχομένου στις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης.

Επιπλέον, μπορείτε να δημιουργήσετε τοπικές συμμαχίες για να υποστηρίξετε καλύτερες επιχειρηματικές υποδομές στην περιοχή σας. Συνεργαστείτε με άλλες τοπικές επιχειρήσεις για να πιέσετε για βελτιώσεις, όπως καλύτερη σύνδεση στο διαδίκτυο ή υπηρεσίες μεταφοράς. Αυτές οι βελτιώσεις όχι μόνο ωφελούν την επιχείρησή σας, αλλά και τονώνουν την τοπική οικονομία.

Εκμεταλλευτείτε τη μοναδικότητα του τόπου μετατρέποντας τη γεωγραφική απομόνωση σε πλεονέκτημα. Για παράδειγμα, εάν η επιχείρησή σας βρίσκεται σε αγροτική περιοχή, προωθήστε τα προϊόντα σας ως μοναδικές προσφορές που δεν μπορούν να βρεθούν στα αστικά κέντρα, όπως χειροποίητα είδη, χειροτεχνία ή βιολογικά προϊόντα. Αυτή η προσέγγιση μπορεί να δημιουργήσει μια εξειδικευμένη αγορά και να προσελκύσει πελάτες που αναζητούν αυθεντικές και παραδοσιακές εμπειρίες ή προϊόντα.

Αντιμετωπίζοντας τα οικονομικά εμπόδια κατά μέτωπο

Αναπτύξτε και βελτιώστε τις οικονομικές σας δεξιότητες μέσω στοχευμένης εκπαίδευσης – παρακολουθήστε μαθήματα χρηματοοικονομικής διαχείρισης, κατανοήστε τα βασικά στοιχεία των ιδίων κεφαλαίων και του χρέους, μάθετε πώς να διαχειρίζεστε τις ταμειακές ροές και αντιμετωπίζετε τις οικονομικές προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι νεοσύστατες επιχειρήσεις. Αυτή η γνώση είναι ζωτικής σημασίας όταν προσεγγίζετε επενδυτές, καθώς θα πρέπει να εξηγήσετε πώς θα χρησιμοποιηθούν τα χρήματά τους και την αναμενόμενη απόδοση της επένδυσής τους.

Σκεφτείτε το bootstrapping ως έναν τρόπο για να ξεκινήσετε και να αναπτύξετε την επιχείρησή σας. Αυτή η μέθοδος περιλαμβάνει την ελαχιστοποίηση των γενικών εξόδων σας και την εύρεση οικονομικών τρόπων λειτουργίας έως ότου η επιχείρηση αυτοσυντηρείται με τις δικές της ταμειακές ροές. Χρησιμοποιήστε δωρεάν ή χαμηλού κόστους εργαλεία διαχείρισης επιχειρήσεων, μάρκετινγκ και

Project partners





επικοινωνίας. Μπορείτε να βρείτε πληθώρα τέτοιων εργαλείων στο διαδίκτυο που είναι είτε δωρεάν είτε χαμηλού κόστους - εξοικονομώντας χρήματα σε σύγκριση με την πρόσληψη κάποιου ειδικού.

Μπορείτε επίσης να εξερευνήσετε επιλογές χρηματοδότησης με βάση την κοινότητα. Για παράδειγμα, τοπικές εκδηλώσεις crowdfunding όπου τα μέλη της κοινότητας υποστηρίζουν επιχειρήσεις που προσδίδουν αξία στην περιοχή. Επιπλέον, θα πρέπει να εξετάσετε τις επιλογές μικροχρηματοδότησης που είναι διαθέσιμες μέσω τοπικών τραπεζών ή διαδικτυακών πλατφορμών που ειδικεύονται στην παροχή μικρών δανείων σε επιχειρηματίες.

Ξεπερνώντας τα εμπόδια που αντιμετωπίζουν οι επιχειρηματίες με ειδικές ανάγκες

Σε κάθε περίπτωση, είναι σημαντικό να δώσετε προτεραιότητα στην προσβασιμότητα σε κάθε πτυχή της επιχείρησής σας. Από φυσικές τοποθεσίες που είναι προσβάσιμες σε χρήστες αναπηρικών αμαξιδίων, μέχρι τον ιστότοπό σας και διαδικτυακούς πόρους που είναι εύκολοι στη χρήση για άτομα με προβλήματα όρασης ή ακοής. Τεχνολογίες όπως προγράμματα ανάγνωσης οθόνης, μετατροπή κειμένου σε ομιλία και προσαρμοστικές διεπαφές μπορούν να κάνουν τεράστια διαφορά στον τρόπο που διευθύνετε την επιχείρησή σας.

Ένα από τα πιο ωφέλιμα πράγματα που μπορείτε να κάνετε είναι να αναζητήσετε επιχορηγήσεις και οικονομική υποστήριξη που έχουν σχεδιαστεί ειδικά για ιδιοκτήτες επιχειρήσεων με αναπηρία. Αυτά τα κεφάλαια μπορούν να σας βοηθήσουν να καλύψετε πρόσθετες δαπάνες που σχετίζονται με την πρόσβαση στην επιχείρησή σας ή την αγορά ειδικού εξοπλισμού. Η δικτύωση με οργανισμούς που εστιάζουν στα δικαιώματα των ατόμων με αναπηρία και στην επιχειρηματικότητα μπορεί να σας οδηγήσει σε τέτοιες ευκαιρίες χρηματοδότησης.

Επίσης, αν αντιμετωπίζετε κάποια αναπηρία, γνωρίζετε καλά τις δυσκολίες που αντιμετωπίζετε σε καθημερινή βάση. Επομένως, μπορείτε να αξιοποιήσετε αυτές τις αρνητικές εμπειρίες και να δημιουργήσετε ευαισθητοποίηση σχετικά με τις δυνατότητες των επιχειρηματιών με αναπηρίες οργανώνοντας εργαστήρια, μιλώντας σε εκδηλώσεις και διατηρώντας μια ενεργή διαδικτυακή

Project partners





παρουσία. Αυτό όχι μόνο βοηθά στην αλλαγή των κοινωνικών αντιλήψεων, αλλά ενθαρρύνει και άλλους επιχειρηματίες με ειδικές ανάγκες να κάνουν το άλμα και να ξεκινήσουν τη δική τους επιχείρηση.

Αντιμετωπίζοντας την έλλειψη εμπειρίας στην επιχειρηματικότητα

Για να ξεπεράσετε προβλήματα και δυσκολίες που σχετίζονται με την έλλειψη εμπειρίας, μπορείτε να αναζητήσετε και να δημιουργήσετε μια σχέση με έναν μέντορα που έχει εμπειρία στον κλάδο στον οποίο εισέρχεστε. Αυτό το άτομο μπορεί όχι μόνο να προσφέρει συμβουλές και καθοδήγηση βασισμένες σε εμπειρίες του πραγματικού κόσμου, αλλά μπορεί επίσης να προσφέρει ευκαιρίες δικτύωσης και πιθανώς να σας συστήσει επενδυτές ή συνεργάτες.

Επιπλέον, είναι πάντα καλή ιδέα να αποκτήσετε άμεση εμπειρία στον κλάδο μέσω πρακτικής άσκησης, θέσεων μερικής απασχόλησης ή εθελοντισμού προτού ξεκινήσετε οποιοδήποτε επιχειρηματικό ταξίδι. Αυτή η πρακτική εμπειρία είναι ανεκτίμητη, παρέχοντας πληροφορίες για τις προκλήσεις και τις απαιτήσεις του κλάδου και σας βοηθά να αναπτύξετε πρακτικές δεξιότητες που θα σας βοηθήσουν να διαχειριστείτε τη δική σας επιχείρηση.

Φυσικά, θα πρέπει πάντα να ενημερώνεστε για τις τελευταίες τάσεις και τεχνολογίες στον κλάδο σας παρακολουθώντας εργαστήρια, σεμινάρια και σχετικές εμπορικές εκθέσεις. Αυτές οι εκδηλώσεις αποτελούν επίσης εξαιρετικές ευκαιρίες δικτύωσης με ηγέτες του κλάδου και δυνητικούς πελάτες, κάτι που μπορεί να οδηγήσει σε συνεργασίες και νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες.

Ξεπερνώντας τα Πολιτισμικά Εμπόδια

Η υιοθέτηση μιας ολοκληρωμένης νοοτροπίας που λαμβάνει υπόψη τόσο τη δική σας επιχειρηματική κουλτούρα όσο και την κουλτούρα της αγοράς-στόχου σας είναι ο καλύτερος τρόπος για να ξεπεράσετε τις πολιτισμικές διαφορές. Αυτή η προσέγγιση περιλαμβάνει την εύρεση ενός κοινού εδάφους όπου διασταυρώνονται οι επιχειρηματικές σας πρακτικές και οι τοπικές πολιτισμικές προσδοκίες,

Project partners





δημιουργώντας μια συνέργεια που σέβεται τους πολιτισμικούς κανόνες διατηρώντας παράλληλα την ταυτότητα της εταιρείας σας.

Να θυμάστε πάντα ότι ο πολιτισμός είναι δυναμικός και ότι λειτουργεί σήμερα μπορεί να μην λειτουργήσει αύριο. Διατηρήστε μια νοοτροπία συνεχούς μάθησης και προετοιμαστείτε να προσαρμοστείτε καθώς οι πολιτισμοί εξελίσσονται. Αυτό μπορεί να σημαίνει την παρακολούθηση των πολιτισμικών τάσεων μέσω συνεχούς έρευνας ή σχολίων από τοπικούς πελάτες και συνεργάτες.

Όταν εισέρχεστε σε μια νέα αγορά, συνεργαστείτε με τοπικές εταιρείες ή συμβούλους που έχουν βαθιά κατανόηση του πολιτισμικού τοπίου. Αντί να επιβάλλετε το υπάρχον επιχειρηματικό σας μοντέλο, συνεργαστείτε για να αναπτύξετε προσεγγίσεις που να είναι πολιτισμικά σεβαστές και εμπορικά βιώσιμες. Αυτή η συλλογική προσέγγιση όχι μόνο διευκολύνει την είσοδο στην αγορά, αλλά μπορεί επίσης να ενισχύσει τη φήμη και την αποδοχή της εταιρείας σας.

Τέλος, η οικοδόμηση μιας πολιτισμικά διαφορετικής ομάδας μπορεί να προσφέρει ιδέες που αποτρέπουν πολιτισμικά λάθη. Τα μέλη της ομάδας από διαφορετικά υπόβαθρα μπορούν να προσφέρουν προοπτικές που μπορεί να μην έχετε σκεφτεί, οδηγώντας σε καλύτερες αποφάσεις και σε ένα επιχειρηματικό περιβάλλον χωρίς αποκλεισμούς.

Ολοκληρώνοντας αυτή την υποενοότητα, είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι η εφαρμογή αυτών των στρατηγικών μέτρων για την υπέρβαση των φραγμών στην επιχειρηματικότητα απαιτεί προορατική προσέγγιση, ανθεκτικότητα και διάθεση για συνεχή προσαρμογή και μάθηση. Συμμετέχοντας ενεργά σε δίκτυα, χρησιμοποιώντας τεχνολογία, βελτιώνοντας τις οικονομικές γνώσεις και προωθώντας την ένταξη και την προσβασιμότητα, όχι μόνο θα ανοίξετε το δρόμο για τη δική σας επιτυχία, αλλά θα συμβάλετε και σε ένα πιο δίκαιο και δυναμικό επιχειρηματικό τοπίο. Καθώς ξεκινάτε αυτό το ταξίδι, να θυμάστε ότι κάθε πρόκληση που ξεπερνάτε δημιουργεί προηγούμενο για τους μελλοντικούς επιχειρηματίες, βοηθώντας να ανοίξει ο δρόμος για να ακολουθήσουν και άλλοι. Αγκαλιάστε αυτές τις ευκαιρίες για να αναπτυχθείτε, να ηγηθείτε και να καινοτομήσετε, γνωρίζοντας ότι οι προσπάθειές σας να ξεπεράσετε αυτά τα εμπόδια όχι μόνο θα πραγματοποιήσουν τα επιχειρηματικά σας όνειρα, αλλά θα εμπνεύσουν

Project partners





WP3: Πρόγραμμα σπουδών «Εικονική
επιχειρηματικότητα για έναν βιώσιμο κόσμο»



Co-funded by
the European Union

και θα επιτρέψουν σε άλλους να κάνουν το ίδιο. Με αποφασιστικότητα και σωστές στρατηγικές, μπορείτε να μετατρέψετε πιθανά εμπόδια σε σκαλοπάτι για την επίτευξη επιχειρηματικής αριστείας και να επιδράσετε ουσιαστικά στην κοινότητά σας και πέρα από αυτήν.

Project partners



The Green & Social StartUps Erasmus+ Project (Nr. 2022-1-PL01-KA220-SCH-000087194) is co-funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

4.3. Ενδυνάμωση μέσω Επιχειρήσεων

Η διατήρηση του διαμοιρασμού της επιχειρηματικότητας, που κατέχει σημαντική θέση μεταξύ των δεξιοτήτων του 21ου αιώνα, στο εκπαιδευτικό περιβάλλον ήρθε στο προσκήνιο. Κατά τη διαδικασία της επιχειρηματικότητας στους μαθητές, είναι αναπόφευκτο να διδάσκονται οι δεξιότητες που αναζητούνται σε άτομα που ονομάζονται επιχειρηματίες. Ως αποτέλεσμα των ερευνών που κάναμε στο WP2, αυτές οι δεξιότητες συνδυάστηκαν σε ορισμένες κατηγορίες. Παρακάτω παραθέτουμε τις πιο βασικές δεξιότητες:

Δεξιότητες Ανάληψης Κινδύνων / Θάρρους	Δεξιότητες επίλυσης προβλημάτων
Δημιουργικότητα και καινοτομία	Ικανότητα πειθούς
Επικοινωνιακές ικανότητες	Άνοιγμα σε καινοτομίες και μάθηση
Υπομονή	Αυτοπεποίθηση

Τα χαρακτηριστικά που αναφέρθηκαν παραπάνω δείχνουν επίσης ότι το πιο σημαντικό χαρακτηριστικό που καθορίζει επιτυχία ενός ατόμου ως επιχειρηματία είναι τα ατομικά χαρακτηριστικά. Το περιβάλλον της τάξης περιλαμβάνει επίσης πολλούς μαθητές με διαφορετικά ατομικά χαρακτηριστικά. Για το λόγο αυτό, είναι πολύ σημαντικό για τη συνεκπαίδευση οι δραστηριότητες που θα πραγματοποιηθούν στο περιβάλλον της τάξης να υποστηρίζουν διαφορετικά ατομικά χαρακτηριστικά.

Τα χαρακτηριστικά με τα οποία γεννιούνται τα άτομα ή τα χαρακτηριστικά που τους μεταφέρονται μέσω της κουλτούρας τους και του περιβάλλοντος στο οποίο μεγαλώνουν μπορεί μερικές φορές να μετατραπούν σε εμπόδια στις επιχειρηματικές δραστηριότητες. Για παράδειγμα, στην Τουρκία, είναι γεγονός ότι οι άνδρες ξεκινούν περισσότερες επιχειρήσεις από τις γυναίκες. Οι παρατηρήσεις δείχνουν ότι οι επιχειρήσεις που ιδρύονται από γυναίκες επιχειρηματίες είναι σχετικά μικρότερες και οι τάσεις ανάπτυξής τους χαμηλές. Λόγω των ρόλων των φύλων, οι γυναίκες συχνά εκτίθενται σε διακρίσεις στην επιχειρηματική ζωή και εμποδίζονται ιδιαίτερα να φτάσουν σε ανώτερες διοικητικές θέσεις (Güneş and Şekerdil, 2021).

Project partners





Ως αποτέλεσμα της μελέτης του, ο Günen (2022) διαπίστωσε ότι η αναλογία του καλά μορφωμένου πληθυσμού προς το συνολικό πληθυσμό και η πληθυσμιακή πυκνότητα επηρεάζουν την επιχειρηματικότητα. Με άλλα λόγια, το κοινωνικό περιβάλλον που έχουν τα άτομα μπορεί να είναι μια υποστηρικτική ευκαιρία για τις επιχειρηματικές δραστηριότητες ενός ατόμου, αλλά μπορεί επίσης να είναι και μειονέκτημα.

Όταν εξετάζονται μελέτες που πραγματοποιήθηκαν με άτομα με αναπηρία, μια άλλη ομάδα με μειονεκτήματα, αποκαλύφθηκε ότι τα σωματικά προβλήματα που προκύπτουν από την αναπηρία, οι διακρίσεις απέναντι στα άτομα με αναπηρία, τα προβλήματα που σχετίζονται με τη φυσική πρόσβαση και η έλλειψη κρατικής υποστήριξης επηρεάζουν τις επιχειρηματικές δραστηριότητες (Durak, 2021).

Ένας άλλος παράγοντας που επηρεάζει την επιχειρηματικότητα ενός ατόμου είναι οι οικονομικοί παράγοντες. Όταν αναφέρονται οικονομικά στοιχεία, μπορεί να είναι παραπλανητικό να σκεφτόμαστε μόνο το κεφάλαιο. Είναι επίσης σημαντικό για το επιχειρηματία να έχει οικονομικές γνώσεις και χρηματοοικονομική παιδεία όσον αφορά την αξιολόγηση των κινδύνων που μπορεί να αναλάβει. Το να μην έχει επαρκές οικονομικό υπόβαθρο και γνώσεις χρηματοοικονομικών θέτει επίσης το άτομο σε μειονεκτική θέση όσον αφορά τις επιχειρηματικές του ιδιότητες. Με άλλα λόγια, καθώς μειώνονται τα επίπεδα οικονομικής παιδείας, οικονομικών γνώσεων και οικονομικών στάσεων, μειώνεται επίσης η τάση ανάληψης κινδύνου και η ανοχή των ατόμων προς την αβεβαιότητα (Kiran and Bozkurt, 2020).

Αυτή η ενότητα περιλαμβάνει διάφορες δραστηριότητες για την τάξη που μπορούν να χρησιμοποιηθούν κατά την παρουσίαση της επιχειρηματικότητας σε μειονεκτικές καταστάσεις. Η διδασκαλία της επιχειρηματικότητας σε μειονεκτούντες μαθητές είναι μια σημαντική πρωτοβουλία που έχει τη δυνατότητα να βελτιώσει τις οικονομικές και κοινωνικές τους συνθήκες. Ακολουθούν ορισμένα βήματα και μέθοδοι που μπορούν να ακολουθηθούν σε αυτήν τη διαδικασία:

1. Διεξαγωγή ανάλυσης αναγκών: Ο προσδιορισμός των αναγκών και των ενδιαφερόντων των μειονεκτούντων μαθητών καθιστά το εκπαιδευτικό πρόγραμμα πιο αποτελεσματικό. Με αυτή την ανάλυση, μπορεί να προσδιοριστεί ποια θέματα και οι δεξιότητες έχουν προτεραιότητα.

Project partners



2. **Χρήση Κατάλληλου Εκπαιδευτικού Υλικού και Μεθόδων:** Η εκπαίδευση στην επιχειρηματικότητα θα πρέπει να περιλαμβάνει πρακτικές εφαρμογές καθώς και θεωρητικές γνώσεις. Οι μαθητές μπορούν να αποκτήσουν εμπειρία χρησιμοποιώντας διαδραστικά μαθήματα, εργαστήρια και προσομοιώσεις.
3. **Πρότυπα και προγράμματα καθοδήγησης:** Η παροχή της ευκαιρίας να συναντηθούν επιτυχημένοι επιχειρηματίες και να μεταφέρουν τις ιστορίες τους μπορεί να εμπνεύσει τους μαθητές. Επιπλέον, μέσω προγραμμάτων καθοδήγησης, οι μαθητές μπορούν να λάβουν υποστήριξη από μέντορες.
4. **Συνεργασίες και Δικτύωση:** Με τη δημιουργία συνεργασιών με τοπικές επιχειρήσεις, ΜΚΟ και εκπαιδευτικά ιδρύματα, οι μαθητές μπορούν να έχουν πρόσβαση σε ένα ευρύτερο δίκτυο υποστήριξης. Αυτά τα δίκτυα είναι σημαντικά για την πρόσβαση σε πόρους και ευκαιρίες.
6. **Παροχή πρακτικής εμπειρίας:** Μπορούν να προσφερθούν ευκαιρίες όπως προγράμματα πρακτικής άσκησης, εργασία σε έργα και ίδρυση πολύ μικρών επιχειρήσεων για να μπορέσουν οι μαθητές να αποκτήσουν εργασιακή εμπειρία από την πραγματική ζωή. Αυτές οι εμπειρίες τους βοηθούν να αναπτύξουν επιχειρηματικές δεξιότητες.
7. **Εκπαίδευση στα οικονομικά:** Ως μέρος της εκπαίδευσης για την επιχειρηματικότητα, θα πρέπει να διδάσκονται βασικές δεξιότητες οικονομικής διαχείρισης. Μπορεί να καλυφθούν θέματα όπως ο προϋπολογισμός, ο υπολογισμός του κόστους και ο οικονομικός προγραμματισμός.
8. **Δημιουργία Υποστηρικτικού Μαθησιακού Περιβάλλοντος:** Είναι σημαντικό να δημιουργηθεί ένα μαθησιακό περιβάλλον όπου οι μαθητές μπορούν να εκφραστούν, να μην φοβούνται να κάνουν λάθη και να μοιράζονται ελεύθερα τις δημιουργικές τους σκέψεις.
9. **Ομαδική εργασία και ηγετικές δεξιότητες:** Θα πρέπει επίσης να παρέχεται εκπαίδευση σχετικά με την ομαδική εργασία και τις ηγετικές δεξιότητες που απαιτούνται για την επιτυχία στην επιχειρηματικότητα. Αυτό μπορεί να γίνει μέσω ομαδικών έργων και συνεργασιών.

Project partners



10. **Χρήση τεχνολογίας και ψηφιακές δεξιότητες:** Σήμερα, οι ψηφιακές δεξιότητες είναι πολύ σημαντικές για την επιχειρηματικότητα. Οι μαθητές θα πρέπει να εκπαιδεύονται σε θέματα όπως η χρήση βασικής τεχνολογίας, το ψηφιακό μάρκετινγκ και το ηλεκτρονικό εμπόριο.

11. **Αυξάνοντας το κίνητρο και την αυτοπεποίθηση:** Η διοργάνωση δραστηριοτήτων που θα αυξήσουν τα κίνητρα και την αυτοπεποίθηση των μειονεκτούντων μαθητών τους δίνει τη δυνατότητα να κάνουν πιο τολμηρά βήματα προς την επιχειρηματικότητα.

Αυτές οι μέθοδοι μπορούν να βοηθήσουν τους μειονεκτούντες μαθητές να αποκαλύψουν τις δυνατότητές τους να είναι επιτυχημένοι στον τομέα της επιχειρηματικότητας και να τους προσφέρουν ένα βιώσιμο μέλλον.

4.3.1. Δραστηριότητες στην τάξη: Οικοδόμηση αυτοπεποίθησης και επιχειρηματικών δεξιοτήτων

Δραστηριότητα 1:

Υλικά: Φύλλο εργασίας-Αξιολογώ τον εαυτό μου

- Μοιράζεται στους μαθητές το φύλλο εργασίας «Αξιολογώ τον εαυτό μου» (θα το βρείτε παρακάτω).
- «Αγαπητοί μαθητές, σήμερα θα αξιολογήσουμε τα χαρακτηριστικά σας όσον αφορά την επιχειρηματική εμπειρία. Όλοι έχουμε διαφορετικά χαρακτηριστικά που μας κάνουν ξεχωριστούς. Αν και αυτά τα χαρακτηριστικά που έχουμε μας διευκολύνουν να κάνουμε κάποιες εργασίες, μπορεί να μας κάνουν να αντιμετωπίσουμε δυσκολίες σε άλλες. Τώρα, στα φύλλα εργασίας που σας έδωσα, θέλω να σκεφτείτε τα δικά σας χαρακτηριστικά και να εντοπίσετε τα δυνατά σας σημεία που θα σας βοηθήσουν να γίνετε επιχειρηματίας και τις αδυναμίες σας που θα σας δυσκολέψουν να γίνετε επιχειρηματίας. Στη συνέχεια, θέλω να συμπληρώσετε τα φύλλα εργασίας σας λαμβάνοντας υπόψη τις συνθήκες γύρω σας και

Project partners



εντοπίζοντας τις απειλές που μπορεί να σας εμποδίσουν να γίνετε επιχειρηματίας και τις ευκαιρίες που θα σας υποστηρίξουν». Οι οδηγίες διαβάζονται στους μαθητές.

- Δίνονται στους μαθητές 15 λεπτά για να συμπληρώσουν τα φύλλα εργασίας.
- Μετά από 15 λεπτά, εθελοντικά οι μαθητές μοιράζονται την ανάλυση SWOT με την τάξη.

Αφού ολοκληρωθεί αυτή η διαδικασία, τίθενται οι ακόλουθες ερωτήσεις σε όλους τους μαθητές:

1. Πιστεύεις ότι έχεις αρκετές ικανότητες για να γίνεις επιχειρηματίας;
2. Υπάρχουν τρόποι να αλλάξετε τα χαρακτηριστικά που θεωρείτε αδύναμα σημεία στο να γίνετε επιχειρηματίας;
3. Εάν δεν είναι δυνατό να αλλάξετε τις αδυναμίες σας, πιστεύετε ότι υπάρχουν άτομα/ιδρύματα από τα οποία μπορείτε να λάβετε υποστήριξη σχετικά με αυτά;

Στο τέλος της διαδικασίας, δίνεται στους μαθητές να καταλάβουν ότι οι νέοι επιχειρηματίες μπορεί να αντιμετωπίσουν κάποια προβλήματα κατά τη διάρκεια της επιχειρηματικότητάς τους, που προκύπτουν από τα ατομικά τους χαρακτηριστικά ή το περιβάλλον που ζουν, αλλά ότι είναι δυνατό να ξεπεραστούν αυτά τα προβλήματα.

Οι προτάσεις για τους νέους επιχειρηματίες για να ξεπεράσουν αυτά τα προβλήματα μπορούν να απαριθμηθούν ως εξής:

- Ένα από τα μεγαλύτερα προβλήματα των επιχειρηματιών είναι η εξεύρεση κεφαλαίων. Ο δανεισμός για την εξεύρεση κεφαλαίου θα πρέπει να αποφεύγεται και αντ' αυτού θα πρέπει να διερευνώνται κυβερνητικά προγράμματα κινήτρων/υποστήριξης.
- Κατά τη σύσταση μιας επιχείρησης, θα πρέπει να γίνεται ανάλυση SWOT σχετικά με την επιχείρηση που θα δημιουργηθεί, όπως η δουλειά που κάνουμε σήμερα. Η έρευνα αγοράς θα πρέπει επίσης να συμπεριληφθεί σε αυτή την ανάλυση.

Project partners



- Μπορεί να μην έχετε όλες τις απαραίτητες γνώσεις και δεξιότητες για τη δουλειά που σκοπεύετε να κάνετε. Επομένως, η συνεργασία/σύσταση ομάδας με άτομα που έχουν αυτές τις γνώσεις και δεξιότητες θα ελαφρύνει το βάρος σας και θα σας οδηγήσει στην επιτυχία.
- Παρόλο που μπορείτε να διευθύνετε την επιχείρησή σας μέσω της συνεργασίας, είναι σημαντικό να έχετε οικονομικές γνώσεις για να κατακτήσετε τα οικονομικά στάδια της επιχείρησής σας. Μπορείτε να παρακολουθήσετε μαθήματα/εκπαιδευτικά προγράμματα που θα σας βοηθήσουν να βελτιώσετε τις οικονομικές σας γνώσεις.
- Στον σημερινό κόσμο, είναι δυνατό να δημιουργήσετε μια παγκόσμια αγορά για τον εαυτό σας μέσω της τεχνολογίας (e-commerce). Με αυτόν τον τρόπο, μπορείτε να επιτύχετε μεγάλα κέρδη με λιγότερο κεφάλαιο. Για αυτό αρκεί να αυξήσετε τις τεχνολογικές σας γνώσεις και την εμπειρία και να γίνετε ψηφιακά εγγράμματοι – ψηφιακοί πολίτες.

Φύλλο εργασίας: Αξιολογώ τον εαυτό μου

Τα δυνατά μου σημεία	Οι αδυναμίες μου
Ευκαιρίες	Απειλές

Project partners



Δραστηριότητα 2: Προσομοίωση Επιχειρηματικότητας

Σκοπός: Να διδάξει στους μαθητές διαδικασίες διοίκησης επιχειρήσεων και λήψης αποφάσεων.

Υλικά: Χαρτί, μολύβι, υπολογιστής (εάν υπάρχει διαθέσιμο λογισμικό προσομοίωσης).

- Οι μαθητές χωρίζονται σε μικρές ομάδες και κάθε ομάδα δημιουργεί τη δική της επιχείρηση η οποία θα πρέπει να είναι φιλική προς τη φύση ή δίνει λύση σε ένα κοινωνικό πρόβλημα (για παράδειγμα, απασχόληση γυναικών).
- Επιλέγουν το είδος της επιχείρησης (π.χ. καφετέρια, κατάστημα, πάροχος υπηρεσιών).
- Καθορίζουν το κεφάλαιο εκκίνησης, τις τιμές προϊόντων ή υπηρεσιών, το κόστος και άλλες λεπτομέρειες επιχειρηματικού σχεδιασμού για την επιχείρηση.
- Κάθε ομάδα διαχειρίζεται την επιχείρησή της και λαμβάνει αποφάσεις (π.χ. προϋπολογισμός διαφήμισης, μισθοί εργαζομένων, τιμές προϊόντων) για μια συγκεκριμένη χρονική περίοδο (π.χ. 4 εβδομάδες).
- Οι οικονομικές καταστάσεις των ομάδων αξιολογούνται εβδομαδιαίως, και αναλύονται τα αποτελέσματα των αποφάσεών τους.

Αποτελέσματα αυτής της δραστηριότητας:

- Οι μαθητές βιώνουν τη διοίκηση επιχειρήσεων και τις διαδικασίες λήψης αποφάσεων.
- Βελτιώνονται οι οικονομικές γνώσεις και οι δεξιότητες στρατηγικής σκέψης των μαθητών.

Δραστηριότητα 3: Έργο Έρευνας Αγοράς

Σκοπός: Να διδάξει στους μαθητές ανάλυση στοχευόμενου κοινού και διαδικασίες ανάπτυξης προϊόντων/υπηρεσιών.

Υλικά: Έντυπα έρευνας, πρόσβαση στο διαδίκτυο.

Project partners



- Οι μαθητές χωρίζονται σε ομάδες και επιλέγουν ένα συγκεκριμένο προϊόν ή υπηρεσία (Προτιμούν αυτό το προϊόν ή την υπηρεσία να είναι φιλικό προς το περιβάλλον ή/και ένα προϊόν/υπηρεσία που δίνει λύσεις σε κοινωνικά προβλήματα).
- Διεξάγουν έρευνα αγοράς για να προσδιορίσουν ποιο είναι το κοινό-στόχος για αυτό το προϊόν ή την υπηρεσία.
- Προετοιμάζουν και διεξάγουν έρευνες για να κατανοήσουν τις ανάγκες και τις προσδοκίες του κοινού-στόχου.
- Αναλύουν τα αποτελέσματα των ερευνών και κάνουν βελτιώσεις στα προϊόντα ή τις υπηρεσίες τους.
- Παρουσιάζουν τα αποτελέσματα στην τάξη και λαμβάνουν ανατροφοδότηση.

Αποτελέσματα αυτής της δραστηριότητας:

- Οι μαθητές αναπτύσσουν δεξιότητες στη διεξαγωγή έρευνας αγοράς και στην ανάλυση δεδομένων.
- Η πελατοκεντρική σκέψη και οι δεξιότητες καινοτομίας αυξάνονται.

Δραστηριότητα 4: Ξεκινώντας μια μικρή επιχείρηση

Σκοπός: Να παρέχει στους μαθητές πραγματική εργασιακή εμπειρία.

Υλικά: Κεφάλαιο εκκίνησης (μπορεί να παρέχεται από το σχολείο ή από χορηγούς), υλικά που χρειάζονται για το προϊόν ή την υπηρεσία.

- Οι μαθητές χωρίζονται σε μικρές ομάδες και κάθε ομάδα ξεκινά μια μικρή επιχείρηση (π.χ. πώληση λεμονάδας, πώληση χειροποίητων αντικειμένων).
- Ετοιμάζουν ένα επιχειρηματικό σχέδιο για την επιχείρηση (κόστος, τιμές, κοινό-στόχος, στρατηγική μάρκετινγκ).
- Πουλάνε τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες τους για συγκεκριμένο χρονικό διάστημα (π.χ. 1 εβδομάδα).

Project partners



- Αναλύουν τα αποτελέσματα των πωλήσεων και αξιολογούν την κερδοφορία τους.
- Μοιράζονται και συζητούν τις εμπειρίες τους στην τάξη.

Αποτελέσματα αυτής της δραστηριότητας:

- Οι μαθητές αποκτούν εμπειρία δημιουργώντας επιχειρήσεις στον πραγματικό κόσμο.
- Βελτιώνονται οι σχέσεις με τους πελάτες, οι πωλήσεις και οι δεξιότητες μάρκετινγκ.
- Οι μαθητές (ειδικά όσοι βρίσκονται σε μειονεκτική θέση) αξιολογούν τρόπους πρόσβασης στο κεφάλαιο.

Δραστηριότητα 5: Επιχειρηματική Έκθεση

Σκοπός: Να δοθεί η δυνατότητα στους μαθητές να επικοινωνήσουν με ιδιοκτήτες επιχειρήσεων, ενώσεις και μη κυβερνητικές οργανώσεις.

Στον σημερινό κόσμο, όπου η εξατομίκευση αναπτύσσεται ραγδαία, η εμπιστοσύνη έχει γίνει μια από τις μεγαλύτερες ανάγκες. Η ύπαρξη ενός περιβάλλοντος όπου μπορούν να λάβουν υποστήριξη, ειδικά στην αρχή του ταξιδιού και όταν έρχονται αντιμέτωποι με δύσκολες καταστάσεις, θα δώσει στους επιχειρηματίες δύναμη. Για το λόγο αυτό, είναι ζωτικής σημασίας για τους επιχειρηματίες να δημιουργήσουν ένα περιβάλλον το οποίο θα μπορούν να εμπιστευτούν πριν αποτύχει η επιχείρησή τους. Για τον επιχειρηματία που αναζητά κεφάλαιο για την επιχειρηματική του ιδέα, οι αποτελεσματικές σχέσεις έχουν πλέον προτεραιότητα έναντι των χρημάτων. Ο λόγος για τον οποίο πολλοί άνθρωποι στον επιχειρηματικό κόσμο εντάσσονται σε επαγγελματικές ενώσεις και μη κυβερνητικές οργανώσεις είναι: να συναντηθούν, να συνεργαστούν και να παράγουν έργα που είναι ωφέλιμα για την κοινωνία (Belen, 173).

Project partners





- Στο σχολείο προσκαλούνται εκπρόσωποι ιδιοκτητών επιχειρήσεων, ενώσεων και μη κυβερνητικών οργανώσεων και διοργανώνεται επιχειρηματική έκθεση εντός του σχολείου.
- Οι μαθητές συναντώνται με τους συμμετέχοντες εργοδότες και εκπροσώπους και ακούν ιστορίες επιχειρηματικότητας.
- Συλλέγουν επαγγελματικές κάρτες από τους συμμετέχοντες σύμφωνα με τα δικά τους ενδιαφέροντα και ικανότητες.

Αποτελέσματα αυτής της δραστηριότητας:

- Οι δάσκαλοι μπορούν να δημιουργήσουν περιβάλλον προσανατολισμένο στη συνεργασία για επιτυχία.

Project partners



4.3.2. Συνεργατική Μάθηση: Ανταλλαγή Εμπειριών και Βέλτιστων Πρακτικών

Δραστηριότητα 1:

- Οι μαθητές χωρίζονται σε ομάδες των δύο ή τριών ανάλογα με το μέγεθος της τάξης.
- Συναντώντας γυναίκες επιχειρηματίες, συλλέγουν πληροφορίες για τα γενικά χαρακτηριστικά της επιχειρηματικής τους δραστηριότητας και τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν στην επιχειρηματική ζωή.
- Στο επόμενο μάθημα, ένας αρχηγός από κάθε ομάδα μοιράζεται τις πληροφορίες που συνέλεξε με την τάξη.

Στη συνέχεια τίθενται οι ακόλουθες ερωτήσεις στους μαθητές:

1. Σε τί έδωσαν προσοχή όταν μοιράστηκαν τη δουλειά που έπρεπε να γίνει μέσα στην ομάδα;
2. Πώς προσέγγισαν στις γυναίκες επιχειρηματίες;
3. Ποια ήταν τα πιο δύσκολα θέματα για αυτούς κατά τη διεξαγωγή αυτής της δραστηριότητας; Πώς ξεπέρασαν τις δυσκολίες που βίωσαν;

Αποτελέσματα αυτής της δραστηριότητας:

- Οι μαθητές εργάζονται σε ομάδες και συνεργάζονται.
- Συλλέγουν πληροφορίες για τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι γυναίκες στον επιχειρηματικό κόσμο.
- Αξιολογούν τις μεθόδους που χρησιμοποιούν για να λύσουν τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν.

Project partners



Δραστηριότητα 2:

- Οι μαθητές χωρίζονται σε ομάδες των τριών ή τεσσάρων ατόμων ανάλογα με το μέγεθος της τάξης. Εάν υπάρχουν μαθητές με διαφορετικούς τύπους αναπηρίας, λαμβάνεται μέριμνα ώστε να μην ανήκουν στην ίδια ομάδα.
- Ζητείται από τους μαθητές να δημιουργήσουν μια έρευνα μέσω φορμών Google που θα εφαρμοστεί σε επιχειρηματίες που ιδρύουν και διαχειρίζονται τις δικές τους επιχειρήσεις στο άμεσο περιβάλλον τους.
- Κατά τη δημιουργία και υλοποίηση αυτής της έρευνας, τονίζεται η σημασία της κατανομής των εργασιών ανάλογα με τα ατομικά χαρακτηριστικά των μαθητών εντός της ομάδας.
- Μπορούν να επωφεληθούν από διαφορετικούς τύπους ερευνών στη μελέτη.

Σε αυτή την έρευνα:

- Χαρακτηριστικά που πρέπει να έχει ένας επιχειρηματίας,
- Πλεονεκτήματα του να ξεκινήσετε τη δική σας επιχείρηση,
- Δυσκολίες που αντιμετωπίζει ένα άτομο όταν ξεκινά τη δική του επιχείρηση,
- Πώς να αποκτήσετε πρόσβαση στο απαραίτητο κεφάλαιο για να ιδρύσετε την επιχείρησή σας,
- Ενημερώνονται οι μαθητές ότι μπορούν να απαντήσουν σε ερωτήσεις σχετικά με τις προηγούμενες γνώσεις του επιχειρηματία για τη δουλειά του.

Μετά τη διενέργεια των ερευνών, τίθενται οι ακόλουθες ερωτήσεις στους μαθητές:

1. Πώς προχώρησαν κατά την εκτέλεση αυτής της δραστηριότητας;
2. Ποιες προκλήσεις αντιμετώπισαν; Πώς ξεπέρασαν αυτές τις προκλήσεις;
3. Αν συγκεντρώναμε τους παράγοντες που επηρεάζουν την επιχειρηματικότητα σε ορισμένες κατηγορίες, ποιες θα ήταν αυτές οι κατηγορίες;
4. Λαμβάνοντας υπόψη τα αποτελέσματα των ερευνών, ποιοι είναι οι παράγοντες που επηρεάζουν την επιχειρηματικότητα;
5. Μπορούν οι παράγοντες που επηρεάζουν την επιχειρηματικότητα να μετατραπούν σε μια κατάσταση όπου το άτομο μπορεί να εκμεταλλευτεί προς όφελός του;

Project partners



6. Υπάρχουν ιδρύματα και οργανισμοί από τους οποίους μπορεί να λάβει υποστήριξη ένα επιχειρηματίας για να ξεπεράσει τις οικονομικές δυσκολίες;

Αποτελέσματα αυτής της δραστηριότητας:

- Οι μαθητές εργάζονται σε ομάδες και συνεργάζονται.
- Συλλέγουν πληροφορίες για τα χαρακτηριστικά των επιχειρηματιών.
- Συλλέγουν δεδομένα για ένα συγκεκριμένο θέμα και αναλύουν τα δεδομένα.
- Κατανοούν τη σχέση μεταξύ των επιχειρηματικών χαρακτηριστικών του ατόμου και άλλων εννοιών.

Project partners



The Green & Social StartUps Erasmus+ Project (Nr. 2022-1-PL01-KA220-SCH-000087194) is co-funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.



5. Δραστηριότητες Προσομοίωσης Πράσινης & Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας

Με βάση όλο το προηγούμενο υλικό για την ανάπτυξη επιχειρηματικής νοοτροπίας, πράσινης επιχειρηματικότητας, κοινωνικής επιχειρηματικότητας και τρόπους ένταξης στην αρχή και κατά τη διάρκεια του επιχειρηματικού ταξιδιού, ακολουθεί ένας χρήσιμος και λεπτομερής οδηγός με οδηγίες βήμα προς βήμα για το πώς ο δάσκαλος σε στενή συνεργασία με τους μαθητές, μπορεί να τους βοηθήσει να αναπτύξουν τις δικές τους επιχειρήσεις σε μια προσομοίωση ενός πραγματικού πλαισίου.

Ουσιαστικά, ο δάσκαλος θα μπορεί να χρησιμοποιήσει όλο το υλικό αυτού του έργου. Ωστόσο, προτείνεται να ξεκινήσετε με τις ενότητες 1-4, οι οποίες αφορούν την εκπαίδευση στην επιχειρηματική νοοτροπία, την πράσινη επιχειρηματικότητα, την κοινωνική επιχειρηματικότητα και την υπέρβαση πιθανών εμποδίων στο επιχειρηματικό ταξίδι. Το πρώτο μέρος αυτού του έργου μπορεί να δώσει την ευκαιρία στους μαθητές να διερευνήσουν και να αποσαφηνίσουν όλες τις σχετικές έννοιες, τόσο σε θεωρητικό όσο και σε πρακτικό πλαίσιο μέσω των εμπλεκόμενων δραστηριοτήτων που περιλαμβάνονται. Στη συνέχεια, αφού διερευνηθούν όλες οι σχετικές έννοιες και έχουν απαντηθεί όλες οι ερωτήσεις των μαθητών, ο δάσκαλος μπορεί να προχωρήσει στη χρήση του υλικού που περιέχεται σε αυτή την ενότητα, η οποία ασχολείται με δραστηριότητες προσομοίωσης σε ένα εκπαιδευτικό πλαίσιο γύρω από την πράσινη και κοινωνική επιχειρηματικότητα. Και πάλι, συνιστάται ο δάσκαλος να ακολουθεί την προτεινόμενη σειρά των υποενοτήτων, καθώς αυτό μπορεί να δώσει στους μαθητές έναν δομημένο τρόπο σκέψης σχετικά με τα στάδια που πρέπει να περάσουν όταν ξεκινούν την επιχειρηματική τους περιπέτεια.

Αξίζει να σημειωθεί ότι το πλαίσιο προσομοίωσης δεν αφορά το άνοιγμα μιας πραγματικής επιχείρησης. Προφανώς δεν είναι δυνατόν οι μαθητές να δημιουργήσουν τις δικές τους πραγματικές επιχειρήσεις. Ωστόσο, η εφαρμογή των παρακάτω διαδικασιών, με την παράλληλη διδασκαλία όλων των παραπάνω εννοιών, μπορεί να προσομοιώσει τις πραγματικές συνθήκες του επιχειρηματικού κόσμου και τον τρόπο με τον οποίο σκέφτεται και ενεργεί ένας άνθρωπος που θέλει να ανοίξει τη δική του επιχείρηση, αλλά είναι μια απλοποιημένη έκδοση και σε προστατευμένο πλαίσιο, ώστε να γίνουν όλα κατανοητά

Project partners





από μαθητές πρωτοβάθμιας και δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης, αλλά και από εκπαιδευτικούς πρωτοβάθμιας και δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης που δεν έχουν σχετικό γνωστικό υπόβαθρο.

Έτσι, ξεκινώντας από την αποσαφήνιση των όρων που σχετίζονται με την επιχειρηματική νοοτροπία, την πράσινη και κοινωνική επιχειρηματικότητα, μέσω δραστηριοτήτων δημιουργίας ιδεών για την ανάπτυξη πράσινων και κοινωνικών επιχειρήσεων και τελειώνοντας με προτάσεις για το πώς να ξεπεραστούν πιθανά εμπόδια κατά τη διάρκεια του επιχειρηματικού ταξιδιού, ακολουθούν οι δραστηριότητες πρακτικής μάθησης για ανάπτυξη εικονικών επιχειρήσεων από μαθητές στο προστατευμένο σχολικό περιβάλλον. Ακολουθώντας τη σειρά των παρακάτω δραστηριοτήτων, οι δάσκαλοι και οι μαθητές θα είναι σε θέση να κατανοήσουν σε βάθος τη νοοτροπία και τις αρχικές απαραίτητες διαδικασίες που πρέπει να υιοθετήσει ένας νέος επιχειρηματίας. Οι παρακάτω δραστηριότητες περιλαμβάνουν λεπτομερείς οδηγίες και χρήσιμα πρότυπα που είναι έτοιμα για χρήση.

Project partners



The Green & Social StartUps Erasmus+ Project (Nr. 2022-1-PL01-KA220-SCH-000087194) is co-funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

5.1. Δημιουργία και Ανάπτυξη Επιχειρηματικών Ιδεών

5.1.1. Δράσεις ανάπτυξης δημιουργικών ιδεών

Θέλατε ποτέ να μάθετε πώς ξεκινούν οι πιο επιτυχημένες επιχειρήσεις; Όλα οφείλονται σε ένα απλό πράγμα: **δημιουργική σκέψη!** Η δημιουργία ιδεών είναι μια λαμπρή, πρακτική μέθοδος που χρησιμοποιούν οι επιχειρήσεις για να δημιουργήσουν έξυπνες ιδέες και να ξεκινήσουν. Είναι ένα εργαστήριο δημιουργικότητας όπου οι νέες ιδέες μπορούν πραγματικά να λάμψουν! Είναι το μυστικό συστατικό που προσθέτει αυτή την ιδιαίτερη γεύση στην επιχειρηματική επιτυχία!

Φανταστείτε αυτό: είστε ένας επιχειρηματίας που θέλει να ξεκινήσει μια επιχείρηση. Μπορεί να έχετε κάποιες ασαφείς ιδέες, αλλά όχι σταθερό σχέδιο δράσης. Εκεί μπαίνει η δημιουργία επιχειρηματικών ιδεών. Είναι ένας τρόπος να ρέουν οι δημιουργικοί σας χυμοί και να δημιουργήσετε ένα σωρό ιδέες μέσα σε λίγα λεπτά.

Για να καταλάβετε τι είναι η διαδικασία δημιουργίας ιδεών, είναι χρήσιμο να έχετε μια βασική κατανόηση του τι περιλαμβάνει. Είναι μια δημιουργική διαδικασία όπου ένα άτομο ή μια ομάδα βρίσκει λύσεις σε ένα έργο ή ένα πρόβλημα. Η δημιουργία ιδεών συχνά περιλαμβάνει τη σύνταξη μιας λίστας ιδεών, συνήθως στην αρχή ενός έργου.

Σε αυτή την περίπτωση, ο στόχος είναι να εξερευνήσετε ευκαιρίες για να ξεκινήσετε μια επιχείρηση - ή να ενισχύσετε μια υπάρχουσα επιχειρηματική ιδέα. Αυτό σημαίνει ότι θα βρείτε πολλές ιδέες που θα μπορούσαν να οδηγήσουν σε αποτελέσματα. Η δημιουργία ιδεών είναι ένας τρόπος σκέψης που σας επιτρέπει να βρίσκετε πολλές ιδέες χωρίς να ανησυχείτε για το αν είναι καλές ή όχι. Ο στόχος είναι να βρείτε όσο το δυνατόν περισσότερες ιδέες και στη συνέχεια να επιλέξετε τις καλύτερες αργότερα.

Γιατί πρέπει να δημιουργήσετε επιχειρηματικές ιδέες

Ο επιχειρηματικός κόσμος αλλάζει συνεχώς, επομένως είναι πολύ σημαντικό για τις επιχειρήσεις να ακολουθούν τις εξελίξεις. Ένας τρόπος για να γίνει αυτό είναι μέσω της δημιουργίας ιδεών. Βοηθά τις επιχειρήσεις και τους επιχειρηματίες να παρακολουθούν τι συμβαίνει στην αγορά και να σκέφτονται νέα

Project partners





προϊόντα και υπηρεσίες. Θα είναι σε θέση να εντοπίσουν πιθανότητες να αναπτυχθούν και να τις αξιοποιήσουν στο έπακρο, προτού φτάσουν εκεί οι ανταγωνιστές.

Επιπλέον, η δημιουργία ιδεών σας επιτρέπει να σκέφτεστε με νέους τρόπους και να γίνετε δημιουργικοί βρίσκοντας ιδέες που κανονικά δεν θα σκεφτόσασταν. Δημιουργεί έναν χώρο όπου οι ιδέες ρέουν ελεύθερα, ενθαρρύνοντας την καινοτομία. Σε ένα ομαδικό περιβάλλον, συνδυάζει διαφορετικές προοπτικές, οδηγώντας σε μερικά αρκετά εντυπωσιακά αποτελέσματα.

Οι μοναδικές ιδέες που σκέφτεστε κατά τη διάρκεια της διαδικασίας δημιουργίας ιδεών μπορούν να σας φέρουν μπροστά από τον ανταγωνισμό. Εάν συνεχίσετε να καινοτομείτε, θα ξεχωρίσετε σε δυναμικές αγορές. Πρέπει επίσης να είστε έτοιμοι να αγκαλιάσετε τις νέες τάσεις και να αντιμετωπίσετε τυχόν εμπόδια που εμφανίζονται στο δρόμο σας. Με μια ενεργητική προσέγγιση, μπορείτε να εντοπίσετε τις νέες τάσεις πριν από οποιονδήποτε άλλον και να προσαρμοστείτε γρήγορα σε αυτές.

Η επιχειρηματική σας ιδεολογία είναι το κλειδί για να εντοπίσετε αυτές τις αναξιποίητες ευκαιρίες στην αγορά. Θα μπορείτε να εξερευνήσετε νέους τομείς και ομάδες πελατών, καθώς και πιθανές συνεργασίες που διαφορετικά θα περνούσαν απαρατήρητες. Η αποκάλυψη αυτών των ευκαιριών θα σας βοηθήσει να εντοπίσετε νέους τρόπους να κάνετε πράγματα.

Αξίζει επίσης να πούμε ότι οι διαδικασίες δημιουργίας ιδεών είναι συχνά ένα διαρκές πράγμα, όχι απλώς ένα μεμονωμένο γεγονός. Ενθαρρύνουν μια κουλτούρα συνεχούς ανάπτυξης και βελτίωσης. Όταν δημιουργείτε επιχειρηματικές ιδέες τακτικά, γίνεστε πιο προσαρμοστικοί και δεσμεύεστε στην εύρεση νέων τρόπων για να κάνετε πράγματα.

Βήματα Διαδικασίας Δημιουργίας Ιδεών

Πριν ξεκινήσουμε, να θυμάστε ότι υπάρχουν περισσότερα πράγματα από το να ακολουθήσετε απλώς μια σειρά βημάτων. Είναι μια **δημιουργική διαδικασία που εξελίσσεται με την πάροδο του χρόνου**.

Τώρα, ας εξετάσουμε τις ιδιαιτερότητες του τρόπου με τον οποίο μπορείτε να προωθήσετε την καινοτομία και να επιτύχετε μερικά εξαιρετικά αποτελέσματα για την επιχείρησή σας:

Project partners





- 1. Θέστε τον στόχο σας:** Αρχικά, αποφασίστε τι ακριβώς θέλετε να επιτύχετε. Είτε προσπαθείτε να λύσετε ένα πρόβλημα, είτε να κάνετε κάτι καλύτερο είτε να δημιουργήσετε κάτι εντελώς νέο, η γνώση του στόχου σας βοηθά να καθοδηγήσετε όλες τις ιδέες σας.
- 2. Δημιουργήστε μια ομάδα:** Συγκεντρώστε μια ομάδα φίλων που φέρνουν διαφορετικές δεξιότητες και απόψεις στο τραπέζι. Το να έχεις έναν συνδυασμό ανθρώπων μπορεί να οδηγήσει σε πιο ενδιαφέρουσες ιδέες και τρόπους να κάνεις πράγματα, γεγονός που κάνει την εύρεση έξυπνων λύσεων ακόμα πιο διασκεδαστική.
- 3. Δημιουργήστε ένα χώρο δημιουργίας ιδεών:** Φτιάξτε ένα ειδικό σημείο όπου όλοι νιώθουν άνετα να φωνάζουν τις ιδέες τους. Αυτό θα μπορούσε να είναι μια γωνιά της τάξης ή ακόμα και μια συνομιλία στον υπολογιστή όπου όλοι μπορείτε να πληκτρολογείτε ελεύθερα τις σκέψεις σας.
- 4. Σκεφτείτε πολλές ιδέες:** Όταν δημιουργείτε ιδέες, να θυμάστε ότι καμία ιδέα δεν είναι πολύ ανόητη. Προσπαθήστε να σκεφτείτε όσες περισσότερες ιδέες μπορείτε. Αυτήν τη στιγμή, όλα έχουν να κάνουν με την ποσότητα — όσο περισσότερες ιδέες, τόσο το καλύτερο!
- 5. Εργαστείτε μαζί:** Οι καλές ιδέες μπορούν να γίνουν υπέροχες όταν τις συνδυάσετε με προτάσεις φίλων. Η συνεργασία σας επιτρέπει να συνδυάσετε διαφορετικές ιδέες για να καταλήξετε σε κάτι πραγματικά φοβερό.
- 6. Επιλέξτε τις καλύτερες ιδέες:** Αφού έχετε σκεφτεί πολλές δυνατότητες, αφιερώστε λίγο χρόνο για να δείτε ποιες είναι οι καλύτερες. Σκεφτείτε ποιες ιδέες είναι εφικτές, θα μπορούσαν να προκαλέσουν το μεγαλύτερο πάταγο και πραγματικά να σας βοηθήσουν να πετύχετε τον στόχο σας.
- 7. Κάντε τις ιδέες σας καλύτερες:** Αφού επιλέξετε τις καλές ιδέες σας, είναι καιρός να τις κάνετε ακόμα καλύτερες. Σχεδιάστε τις λεπτομέρειες, σκεφτείτε τι μπορεί να πάει στραβά και πώς η ιδέα σας ταιριάζει με αυτό που προσπαθείτε να πετύχετε.

Project partners





8. **Δοκιμάστε τις ιδέες σας:** Προτού δείξετε την ιδέα σας σε όλους, δοκιμάστε την. Ρωτήστε μερικούς ανθρώπους τι πιστεύουν, ώστε να μπορείτε να κάνετε αλλαγές αν χρειαστεί. Αυτό βοηθά να βεβαιωθείτε ότι η ιδέα σας λειτουργεί και ότι και άλλοι άνθρωποι θα πιστεύουν ότι είναι ωραία.

9. **Go For It:** Τώρα, είστε έτοιμοι να πραγματοποιήσετε την ιδέα σας. Παρακολουθήστε πώς πάει και να είστε έτοιμοι να τροποποιήσετε τα πράγματα αν χρειαστεί. Έτσι μαθαίνεις και γίνεσαι καλύτερος.

10. **Γιορτάστε και μάθετε:** Όταν κάνετε την ιδέα σας πραγματικότητα, αφιερώστε λίγο χρόνο για να γιορτάσετε με την ομάδα σας! Επίσης, σκεφτείτε τι πήγε καλά και τι θα μπορούσατε να κάνετε καλύτερα την επόμενη φορά. Το να μαθαίνεις από ό,τι έχεις κάνει σε βοηθά να τα πας ακόμα καλύτερα στο μέλλον.


Πρότυπο σχεδίου δράσης

Για να οργανώσουν τις ιδέες τους και να δομήσουν την προσέγγισή τους, οι μαθητές μπορούν να χρησιμοποιήσουν το ακόλουθο γενικό πρότυπο για ένα σχέδιο δράσης. Αυτό το πρότυπο θα τους καθοδηγήσει στον καθορισμό του προβλήματος που θέλουν να λύσουν δημιουργώντας μια επιχείρηση και αναπτύσσοντας στρατηγικές για την αποτελεσματική αντιμετώπιση του. Χρησιμοποιώντας μία ή περισσότερες από τις ακόλουθες τεχνικές, οι μαθητές μπορούν να διασφαλίσουν ότι το σχέδιο δράσης τους είναι ολοκληρωμένο, καλά μελετημένο και εφικτό. Αυτή η δομημένη προσέγγιση θα βοηθήσει τους μαθητές να περιγράψουν με σαφήνεια τους επιχειρηματικούς τους στόχους, το κοινό-στόχο, τους απαιτούμενους πόρους και τα προγραμματισμένα ορόσημα, παρέχοντας μια σταθερή βάση για τις επιχειρηματικές τους δράσεις.

Project partners







Χρήση


Το όνομα της ομάδας σας: _____ Όνομα εργασίας/εταιρείας: _____

Στόχος _____ **Γιατί** _____ **Κίνητρα** _____

Εμπόδια _____ **Πόροι** _____

Μεγάλα βήματα _____ **Μικρά βήματα** _____ **Σημειώσεις** _____

Green & Social StartUps Erasmus+ Project (Nr. 2022-1-PL01-KA220-SCH-000087194)



Co-funded by
the European Union

Project partners



The Green & Social StartUps Erasmus+ Project (Nr. 2022-1-PL01-KA220-SCH-000087194) is co-funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.



Μέθοδοι για δημιουργία επιχειρηματικών ιδεών

1. Κάρτες δημιουργίας ιδεών

Ξεκινήστε ορίζοντας ένα χρονικό όριο για τη διαδικασία δημιουργίας ιδεών σας. Συνήθως, 15 έως 60 λεπτά λειτουργούν καλά, ανάλογα με την πολυπλοκότητα του προβλήματος. Αυτό βοηθάει όλους να παραμείνουν προσηλωμένοι και σε καλό δρόμο.

Στη συνέχεια, ορίστε με σαφήνεια τον στόχο. Είναι σημαντικό όλοι να γνωρίζουν ακριβώς τι προσπαθούμε να επιτύχουμε και να επιμείνουμε στενά στη συζήτηση τρόπων επίλυσης αυτού του συγκεκριμένου ζητήματος. Είναι σημαντικό να παραμείνετε στο θέμα για να αξιοποιήσετε στο έπακρο τον χρόνο σας.

Ενώ δημιουργείτε ιδέες, είναι σημαντικό να βεβαιωθείτε ότι όλοι συμφωνούν να απέχουν από το να κρίνουν ή να επικρίνουν ο ένας τον άλλον. Αυτό περιλαμβάνει αρνητικά σχόλια και ακόμη και αρνητική γλώσσα του σώματος. Είμαστε ανοιχτοί σε όλες τις ιδέες, ανεξάρτητα από το πόσο ασυνήθιστες μπορεί να φαίνονται. Στην πραγματικότητα, κάντε όλους να μοιραστούν τις πιο δημιουργικές ή παράξενες σκέψεις τους – μερικές φορές οι καλύτερες ιδέες στην αρχή ακούγονται λίγο τρελές!

Ο στόχος εδώ είναι να βρούμε όσο το δυνατόν περισσότερες ιδέες. Όπως λένε, όσες περισσότερες ιδέες έχετε, τόσο το καλύτερο. Θα εξετάσετε όλες τις προτάσεις αργότερα για να επιλέξετε τις καλύτερες, οπότε όσο περισσότερες ιδέες μπορείτε να βρείτε, τόσο το καλύτερο.

Βάλτε τους όλους να βασιστούν ο ένας στις ιδέες του άλλου. Πρόκειται για τη δημιουργία συνδέσεων και την επέκταση των ιδεών, οι οποίες μπορούν να οδηγήσουν σε μερικές αρκετά απροσδόκητες και καινοτόμες λύσεις. Αντί να πείτε "αλλά", που μπορεί να σταματήσει τη σκέψη κάποιου, χρησιμοποιήστε το "και" για να βασιστείτε στην ιδέα κάποιου άλλου. Αυτός ο τρόπος να κάνεις πράγματα βοηθάει όλους να συνεργαστούν και διασφαλίζει ότι πολλές διαφορετικές σκέψεις και απόψεις βοηθούν να γίνουν οι ιδέες καλύτερες.

Project partners





ιδέες.

Είναι καλή ιδέα να οπτικοποιείτε τα πράγματα. Η χρήση διαγραμμάτων, Post-Its ή άλλων οπτικών βοηθημάτων μπορεί πραγματικά να βοηθήσει να ζωντανέψετε τις ιδέες. Επίσης, διευκολύνουν τον καθένα να δει τις έννοιες με διαφορετικούς τρόπους, κάτι που μπορεί να πυροδοτήσει ακόμα περισσότερες

Τέλος, φροντίστε να μιλάει μόνο ένα άτομο τη φορά. Αυτό διατηρεί τη διαδικασία σε καλό δρόμο και δείχνει σεβασμό για τις ιδέες του ομιλητή. Είναι πολύ σημαντικό να βεβαιωθείτε ότι θα έχετε κάποια σταθερά αποτελέσματα από τη διαδικασία δημιουργίας ιδεών σας.

2. Σκέψη χωρίς όρια

Σε αυτή τη μέθοδο, οι συμμετέχοντες καλούνται να απελευθερώσουν τη φαντασία τους και να σκεφτούν χωρίς όρια. Καλούνται να οραματιστούν τέλεια σενάρια όπου όλα είναι δυνατά, δίνοντας έμφαση στη δημιουργικότητα και την καινοτομία. Αυτή η στρατηγική υπογραμμίζει τη σημασία της δημιουργίας πληθώρας ιδεών, ενθαρρύνοντας τους μαθητές να σκέφτονται με διαφορετικό τρόπο και να ενστερνίζονται αντισυμβατικές έννοιες. Η εστίαση δεν είναι στη σκοπιμότητα των ιδεών στην αρχή, αλλά στον τεράστιο όγκο των δυνατοτήτων, ενισχύοντας ένα περιβάλλον όπου η καινοτομία ευδοκιμεί υπερβαίνοντας τα συνηθισμένα όρια. Οι μαθητές παρακινούνται να εξερευνήσουν νέες περιοχές και να σκεφτούν δημιουργικά τις προκλήσεις, καθιστώντας αυτό μια εξαιρετική άσκηση για την ανάπτυξη δεξιοτήτων επίλυσης προβλημάτων και την ενθάρρυνση μιας νοοτροπίας ανάπτυξης μεταξύ των νεαρών μαθητών.

Project partners





3. Πρώτες Αρχές

Αυτή η μέθοδος δημιουργίας ιδεών επικεντρώνεται στην αποδόμηση ενός προβλήματος στα βασικά του μέρη, στην κριτική εξέταση των υποθέσεων και στη δημιουργία λύσεων από τη βάση. Τα βασικά βήματα περιλαμβάνουν:

Αποδόμηση: Εντοπίστε και αναλύστε τα βασικά στοιχεία ενός προβλήματος ή ενός σεναρίου.

Αμφισβήτηση των υποθέσεων: Αμφισβητήστε κριτικά τις υπάρχουσες πεποιθήσεις γύρω από το πρόβλημα για να ενθαρρύνετε νέες απόψεις.

Ανακατασκευή: Αναπτύξτε λύσεις χρησιμοποιώντας τις γνώσεις που αποκτήθηκαν από την επανεκτίμηση των θεμελιωδών πτυχών, που συχνά καταλήγουν σε δημιουργικά και καινοτόμα αποτελέσματα.

Αυτή η προσέγγιση ενισχύει την πλήρη κατανόηση των προκλήσεων και διεγείρει την εφευρετική επίλυση προβλημάτων αναπτύσσοντας λύσεις που βασίζονται σε θεμελιώδεις αλήθειες. Είναι ιδιαίτερα αποτελεσματική για την ενίσχυση των δεξιοτήτων αναλυτικής και δημιουργικής σκέψης, καθώς ωθεί τους συμμετέχοντες να κοιτάζουν πέρα από την επιφανειακή κατανόηση και να ανακατασκευάσουν λύσεις από τις βασικές αρχές.

4. Παιχνίδι ρόλων

Αυτή η στρατηγική δημιουργίας ιδεών χρησιμοποιεί το παιχνίδι ρόλων για να βοηθήσει τα μέλη της ομάδας να υιοθετήσουν μοναδικές προοπτικές και να ενισχύσει τη δημιουργικότητα. Δείτε πώς λειτουργεί:

Ανάθεση ρόλων: Κάθε μέλος της ομάδας αναλαμβάνει έναν συγκεκριμένο ρόλο που σχετίζεται με το πρόβλημα ή το σενάριο που αντιμετωπίζει. Αυτοί οι ρόλοι ορίζονται για να περιλαμβάνουν διαφορετικές απόψεις στο πλαίσιο της πρόκλησης.

Project partners





Υιοθεσία προοπτικής: Οι συμμετέχοντες συμμετέχουν πλήρως στους ρόλους τους, αγκαλιάζοντας τις σκέψεις, τις απόψεις και τα συναισθήματα που τους συνοδεύουν. Αυτή η διαδικασία βοηθά να δούμε το πρόβλημα από νέες οπτικές γωνίες.

Διαδραστικός διάλογος: Καθώς τα μέλη της ομάδας αλληλοεπιδρούν και συζητούν στο πλαίσιο των ρόλων τους, αρχίζουν φυσικά να αποκαλύπτουν νέες ιδέες. Αυτή η διαδικασία συχνά οδηγεί σε δημιουργικές και αντισυμβατικές λύσεις που μπορεί να μην εμφανιστούν σε μια παραδοσιακή διαδικασία δημιουργίας ιδεών.

Προβληματισμός και καινοτομία: Μετά το παιχνίδι ρόλων, όλοι συγκεντρώνονται για να προβληματιστούν σχετικά με την εμπειρία και να εντοπίσουν τις καινοτόμες ιδέες που προέκυψαν. Αυτό το βήμα είναι ζωτικής σημασίας για τη μετατροπή του ευφάνταστου παιχνιδιού ρόλων σε λύσεις που μπορούν να υλοποιηθούν.

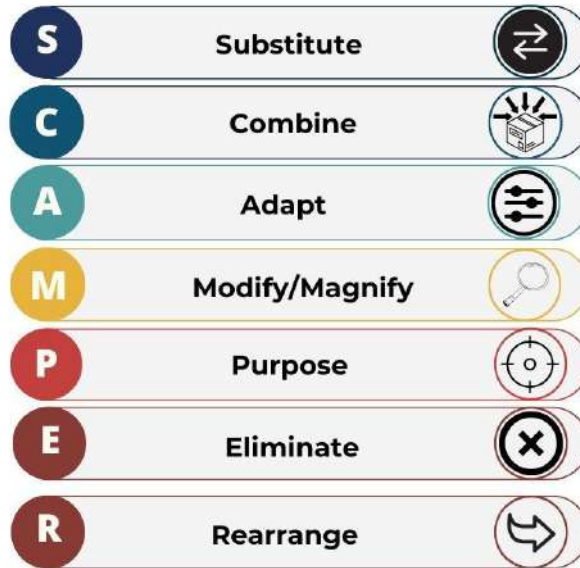
Το παιχνίδι ρόλων ενθαρρύνει τους συμμετέχοντες να υπερβούν τους συνήθεις τρόπους σκέψης τους, ενθαρρύνοντας μια ζωντανή και βιωματική προσέγγιση στην επίλυση προβλημάτων. Εξερευνώντας διαφορετικές ταυτότητες και απόψεις, τα μέλη της ομάδας μπορούν να ανακαλύψουν απροσδόκητες λύσεις, καθιστώντας αυτή την τεχνική ιδιαίτερα αποτελεσματική για την τόνωση της δημιουργικότητας και της δυναμικής σκέψης σε ομαδικά περιβάλλοντα.

5. Τεχνική SCAMPER

Αυτός είναι ένας πολύ καλός τρόπος για να αλλάξετε τις υπάρχουσες ιδέες, έννοιες ή διαδικασίες. Η ιδέα πίσω από το SCAMPER είναι να κάνετε συγκεκριμένες αλλαγές στην τρέχουσα ιδέα ή διαδικασία για να έχετε το καλύτερο αποτέλεσμα. Το SCAMPER είναι ένα αρκτικόλεξο που σημαίνει: Υποκατάσταση (Substitute), Συνδυασμός (Combine), Προσαρμογή (Adapt), Τροποποίηση/Μεγέθυνση (Modify/Magnify), Σκοπός (Purpose), Εξάλειψη/Ελαχιστοποίηση (Eliminate/Minimize) και Αναδιάταξη/Αντίστροφη (Rearrange/Reverse).

Project partners





Όπου κάθε βήμα περιλαμβάνει:

Υποκατάσταση: Σκεφτείτε να ανταλλάξετε μέρη μιας υπάρχουσας ιδέας με εναλλακτικές για να αποκτήσετε δυνατότητες. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει αλλαγή υλικών, μεθόδων ή ακόμα και αποτελεσμάτων για να δούμε πώς αυτές οι αλλαγές μπορούν να προσφέρουν νέες λύσεις. Μπορείτε να ρωτήσετε «Τι θα συμβεί αν αντικαταστήσω το Χ με το Υ;».

Συνδυασμός: Πάρτε στοιχεία από διαφορετικές ιδέες και ανακατέψτε τα μαζί για να σχηματίσετε μια σύνθετη λύση. Αυτή η υβριδική προσέγγιση μπορεί να ενσωματώσει πλεονεκτήματα από διάφορες έννοιες, οδηγώντας σε καινοτόμα αποτελέσματα. Μπορείτε να ρωτήσετε «Τι θα συμβεί αν συνδυάσω το Χ και το Υ;».

Προσαρμογή: Κάντε προσαρμογές στις τρέχουσες ιδέες για την καλύτερη αντιμετώπιση συγκεκριμένων ζητημάτων. Η προσαρμογή των δυνατοτήτων ή των διαδικασιών μπορεί να προσαρμόσει τις λύσεις πιο κοντά στις ανάγκες του προβλήματος. Μπορείτε να ρωτήσετε «Τι πρέπει να αλλάξω για να προσαρμόσω το σχέδιο σε διαφορετικό πλαίσιο;».

Project partners





Τροποποίηση: Πειραματιστείτε με την αλλαγή των φυσικών χαρακτηριστικών μιας ιδέας —όπως το μέγεθος, το σχήμα ή το χρώμα της— για να εξερευνήσετε διάφορες εκδόσεις και βελτιώσεις. Αυτό μπορεί να βοηθήσει στην οπτικοποίηση νέων δυνατοτήτων και εφαρμογών. Μπορείτε να ρωτήσετε "Τι μπορώ να τροποποιήσω για να δημιουργήσω μεγαλύτερη αξία σε αυτό το σχέδιο;".

Σκοπός/χρήση: Εξετάστε διαφορετικές εφαρμογές ή χρήσεις για μια υπάρχουσα ιδέα. Η επαναχρησιμοποίηση μιας ιδέας μπορεί να οδηγήσει σε απροσδόκητες καινοτομίες και να επεκτείνει τη χρησιμότητά της. Μπορείτε να ρωτήσετε «Τι άλλες χρήσεις μπορεί να έχει το αυτό το έργο;».

Εξάλειψη: Βελτιώστε μια ιδέα αφαιρώντας περιττά ή μη βασικά στοιχεία. Αυτή η απλοποίηση οδηγεί συχνά σε μια πιο αποτελεσματική και εστιασμένη λύση. Μπορείτε να ρωτήσετε «Τι μπορώ να αφαιρέσω από το έργο για να το κάνω πιο απλό;».

Αντίστροφη/Αναδιάταξη: Δείτε την ιδέα από διαφορετική οπτική γωνία αντιστρέφοντας τα στοιχεία της ή αναδιατάσσοντας τα βήματά της. Αυτό μπορεί να αποκαλύψει κρυμμένα ελαττώματα ή ευκαιρίες, παρέχοντας νέες ιδέες για πιθανές βελτιώσεις. Μπορείτε να ρωτήσετε «Πώς μπορώ να ξανασκεφτώ το σχέδιο για να το κάνω πιο αποτελεσματικό;».

Κάθε ένα από αυτά τα βήματα ενθαρρύνει μια δυναμική επανεξέταση των υφιστάμενων ιδεών, διευκολύνοντας τη δημιουργική επίλυση προβλημάτων με την αναδιαμόρφωση, τη βελτίωση και τον επανασχεδιασμό των εννοιών με διάφορους τρόπους. Αυτή η τεχνική σας βοηθά να σκεφτείτε με νέους τρόπους για το έργο σας. Κάθε ερώτηση σας κάνει να σκεφτείτε πιο βαθιά το πρόβλημα και να εξετάσετε νέες δυνατότητες. Για παράδειγμα, αν θέλετε να φτιάξετε μια πυξίδα για πεζοπορία, ίσως αναρωτηθείτε «Τι θα γινόταν αν χρησιμοποιούσα υλικά φιλικά προς το περιβάλλον;».

6. Δημιουργία μιας ιστορίας

Ένας πολύ καλός τρόπος για να πάρετε ιδέες είναι να δημιουργήσετε μια οπτική ιστορία. Σε αυτήν την προσέγγιση, η ομάδα συνεργάζεται για να δημιουργήσει μια οπτική ιστορία που δείχνει πώς θα

Project partners





ξεδιπλωθεί η ιδέα βήμα προς βήμα. Αυτή η οπτική χαρτογράφηση σας επιτρέπει να εξερευνήσετε πώς μια ιδέα αναπτύσσεται και αλλάζει με την πάροδο του χρόνου. Όταν διατυπώνετε μια ιδέα οπτικά, είναι ευκολότερο για την ομάδα να συνεργαστεί, να βελτιώσει και να ενισχύσει τη σαφήνεια και τον αντίκτυπο των ιδεών που παρουσιάζονται. Αυτή η τεχνική μετατρέπει τις αφηρημένες σκέψεις σε απτές οπτικές αναπαραστάσεις, καθιστώντας ευκολότερη την εύρεση δημιουργικών ιδεών που εξελίσσονται και γίνονται πιο συγκεκριμένες μέσα από τη συλλογική προσπάθεια κατασκευής μιας κοινής οπτικής αφήγησης.

7. Αμφισβήτηση των υποθέσεων

Αυτή η τεχνική έχει να κάνει με την επανεξέταση και την αμφισβήτηση όσων γνωρίζετε για να βρείτε νέους τρόπους να βλέπετε τα πράγματα. Αντί να αποδέχεστε απλώς τις συνήθεις ιδέες για ένα πρόβλημα ή μια κατάσταση, αυτή η προσέγγιση σας ενθαρρύνει να αμφιβάλλετε και να εξετάσετε προσεκτικά αυτές τις ιδέες. Όταν αμφισβητείτε αυτές τις πεποιθήσεις, μπορείτε να βρείτε νέους τρόπους για να δείτε προκλήσεις ή προβλήματα και να βρείτε δημιουργικές λύσεις. Αυτή η αλλαγή της οπτικής γωνίας συχνά σας βοηθά να δείτε πράγματα που μπορεί να έχετε χάσει. Η διαδικασία όχι μόνο σας βοηθά να καταλάβετε περισσότερα, αλλά επίσης σας κάνει να σκεφτείτε με νέους τρόπους.

8. Πρόκληση ιδεών

Αυτή η μέθοδος χρησιμοποιεί έναν δομημένο ανταγωνισμό για να κάνει τις ομάδες ή τα άτομα να σκέφτονται με νέους τρόπους. Σε αυτό το ανταγωνιστικό περιβάλλον, οι συμμετέχοντες ενθαρρύνονται να βρουν λύσεις ή ιδέες για να αντιμετωπίσουν μια συγκεκριμένη πρόκληση ή στόχο. Τους δίνεται ένας καθορισμένος χρόνος για να καταλήξουν και να παρουσιάσουν τις ιδέες τους, κάτι που τους κάνει να σκεφτούν γρήγορα και να εργαστούν σκληρά. Ο ανταγωνισμός τους κάνει να πιέζουν τον εαυτό τους και να σκέφτονται με νέους τρόπους, οδηγώντας σε πολλές διαφορετικές ιδέες για το πώς να αντιμετωπίσουν την πρόκληση. Η τεχνική "Πρόκληση Ιδεών" χρησιμοποιεί τον ενθουσιασμό του

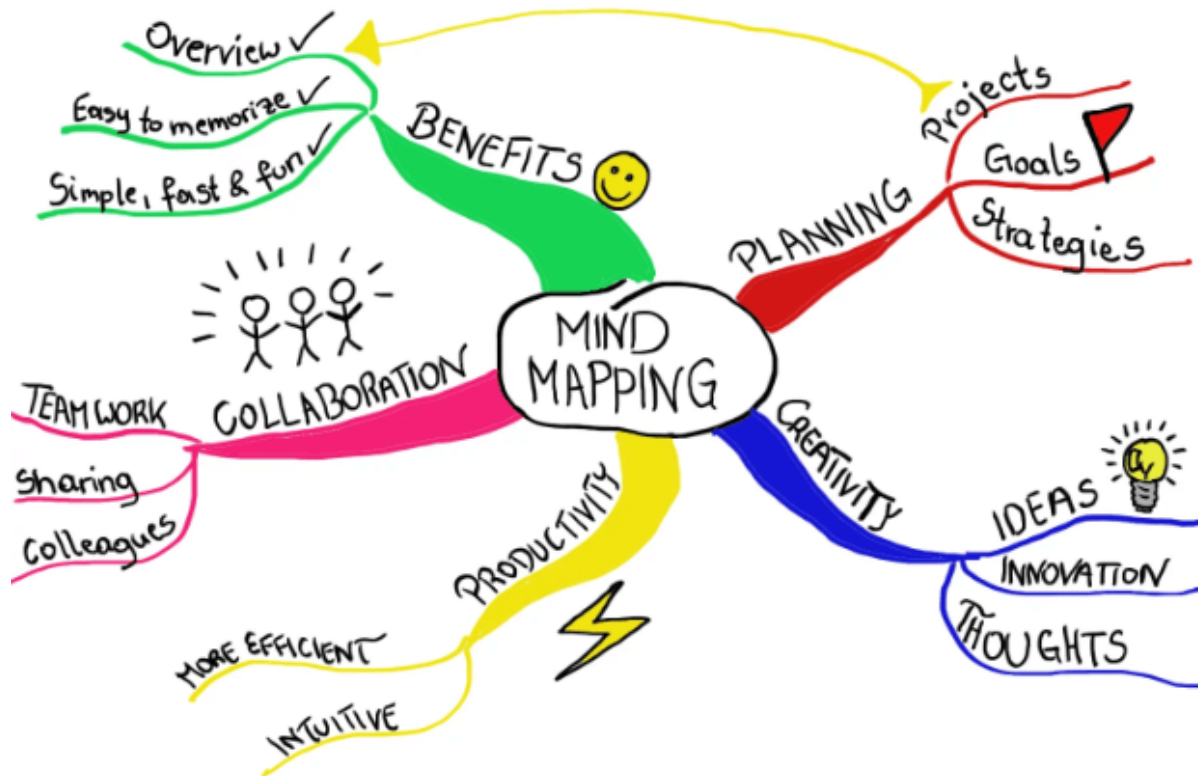
Project partners



ανταγωνισμού για να κάνει τους ανθρώπους δημιουργικούς, ενθαρρύνοντάς τους να σκεφτούν έξω από το πλαίσιο και να βρουν πρωτότυπες λύσεις εντός του καθορισμένου χρόνου.

9. Νοητικός χάρτης

Αυτή η τεχνική χρησιμοποιεί μια οπτική προσέγγιση για να ομαδοποιήσει ιδέες γύρω από ένα κεντρικό θέμα. Ξεκινά με μια κύρια ιδέα, η οποία στη συνέχεια οδηγεί σε άλλες έννοιες. Αυτές οι έννοιες στη συνέχεια χωρίζονται σε υπο-ιδέες, οι οποίες είναι γεμάτες με λέξεις-κλειδιά. Χρησιμοποιώντας διαφορετικά οπτικά στοιχεία, αυτή η μέθοδος δημιουργεί μια μη γραμμική διάταξη που ενθαρρύνει τη δημιουργική σκέψη και συνδέει διαφορετικές ιδέες. Ως οπτικό εργαλείο, βοηθά τους ανθρώπους να σκέφτονται με πιο δυναμικό τρόπο, γεγονός που διευκολύνει την εύρεση νέων ιδεών και την επίλυση προβλημάτων.



Project partners





Για να δημιουργήσετε έναν νοητικό χάρτη, ξεκινήστε σημειώνοντας τη λύση που σκοπεύετε να αναπτύξετε ή το πρόβλημα που θέλετε να λύσετε στο κέντρο του λευκού πίνακα ή του χαρτιού σας. Για παράδειγμα, ας υποθέσουμε ότι ο στόχος σας είναι να λανσάρετε μια φιλική προς το περιβάλλον σειρά προϊόντων. Γράψτε «Προϊόντα φιλικά προς το περιβάλλον» στο κέντρο.

Γύρω από αυτήν την κεντρική ιδέα, προσθέστε σχετικούς όρους ή στοιχεία που περιγράφουν τι πρέπει να λάβετε υπόψη. Παραδείγματα θα μπορούσαν να περιλαμβάνουν «αιεφόρα υλικά», «τοπικούς προμηθευτές» και «βιοδιασπώμενες συσκευασίες».

Αφού δημιουργήσετε το αρχικό στάδιο του νοητικού χάρτη σας, επεκτείνετε τον προσθέτοντας ένα δεύτερο επίπεδο που εμβαθύνει στον τρόπο με τον οποίο μπορείτε να αντιμετωπίσετε καθεμία από αυτές τις πτυχές. Για "βιώσιμα υλικά", μπορείτε να προσθέσετε κλαδιά όπως «μπαμπού» ή «ανακυκλωμένα πλαστικά». Κοντά σε «τοπικούς προμηθευτές», θα μπορούσατε να αναφέρετε πιθανές τοπικές επιχειρήσεις ή κριτήρια επιλογής τους.

Συνεχίστε να χτίζετε στον χάρτη προσθέτοντας περισσότερα επίπεδα που περιγράφουν λεπτομερώς περαιτέρω ενέργειες, πιθανές προκλήσεις και λύσεις. Αυτή η μέθοδος αναλύει συστηματικά την πολυπλοκότητα του έργου σας, επιτρέποντάς σας να σχεδιάσετε δημιουργικά και αποτελεσματικά την προσέγγισή σας για την έναρξη μιας σειράς προϊόντων φιλικών προς το περιβάλλον. Η χαρτογράφηση μυαλού είναι ένα εξαιρετικό εργαλείο για την τμηματοποίηση και την οργάνωση ενός έργου, ειδικά ενός έργου που αρχικά μπορεί να φαίνεται συντριπτικό ή και πεζό.

10. Αντίθετη/Αντίστροφη Σκέψη

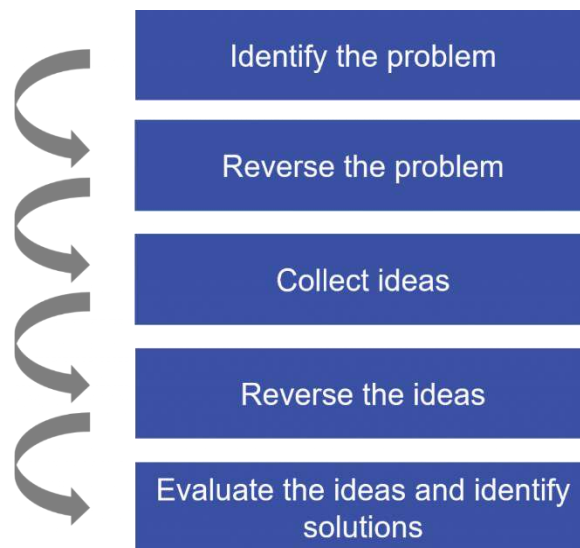
Αυτός ο τρόπος δημιουργίας ιδεών περιλαμβάνει συνειδητή σκέψη για το αντίθετο από αυτό που συνήθως σκέφτεστε ή κάνετε για να πυροδοτήσετε τη δημιουργικότητα. Προκαλεί τους ανθρώπους να προχωρήσουν πέρα από τους συνήθεις τρόπους σκέψης. Όταν οι άνθρωποι το δοκιμάζουν, βρίσκουν συχνά ασυνήθιστες και καινοτόμες λύσεις που μπορεί να χάσουν όταν σκέφτονται με τον συνηθισμένο

Project partners



τρόπο. Αυτή η προσέγγιση ενθαρρύνει μια πλήρη αλλαγή προοπτικής, που συχνά οδηγεί σε εξαιρετικές ιδέες και νέες στρατηγικές επίλυσης προβλημάτων.

Ας υποθέσουμε ότι θέλετε να προωθήσετε ένα νέο προϊόν ή υπηρεσία. Ως έμπορος, έχετε πολλά διαφορετικά κανάλια που μπορείτε να χρησιμοποιήσετε για να το προωθήσετε. Αλλά μπορεί να μην ξέρετε από πού να ξεκινήσετε. Με την αντίστροφη σκέψη, μπορεί να αποφασίσετε να αποφύγετε την προσθήκη συνδέσμων στη αρχική ιστοσελίδα, να αποφύγετε δημοσιεύσεις στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και να επικρίνετε τα χαρακτηριστικά της.



Στη συνέχεια, θα εξερευνήσετε το αντίστροφο αυτών των στρατηγικών για να βρείτε μερικά εξαιρετικά σημεία εκκίνησης για την εκστρατεία προώθησής σας. Αυτό περιλαμβάνει την ενσωμάτωση του προϊόντος ή της υπηρεσίας σε πολλές αναρτήσεις σε ιστοσελίδες, την έναρξη μιας καμπάνιας στο Instagram γύρω από αυτό και την έμφαση στα πιο συναρπαστικά χαρακτηριστικά του. Αυτή η προσέγγιση παρέχει μια νέα προοπτική, ανατρέποντας τις συμβατικές τακτικές προώθησης, διασφαλίζοντας ότι η καμπάνια σας ξεχωρίζει και προσελκύει αποτελεσματικά το ενδιαφέρον του κοινού.

Project partners



11. Ακρόαση του Κοινού

Η ιδέα είναι να δοθεί μεγάλη προσοχή στις διαδικτυακές πλατφόρμες για να κατανοήσουμε τι λένε οι άνθρωποι για μια εταιρεία, ένα προϊόν ή έναν κλάδο. Είναι πολύ σημαντικό για τις επιχειρήσεις να παρακολουθούν τι λένε οι άνθρωποι για αυτές, για το προϊόν ή τον κλάδο τους σε διαφορετικές διαδικτυακές πλατφόρμες. Αυτό περιλαμβάνει μέσα κοινωνικής δικτύωσης, φόρουμ, ιστοσελίδες και άλλες διαδικτυακές κοινότητες. Στη συνέχεια εξετάζουν τη συνολική διάθεση αυτών των συνομιλιών μέσα από κάτι που ονομάζεται ανάλυση συναισθήματος. Αυτό τους βοηθά να κατανοήσουν τι πιστεύουν οι πελάτες για αυτούς, τα προϊόντα τους ή τον κλάδο τους γενικότερα. Τους βοηθά επίσης να προσδιορίσουν τι χρειάζονται ή θέλουν οι πελάτες τους και πώς νιώθουν για τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες που προσφέρουν. Με αυτή τη γνώση, οι εταιρείες μπορούν να κάνουν αλλαγές στις στρατηγικές τους για να ευθυγραμμιστούν καλύτερα με αυτό που περιμένουν οι πελάτες τους από αυτές.

12. Αναλογική σκέψη

Αυτή η τεχνική βοηθά τους ανθρώπους να βρουν ιδέες κάνοντας συνδέσεις μεταξύ πραγμάτων που συνήθως δεν φαίνονται να σχετίζονται. Οι ομάδες ξεκινούν κοιτάζοντας την πρόκληση ή την ιδέα πάνω στην οποία εργάζονται και σκέφτονται πράγματα που είναι εντελώς διαφορετικά. Στη συνέχεια, επαναφέρουν πληροφορίες και λύσεις από αυτές τις άλλες περιοχές στο αρχικό πρόβλημα. Η χρήση συνδέσμων μεταξύ διαφορετικών τομέων σκέψης βοηθά τους ανθρώπους να βρουν νέους τρόπους να βλέπουν πράγματα και ιδέες συνδέοντας το οικείο με το άγνωστο, διευρύνοντας έτσι το εύρος των πιθανών λύσεων.

Project partners



13. Έξι Καπέλα Σκέψης

Η μέθοδος των Έξι Καπέλων Σκέψης αναπτύχθηκε από τον Edward de Bono. Προσφέρει μια δομημένη προσέγγιση στη διαδικασία δημιουργίας ιδεών και στη λήψη αποφάσεων μέσω ενός μοναδικού συστήματος παιχνιδιού ρόλων.

Έξι προοπτικές: Αυτή η τεχνική περιλαμβάνει την ανάθεση ξεχωριστών «καπέλων» στους συμμετέχοντες, με κάθε καπέλο να συμβολίζει έναν διαφορετικό τρόπο σκέψης: Το λευκό εστιάζει σε αντικειμενικά γεγονότα, το κόκκινο εξερευνά συναισθήματα, το μαύρο εξετάζει εξονυχιστικά πιθανές παγίδες, το κίτρινο τονίζει τα θετικά και τα οφέλη, το πράσινο χρησιμοποιείται για δημιουργική σκέψη και το μπλε επιβλέπει και οργανώνει τη συνολική διαδικασία σκέψης.

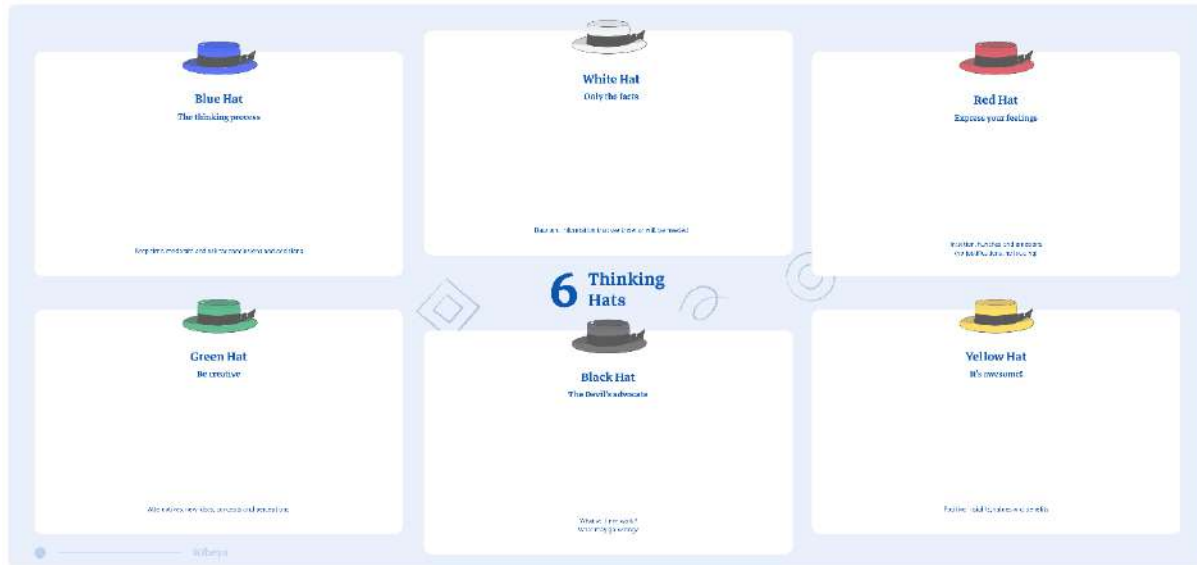
Διαδοχική εστίαση: Φορώντας ένα καπέλο τη φορά, οι συμμετέχοντες μπορούν να επικεντρωθούν σε μια πτυχή του προβλήματος ή της απόφασης. Αυτή η διαδοχική προσέγγιση μπορεί να ξεκινήσει με τη συλλογή δεδομένων κάτω από το Λευκό καπέλο, πριν προχωρήσουμε στην εξερεύνηση των συναισθηματικών επιπτώσεων με το κόκκινο καπέλο.

Σκέψη με βάση ρόλους: Κάθε καπέλο κατευθύνει τη διαδικασία σκέψης του χρήστη προς μια συγκεκριμένη κατεύθυνση, η οποία εξασφαλίζει μια ενδελεχή εξέταση του θέματος ή της απόφασης από πολλαπλές οπτικές γωνίες. Αυτή η προσέγγιση που βασίζεται σε ρόλους βοηθά στην αποκάλυψη διαφορετικών πτυχών ενός προβλήματος ή μιας ευκαιρίας.

Μειωμένες συγκρούσεις: Η μέθοδος των Έξι Καπέλων Σκέψης βοηθά στη μείωση των προσωπικών συγκρούσεων δομώντας την επικοινωνία γύρω από συγκεκριμένους ρόλους σκέψης και όχι με προσωπικές στάσεις. Αυτό προωθεί πιο εποικοδομητικές συζητήσεις και οδηγεί σε πιο ισορροπημένα και ολοκληρωμένα αποτελέσματα λήψης αποφάσεων.

Project partners





14. Προσέγγιση τάσης προϊόντος

Το να παρακολουθείτε τις τάσεις της αγοράς είναι ένας πολύ καλός τρόπος για να αποκτήσετε νέες ιδέες και να ξεκινήσετε τη διαδικασία καινοτομίας. Η προσέγγιση της τάσης του προϊόντος έχει να κάνει με τη διασφάλιση ότι οι στρατηγικές ανάπτυξης προϊόντων ταιριάζουν με αυτό που θέλουν οι καταναλωτές τώρα και στο μέλλον. Εάν οι επιχειρήσεις κρατούν το δάχτυλό τους στον παλμό και επικεντρωθούν στους πελάτες, θα είναι πιο ικανές να ανακαλύπτουν νέες ιδέες και να προσαρμοστούν στη συνεχώς μεταβαλλόμενη αγορά. Αυτή η μέθοδος βοηθά τις εταιρείες να παραμείνουν ανταγωνιστικές και να ακολουθούν τις εξελίξεις, διασφαλίζοντας ότι βελτιώνουν πάντα τα προϊόντα τους με βάση το τι θέλουν οι καταναλωτές και τον τρόπο συμπεριφοράς τους.

15. Ναι, και...

Αυτή η τεχνική είναι πραγματικά αποτελεσματική σε καταστάσεις όπου εργάζεστε με άλλους, δημιουργώντας μια θετική και ατμόσφαιρα που ενθαρρύνει και βοηθά τους ανθρώπους να σκέφτονται με νέους τρόπους.

Project partners





Οι συμμετέχοντες ξεκινούν λέγοντας «Ναι» σε ιδέες ή δηλώσεις, δείχνοντας ότι συμφωνούν. Στη συνέχεια, βασίζονται στη συζήτηση προσθέτοντας νέες ιδέες ή πληροφορίες ("και").

Αυτή η προσέγγιση κάνει όλους να αισθάνονται ότι υποστηρίζονται, έτσι οι ιδέες όλων ακούγονται. Ενθαρρύνει μια ομαλή ροή δημιουργικών σκέψεων, απαλλαγμένων από κρίση, ώστε οι άνθρωποι να μπορούν ελεύθερα να ανταλλάσσουν ιδέες και να βρίσκουν λύσεις.

16. Τα 5W και τα H

Η τεχνική 5Ws και H είναι μια βασική στρατηγική ερωτήσεων που χρησιμοποιείται για τη συλλογή λεπτομερών πληροφοριών και την απόκτηση βαθιάς κατανόησης οποιασδήποτε κατάστασης ή προβλήματος. Περιλαμβάνει τη διερεύνηση έξι βασικών ερωτημάτων:

Ποιος (Who): Αυτό σημαίνει να καταλάβουμε ποιος εμπλέκεται, είτε πρόκειται για άτομα είτε ομάδες, και να είμαστε σίγουροι ότι γνωρίζουμε ποιοι είναι οι ενδιαφερόμενοι ή οι συμμετέχοντες στο σενάριο.

Τι (What): Αυτή η ερώτηση έχει να κάνει με το να φτάσουμε στην ουσία του θέματος. Μας βοηθά να ορίσουμε με σαφήνεια το θέμα ή τη δράση στο επίκεντρο της συζήτησης, δίνοντας μια απλή περιγραφή του τι ακριβώς συμβαίνει.

Πού (Where): Αυτό μας βοηθά να προσδιορίσουμε ακριβώς πού λαμβάνουν χώρα τα γεγονότα και ποιες είναι οι φυσικές ή περιβαλλοντικές συνθήκες εκεί.

Πότε (When): Η ερώτηση για το χρονικό πλαίσιο ή πότε συνέβησαν τα γεγονότα μας βοηθά να κατανοήσουμε τη σειρά και την αιτιότητα.

Γιατί (Why): Η ερώτηση γιατί μας βοηθά να κατανοήσουμε τους λόγους πίσω από τις ενέργειες.

Πώς (How): Η ερώτηση πώς μας βοηθά να κατανοήσουμε τους μηχανισμούς ή τις τεχνικές που χρησιμοποιούνται.

Project partners



Μερικές συμβουλές τη δημιουργία ιδεών για νέες επιχειρηματικές ιδέες

Όταν πρόκειται για δημιουργία ιδεών, είναι καλύτερο να πάρετε πολλές ιδέες παρά λίγες καλές. Αυτό δεν σημαίνει ότι η ποιότητα είναι ασήμαντη, αλλά το να κολλήσετε στην ποιότητα σε αυτό το στάδιο μπορεί να σας εμποδίσει να σκεφτείτε νέες ιδέες. Βάλτε λοιπόν όσο το δυνατόν περισσότερες ιδέες στο τραπέζι, γιατί οι καλύτερες ιδέες θα γίνουν εμφανείς στη συνέχεια.

Εάν θέλετε να ενθαρρύνετε την αληθινή εφευρετικότητα και τη δημιουργικότητα, είναι καλύτερο να αφήσετε τους ανθρώπους να σκεφτούν ελεύθερα κατά τη διάρκεια του καταιγισμού ιδεών. Αυτό σημαίνει να δίνεις φωνή σε ανόητες ιδέες και να ενθαρρύνεις τους ανθρώπους να σκέφτονται με νέους τρόπους. Μερικές φορές, οι καλύτερες επιχειρηματικές ιδέες είναι αυτές που μπορεί να μην περιμένετε.

Δεν υπάρχουν κακές ιδέες σε μια διαδικασία δημιουργίας ιδεών. Θυμηθείτε, η ανακάλυψη της τέλει επιχειρηματικής ιδέας είναι μια διαδικασία που πρέπει να εμπιστευτείτε. Η σκέψη μιας ιδέας που μπορεί να μην λειτουργεί είναι ένα βήμα προς την εύρεση μιας ιδέας που να λειτουργεί. Αν απλώς αναγκάσετε βεβιασμένα να βρείτε τις καλύτερες ιδέες, θα κολλήσετε. Γι' αυτό θα πρέπει να σκεφτείτε ελεύθερα τώρα και να κρατήσετε την κρίση σας για αργότερα.

Τελευταίο αλλά εξίσου σημαντικό, αν μπορείτε, είναι πάντα καλή ιδέα να κάνετε τη διαδικασία δημιουργίας ιδεών με τουλάχιστον ένα άλλο άτομο. Όλοι σκεφτόμαστε διαφορετικά, επομένως είναι χρήσιμο να λαμβάνουμε πληροφορίες από μερικούς συμπαίκτες. Αυτό σας βοηθά να εξερευνήσετε ιδέες που μπορεί να μην σκεφτείτε μόνοι σας.

5.1.2. Κατασκευή καμβά επιχειρηματικού μοντέλου

Αφού αποφασίσετε ποιο περιβαλλοντικό ή/και κοινωνικό πρόβλημα θα προσπαθήσετε να επιλύσετε, επιλέξετε τον τύπο και το περιεχόμενο των δραστηριοτήτων της επιχείρησης που θέλετε να ξεκινήσετε και ορίσετε με σαφήνεια τις δραστηριότητές της, είναι σημαντικό να αξιολογήσετε τη βιωσιμότητα του

Project partners





επιχειρηματικού σας μοντέλου. Εδώ είναι το σημείο όπου ο καμβάς του επιχειρηματικού μοντέλου αποδεικνύεται ανεκτίμητος.

Ο καμβάς του επιχειρηματικού μοντέλου είναι ένα απλό πλαίσιο που κάνει πιο κατανοητά τα παραδοσιακά επιχειρηματικά σχέδια. Σας βοηθά να προσδιορίσετε τα πιο σημαντικά μέρη της επιχείρησής σας και να τα εμφανίσετε σε μία σελίδα. Αυτό καθιστά ευκολότερο να δείτε πώς συνδέονται τα πάντα στην επιχείρησή σας, από την αξία σας έως τους πελάτες σας και πώς κερδίζετε χρήματα.

Πιο συγκεκριμένα, ο καμβάς επιχειρηματικού μοντέλου είναι ένα δομημένο πρότυπο που σας βοηθά να συγκεντρώνετε όλες τις σημαντικές πληροφορίες για ένα επιχειρηματικό μοντέλο σε ένα μέρος. Η πρόταση αξίας είναι η καρδιά του καμβά του επιχειρηματικού μοντέλου. Εξηγεί τι κάνει το προϊόν σας για τους πελάτες. Αυτό είναι το δομικό στοιχείο του επιχειρηματικού σας μοντέλου. Από εδώ, θα προσθέσετε περισσότερες λεπτομέρειες σχετικά με τις λειτουργίες της επιχείρησής σας και τους πελάτες-στόχους σας. Οι καταχωρήσεις στον καμβά είναι σαν υποθέσεις: δεδομένης της αγοράς και των πελατών σας, μπορεί να λειτουργήσει το επιχειρηματικό σας μοντέλο; Η χρήση του καμβά σας βοηθά να αξιολογήσετε γρήγορα εάν η επιχειρηματική σας ιδέα είναι εφικτή.

Αποτελείται από εννέα τυπικά στοιχεία:

- Πρόταση αξίας
- Βασικοί εταίροι
- Βασικές δραστηριότητες
- Βασικοί πόροι
- Κατηγορίες πελατών
- Σχέσεις πελατών
- Κανάλια
- Δομή κόστους

Project partners



- Ροές εσόδων

Η σελίδα χωρίζεται σε πλαίσια και είναι πάντα τα ίδια. Στα αριστερά υπάρχουν πράγματα όπως η επιχειρηματική υποδομή — δηλαδή συνεργάτες, δραστηριότητες, πόροι. Στα δεξιά υπάρχουν στοιχεία όπως ό,τι σχετίζεται με τους πελάτες, τα οποία περιλαμβάνουν κατηγορίες, σχέσεις και κανάλια. Στο κάτω μέρος υπάρχουν στοιχεία που σχετίζονται με τα οικονομικά, όπως οι οικονομικές προβλέψεις. Στο κέντρο βρίσκεται η πρόταση αξίας — που ενώνει όλα τα άλλα μεταξύ τους.

Τι περιλαμβάνει λοιπόν κάθε μέρος του καμβά του επιχειρηματικού σας μοντέλου;

Πρόταση αξίας

Τι προσφέρετε στους πελάτες σας; Τι πρόβλημα τους βοηθάτε να λύσουν; Προσπαθήστε να το εξηγήσετε όσο πιο ξεκάθαρα και συνοπτικά μπορείτε (προσπαθήστε να το κάνετε σε μία μόνο πρόταση!). Αυτή είναι η πρόταση αξίας σας. Θα πρέπει να καθοδηγεί κάθε μέρος του επιχειρηματικού σας σχεδίου. Σκεφτείτε την πρόταση αξίας σαν τον πολικό αστέρα σας.

Βασικοί Συνεργάτες

Είναι σπάνιο να μπορείτε να χειριστείτε κάθε μέρος της επιχείρησής σας μόνοι σας. Πιθανότατα θα χρειαστείτε βοήθεια από άλλους, είτε πρόκειται για προμηθευτές, διανομείς ή άλλους τύπους συνεργατών. Για παράδειγμα, σκεφτείτε μια επιχείρηση που πουλάει λεμονάδα στη γειτονιά. Τα παιδιά που το τρέχουν δεν καλλιεργούν τα δικά τους λεμόνια. Τα αγοράζουν από ένα μπακάλικο. Μπορεί επίσης να χρησιμοποιήσουν τραπέζι και μπουκάλια από τους γονείς τους. Σε αυτό το σενάριο, τόσο το παντοπωλείο όσο και οι γονείς είναι βασικοί συνεργάτες.

Για να καταλάβετε εάν κάποιος είναι βασικός συνεργάτης, απλώς ρωτήστε: Θα μπορούσε να λειτουργήσει η επιχείρηση χωρίς αυτόν; Εάν η απάντηση είναι αρνητική και τα πράγματα θα κατέρρεαν χωρίς τη συμβολή τους, τότε είναι σίγουρα ένας βασικός συνεργάτης.

Βασικές Δραστηριότητες

Project partners





Οι βασικές δραστηριότητες είναι τα πράγματα που πρέπει να κάνετε για να γίνει η πρόταση αξίας σας πραγματικότητα.

Ας επιστρέψουμε στο παράδειγμα της λεμονάδας. Τι πρέπει να γίνει για να λειτουργήσει η επιχείρηση που πουλάει λεμονάδα; Κάποιος πρέπει να φτιάξει τη λεμονάδα, να τη σερβίρει στους πελάτες και να διαχειριστεί τα χρήματα. Αυτές οι εργασίες είναι όλες βασικές δραστηριότητες επειδή είναι απαραίτητες για τη λειτουργία της επιχείρησης.

Για να καταλάβετε εάν μια δραστηριότητα είναι «κλειδί», σκεφτείτε εάν η επιχείρηση θα μπορούσε να συνεχίσει να λειτουργεί εάν δεν είχε γίνει αυτή η δραστηριότητα. Εάν η απάντηση είναι όχι, τότε είναι μια βασική δραστηριότητα.

Βασικοί Πόροι

Όταν αναφέρετε τους πόρους που χρειάζονται για την επιχείρησή σας, σκεφτείτε πέρα από τα φυσικά πράγματα. Θα χρειαστείτε επίσης ανθρώπους (ανθρώπινο δυναμικό) για βοήθεια, γνώση ή εξειδίκευση (πνευματικούς πόρους) και χρήματα (οικονομικούς πόρους) για να χρηματοδοτήσετε τα πάντα. Βεβαιωθείτε ότι έχετε λάβει υπόψη όλους αυτούς τους τύπους πόρων, καθώς είναι όλοι σημαντικοί για να βοηθήσουν την επιχείρησή σας να πετύχει.

Κατηγορίες πελατών

Για ποιον δημιουργείτε το προϊόν ή την υπηρεσία σας; Για παράδειγμα, κάποιος που εργάζεται σε μια επιχείρηση που πουλάει λεμονάδα πιθανότατα δεν αναζητά ένα προϊόν σχεδιασμένο για μηχανικούς λογισμικού.

Οι κατηγορίες πελατών σας περιλαμβάνουν όλα τα άτομα και τις επιχειρήσεις που θα επωφεληθούν από αυτό που προσφέρετε. Για να κατανοήσετε καλύτερα ποιοι είναι αυτοί οι άνθρωποι, μπορεί να σας βοηθήσει να δημιουργήσετε πρότυπα χαρακτήρων αγοραστών—αυτές είναι λεπτομερείς περιγραφές των ιδανικών πελατών σας.

Σχέσεις Πελατών

Project partners





Μόλις μάθετε ποιοι είναι οι πελάτες σας, το επόμενο βήμα είναι να μάθετε πώς θα αλληλοεπιδράσετε μαζί τους. Πώς θα επικοινωνείτε με τους πελάτες σας; Χρειάζονται υποστήριξη αφού αγοράσουν κάτι από εσάς; Για να το διαχειριστείτε αποτελεσματικά, μπορείτε να δημιουργήσετε έναν χάρτη ταξιδιού πελατών. Αυτό το εργαλείο σας βοηθά να οπτικοποιήσετε την εμπειρία του πελάτη από την αρχή μέχρι το τέλος, επιτρέποντάς σας να προσδιορίσετε βασικές αλληλεπιδράσεις και να δείτε πώς αυτές οι σχέσεις εξελίσσονται με την πάροδο του χρόνου.

Κανάλια

Σκεφτείτε πώς θα έρθετε σε πρώτη επαφή με πιθανούς πελάτες. Τους προσεγγίζετε μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, της βελτιστοποίησης μηχανών αναζήτησης (Search Engine Optimization ή SEO) ή ίσως σε συνέδρια; Αυτές οι μέθοδοι που χρησιμοποιείτε για να συνδεθείτε με τους πελάτες είναι τα κανάλια σας. Συνήθως, ενώ οι ομάδες πωλήσεων εργάζονται για τη δημιουργία και τη διατήρηση των σχέσεων με τους πελάτες, οι ομάδες μάρκετινγκ χειρίζονται τα κανάλια.

Δομή Κόστους

Η λειτουργία της επιχείρησής σας σίγουρα θα κοστίζει χρήματα—συντά περισσότερα από όσα θα περιμένατε. Θα χρειαστεί να ξοδέψετε χρήματα για να διατηρήσετε τις βασικές σας δραστηριότητες, πόρους και συνεργασίες. Αυτό περιλαμβάνει την πληρωμή των εργαζομένων, την αγορά υλικών και άλλα έξοδα. Όλα αυτά τα κόστη μαζί είναι αυτό που ονομάζετε δομή κόστους.

Ροές εσόδων

Φυσικά, ο στόχος δεν είναι απλώς να ξοδέψετε χρήματα αλλά να βγάλετε και χρήματα. Για να πετύχει η επιχείρησή σας, πρέπει να κερδίσετε χρήματα. Οι ροές εσόδων σας είναι οι διαφορετικοί τρόποι με τους οποίους κερδίζετε χρήματα. Για παράδειγμα, ίσως έχετε μια συνδρομητική υπηρεσία όπου οι πελάτες πληρώνουν τακτικά ή ίσως χρεώνετε ένα εφάπαξ ποσό για το προϊόν ή την υπηρεσία σας. Είναι σημαντικό να προσδιορίσετε και να απαριθμήσετε όλους τους τρόπους με τους οποίους κερδίζετε χρήματα, επειδή το να είστε σαφείς και ενδεδειγμένοι με τον οικονομικό σας σχεδιασμό είναι ζωτικής σημασίας.

Project partners





Πρότυπο καμβά επιχειρηματικού μοντέλου

Καμβάς Επιχειρηματικού Μοντέλου

 Σχετικά Όνομα εταιρείας: Το σλόγκαν σας:	ΒΑΣΙΚΟΙ ΣΥΝΕΡΓΑΤΕΣ	ΒΑΣΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΑΞΙΑΣ	ΣΧΕΣΕΙΣ ΠΕΛΑΤΩΝ	ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΠΕΛΑΤΩΝ
	ΒΑΣΙΚΟΙ ΠΟΡΟΙ	ΚΑΝΑΛΙΑ			
ΔΟΜΗ ΚΟΣΤΟΥΣ	ΡΟΕΣ ΕΙΣΟΔΩΝ				

Green & Social StartUps Erasmus+ Project (Nr. 2022-1-PL01-KA220-SCH-000087194)

Co-funded by the European Union

Project partners



The Green & Social StartUps Erasmus+ Project (Nr. 2022-1-PL01-KA220-SCH-000087194) is co-funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.



Καμβάς Επιχειρηματικού Μοντέλου

ΒΑΣΙΚΟΙ ΣΥΝΕΡΓΑΤΕΣ

Ποιοι είναι οι βασικοί συνεργάτες;

ΒΑΣΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ

Ποιες δραστηριότητες είναι απαραίτητες για τις προτάσεις αξίας σας;

ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΑΞΙΑΣ

Τι αξία δίνουμε στον πελάτη;

ΣΧΕΣΕΙΣ ΠΕΛΑΤΩΝ

Τι σχέσεις θέλουν οι πελάτες να έχουμε με αυτούς;

ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΠΕΛΑΤΩΝ

Για ποιόν δημοσκοπούμε αξία;

ΣΧΕΤΙΚΑ

Όνομα εταιρείας:

Το σλόγκαν σας:

ΒΑΣΙΚΟΙ ΠΟΡΟΙ

Τι πόρους χρειάζονται οι προτάσεις αξίας σας;

ΚΑΝΑΛΙΑ

Πώς θα πρέπει να επικοινωνούμε με τους πελάτες;

ΔΟΜΗ ΚΟΣΤΟΥΣ

Ποια είναι τα βασικά κόστη στην εταιρεία;

ΡΟΙΣ ΕΙΣΟΔΩΝ

Τι τιμή είναι διαθέσιμη να πληρώσουν οι πελάτες;

Project partners





5.2. Έρευνα Αγοράς και Σχεδιασμός

5.2.1. Εργαλεία και Τεχνικές Ανάλυσης Αγοράς

Αφού αναλύσετε διεξοδικά την επιχειρηματική σας ιδέα, έχετε μελετήσει σημαντικές διαστάσεις μέσω του Καμβά Επιχειρηματικού Μοντέλου, τότε θα πρέπει να μελετήσετε λεπτομερώς την αγορά στην οποία σκοπεύετε να δραστηριοποιηθείτε. Ένας από τους καλύτερους τρόπους για να μάθετε περισσότερα για μια αγορά είναι να κάνετε μια ανάλυση αγοράς.

Μια ανάλυση αγοράς είναι όταν μπαίνεις πραγματικά σε μια συγκεκριμένη αγορά και τη μελετάς σε βάθος. Είναι αρκετά συνηθισμένο για τις εταιρείες να κάνουν μια ανάλυση αγοράς πριν λανσάρουν ένα νέο προϊόν. Θέλουν να καταλάβουν αν θα τα πάει καλά σε αυτή την αγορά ή αν χρειάζεται μερικές τροποποιήσεις προτού αρχίσουν να το πουλάνε στους ανθρώπους. Αυτό το είδος ανάλυσης μπορεί επίσης να βοηθήσει μια εταιρεία να αποφασίσει εάν είναι καλή ιδέα να ξεκινήσει να δραστηριοποιείται επιχειρηματικά σε μια νέα αγορά. Τους δίνει πληροφορίες για το πώς λειτουργούν τα πράγματα εκεί και ποιες εταιρείες τα πάνε καλά.

Για να κάνετε μια ανάλυση αγοράς, μπορείτε να εξετάσετε διάφορες πτυχές της αγοράς. Αυτό περιλαμβάνει τον έλεγχο του ποιος μένει εκεί (δημογραφικά δεδομένα), ποιες άλλες εταιρείες βρίσκονται στον χώρο (πληροφορίες σχετικά με τους ανταγωνιστές) και πώς είναι αυτές οι εταιρείες οικονομικά, συγκρίνοντας τα δεδομένα τους με άλλες εταιρείες στην ίδια αγορά.

Η ανάλυση αγοράς είναι πραγματικά χρήσιμη για τις εταιρείες επειδή τις βοηθά να κάνουν έξυπνες επιλογές σχετικά με το πού θα επικεντρώσουν τις μελλοντικές επιχειρηματικές τους προσπάθειες και τις στρατηγικές μάρκετινγκ. Για παράδειγμα, εάν μια εταιρεία θέλει να λανσάρει ένα νέο προϊόν στην αγορά στην οποία δραστηριοποιείται ήδη, η ανάλυση αγοράς μπορεί να τη βοηθήσει να βρει τον καλύτερο τρόπο για να βεβαιωθεί ότι το προϊόν λειτουργεί καλά και συνδέεται πραγματικά με τους πελάτες. Η ανάλυση αγοράς είναι επίσης πολύ σημαντική για τις εταιρείες που σκέφτονται να εισέλθουν σε μια νέα αγορά. Μπορεί να δώσει στους διευθυντές των εταιρειών μια σαφή εικόνα για το πώς μπορεί να τα πάει

Project partners





η επιχείρησή τους εξετάζοντας την απόδοση των ανταγωνιστών σε αυτήν την αγορά. Με αυτόν τον τρόπο, μπορούν να λαμβάνουν τεκμηριωμένες αποφάσεις που υποστηρίζονται από σταθερά δεδομένα.

Υπάρχουν πολλοί διαφορετικοί τρόποι για να γίνει αυτό, ώστε οι επιχειρήσεις να μπορούν να επιλέξουν αυτόν που τους ταιριάζει καλύτερα. Έτσι, μπορείτε να επιλέξετε οποιαδήποτε μέθοδο θέλετε για να αναλύσετε την αγορά για την επιχειρηματική σας ιδέα. Μπορείτε ακόμη να χρησιμοποιήσετε περισσότερες από μία μεθόδους για να συλλέξετε όσες περισσότερες πληροφορίες μπορείτε!

1. Έρευνες αγοράς

Ένας συνηθισμένος τρόπος για να κάνετε μια ανάλυση αγοράς είναι η χρήση ερευνών για τη συλλογή πληροφοριών. Οι έρευνες είναι ένα φανταστικό εργαλείο για να μάθετε απευθείας από τους πελάτες για τις σκέψεις και τις εμπειρίες τους σε σχέση με μια επιχείρηση ή ένα προϊόν. Για παράδειγμα, μια έρευνα αγοράς μπορεί να ρωτήσει τους ανθρώπους σχετικά με την εμπειρία από τις αγορές τους, πόσο εύκολο είναι στη χρήση είναι ένα προϊόν ή πόσο ευχαριστημένοι είναι με την αγορά τους. Υπάρχουν πολλά διαφορετικά είδη ερευνών που μπορεί να διεξάγει μια εταιρεία και κάθε τύπος παρέχει πολλά δεδομένα που μπορεί να είναι πραγματικά χρήσιμα. Ακολουθούν μερικά παραδείγματα ερευνών που μπορείτε να χρησιμοποιήσετε για την ανάλυση της αγοράς:

- Προσωπικές έρευνες
- Τηλεφωνικές έρευνες
- Έρευνες μέσω ταχυδρομείου
- Διαδικτυακές έρευνες
- Έρευνες φόρμας email

2. Συνεντεύξεις

Project partners





Οι προσωπικές συνεντεύξεις είναι ένας άλλος δημοφιλής τρόπος για τη διεξαγωγή ανάλυσης αγοράς, ιδιαίτερα χρήσιμος εάν προσπαθείτε να ξεκινήσετε τη δική σας εταιρεία σε ένα προσομοιωμένο περιβάλλον όπως εμείς. Σε μια προσωπική συνέντευξη, μια εταιρεία συνομιλεί απευθείας με τους καταναλωτές για να μάθει περισσότερα για τις σκέψεις και τις εμπειρίες τους. Αυτές οι συνεντεύξεις συνήθως διαρκούν περίπου μία ώρα και συχνά ηχογραφούνται, ώστε να μπορείτε να επιστρέψετε και να τις ακούσετε αργότερα. Μπορούν να πραγματοποιηθούν αυτοπροσώπως, μέσω τηλεφώνου ή διαδικτυακά μέσω βιντεοκλήσεων.

Κατά τη διάρκεια αυτών των συνεντεύξεων, συνήθως ξεκινάτε με ένα σύνολο συγκεκριμένων ερωτήσεων που έχετε προετοιμάσει εκ των προτέρων. Μαζί με αυτές, μπορείτε επίσης να κάνετε κάποιες ερωτήσεις ανοιχτού τύπου που δεν έχουν συγκεκριμένη απάντηση, επιτρέποντας στους ανθρώπους να μοιραστούν ελεύθερα τις σκέψεις και τις εμπειρίες τους.

Οι εταιρείες χρησιμοποιούν προσωπικές συνεντεύξεις για να κάνουν σε πολλούς καταναλωτές τις ίδιες ερωτήσεις. Αργότερα, εξετάζουν όλες τις απαντήσεις για να εντοπίσουν τυχόν κοινές τάσεις ή μοτίβα σε αυτά που λένε οι καταναλωτές. Αυτό βοηθά στην κατανόηση του τι λειτουργεί καλά και τι μπορεί να χρειαστεί αλλαγή στην προσέγγιση ή το προϊόν τους.

3. Ομάδες εστίασης

Μια ομάδα εστίασης είναι ένα άλλο αποτελεσματικό εργαλείο για τη συλλογή πληροφοριών ανάλυσης αγοράς από πολλούς καταναλωτές ταυτόχρονα. Σε μια ομάδα εστίασης, συγκεντρώνετε μια ομάδα καταναλωτών σε ένα ουδέτερο μέρος και οδηγείτε μια συζήτηση σχετικά με ένα συγκεκριμένο προϊόν ή υπηρεσία. Αυτές οι συνθήκες ενθαρρύνουν τους πελάτες να μοιράζονται ανοιχτά τις απόψεις τους και να μαθαίνουν από άλλους που μπορεί να έχουν παρόμοιες εμπειρίες ή απόψεις.

4. Παρατηρήσεις από πελάτες

Project partners





Οι παρατηρήσεις των καταναλωτών σας βοηθούν να κατανοήσετε τη συμπεριφορά των πελατών. Αυτή η μέθοδος περιλαμβάνει την παρακολούθηση των καταναλωτών όταν αγοράζουν ή χρησιμοποιούν ένα προϊόν. Μπορείτε να συλλέξετε αμερόληπτες πληροφορίες κάνοντας παρατηρήσεις επειδή δεν αλληλεπιδράτε με πελάτες. Αυτό σας δείχνει τι κάνουν πραγματικά οι άνθρωποι, όχι τι λένε ότι κάνουν. Αυτό συχνά επηρεάζεται από τα συναισθήματά τους ή από αυτά που λένε οι άλλοι.

Οι επιχειρήσεις χρησιμοποιούν συχνά βίντεο για να παρατηρούν πελάτες σε ένα κατάστημα. Παρακολουθούν πώς κινούνται οι πελάτες, τι αγοράζουν και ακόμη και πόσο συχνά επιστρέφουν αντικείμενα. Στη συνέχεια εξετάζουν τα βίντεο για να εντοπίσουν μοτίβα και συμπεριφορές που τους βοηθούν να κατανοήσουν τους πελάτες τους και να λάβουν πιο έξυπνες επιχειρηματικές αποφάσεις.

5. Δοκιμές πεδίου

Οι δοκιμές πεδίου σας βοηθούν να κατανοήσετε πώς θα πουλήσει ένα νέο προϊόν στην αγορά, ειδικά όταν ξεκινάτε μια εταιρεία. Αυτή η μέθοδος περιλαμβάνει την τοποθέτηση του νέου προϊόντος σε λίγα καταστήματα για να δούμε τι πιστεύουν οι πελάτες για αυτό. Μπορείτε να συλλέξετε χρήσιμες πληροφορίες παρακολουθώντας πώς πωλείται το προϊόν σε μια πραγματική κατάσταση. Για παράδειγμα, μπορείτε να μάθετε πόσα άτομα αγοράζουν το προϊόν, ποιοι τύποι πελατών ενδιαφέρονται, εάν η τιμολόγησή σας είναι σωστή και εάν υπάρχουν μέρη του προϊόντος που χρειάζονται βελτίωση.

6. Αλληλεπίδραση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης

Η παρακολούθηση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης είναι ένας σύγχρονος τρόπος ανάλυσης της αγοράς. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν παγκόσμια εμβέλεια, με πολλούς χρήστες να μιλούν για προϊόντα και μάρκες σε διαφορετικές πλατφόρμες. Η παρακολούθηση του τρόπου με τον οποίο οι άνθρωποι αλληλοεπιδρούν με τις αναρτήσεις σας σας βοηθά να δείτε ποιες προσπάθειες μάρκετινγκ αποδίδουν

Project partners





και ποια προϊόντα αρέσουν στους χρήστες. Αυτά τα σχόλια σας βοηθούν να σχεδιάσετε το μελλοντικό μάρκετινγκ και να δείτε ότι πάει καλά η επιχείρησή σας στο διαδίκτυο.

Για να παρακολουθείτε την αφοσίωση των πελατών στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, μπορείτε να ελέγξετε την ενότητα αναλυτικών στοιχείων των λογαριασμών σας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Αυτό σας δείχνει πόσοι άνθρωποι αλληλοεπιδρούν με τις αναρτήσεις σας, ποιοι τύποι χρηστών είναι πιο αφοσιωμένοι και σε ποιες πλατφόρμες μέσω κοινωνικής δικτύωσης έχει μεγαλύτερη επισκεψιμότητα η εταιρεία σας. Αυτές οι πληροφορίες μπορούν να σας βοηθήσουν να συνδεθείτε με το κοινό σας και να ενισχύσετε την παρουσία της εταιρείας σας στο διαδίκτυο.

7. Ανάλυση του Ανταγωνισμού

Η ανάλυση του ανταγωνισμού αφορά το τι κάνουν οι άλλες εταιρείες και όχι τι λένε οι πελάτες. Αυτή η διαδικασία μπορεί να είναι τεχνική και πολύπλοκη, έτσι πολλές επιχειρήσεις προσλαμβάνουν ειδικούς για να τη χειριστούν, ειδικά όταν δημιουργούν μια προσομοιωμένη εταιρεία. Μια ανάλυση του ανταγωνισμού αφορά την εξέταση παρόμοιων προϊόντων ή υπηρεσιών και το πόσο καλά τα πάνε οι εταιρείες που τα πωλούν. Εξετάζετε πόσο καλά πουλάνε, ποια είναι τα δυνατά και τα αδύνατα σημεία τους και ποιες στρατηγικές χρησιμοποιούν από τις οποίες θα μπορούσατε να μάθετε. Αυτό σας βοηθά να καταλάβετε πώς μπορείτε να ξεχωρίσετε και να τα καταφέρετε καλύτερα από αυτούς.

8. Ανάλυση SWOT

Μια ανάλυση SWOT σας βοηθά να κατανοήσετε την επιχείρησή σας, το προϊόν ή την υπηρεσία σας. Μπορείτε να τη χρησιμοποιήσετε για να εντοπίσετε τα δυνατά σημεία, τις αδυναμίες, τις ευκαιρίες και τις απειλές που σχετίζονται με το προϊόν ή την υπηρεσία σας. Με άλλα λόγια, μια ανάλυση SWOT μπορεί να σας βοηθήσει να δείτε πού βρίσκεστε απέναντι στον ανταγωνισμό.

Project partners



Για να κάνετε μια ανάλυση SWOT, δημιουργείτε έναν πίνακα με τέσσερις ενότητες: δυνατά σημεία, αδυναμίες, ευκαιρίες και απειλές. Συμπληρώνετε κάθε ενότητα με λεπτομέρειες σχετικά με την επιχείρησή σας και τους ανταγωνιστές σας. Αυτό σας βοηθά να ιεραρχήσετε στοιχεία και στρατηγικές.

Δυνατά σημεία

Τι κάνεις καλά;

Τι κάνει το προϊόν/την υπηρεσία σας ξεχωριστό;

Αδυναμίες

Τι μπορείτε να κάνετε καλύτερα; Έχετε αρκετούς πόρους; Τι μπορούν να κάνουν οι άλλοι καλύτερα από εσάς;

Ευκαιρίες

Ποιοι είναι οι στόχοι σας;

Αλλάζουν οι απαιτήσεις;

Πώς μπορεί να βελτιωθεί;

Απειλές

Ποια είναι τα εμπόδια; Ποιοι είναι οι παράγοντες εκτός του ελέγχου σας;

5.2.2. Ανάπτυξη ενός Εφικτού Επιχειρηματικού Σχεδίου

Τώρα που σκεφτήκατε προσεκτικά τις επιχειρηματικές σας δραστηριότητες και εξετάσατε μερικά από τα βασικά ζητήματα, είναι καιρός να προχωρήσετε με την ανάπτυξη ενός επιχειρηματικού σχεδίου που να καλύπτει σαφώς όλες τις διαστάσεις του επιχειρηματικού σας εγχειρήματος.

Με άλλα λόγια, ένα επιχειρηματικό σχέδιο είναι ένα έγγραφο που περιγράφει τι είναι η επιχείρησή σας, πώς σχεδιάζει να κερδίσει χρήματα και ποιοι είναι οι πελάτες σας. Όταν δημιουργείτε τη δική σας προσομοιωμένη εταιρεία, η δημιουργία ενός επιχειρηματικού σχεδίου μπορεί πραγματικά να σας βοηθήσει να ξεκαθαρίσετε τους στόχους σας και να οργανώσετε τα βήματά σας για να τους πετύχετε.

Project partners





Μπορείτε επίσης να δείξετε το επιχειρηματικό σας σχέδιο σε πιθανούς επενδυτές για να αποδείξετε ότι έχετε ένα σταθερό σχέδιο.

Αλλά να θυμάστε, τα επιχειρηματικά σχέδια δεν είναι στατικά. Προορίζονται να εξελιχθούν. Ειδικά για τις νεοφυείς επιχειρήσεις, είναι σύνηθες να ενημερώνετε συχνά το επιχειρηματικό σας σχέδιο καθώς μαθαίνετε περισσότερα για τους πελάτες σας και ποια προϊόντα ή υπηρεσίες χρειάζονται πραγματικά. Αυτή η ευελιξία μπορεί να σας βοηθήσει να προσαρμόσετε τις στρατηγικές σας καθώς η επιχείρησή σας μεγαλώνει και αλλάζει.

Γνωρίζουμε ότι η σύνταξη ενός επιχειρηματικού σχεδίου μπορεί να φαίνεται σαν μια τεράστια εργασία, αλλά είναι ένας πολύ καλός τρόπος για να γράψετε τις ιδέες σας σε χαρτί και να αρχίσετε να τις μετατρέπετε σε πραγματικότητα, ειδικά αν είστε μαθητής που προσπαθεί να ξεκινήσει μια προσομοιωμένη επιχείρηση. Δείτε πώς μπορείτε να αναπτύξετε το δικό σας επιχειρηματικό σχέδιο βήμα προς βήμα:

1. Περίληψη:

Ξεκινήστε με μια περίληψη. Σκεφτείτε αυτό ως ένα είδος στιγμιότυπου ολόκληρης της επιχείρησής σας. Δώστε μια γρήγορη επισκόπηση του τι κάνει η επιχείρησή σας και τι ελπίζετε να επιτύχετε. Παρόλο που έρχεται πρώτο, είναι συνήθως πιο εύκολο να γράψετε αυτό το μέρος τελευταίο, αφού έχετε καταλάβει όλες τις λεπτομέρειες.

2. Περιγραφή επιχείρησης:

Στη συνέχεια, δώστε μια λεπτομερή περιγραφή της επιχείρησής σας. Εξηγήστε τον τύπο της επιχείρησης που ξεκινάτε, ποια προϊόντα ή υπηρεσίες θα προσφέρετε και τι κάνει την επιχείρησή σας μοναδική. Σκεφτείτε για τι θέλετε να γίνει γνωστή η επιχείρησή σας και ποιες αξίες θέλετε να υποστηρίξει.

3. Ανάλυση αγοράς:

Εδώ μπορείτε να γνωρίσετε τους πιθανούς πελάτες σας, τους ανταγωνιστές σας και την αγορά στο σύνολό της. Είναι σημαντικό να δείξετε ότι έχετε κάνει σωστή δουλειά και να κατανοήσετε πού ταιριάζει

Project partners





η επιχείρησή σας στην αγορά. Μπορείτε να συμπεριλάβετε δεδομένα σχετικά με τα δημογραφικά στοιχεία των πελατών, τις τάσεις της αγοράς και την ανάλυση ανταγωνιστών.

4. Οργάνωση και Διοίκηση:

Πρέπει να γνωρίζουμε πώς θα είναι δομημένη η επιχείρησή σας και ποιος θα τη διαχειρίζεται. Αυτό το μέρος θα πρέπει να περιλαμβάνει πληροφορίες σχετικά με τη νομική δομή της επιχείρησής σας (όπως εάν πρόκειται για ατομική επιχείρηση, εταιρική σχέση ή εταιρεία). Επίσης, δημιουργήστε ένα οργανόγραμμα που δείχνει ποιος είναι υπεύθυνος για τι. Εάν είστε μόνο εσείς, εξηγήστε πώς σκοπεύετε να χειριστείτε διάφορες εργασίες.

5. Γραμμή προϊόντων ή υπηρεσιών:

Τι πουλάτε ή τι προσφέρετε; Δώστε λεπτομέρειες σχετικά με τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες σας. Εξηγήστε τα οφέλη αυτού που προσφέρετε, αναφέρετε λεπτομερώς τον κύκλο ζωής του προϊόντος και συζητήστε τυχόν δραστηριότητες έρευνας και ανάπτυξης που μπορεί να είναι σχετικές.

6. Στρατηγική μάρκετινγκ και πωλήσεων:

Πώς θα προσελκύσετε και θα διατηρήσετε πελάτες; Αυτή η ενότητα θα πρέπει να περιγράφει τις στρατηγικές σας για την είσοδο στην αγορά, την τιμολόγηση των προϊόντων ή των υπηρεσιών σας, την προώθηση της επιχείρησής σας και την πραγματοποίηση πωλήσεων. Να είστε συγκεκριμένοι σχετικά με τους τύπους εργαλείων μάρκετινγκ που θα χρησιμοποιήσετε, όπως μέσα κοινωνικής δικτύωσης, φυλλάδια ή καμπάνιες μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου.

7. Αίτημα χρηματοδότησης:

Αν ψάχνετε να λάβετε χρηματοδότηση, προσδιορίστε πόσα χρήματα θα χρειαστείτε τα επόμενα πέντε χρόνια και σε τι θα χρησιμοποιηθούν. Περιγράψτε εάν χρειάζεστε χρέος ή ίδια κεφάλαια, τους όρους που θα θέλατε να εφαρμοστούν και το χρονικό διάστημα που θα καλύψει το αίτημα χρηματοδότησής σας.

Project partners



8. Οικονομικές Προβολές:

Πείστε τους αναγνώστες σας ότι η επιχείρησή σας θα είναι οικονομικά επιτυχημένη. Παρέχετε οικονομικές προβλέψεις που περιλαμβάνουν μελλοντικές καταστάσεις εισοδήματος, ισολογισμούς, καταστάσεις ταμειακών ροών και προϋπολογισμούς κεφαλαιουχικών δαπανών. Εάν έχετε δεδομένα από μερικούς μήνες λειτουργίας της επιχείρησης ή προηγούμενα εγχειρήματα, συμπεριλάβετε τα εδώ για να υποστηρίξετε τις προβλέψεις σας.

9. Παράρτημα:

Ένα παράρτημα είναι προαιρετικό, αλλά είναι ένα χρήσιμο μέρος για να παραθέσετε τυχόν σχετικά δικαιολογητικά. Μπορεί να συμπεριλάβετε βιογραφικά, άδειες, μισθώσεις ή άλλα νομικά έγγραφα, ανάλογα με το τι είναι σχετικό με το σχέδιό σας.

Ένα επιχειρηματικό σχέδιο σας βοηθά να διευθύνετε την επιχείρησή σας και να δείξετε σε πιθανούς επενδυτές ή δανειστές γιατί θα πετύχει. Βεβαιωθείτε ότι είστε σαφείς σχετικά με αυτό που λέτε και ότι οι στόχοι σας είναι ρεαλιστικοί. Αυτό το σχέδιο μπορεί να αλλάξει καθώς η επιχείρησή σας μεγαλώνει, επομένως βεβαιωθείτε ότι μπορείτε να επιστρέψετε σε αυτό και να το προσαρμόσετε εύκολα. Με αυτόν τον τρόπο μπορείτε να προσαρμοστείτε στις αλλαγές και να συνεχίσετε να προχωράτε.

Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε το παρακάτω πρότυπο επιχειρηματικού σχεδίου δημιουργώντας ένα αρχείο με τις προτεινόμενες ενότητες και προσπαθώντας να απαντήσετε στις ερωτήσεις σε κάθε ενότητα.

Πρότυπο επιχειρηματικού σχεδίου

1. Περίληψη

- Πώς ονομάζεται η επιχείρησή σας;
- Ποια προϊόντα ή υπηρεσίες προσφέρετε;

Project partners





- Ποια είναι η αποστολή σας;
- Ποιοι είναι οι επιχειρηματικοί σας στόχοι;
- Ποιοι είναι οι ιδρυτές και ποιο είναι το επαγγελματικό τους υπόβαθρο;

2. Περιγραφή εταιρείας

- Τι τύπο επιχειρηματικής δομής έχετε επιλέξει (ατομική επιχείρηση, εταιρική σχέση, εταιρεία);
- Ποιες ανάγκες αντιμετωπίζει η επιχείρησή σας;
- Γιατί θα πετύχει η επιχείρησή σας;
- Ποιοι είναι οι υποψήφιοι πελάτες σας;
- Ποιο είναι το επιχειρηματικό σας μοντέλο (πώς θα βγάλετε χρήματα);

3. Ανάλυση Αγοράς

- Ποια είναι η αγορά-στόχος σας (ηλικία, τοποθεσία, φύλο, επίπεδο εισοδήματος);
- Ποιες είναι οι τρέχουσες τάσεις στον κλάδο σας;
- Ποιοι είναι οι ανταγωνιστές σας; Ποια είναι τα δυνατά και τα αδύνατα σημεία τους;
- Ποιο είναι το δυνητικό μερίδιο αγοράς σας;
- Πώς θα διαφοροποιηθείτε από τους ανταγωνιστές σας;

4. Οργάνωση και Διοίκηση

- Ποια είναι η οργανωτική δομή της επιχείρησής σας;
- Ποια είναι τα βασικά μέλη της ομάδας και ποιοι είναι οι ρόλοι τους;
- Τι σχετική εμπειρία φέρνει κάθε μέλος της ομάδας στην επιχείρηση;

Project partners





- Υπάρχουν σύμβουλοι και που εμπλέκονται;

5. Γραμμή προϊόντων ή υπηρεσιών

- Ποιες είναι οι λεπτομέρειες των προϊόντων ή των υπηρεσιών που σκοπεύετε να πουλήσετε;
- Ποια είναι τα οφέλη των προϊόντων ή των υπηρεσιών σας για τον πελάτη;
- Ποιος είναι ο κύκλος ζωής του προϊόντος;
- Έχετε διπλώματα ευρεσιτεχνίας ή πνευματικά δικαιώματα;
- Σχεδιάζονται μελλοντικά προϊόντα ή υπηρεσίες;

6. Στρατηγική Μάρκετινγκ και Πωλήσεων

- Πώς θα προσελκύσετε και θα διατηρήσετε πελάτες;
- Ποιες είναι οι στρατηγικές μάρκετινγκ και προώθησης;
- Ποιες τακτικές πωλήσεων θα εφαρμόσετε;
- Πώς θα τοποθετήσετε το προϊόν ή την υπηρεσία σας στην αγορά;
- Ποια κανάλια θα χρησιμοποιήσετε για να προσεγγίσετε τους πελάτες σας (διαδικτυακό, φυσικό κατάστημα, ταχυδρομική παραγγελία);

7. Αίτημα Χρηματοδότησης

- Πόση χρηματοδότηση χρειάζεστε για να ξεκινήσετε ή να επεκτείνετε την επιχείρησή σας;
- Σε τι θα χρησιμοποιήσετε τη χρηματοδότηση;
- Σε ποια περίοδο θα χρησιμοποιηθεί η χρηματοδότηση;
- Αναζητάτε χρηματοδότηση με χρέος ή ίδια κεφάλαια;
- Ποιοι είναι οι όροι αποπληρωμής σας;

Project partners





8. Οικονομικές Προβολές

- Ποια είναι τα προβλεπόμενα έσοδα για τα επόμενα 1-5 χρόνια;
- Ποια είναι τα προβλεπόμενα έξοδα για τα επόμενα 1-5 χρόνια;
- Συμπεριλάβετε προβλεπόμενες καταστάσεις λογαριασμού αποτελεσμάτων, ισολογισμούς, καταστάσεις ταμειακών ροών και προϋπολογισμούς κεφαλαιουχικών δαπανών.
- Πώς θα διαχειριστείτε τις ταμειακές ροές για να εξασφαλίσετε βιώσιμες επιχειρηματικές δραστηριότητες;

9. Παράρτημα

- Συμπεριλάβετε τυχόν πρόσθετες πληροφορίες που βοηθούν στην υποστήριξη του επιχειρηματικού σας σχεδίου.
- Πιθανές προσθήκες: βιογραφικά βασικών μελών της ομάδας, νομικές συμφωνίες, τεχνικά σχέδια, υλικό μάρκετινγκ, αναλυτικοί οικονομικοί πίνακες.

Project partners



5.3. Εφαρμογή και Διαχείριση

Τώρα που κάθε μία από αυτές τις επιχειρήσεις έχει διαμορφωθεί πλήρως, είναι καιρός να εφαρμόσουν τις δραστηριότητές τους. Δάσκαλοι και μαθητές μπορούν να εφαρμόσουν τις παρακάτω προτεινόμενες τεχνικές και δραστηριότητες προκειμένου να ξεκινήσει η επιχειρηματική αλληλεπίδραση εντός των ομάδων και των αντίστοιχων εταιρειών.

5.3.1. Παιχνίδι ρόλων: Λειτουργία εικονικής επιχείρησης

Το παιχνίδι ρόλων είναι μια αποτελεσματική μέθοδος μάθησης που επιτρέπει στους μαθητές να δοκιμάσουν τις γνώσεις, τις δεξιότητες και τις ικανότητές τους λύνοντας προβλήματα σε συγκεκριμένες καταστάσεις. Είναι ένα ανεκτίμητο εργαλείο για τη βελτίωση της επικοινωνίας, την κατανόηση πολύπλοκων εννοιών και τη λήψη αποφάσεων. Το παιχνίδι ρόλων επιτρέπει στους μαθητές να δοκιμάσουν τις γνώσεις, τις δεξιότητες και τις ικανότητές τους λύνοντας προβλήματα σε συγκεκριμένες καταστάσεις. Επιτρέπει επίσης στους μαθητές να αποκτήσουν πρακτική εμπειρία σε ένα ασφαλές περιβάλλον, προετοιμάζοντάς τους για σενάρια πραγματικής ζωής. Είτε πρόκειται για εξυπηρέτηση πελατών, πωλήσεις, επίλυση συγκρούσεων ή εκπαίδευση ηγεσίας, το παιχνίδι ρόλων είναι ένας ελκυστικός τρόπος για τους μαθητές να αποκτήσουν πρακτική εμπειρία σε ένα ασφαλές περιβάλλον, προετοιμάζοντάς τους για σενάρια πραγματικής ζωής (Gadson, 2024).

Τεχνικές και Προσεγγίσεις

Το παιχνίδι ρόλων μπορεί να εφαρμοστεί με διάφορους τρόπους και οι τεχνικές και οι προσεγγίσεις που χρησιμοποιούνται μπορούν να προσαρμοστούν ώστε να ταιριάζουν σε διαφορετικά εκπαιδευτικά πλαίσια. Πιο αναλυτικά:

1. Δομημένο παιχνίδι ρόλων

Αυτή η προσέγγιση περιλαμβάνει συγκεκριμένους ρόλους και σενάρια που έχουν προκαθοριστεί από τον δάσκαλο, ο οποίος λειτουργεί ως συντονιστής. Σε κάθε συμμετέχοντα ανατίθεται ένας ρόλος που συνοδεύεται από ένα σύνολο στόχων, βασικές πληροφορίες και πιθανές προκλήσεις που ενδέχεται να

Project partners



αντιμετωπίσει. Τα σενάρια έχουν σχεδιαστεί για να αναπαράγουν καταστάσεις της πραγματικής ζωής που μπορεί να προκύψουν στον χώρο εργασίας ή στις κοινωνικές αλληλεπιδράσεις. Αυτή η μέθοδος είναι ένας αποτελεσματικός τρόπος για τους μαθητές να εξασκήσουν συγκεκριμένες δεξιότητες όπως η διαπραγμάτευση, οι πωλήσεις ή οι αλληλεπιδράσεις εξυπηρέτησης πελατών.

2. Αυθόρμητο Παιχνίδι Ρόλων

Το αυθόρμητο παιχνίδι ρόλων είναι ένα ισχυρό εργαλείο για την αξιολόγηση και την ανάπτυξη δεξιοτήτων γρήγορης σκέψης και προσαρμοστικότητας. Σε αντίθεση με το δομημένο παιχνίδι ρόλων, δεν περιλαμβάνει προκαθορισμένα σενάρια ή ρόλους.

Αντίθετα, οι συμμετέχοντες λαμβάνουν μια κατάσταση επί τόπου και πρέπει να αντιδράσουν χωρίς προηγούμενη προετοιμασία. Αυτός ο τύπος παιχνιδιού ρόλων είναι ανεκτίμητος για όσους πρέπει να χειριστούν απροσδόκητες καταστάσεις, όπως υπηρεσίες έκτακτης ανάγκης ή παράπονα πελατών.

3. Αντίστροφο παιχνίδι ρόλων

Το αντίστροφο παιχνίδι ρόλων είναι μια τεχνική που επιτρέπει στους συμμετέχοντες να βγουν έξω από τις ζώνες άνεσής τους και να εξερευνήσουν διαφορετικές προοπτικές. Είναι ένας αποτελεσματικός τρόπος για να αποκτήσετε ενσυναίσθηση, κάτι που είναι απαραίτητο για ρόλους που περιλαμβάνουν την αλληλεπίδραση με άλλους και για την παροχή άριστης εξυπηρέτησης πελατών. Φανταστείτε έναν διευθυντή να αναλαμβάνει το ρόλο ενός υπαλλήλου ή έναν αντιπρόσωπο εξυπηρέτησης πελατών να παίζει έναν δυσαρεστημένο πελάτη. Με αυτόν τον τρόπο, οι συμμετέχοντες μπορούν να κατανοήσουν διαφορετικές απόψεις και να αναπτύξουν τις δεξιότητες που απαιτούνται για τη δημιουργία ισχυρών σχέσεων και εξυπηρέτησης πελατών.

4. Παιχνίδι ρόλων καθοδηγούμενης ανακάλυψης

Αυτή η μέθοδος συνδυάζει το παιχνίδι ρόλων με την καθοδηγούμενη αναστοχαστική μάθηση. Οι συμμετέχοντες εξερευνούν ρόλους και σενάρια με ελάχιστη καθοδήγηση από τον συντονιστή, ο οποίος οδηγεί τη συζήτηση και την εξερεύνηση χωρίς να δίνει άμεσες οδηγίες. Αυτή η προσέγγιση ενθαρρύνει

Project partners



τους μαθητές να ανακαλύψουν συμπεριφορές και λύσεις μέσα από τις αλληλεπιδράσεις και τις εμπειρίες τους στο παιχνίδι ρόλων, κάτι που τους βοηθά να κατανοούν και να θυμούνται καλύτερα τα μαθήματα που διδάσκονται.

5. Παιχνίδι ρόλων πολλαπλών σταδίων

Το παιχνίδι ρόλων σε πολλά στάδια είναι μια τεχνική όπου τα σενάρια αναπτύσσονται με την πάροδο του χρόνου, συχνά σε πολλές συνεδρίες. Αυτό επιτρέπει στους συμμετέχοντες να αναπτύξουν έναν ρόλο και να προσαρμοστούν στις μεταβαλλόμενες συνθήκες μέσα στην ίδια ιστορία. Είναι ιδιαίτερα αποτελεσματικό για σύνθετη εκπαίδευση που απαιτεί κατανόηση μακροπρόθεσμων συνεπειών και ανάπτυξη στρατηγικών με την πάροδο του χρόνου.

6. Διαδικτυακό παιχνίδι ρόλων

Καθώς οι ψηφιακές εκπαιδευτικές πλατφόρμες έχουν γίνει πιο δημοφιλείς, το διαδικτυακό παιχνίδι ρόλων έχει γίνει ένας εξαιρετικός τρόπος μάθησης. Οι συμμετέχοντες μπορούν να λάβουν μέρος σε παιχνίδια ρόλων μέσω φόρουμ, τηλεδιασκέψεων ή εξειδικευμένου λογισμικού που προσομοιώνει εικονικά περιβάλλοντα. Το διαδικτυακό παιχνίδι ρόλων επιτρέπει στους μαθητές να αλληλοεπιδρούν με νέους τρόπους και μπορεί να περιλαμβάνει μαθητές από διαφορετικά σχολεία και μέρη, γεγονός που κάνει την εμπειρία ακόμα πιο πλούσια.

7. Αξιολόγηση παιχνιδιού ρόλων

Αυτή η προσέγγιση χρησιμοποιεί το παιχνίδι ρόλων ως τρόπο αξιολόγησης των δεξιοτήτων των μαθητών, των ικανοτήτων λήψης αποφάσεων και του πόσο καλά εφαρμόζουν τις γνώσεις τους σε μια πρακτική κατάσταση. Οι δάσκαλοι παρακολουθούν το παιχνίδι ρόλων και δίνουν σχόλια με βάση καθορισμένα κριτήρια. Αυτή η μέθοδος χρησιμοποιείται συχνά ως μέρος των αξιολογήσεων απόδοσης.

Πρακτική Εφαρμογή

Η ακόλουθη άσκηση στοχεύει να εμπλέξει τους μαθητές στη διαχείριση μιας εικονικής επιχείρησης που εστιάζει σε πράσινες ή κοινωνικές πρωτοβουλίες.

Project partners





Διάρκεια: Περίπου 3-4 ώρες, ιδανικά σε δύο μαθήματα.

Υλικά που χρειάζονται:

- Πίνακες και μαρκαδόροι.
- Υπολογιστές με πρόσβαση στο διαδίκτυο για κάθε ομάδα.
- Κάρτες ρόλων που περιγράφουν τις ευθύνες (βρείτε περισσότερες λεπτομέρειες μετά την περιγραφή της άσκησης).
- Φύλλα σεναρίων για τις αρχικές επιχειρηματικές συνθήκες (βρείτε περισσότερες λεπτομέρειες μετά την περιγραφή της άσκησης).
- Έντυπα σχολίων για αξιολογήσεις.

Οδηγίες:

Βεβαιωθείτε ότι κάθε ομάδα ενεργεί ως η ομάδα διαχείρισης μιας ξεχωριστής εικονικής εταιρείας, με βάση τις εταιρείες που έχουν σχηματίσει οι μαθητές. Η επιχείρηση θα μπορούσε είτε να επικεντρωθεί στην πώληση φιλικών προς το περιβάλλον προϊόντων είτε στην παροχή υπηρεσιών με θετικό κοινωνικό αντίκτυπο.

Εκχωρήστε συγκεκριμένους ρόλους σε κάθε ομάδα, διασφαλίζοντας ότι καλύπτονται όλες οι πτυχές μιας επιχείρησης: Διευθύνων Σύμβουλος, Διευθυντής Μάρκετινγκ, Διευθυντής Παραγωγής, Εκπρόσωπος Εξυπηρέτησης Πελατών, Υπεύθυνος Αειφορίας ή Κοινωνικών Επιπτώσεων και ενδεχομένως Οικονομικός Διευθυντής για τη διαχείριση προϋπολογισμών και προβλέψεων.

2. Εκτεταμένες περιγραφές ρόλων:

- **Διευθύνων Σύμβουλος:** Επιβλέπει τη συνολική στρατηγική, διασφαλίζει την ευθυγράμμιση της ομάδας με τους στόχους της επιχείρησης.

Project partners





- **Διευθυντής Μάρκετινγκ:** Δημιουργεί στρατηγικές μάρκετινγκ, χειρίζεται τη διαφήμιση και την τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.
- **Διευθυντής Παραγωγής:** Διαχειρίζεται την παραγωγή, το απόθεμα και τις εφοδιαστικές αλυσίδες, διαπραγματεύεται με προμηθευτές.
- **Εκπρόσωπος Εξυπηρέτησης Πελατών:** Διαχειρίζεται τα ερωτήματα και τα σχόλια των πελατών, εξασφαλίζει υψηλά επίπεδα ικανοποίησης.
- **Υπεύθυνος Αειφορίας/Κοινωνικού Αντίκτυπου:** Καθοδηγεί την ηθική αποστολή της εταιρείας, προτείνει αειφορικές πρακτικές ή κοινωνικά προγράμματα.
- **Οικονομικός Διευθυντής:** Διαχειρίζεται οικονομικούς λογαριασμούς, προϋπολογισμό και μελέτες οικονομικής σκοπιμότητας.

3. Αρχική ενημέρωση:

Δώστε σε κάθε ομάδα ένα φύλλο σεναρίου που περιγράφει την τρέχουσα κατάσταση της επιχείρησής της, συμπεριλαμβανομένης της απόδοσης της αγοράς, των σχολίων των πελατών και μιας λίστας προκλήσεων που χρειάζονται στρατηγικές απαντήσεις.

Ροή δραστηριότητας:

1. Έρευνα και Ανάπτυξη Στρατηγικής (60 λεπτά):

Κάθε ομάδα ερευνά αποτελεσματικές πρακτικές και τάσεις της αγοράς που σχετίζονται με τον τύπο της επιχείρησής της. Αναπτύσσουν ένα στρατηγικό σχέδιο για την αντιμετώπιση των προκλήσεων που παρουσιάζονται στο αρχικό τους σενάριο.

2. Λεπτομερείς προσομοιώσεις ρόλων (90 λεπτά):

Διεξάγετε σε βάθος δράσεις παιχνιδιού ρόλων όπου οι ομάδες αντιμετωπίζουν διάφορα προσομοιωμένα επιχειρηματικά σενάρια:

- **Κρίση Εφοδιαστικής Αλυσίδας:** Μια ξαφνική έλλειψη αειφορικών υλικών αναγκάζει τις ομάδες να διαπραγματευτούν με νέους προμηθευτές ή να βρουν εναλλακτικές λύσεις.

Project partners





- **Πρόκληση Εξυπηρέτησης Πελατών:** Χειριστείτε ένα σενάριο όπου μια παρτίδα προϊόντων λαμβάνει εκτεταμένα αρνητικά σχόλια, που απαιτούν άμεσα χειρισμό από την εξυπηρέτηση πελατών και διαχείριση δημοσίων σχέσεων.
- **Στρατηγική μάρκετινγκ:** Εισαγάγετε μια νέα σειρά προϊόντων και σχεδιάστε μια καμπάνια μάρκετινγκ που δίνει έμφαση στα πράσινα οφέλη ή στον κοινωνικό αντίκτυπο του προϊόντος.
- **Οικονομικό δίλημμα:** Αντιμέτωπη απροσδόκητων οικονομικών ελλείψεων μέσω μέτρων μείωσης του κόστους, πρόσθετων αιτημάτων χρηματοδότησης ή στρατηγικών μεταβολών.

Κάθε μέλος ενεργεί ανάλογα με τον ρόλο του, λαμβάνοντας αποφάσεις και αλληλοεπιδρώντας με προσομοιωμένα ενδιαφερόμενα μέρη όπως πελάτες, προμηθευτές και μέσα ενημέρωσης.

3. Παρουσίαση στρατηγικής και ανατροφοδότηση (60 λεπτά):

Οι ομάδες παρουσιάζουν τις επιχειρηματικές τους στρατηγικές και συζητούν πώς χειρίστηκαν τα σενάρια παιχνιδιού ρόλων. Κάθε ομάδα παρέχει ανατροφοδότηση για την απόδοση μιας άλλης ομάδας με βάση τη δημιουργικότητα, την ηθική ευθυγράμμιση και την επίλυση προβλημάτων.

4. Ανασκόπηση και προβληματισμός (30 λεπτά):

Συζητήστε ποιες στρατηγικές λειτούργησαν καλά, οι οποίες ήταν λιγότερο αποτελεσματικές και τα διδάγματα που αντλήθηκαν σχετικά με τις ηθικές επιχειρηματικές πρακτικές.

Αξιολόγηση:

Αξιολογήστε τις ομάδες με βάση τη δυνατότητα υλοποίησης και τη δημιουργικότητα των επιχειρηματικών στρατηγικών τους, την αποτελεσματικότητα των αλληλεπιδράσεων τους στο παιχνίδι ρόλων και την ικανότητά τους να ενσωματώνουν την αειφορία ή τις κοινωνικές ανησυχίες.

Επέκταση:

Project partners





Οι μαθητές μπορούν να βελτιώσουν τις στρατηγικές τους με βάση τα σχόλια και να προσομοιώσουν περαιτέρω σενάρια χρησιμοποιώντας ένα διαδικτυακό εργαλείο προσομοίωσης επιχείρησης για να δουν δυναμικά τα αποτελέσματα των αποφάσεών τους.

Κάρτες ρόλων για προσομοίωση εικονικής επιχείρησης

Οι ακόλουθες κάρτες ρόλων θα πρέπει να διανεμηθούν στους μαθητές πριν αρχίσει η προσομοίωση, ώστε να εξοικειωθούν με τα συγκεκριμένα καθήκοντα και τις ευθύνες τους. Ενθαρρύνετε τους μαθητές να υιοθετήσουν πλήρως τους ρόλους τους, καθώς η κατανόηση και η εκτέλεση αυτών των ευθυνών θα έχει κρίσιμη σημασία για την επιτυχία της εικονικής τους επιχείρησης.

1. Διευθύνων Σύμβουλος (Chief Executive Officer) - Αρμοδιότητες:

- Επιβλέπει τη συνολική επιχειρηματική στρατηγική και λειτουργίες.
- Λαμβάνει τελικές αποφάσεις για όλες τις πτυχές της επιχείρησης.
- Καθοδηγεί τις συναντήσεις της ομάδας και βεβαιώνεται ότι όλα τα τμήματα ευθυγραμμίζονται με τους στόχους και τους στόχους της εταιρείας.
- Εκπροσωπεί την εταιρεία σε εξωτερικές επικοινωνίες και κατά τη διάρκεια συναντήσεων με τα ενδιαφερόμενα μέρη.
- Παρακολουθεί την οικονομική υγεία της επιχείρησης και αναζητά ευκαιρίες χρηματοδότησης.

2. Διευθυντής Μάρκετινγκ - Αρμοδιότητες:

- Ανάπτυξη και εφαρμογή στρατηγικών μάρκετινγκ για την ενίσχυση της αναγνωρισιμότητας της εταιρείας και του μεριδίου αγοράς.
- Διαχειρίζεται διαφημιστικές καμπάνιες και συντονιστείτε με τα μέσα ενημέρωσης.

Project partners





- Επιβλέπει την παρουσία στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και τις προσπάθειες άμεσου ψηφιακού μάρκετινγκ.
- Αναλύει τις τάσεις της αγοράς και προσαρμόζει ανάλογα τις στρατηγικές μάρκετινγκ.
- Συνεργάζεται με τους πελάτες για να κατανοήσει τις ανάγκες και τις προτιμήσεις τους.

3. Διευθυντής Παραγωγής - Αρμοδιότητες:

- Διαχειρίζεται τις καθημερινές λειτουργίες της επιχείρησης.
- Επιβλέπει την παραγωγή, τη διαχείριση αποθεμάτων και τις λειτουργίες της αλυσίδας εφοδιασμού.
- Διαπραγματεύεται με προμηθευτές για να εξασφαλίσει τις καλύτερες τιμές και όρους.
- Βεβαιώνει ότι όλες οι λειτουργίες συμμορφώνονται με τα νομικά και περιβαλλοντικά πρότυπα.
- Εφαρμόζει βελτιώσεις απόδοσης σε όλες τις παραγωγικές διαδικασίες.

4. Εκπρόσωπος Εξυπηρέτησης Πελατών - Αρμοδιότητες:

- Χειρίζεται ερωτήματα και παράπονα πελατών.
- Παρέχει λεπτομερείς πληροφορίες προϊόντων και υπηρεσιών στους πελάτες.
- Διατηρεί υψηλού επιπέδου ικανοποίησης πελατών μέσω της άριστης εξυπηρέτησης.
- Τηρεί λεπτομερή αρχεία αλληλεπιδράσεων και συναλλαγών πελατών.
- Αναλύει τα σχόλια των πελατών και συντονίζεται με άλλες ομάδες για τη βελτίωση των προσφορών προϊόντων.

5. Υπεύθυνος Αειφορίας ή Κοινωνικών Επιπτώσεων - Αρμοδιότητες:

- Αναπτύσσει στρατηγικές για την ενσωμάτωση αειφορικές πρακτικών σε όλες τις πτυχές της επιχείρησης.
- Παρακολουθεί και αναφέρει τον κοινωνικό αντίκτυπο της επιχείρησης.

Project partners





- Συνεργάζεται με την ομάδα επιχειρήσεων για να διασφαλίσει ότι τα προϊόντα και οι διαδικασίες είναι φιλικά προς το περιβάλλον.
- Εκπαιδεύει τα μέλη της ομάδας σχετικά με τη βιωσιμότητα και την κοινωνική ευθύνη.
- Συνεργάζεται με κοινοτικούς οργανισμούς και πρωτοβουλίες για την ενίσχυση του κοινωνικού αντίκτυπου της εταιρείας.

6. Οικονομικός Διευθυντής - Αρμοδιότητες:

- Διαχειρίζεται τους οικονομικούς λογαριασμούς και τον προϋπολογισμό της εταιρείας.
- Προετοιμάζει οικονομικές καταστάσεις και εκθέσεις.
- Αναλύει οικονομικά δεδομένα και παρέχει πληροφορίες για τη μείωση του κόστους και τη βελτίωση των εσόδων.
- Διασφαλίζει τη συμμόρφωση με τους οικονομικούς κανονισμούς και πρότυπα.
- Βοηθά τον Διευθύνοντα Σύμβουλο στον οικονομικό σχεδιασμό και τη λήψη αποφάσεων.

Παραδείγματα Φύλλων Σεναρίων για Αρχικές Συνθήκες Επιχείρησης

Τα παρακάτω σενάρια μπορούν να χρησιμοποιηθούν ως παραδείγματα και να παρέχουν ένα φόντο για την επιχείρηση κάθε ομάδας, θέτοντας το υπόβαθρο για τις προκλήσεις και τις ευκαιρίες που θα συναντήσουν κατά τη διάρκεια της προσομοίωσης.

Σενάριο 1: Σειρά οικολογικών ρούχων

Project partners





- **Επιχειρηματικό υπόβαθρο:** Είστε η ομάδα διοίκησης μιας νεοφυούς επιχείρησης που επικεντρώνεται στην παραγωγή αειφορικών, φιλικών προς το περιβάλλον ενδυμάτων. Τα προϊόντα σας είναι κατασκευασμένα από οργανικό βαμβάκι και ανακυκλωμένα υλικά.

- **Τρέχουσα κατάσταση:** Η επιχείρηση λειτουργεί εδώ και ένα χρόνο και έχει κερδίσει κάποια τοπική δημοτικότητα. Ωστόσο, αγωνίζεστε να κλιμακώσετε την παραγωγή και να διατηρήσετε την κερδοφορία λόγω του υψηλού κόστους υλικών.

- **Προκλήσεις:**

Εύρεση οικονομικών, αειφορικών υλικών.

Διεύρυνση της εμβέλειας της αγοράς πέρα από την τοπική κοινότητα.

Διαφοροποίηση της εταιρείας σας σε μια αγορά στην οποία συνωστίζονται πολλές άλλες επιχειρήσεις.

Σενάριο 2: Κατάστημα συσκευών με ηλιακή ενέργεια

- **Επιχειρηματικό υπόβαθρο:** Η εταιρεία σας ειδικεύεται σε gadget που τροφοδοτούνται με ηλιακή ενέργεια, όπως φορτιστές, φώτα και μικρές οικιακές συσκευές. Στόχος σας είναι να προωθήσετε καθαρότερες, ανανεώσιμες λύσεις ενέργειας.

- **Τρέχουσα κατάσταση:** Οι πωλήσεις είναι σταθερές, αλλά ο ανταγωνισμός από μεγαλύτερους κατασκευαστές ηλεκτρονικών ειδών εντείνεται. Υπάρχει ανάγκη για καινοτομία για να παραμείνουμε σχετικοί και ελκυστικοί για τους οικολογικούς καταναλωτές.

- **Προκλήσεις:**

Καινοτόμα προϊόντα για να είστε μπροστά από τον ανταγωνισμό.

Εκπαίδευση των καταναλωτών σχετικά με τα οφέλη της ηλιακής ενέργειας.

Διαχείριση του κόστους με ταυτόχρονη προμήθεια ηλιακών εξαρτημάτων υψηλής ποιότητας.

Σενάριο 3: Συνδρομητική Υπηρεσία Βιολογικών Τροφίμων

Project partners





- **Επιχειρηματικό υπόβαθρο:** Διαχειρίζεστε μια συνδρομητική υπηρεσία βιολογικών τροφίμων που παραδίδει φρέσκα προϊόντα και άλλα βιολογικά προϊόντα απευθείας στις πόρτες των καταναλωτών.
- **Τρέχουσα κατάσταση:** Ενώ υπάρχει αυξανόμενο ενδιαφέρον για τα βιολογικά τρόφιμα, οι υλικοτεχνικές προκλήσεις στη διανομή τροφίμων και τη διατήρηση της φρεσκάδας των προϊόντων επηρεάζουν την ικανοποίηση των πελατών.

- **Προκλήσεις:**

Βελτίωση της υλικοτεχνικής υποστήριξης της παράδοσης τροφίμων για τη διασφάλιση της φρεσκάδας των προϊόντων.

Προμήθεια βιολογικών προϊόντων σε κλιμακούμενο επίπεδο.

Δημιουργία μιας επωνυμίας που θα έχει απήχηση στους καταναλωτές που προσέχουν την υγεία τους.

Σενάριο 4: Εταιρεία Επαναχρησιμοποιήσιμων Συσκευασιών

- **Επιχειρηματικό υπόβαθρο:** Η επιχείρησή σας παράγει επαναχρησιμοποιήσιμες λύσεις συσκευασίας με στόχο τη μείωση των πλαστικών απορριμμάτων. Τα προϊόντα σας περιλαμβάνουν επαναχρησιμοποιούμενες τσάντες αγορών, δοχεία και επαναγεμιζόμενους διανομείς υγρών.

- **Τρέχουσα κατάσταση:** Η επίγνωση της ρύπανσης από τα πλαστικά προκαλεί το ενδιαφέρον για τα προϊόντα σας, αλλά οι μεγαλύτεροι ανταγωνιστές με περισσότερους πόρους αποτελούν απειλή για την αύξηση του μεριδίου αγοράς σας.

- **Προκλήσεις:**

Ανταγωνισμός με μεγαλύτερες, πιο εδραιωμένες εταιρείες.

Ενθάρρυνση περισσότερων καταναλωτών να στραφούν σε επαναχρησιμοποιούμενες επιλογές.

Καινοτόμα σχέδια προϊόντων για την αύξηση της απήχησης στους καταναλωτές.

Σενάριο 5: Κοινωνική Επιχείρηση Καφέ

Project partners



- **Επιχειρηματικό υπόβαθρο:** Διαχειρίζεστε ένα καφέ που απασχολεί άστεγους, δίνοντάς τους την ευκαιρία να ξαναφτιάξουν τη ζωή τους. Το καφέ σεβίρει βιολογικό καφέ που στηρίζεται στο δίκαιο εμπόριο και τοπικά αρτοσκευάσματα.
- **Τρέχουσα κατάσταση:** Το καφέ έχει γίνει κόμβος της κοινότητας, αλλά το κόστος λειτουργίας είναι υψηλό και η χρηματοδότηση περιορισμένη. Πρέπει να βρείτε μια ισορροπία μεταξύ της κοινωνικής αποστολής και της οικονομικής βιωσιμότητας.

- **Προκλήσεις:**

Εξισορρόπηση της κοινωνικής αποστολής με την κερδοφορία.

Εξασφάλιση συνεχούς χρηματοδότησης ή χορηγιών.

Διεύρυνση της εμβέλειας και της επιρροής του καφέ στην κοινότητα.

5.3.2. Ασκήσεις Λήψης Αποφάσεων: Σενάρια πραγματικού κόσμου

Για κάθε συμφωνημένο σενάριο, οι μαθητές θα πρέπει να χωριστούν σε ομάδες, με κάθε μέλος να υιοθετεί διαφορετικό επιχειρηματικό ρόλο ή ρόλο κάποιου ενδιαφερόμενου μέρους. Θα πρέπει να χρησιμοποιούν γεγονότα, έρευνα και δημιουργική σκέψη για να υποστηρίξουν τις θέσεις τους και να εργαστούν προς μια ομαδική απόφαση. Κάθε ομάδα θα πρέπει στη συνέχεια να παρουσιάσει την απόφασή της και το σκεπτικό της στην τάξη, επισημαίνοντας πώς εξισορρόπησε διάφορους παράγοντες και τα πιθανά αποτελέσματα της διαδρομής που επέλεξε.

1. Δίλημμα αειφορικής μόδας

- **Κατάσταση:** Η εταιρεία αειφορικών ενδυμάτων σας υπερηφανεύεται για την ηθική προμήθεια πρώτων υλών. Ένας προμηθευτής προσφέρει σημαντική έκπτωση στο βιολογικό βαμβάκι, αλλά οι πρακτικές εργασίες του είναι αμφισβητήσιμες.

Project partners





- **Στόχος:** Οι μαθητές πρέπει να αξιολογήσουν τις συνέπειες οποιασδήποτε απόφασης: διατήρηση των ηθικών προτύπων ή μείωση του κόστους για ενίσχυση της κερδοφορίας. Θα πρέπει να αναλύσουν πώς κάθε επιλογή επηρεάζει τη φήμη της εταιρείας τους, την εμπιστοσύνη των πελατών και τη μακροπρόθεσμη βιωσιμότητα. Οι μαθητές θα πρέπει να συζητούν τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα σε ομάδες, λαμβάνοντας υπόψη παράγοντες όπως η ηθική ευθύνη, η οικονομική υγεία και η πιθανή αντίδραση των μέσων ενημέρωσης.

2. Επέκταση Ανανεώσιμων Πηγών Ενέργειας

- **Κατάσταση:** Είστε ιδιοκτήτης μιας εταιρείας εγκατάστασης ηλιακών πάνελ και έχετε την ευκαιρία να επεκταθείτε σημαντικά συνεργαζόμενοι με μια μεγαλύτερη εταιρεία γνωστή για τις πιο αμφίβολες περιβαλλοντικές πρακτικές της.

- **Στόχος:** Οι μαθητές θα πρέπει να αξιολογήσουν τις σχέσεις μεταξύ της ταχείας επιχειρηματικής ανάπτυξης και της διατήρησης των περιβαλλοντικών αξιών. Πρέπει να συζητήσουν πιθανές στρατηγικές για τον μετριασμό των αρνητικών επιπτώσεων εάν επιλέξουν να συνεργαστούν και να διερευνήσουν εναλλακτικές ευκαιρίες ανάπτυξης, εάν αποφασίσουν να μην το κάνουν. Οι μαθητές μπορούν να παίξουν σενάρια ρόλων διαπραγμάτευσης για να διερευνήσουν πώς θα μπορούσαν να επηρεάσουν τις πρακτικές της μεγαλύτερης εταιρείας.

3. Στρατηγική ανάπτυξης βιολογικού καφέ

- **Κατάσταση:** Σκέφτεστε μια δεύτερη τοποθεσία για το βιολογικό καφέ σας σε μια προνομαϊκή περιοχή που δεν διαθέτει κατάλληλες εγκαταστάσεις ανακύκλωσης και κομποστοποίησης.

- **Στόχος:** Οι μαθητές θα πρέπει να αναλύσουν την τοποθεσία σε σχέση με τις αειφορικές πρακτικές. Μπορούν να διερευνήσουν πιθανούς συμβιβασμούς, όπως η επένδυση σε φορητές λύσεις ή η διαπραγμάτευση με τον ιδιοκτήτη του ακινήτου για τις απαραίτητες τροποποιήσεις. Θα πρέπει να δημιουργήσουν μια λίστα κριτηρίων που πρέπει να πληροί η νέα τοποθεσία και να προτείνουν πώς θα μπορούσαν να προσαρμόσουν τις λειτουργίες τους για να ευθυγραμμιστούν με τους αειφορικούς στόχους τους.

Project partners





4. Πρόκληση συσκευασίας προϊόντων

- **Κατάσταση:** Ένας μεγάλος λιανοπωλητής ενδιαφέρεται για τα βιοδιασπώμενα καλαμάκια σας, αλλά απαιτεί μη βιοδιασπώμενες συσκευασίες για σκοπούς διανομής.
- **Στόχος:** Οι μαθητές πρέπει να συζητήσουν τις συνέπειες της αλλαγής της συσκευασίας του προϊόντος τους. Θα πρέπει να ερευνήσουν και να προτείνουν εναλλακτικά υλικά συσκευασίας που θα μπορούσαν να ικανοποιήσουν τις απαιτήσεις του πελάτη χωρίς να διακυβεύονται τα περιβαλλοντικά οφέλη του προϊόντος. Επιπλέον, μπορούν να αναπτύξουν ένα βήμα για να πείσουν τον πελάτη για τα πλεονεκτήματα της χρήσης βιοδιασπώμενων συσκευασιών

5. Χρηματοδότηση Δίκαιου Εμπορίου

- **Κατάσταση:** Ένας επενδυτής ενδιαφέρεται για την επιχείρησή σας για τον καφέ που βασίζεται σε πρακτικές δίκαιου εμπορίου, αλλά απαιτεί να αποκόψει τους παραγωγούς μικρής κλίμακας που δεν είναι επίσημα πιστοποιημένοι για το δίκαιο εμπόριο.
- **Στόχος:** Οι μαθητές πρέπει να εξετάσουν τις ηθικές και επιχειρηματικές επιπτώσεις του αποκλεισμού μη πιστοποιημένων καλλιεργητών. Θα πρέπει να αξιολογήσουν τη σημασία της πιστοποίησης σε σχέση με τον αντίκτυπο στους μικρούς καλλιεργητές και να διερευνήσουν τρόπους για να συμπεριλάβουν αυτούς τους καλλιεργητές στο κίνημα δίκαιου εμπορίου. Οι ασκήσεις παιχνιδιού ρόλων μπορούν να βοηθήσουν τους μαθητές να διαπραγματευτούν με πιθανούς επενδυτές για να βρουν έναν συμβιβασμό.

6. Κίνδυνοι Έργου Οικοτουρισμού

- **Κατάσταση:** Έχετε την ευκαιρία να αναπτύξετε ένα θέρετρο οικοτουρισμού που θα μπορούσε να επηρεάσει την τοπική άγρια ζωή.
- **Στόχος:** Οι μαθητές πρέπει να αξιολογήσουν τις περιβαλλοντικές, οικονομικές και κοινωνικές επιπτώσεις. Πρέπει να εξετάσουν πώς να ελαχιστοποιήσουν την περιβαλλοντική ζημιά μεγιστοποιώντας παράλληλα τα οικονομικά οφέλη. Θα πρέπει να αναπτύξουν μια εκτίμηση περιβαλλοντικών επιπτώσεων και να προτείνουν πρακτικές αειφόρου τουρισμού που προστατεύουν την τοπική άγρια ζωή. Οι

Project partners





συζητήσεις θα πρέπει να περιλαμβάνουν τον τρόπο συνεργασίας με την τοπική κοινότητα και την ενσωμάτωση των αναγκών και των προτιμήσεών της στον σχεδιασμό του έργου.

5.4. Ανάλυση Κοινωνικών και Περιβαλλοντικών Επιπτώσεων

Όπως είδαμε στην τελευταία ενότητα, υπάρχουν πολλοί κίνδυνοι και πράγματα που πρέπει να σκεφτείτε όταν διευθύνετε μια επιχείρηση. Μερικά από αυτά είναι εύκολο να τα δούμε να έρχονται, ενώ άλλα είναι πιο δύσκολο να προβλεφθούν.

Η αξιολόγηση και η υποβολή εκθέσεων σχετικά με τον κοινωνικό και περιβαλλοντικό αντίκτυπο μιας επιχείρησης είναι ζωτικής σημασίας για την κατανόηση του τρόπου με τον οποίο οι λειτουργίες μιας εταιρείας επηρεάζουν τον κόσμο γύρω της και για την ευθυγράμμιση με την αυξανόμενη ζήτηση για εταιρική ευθύνη. Αυτή η διαδικασία περιλαμβάνει μια λεπτομερή ανάλυση τόσο των θετικών όσο και των αρνητικών αποτελεσμάτων των δραστηριοτήτων μιας επιχείρησης στις κοινότητες και στο περιβάλλον. Οι δάσκαλοι μπορούν να καθοδηγήσουν τους μαθητές σε αυτήν την έρευνα βοηθώντας τους να δημιουργήσουν συστήματα για την παρακολούθηση διαφόρων πτυχών των προσομοιωμένων επιχειρήσεων τους. Αυτό θα μπορούσε να περιλαμβάνει την παρακολούθηση της χρήσης πόρων, όπως το νερό και την ενέργεια, την αξιολόγηση της παραγωγής αποβλήτων και την αξιολόγηση των κοινωνικών επιπτώσεων των επιχειρηματικών πρακτικών τους, όπως η συμμετοχή της κοινότητας και οι ευκαιρίες απασχόλησης.

Για να γίνει αυτή η ανάλυση πιο απτή για τους μαθητές, μπορούμε να τους ενθαρρύνουμε να δημιουργήσουν αναφορές αειφορίας ή εκθέσεις κοινωνικών επιπτώσεων ως μέρος των παραδοτέων του έργου τους. Αυτές οι αναφορές θα πρέπει να επισημαίνουν τις μεθοδολογίες που χρησιμοποιούνται για τη συλλογή δεδομένων, να παρουσιάζουν τα δεδομένα σε κατανοητή μορφή και να ερμηνεύουν τι σημαίνουν τα δεδομένα όσον αφορά τον αντίκτυπο της επιχείρησης. Οι μαθητές θα πρέπει επίσης να εξετάσουν τις μακροπρόθεσμες επιπτώσεις των επιχειρηματικών τους αποφάσεων και να προτείνουν

Project partners





στρατηγικές για τον μετριασμό των αρνητικών επιπτώσεων ενισχύοντας παράλληλα τα θετικά αποτελέσματα.

Για παράδειγμα, εάν η εικονική επιχείρηση ενός μαθητή περιλαμβάνει την παραγωγή ρούχων, μπορεί να διερευνήσει την πηγή των υλικών του, τις πρακτικές εργασίας στις εγκαταστάσεις παραγωγής και την αποτελεσματικότητα των μεθόδων αποστολής όσον αφορά το αποτύπωμα άνθρακα. Θα συγκέντρωναν δεδομένα για αυτά τα στοιχεία, χρησιμοποιώντας έρευνες, ή υποθετικά σύνολα δεδομένων, και στη συνέχεια θα κατέγραφαν τα ευρήματά τους σε μια αναφορά. Αυτή η αναφορά δεν θα αξιολογεί μόνο τις τρέχουσες πρακτικές αλλά θα προτείνει επίσης βελτιώσεις, όπως η μετάβαση σε βιώσιμα υφάσματα ή η εφαρμογή πρακτικών εργασιών δίκαιου εμπορίου.

Η ενσωμάτωση τεχνικών και πρακτικών στη μάθηση των μαθητών σχετικά με την αξιολόγηση και την αναφορά των κοινωνικών και περιβαλλοντικών επιπτώσεων των επιχειρήσεων μπορεί να τους προσφέρει απτές δεξιότητες και γνώσεις. Ακολουθούν ορισμένες σχετικές τεχνικές και πρακτικές που μπορούν να εφαρμόσουν οι μαθητές:

1. Υπολογισμοί αποτυπώματος άνθρακα: Διδάξτε τους μαθητές πώς να υπολογίζουν το αποτύπωμα άνθρακα μιας επιχείρησης, η οποία περιλαμβάνει τον ποσοτικό προσδιορισμό των συνολικών εκπομπών αερίων θερμοκηπίου που προκαλούνται άμεσα και έμμεσα από μια επιχείρηση. Οι μαθητές μπορούν να χρησιμοποιήσουν ηλεκτρονικές αριθμομηχανές ή τύπους που λαμβάνουν υπόψη την κατανάλωση ενέργειας, τις μεθόδους μεταφοράς και τις διαδικασίες παραγωγής υλικών που σχετίζονται με την εικονική τους επιχείρηση. Αυτή η πρακτική δεξιότητα τους βοηθά να κατανοήσουν τον περιβαλλοντικό φόρτο διαφορετικών επιχειρηματικών δραστηριοτήτων και να διερευνήσουν τρόπους μείωσης των εκπομπών.

Ερωτήσεις που πρέπει να απαντήσουν οι μαθητές:

- Πόση ηλεκτρική ενέργεια καταναλώνει η επιχείρησή σας το μήνα (σε kWh);
- Τι είδους πηγές ενέργειας χρησιμοποιούνται στις δραστηριότητές σας (ανανεώσιμες ή μη);

Project partners





- Πόσα χιλιόμετρα ταξιδιού με όχημα συνεπάγονται οι δραστηριότητες της επιχείρησής σας κάθε μήνα;
- Τι τύποι οχημάτων χρησιμοποιούνται για επιχειρηματικές δραστηριότητες (π.χ. βενζίνη, ντίζελ, ηλεκτρικό);
- Υπολογίστε την ποσότητα των απορριμμάτων που παράγονται από την επιχείρησή σας κάθε μήνα.

2. Αξιολόγηση Κύκλου Ζωής (Lice Cycle Assessment ή LCA): Εισάγετε τους μαθητές στην Αξιολόγηση Κύκλου Ζωής, μια τεχνική που χρησιμοποιείται για την αξιολόγηση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων που σχετίζονται με όλα τα στάδια της ζωής ενός προϊόντος από την εξόρυξη πρώτων υλών μέσω της επεξεργασίας, κατασκευής, διανομής, χρήσης, επισκευής και συντήρησης υλικών μέχρι και την απόρριψη ή ανακύκλωση. Οι μαθητές μπορούν να πραγματοποιήσουν μια απλοποιημένη LCA για ένα προϊόν ή μια υπηρεσία στην προσομοιωμένη επιχείρησή τους, για να εντοπίσουν τα βασικά σημεία περιβαλλοντικών επιπτώσεων και τις ευκαιρίες για βελτίωση.

Ερωτήσεις που πρέπει να απαντήσουν οι μαθητές:

- Ποιες πρώτες ύλες χρησιμοποιούνται στο προϊόν/υπηρεσία σας;
- Από πού προέρχονται αυτά τα υλικά;
- Ποια είναι η διαδικασία κατασκευής του προϊόντος ή παροχής της υπηρεσίας σας;
- Πώς συσκευάζεται και διανέμεται το προϊόν σας;
- Ποια είναι η αναμενόμενη διάρκεια ζωής του προϊόντος ή της υπηρεσίας σας;
- Πώς απορρίπτεται το προϊόν ή πώς τερματίζεται η υπηρεσία;

3. Έλεγχος αειφορίας: Καθοδηγήστε τους μαθητές στη διαδικασία διεξαγωγής ελέγχου αειφορίας για την εικονική τους επιχείρηση. Αυτό περιλαμβάνει την επανεξέταση των επιχειρηματικών πρακτικών για

Project partners



να διασφαλιστεί ότι πληρούν ορισμένα κριτήρια αειφορίας, όπως η ενεργειακή απόδοση, η μείωση των απορριμμάτων και οι ηθικές πρακτικές της εφοδιαστικής αλυσίδας. Οι μαθητές μπορούν να δημιουργήσουν λίστες ελέγχου βάσει αειφόρων επιχειρηματικών προτύπων και να αξιολογήσουν τις επιχειρηματικές πρακτικές τους με βάση αυτά τα κριτήρια.

Ερωτήσεις που πρέπει να απαντήσουν οι μαθητές:

- Η επιχείρησή σας έχει πολιτική ενεργειακής απόδοσης;
- Πόσο συχνά εξετάζετε τους προμηθευτές σας για αειφορικές πρακτικές;
- Η επιχείρησή σας έχει πρόγραμμα ανακύκλωσης;
- Υπάρχουν συνεχιζόμενες πρωτοβουλίες για τη μείωση της χρήσης νερού;
- Εκπαιδεύονται οι εργαζόμενοι σε αειφορικές πρακτικές;

4. Ανάλυση κοινωνικού αντίκτυπου: Ενθαρρύνετε τους μαθητές να αναλύσουν τον κοινωνικό αντίκτυπο της επιχείρησής τους λαμβάνοντας υπόψη παράγοντες όπως η δημιουργία θέσεων εργασίας, η συμμετοχή της κοινότητας και οι συνεισφορές στις τοπικές οικονομίες. Μπορούν να διεξάγουν έρευνες ή υποθετικές συνεντεύξεις με «ενδιαφερόμενα μέρη» για τη συλλογή δεδομένων σχετικά με την ικανοποίηση των εργαζομένων, τα κοινοτικά οφέλη και τυχόν πιθανά κοινωνικά ζητήματα, όπως παραβιάσεις των εργασιακών δικαιωμάτων.

Ερωτήσεις που πρέπει να απαντήσουν οι μαθητές:

- Πόσες θέσεις εργασίας έχει δημιουργήσει η επιχείρησή σας;
- Τι ποσοστό του εργατικού δυναμικού σας προέρχεται από την τοπική κοινωνία;
- Η επιχείρησή σας διαθέτει προγράμματα προβολής της κοινότητας;
- Πώς διασφαλίζετε δίκαιες εργασιακές πρακτικές στις δραστηριότητές σας;
- Υπήρξαν παράπονα για κοινωνικά θέματα στην επιχείρησή σας;

Project partners



5. Πρακτικές Αειφορικών Προμηθειών: Διδάξτε τους μαθητές σχετικά με τις αειφορικές προμήθειες, οι οποίες περιλαμβάνουν την επιλογή προϊόντων και υπηρεσιών που παράγονται και παρέχονται με αειφορικό τρόπο. Αυτό περιλαμβάνει ζητήματα όπως η ηθική προμήθεια, η αγορά τοπικών αγαθών και η επιλογή προμηθευτών με ισχυρά περιβαλλοντικά και κοινωνικά κριτήρια. Οι μαθητές μπορούν να αναπτύξουν πολιτικές προμηθειών για τις προσομοιωμένες επιχειρήσεις τους που δίνουν προτεραιότητα στην αειφορία.

Ερωτήσεις που πρέπει να απαντήσουν οι μαθητές:

- Δίνετε προτεραιότητα στους τοπικούς προμηθευτές όταν λαμβάνετε αποφάσεις αγοράς;
- Τα προϊόντα/υπηρεσίες που αγοράζετε παράγονται με αειφορικό τρόπο;
- Αξιολογείτε τις περιβαλλοντικές και κοινωνικές πρακτικές των προμηθευτών σας;
- Πόσο συχνά αναθεωρείτε τις πολιτικές προμηθειών σας;
- Διαθέτετε κριτήρια για την επιλογή αειφορικών προϊόντων;

6. Δραστηριότητες συμμετοχής των ενδιαφερομένων μερών: Δείξτε στους μαθητές πώς να αλληλοεπιδρούν με τα ενδιαφερόμενα μέρη — οποιονδήποτε επηρεάζεται από την επιχείρηση, συμπεριλαμβανομένων των πελατών, των εργαζομένων, των προμηθευτών και των μελών της κοινότητας. Οι μαθητές μπορούν να σχεδιάσουν και να προσομοιώσουν συναντήσεις ενδιαφερομένων μερών ή ένα φόρουμ όπου παρουσιάζουν τον επιχειρηματικό αντίκτυπό τους και συλλέγουν σχόλια για να βελτιώσουν τις πρακτικές τους.

Ερωτήσεις που πρέπει να απαντήσουν οι μαθητές:

- Ποιοι είναι τα βασικά ενδιαφερόμενα μέρη της επιχείρησής σας;

Project partners





- Πόσο συχνά ασχολείστε με τα ενδιαφερόμενα μέρη σας;
- Ποιες μεθόδους χρησιμοποιείτε για να συμμετέχουν τα ενδιαφερόμενα μέρη (έρευνες, συναντήσεις, φόρουμ);
- Έχετε λάβει σχόλια από ενδιαφερόμενα μέρη για περιβαλλοντικά ή κοινωνικά ζητήματα;
- Πώς ανταποκρίνεται η επιχείρησή σας στα σχόλια των ενδιαφερομένων μερών;

7. Ανάπτυξη Αναφορών Αειφορίας: Καθοδηγήστε τους μαθητές στη διαδικασία σύνταξης αναφορών αειφορίας, οι οποίες τεκμηριώνουν και περιγράφουν λεπτομερώς τις περιβαλλοντικές και κοινωνικές επιπτώσεις των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων τους για μια συγκεκριμένη περίοδο. Αυτή η αναφορά θα πρέπει να περιλαμβάνει δεδομένα που συλλέγονται από τις παραπάνω δραστηριότητες, τα οποία αναλύονται και παρουσιάζονται με σαφή, επαγγελματικό τρόπο. Διδάξτε τους να θέτουν στόχους για βελτίωση με βάση τα ευρήματά τους, δημιουργώντας ένα σχέδιο δράσης που περιγράφει συγκεκριμένα βήματα για τη βελτίωση της αειφορίας της επιχείρησής τους.

Ερωτήσεις που πρέπει να απαντήσουν οι μαθητές:

- Ποιους βασικούς δείκτες απόδοσης (KPI) παρακολουθείτε για την αειφορία;
- Πόσο συχνά σκοπεύετε να δημοσιεύετε αναφορές αειφορίας;
- Ποιος είναι υπεύθυνος για τη συλλογή και την ανάλυση δεδομένων αειφορίας;
- Ποιους στόχους θα θέσετε για την επόμενη περίοδο αναφοράς με βάση τις προηγούμενες επιδόσεις;
- Πώς θα κοινοποιήσετε τα επιτεύγματά σας για την αειφορία στους ενδιαφερόμενους;

Project partners



5.3. Διοργάνωση εκδήλωσης προώθησης

Η διοργάνωση μιας εκδήλωσης προώθησης είναι ένας εξαιρετικός τρόπος για τους μαθητές να βιώσουν την πραγματική διαδικασία αναζήτησης χρηματοδότησης και υποστήριξης για τα επιχειρηματικά τους εγχειρήματα. Παρουσιάζοντας τις επιχειρηματικές τους ιδέες σε γονείς, μέλη της τοπικής κοινότητας και ενδιαφερόμενους φορείς, οι μαθητές όχι μόνο αποκτούν πολύτιμη εμπειρία δημόσιας ομιλίας, αλλά λαμβάνουν επίσης άμεση ανατροφοδότηση και δυνητικά ασφαλείς συμβολικές οικονομικές συνεισφορές για να προχωρήσουν τα έργα τους.

Παρακάτω θα βρείτε σαφείς οδηγίες για το πώς να οργανώσετε μια εκδήλωση προώθησης, ακολουθούμενες από ένα χρήσιμο πρότυπο.

1. Σχεδιασμός εκδήλωσης:

- **Επιλέξτε τοποθεσία:** Φιλοξενήστε την εκδήλωση σε ένα οικείο σχολικό περιβάλλον, όπως το αμφιθέατρο – αίθουσα εκδηλώσεων, βιβλιοθήκη ή μια μεγάλη τάξη που μπορεί να φιλοξενήσει άνετα το κοινό σας. Φροντίστε ο χώρος να έχει καλή ακουστική και αρκετά καθίσματα.
- **Προγραμματισμός της εκδήλωσης:** Επιλέξτε μια ημερομηνία που δεν έρχεται σε αντίθεση με άλλες σχολικές εκδηλώσεις ή εξετάσεις. Σκεφτείτε μια ώρα που επιτρέπει τη μέγιστη συμμετοχή από την κοινότητα, ίσως αργά το απόγευμα ή νωρίς το βράδυ.

2. Προετοιμασία για μαθητές:

- **Επιχειρηματική ανάπτυξη:** Εφόσον οι μαθητές έχουν ήδη αναπτύξει τις επιχειρηματικές τους ιδέες και έχουν ερευνήσει κρίσιμα στοιχεία όπως ανάλυση αγοράς, δημογραφικά στοιχεία στόχων και οικονομικά σχέδια, βεβαιωθείτε ότι ενσωματώνουν αυτές τις πληροφορίες αποτελεσματικά στις παρουσιάσεις τους.
- **Πρότυπο παρουσίασης:** Παρέχετε στους μαθητές ένα δομημένο πρότυπο παρουσίασης. Μπορεί να θέλετε να χρησιμοποιήσετε το πρότυπο που προτείνεται παρακάτω. Αυτό το πρότυπο μπορεί να τους καθοδηγήσει σχετικά με το πώς να οργανώσουν την παρουσίασή τους λογικά και πειστικά, συμπεριλαμβανομένων ενοτήτων για την παρουσίαση της επιχείρησής τους, την εξήγηση του

Project partners





προβλήματος και της λύσης, την προβολή των δυνατοτήτων της αγοράς και τις λεπτομέρειες του επιχειρηματικού τους μοντέλου.

- **Πρόβα:** Ενθαρρύνετε τους μαθητές να κάνουν πρόβα των παρουσιάσεων τους μπροστά σε συμμαθητές ή δασκάλους για να αποκτήσουν αυτοπεποίθηση και να λάβουν αρχική ανατροφοδότηση. Αυτή η πρακτική θα τους βοηθήσει να βελτιωθούν και να προβλέπουν ερωτήσεις.

3. Κατά τη διάρκεια της εκδήλωσης:

- **Παρουσιάσεις:** Διαθέστε ένα συγκεκριμένο χρονικό διάστημα για κάθε βήμα, συνήθως 5-7 λεπτά, ακολουθούμενο από μια περίοδο ερωτήσεων και απαντήσεων 2-3 λεπτών με το κοινό. Αυτή η δομή διατηρεί την ομαλή εξέλιξη της εκδήλωσης και επιτρέπει σε κάθε μαθητή ή ομάδα αρκετό χρόνο για να παρουσιάσει τις ιδέες του χωρίς να βιάζεται.

- **Τεχνολογία:** Βεβαιωθείτε ότι όλος ο απαραίτητος τεχνολογικός εξοπλισμός, όπως προβολείς, μικρόφωνα και ηχεία, λειτουργεί σωστά πριν από την έναρξη της εκδήλωσης. Έχετε ένα εφεδρικό σχέδιο σε περίπτωση τεχνικών ζητημάτων.

4. Ενθάρρυνση της υποστήριξης από την κοινότητα:

- **Συμβολικές οικονομικές συνεισφορές:** Κατά τη διάρκεια της εκδήλωσης, δώστε έμφαση στην ευκαιρία για τα μέλη του κοινού να κάνουν συμβολικές οικονομικές συνεισφορές για την υποστήριξη των επιχειρηματικών σχεδίων των μαθητών. Αυτές οι συνεισφορές, αν και μικρές, μπορούν να προσφέρουν πρακτική βοήθεια και κίνητρα στους μαθητές, δείχνοντας απτή πίστη στις ιδέες και τις προσπάθειές τους.

- **Μηχανισμός Συνεισφορών:** Δημιουργία ενός απλού και διαφανούς συστήματος για τη συλλογή συνεισφορών. Αυτό θα μπορούσε να είναι μια καθορισμένη περιοχή στο χώρο με ένα ασφαλές κουτί συλλογής χρημάτων όπου τα μέλη του κοινού μπορούν να αφήσουν τις συνεισφορές τους.

- **Αναγνώριση συνεισφορών:** Βεβαιωθείτε ότι όλοι οι συνεισφέροντες αναγνωρίζονται κατά τη διάρκεια της εκδήλωσης, ίσως με ένα ευχαριστήριο σημείωμα ή μια αναφορά πριν το τέλος της εκδήλωσης. Σκεφτείτε επίσης να στείλετε εξατομικευμένα ευχαριστήρια μηνύματα μετά την εκδήλωση ή να

Project partners





δημιουργήσετε έναν «Πίνακα Υποστηρικτών» που θα εμφανίζεται στο σχολείο για να αναγνωρίζετε συνεχώς την υποστήριξή τους.

5. Αλληλεπίδραση με το κοινό:

- **Φόρμες σχολίων:** Παρέχετε φόρμες σχολίων στο κοινό που θα συμπληρώνει μετά από κάθε παρουσίαση. Αυτές οι φόρμες μπορεί να περιλαμβάνουν ερωτήσεις σχετικά με τη σαφήνεια της παρουσίας, τη βιωσιμότητα της επιχειρηματικής ιδέας και το πόσο συναρπαστική ήταν η παρουσίαση. Αυτή η ανατροφοδότηση είναι ανεκτίμητη και βοηθά τους μαθητές να κατανοήσουν τον αντίκτυπο της παρουσιάσής τους και τους τομείς προς βελτίωση.
- **Διάδραση:** Δώστε χρόνο για δικτύωση μετά την ολοκλήρωση όλων των παρουσιάσεων. Αυτή η διάδραση μπορεί να βοηθήσει τους μαθητές να αλληλοεπιδράσουν έναν προς έναν με τα μέλη του κοινού, να συζητήσουν τις ιδέες τους με περισσότερες λεπτομέρειες και ενδεχομένως να αποκτήσουν υποστηρικτές ή μέντορες.

6. Δραστηριότητες μετά την εκδήλωση:

- **Αξιολόγηση ανατροφοδότησης:** Ενθαρρύνετε τους μαθητές να επανεξετάσουν τα σχόλια που συλλέγονται για να εντοπίσουν τα δυνατά σημεία και τους τομείς προς βελτίωση. Αυτός ο προβληματισμός είναι ζωτικής σημασίας για τη συνεχή μάθηση και ανάπτυξη τους στην επιχειρηματικότητα.
- **Πιστοποιητικό Συμμετοχής:** Παροχή πιστοποιητικών σε όλους τους συμμετέχοντες για να αναγνωρίσετε την προσπάθειά τους και να ενθαρρύνετε το επιχειρηματικό τους πνεύμα.

Project partners





Πρότυπο Παρουσίασης Ιδέας

 Σχετικά Το όνομα της ομάδας μας: Όνομα έργου/εταιρείας: Σλόγκαν:	Πρόβλημα	Λύση	
	Προϊόν/υπηρεσία	Ανάλυση αγοράς	
	Δράση	Γιατί εμάς;	Επένδυση
	<p>Green & Social StartUps Erasmus+ Project (Nr. 2022-1-PL01-KA220-SCH-000087194)</p>  Co-funded by the European Union		

Project partners



The Green & Social StartUps Erasmus+ Project (Nr. 2022-1-PL01-KA220-SCH-000087194) is co-funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.





Σχετικά

Το όνομα της ομάδας μας:

Όνομα έργου/εταιρείας:

Ελόγκαν:

Συνοψίστε την ιδέα/το έργο σας σε μια συναρπαστική πρόταση

Δράση

Τελειώστε με ένα σαφές κάλεσμα για δράση ή αυτό που θέλετε από το κοινό.

Πρόβλημα

Περιγραφή προβλήματος:
Περιγράψτε το πρόβλημα που αντιμετωπίζετε.

Συνάφεια:
Εξηγήστε γιατί είναι σημαντικό αυτό το πρόβλημα και για ποιον.

Λύση

Η λύση σας:
Περιγράψτε πώς η ιδέα/το έργο σας λύνει το πρόβλημα.

Προϊόν/υπηρεσία

Σύντομη περιγραφή:
Παρουσιάστε το προϊόν/την υπηρεσία και τα χαρακτηριστικά του.

Ανάλυση αγοράς

Κοινό-στόχος:
Καθορίστε ποιος θα ωφεληθεί από τη λύση σας.

Μέγεθος αγοράς:
Παρέχετε μια επισκόπηση του μεγέθους της αγοράς ή του κοινού και των δυνατοτήτων ανάπτυξης.

Γιατί εμάς;

Ξεχωριστή πρόταση αξίας:
Επισημάνετε τι κάνει τη λύση σας μοναδική και καλύτερη από τις υπάρχουσες λύσεις.

Επένδυση

Τι χρειάζεστε:
Προσδιορίστε τι θα χρειαστείτε (χρηματοδότηση, υποστήριξη, συνεργασία κ.λπ.).

Green & Social Start-ups Erasmus+ Project (Nr. 2022-1-PL01-KA220-SCH-000087194)



Co-funded by
the European Union

Project partners



The Green & Social StartUps Erasmus+ Project (Nr. 2022-1-PL01-KA220-SCH-000087194) is co-funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.



5.4. Δίνοντας ζωή στις εικονικές επιχειρήσεις

Έχοντας υλοποιήσει όλες τις παραπάνω δραστηριότητες, η στιγμή της μεταφοράς των εικονικών επιχειρήσεων στην πραγματική ζωή προσφέρει μια συναρπαστική φάση όπου οι μαθητές μπορούν να δοκιμάσουν τις επιχειρηματικές τους δεξιότητες και τις επιχειρηματικές τους ιδέες σε ένα ρεαλιστικό περιβάλλον. Για να διευκολυνθεί αυτή η μετάβαση, εξετάστε το ενδεχόμενο να οργανώσετε εκθέσεις και τοπικές αγορές όπου οι μαθητές μπορούν να εκθέσουν και να πουλήσουν τα προϊόντα τους ή να προσφέρουν τις υπηρεσίες τους για χαμηλό αντίτιμο. Αυτή η προσέγγιση όχι μόνο παρέχει πρακτική επιχειρηματική εμπειρία, αλλά επιτρέπει επίσης στους μαθητές να εμπλακούν άμεσα με την κοινότητα, λαμβάνοντας από πρώτο χέρι σχόλια για τα προϊόντα τους.

Οι μαθητές θα πρέπει να ενθαρρύνονται να δημιουργούν μια ποικιλία αγαθών που μπορούν να παραχθούν σε σχολικό επίπεδο, όπως χειροτεχνήματα, ανακυκλωμένα προϊόντα ή ψηφιακές υπηρεσίες. Οι υπηρεσίες θα μπορούσαν να περιλαμβάνουν διδασκαλία, καλλιτεχνικές παραστάσεις ή ψηφιακό σχεδιασμό. Στήνοντας περίπτερα σε σχολικές εκθέσεις ή τοπικά κοινοτικά κέντρα, οι μαθητές μπορούν να αλληλοεπιδράσουν με πραγματικούς πελάτες, εξασκώντας δεξιότητες πωλήσεων και εξυπηρέτησης πελατών που είναι ζωτικής σημασίας για κάθε επιχειρηματία.

Επιπλέον, η διοργάνωση ημερίδων ενημέρωσης μπορεί να βοηθήσει στην προώθηση των υπηρεσιών που αναπτύσσουν οι μαθητές. Κατά τη διάρκεια αυτών των συνεδριών, οι μαθητές μπορούν να παρουσιάσουν τα επιχειρηματικά τους μοντέλα, να συζητήσουν τα κοινωνικά ή περιβαλλοντικά οφέλη των υπηρεσιών τους και να συνεργαστούν με τους συμμετέχοντες μέσω παρουσιάσεων και ζωντανών επιδείξεων.

Για να ενισχυθεί ο εκπαιδευτικός και κοινωνικός αντίκτυπος αυτών των δραστηριοτήτων, τα κέρδη που συγκεντρώθηκαν από αυτές τις εκδηλώσεις θα μπορούσαν να δωριστούν σε τοπικές φιλανθρωπικές οργανώσεις ή να χρησιμοποιηθούν για τη χρηματοδότηση κοινοτικών έργων. Αυτό όχι μόνο διδάσκει στους μαθητές τη σημασία της κοινωνικής ευθύνης, αλλά δείχνει επίσης πώς οι επιχειρήσεις μπορούν να συμβάλουν θετικά στην κοινωνική ευημερία.

Project partners





Με την εφαρμογή αυτών των δραστηριοτήτων, οι μαθητές μπορούν να δουν τα απτά αποτελέσματα της σκληρής δουλειάς και της δημιουργικότητάς τους, αποκτώντας αυτοπεποίθηση και πραγματική εμπειρία στη λειτουργία μιας επιχείρησης. Αυτή η διαδικασία βιωματικής μάθησης είναι ανεκτίμητη, καθώς όχι μόνο ενισχύει την κατανόηση της επιχειρηματικής δυναμικής, αλλά επίσης ενσταλάζει την αίσθηση του επιτεύγματος και τη συμμετοχή της κοινότητας.

Project partners



The Green & Social StartUps Erasmus+ Project (Nr. 2022-1-PL01-KA220-SCH-000087194) is co-funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.



Αναφορές

- Abu-Saifan, A. (2012). Social entrepreneurship: Definition and boundaries. *Technology Innovation Management Review*, 22-27.
- Anderson, A. (1998). Cultivating the Garden of Eden: Environmental entrepreneurs.
- Austin, J., Stevenson, H., & Wei-Skillern, J. (2006). Social and commercial entrepreneurship: Same, different, or both? *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(1), 1-22.
- Bacq, S., & Janssen, F. (2011). The multiple faces of social entrepreneurship: A review of definitional issues based on geographical and thematic criteria. *Entrepreneurship & Regional Development*, 373-403.
- Ball, C., & Kittler, M. (2019). Removing environmental market failure through support mechanisms: Insights from green start-ups in the British, French, and German energy sectors. *Small Business Economics*, 52(4), 831-844.
- Bloom, B. (1956). *Taxonomy of educational objectives: Book I: Cognitive domain*. New York: David McKay.
- Bringle, R. G., & Hatcher, J. A. (1995). A service-learning curriculum for faculty. *Michigan Journal of Community Service-Learning*, 112-122.
- Caffrey, E., Brady, L., Flynn, S., Higgins, J., McKenna, E. M., Newman, J., & Nolan, P. (2020). FoodCloud: Stimulating kindness towards making the world a fairer place – One step at a time. *International Review of Entrepreneurship*, 18(2), 279-306. (Teaching Note on pp. 307-336).
- Dana, L.-P., & Vorobeva, E. (2021). Understanding the term “minority entrepreneurship”. In T. M. Cooney (Ed.), *The Palgrave handbook of minority entrepreneurship* (pp. 15-32). Palgrave Macmillan.

Project partners





Demirel, P., Li, Q. C., Rentocchini, F., & Tamvada, J. P. (2019). Born to be green: New insights into the economics and management of green entrepreneurship. *Small Business Economics*, 52(4), 759-771.

Donovan, C. (2021). 5 financial challenges faced by entrepreneurs. *Financial Planning*.

Durak, H. (2021). A research to determine the problems faced by disabled individuals in their entrepreneurial activities (Unpublished master's thesis). Sakarya University Graduate School of Business Administration, Sakarya.

education.ufl.edu. (n.d.). *Teaching students to solve social problems*. Retrieved from <https://education.ufl.edu/behavior-management-resource-guide/2015/01/16/teaching-students-to-solve-social-problems/>

Elia, G., Margherita, A., & Passiante, G. (2020). Digital entrepreneurship ecosystem: How digital technologies and collective intelligence are reshaping the entrepreneurial process. *Technological Forecasting and Social Change*, 150, 119791.

Eroğlu, N., & Dündar, Ş. (2021). *Secondary education entrepreneurship textbook*. Ministry of National Education Publications, Textbook Series.

Fasci, M. A., & Valdez, J. (1998). A performance contrast of male- and female-owned small accounting practices. *Journal of Small Business Management*, 36(3), 1-7.

Friedman, J. (1974; n.e. 2000). *Utopies réalisables*. Edition de l'éclat.

Gadson, S. P. (2024, June 4). The power of role-play: Simulations in corporate training with Engageli. Retrieved from <https://www.engageli.com/blog/engaging-role-play-in-corporate-training-with-engageli>

Project partners





Güneş, E., & Şekerdil, R. (2021). An analysis of the status and progress of women entrepreneurs and managers in their entrepreneurial careers in Turkey. *Journal of Entrepreneurship and Development*, 16(1), 15-30.

Güven, O. (2022). Research of financial economic and social studies. *Journal of Finance Economics and Social Research*, 7(2).

IFC. (2016). *Climate investment opportunities in emerging markets*. International Finance Committee.

Kiran, F., & Bozkurt Çetinkaya, Ö. (2020). The relationship between financial literacy, risk-taking tendency, and tolerance to uncertainty: A research on Western Mediterranean entrepreneurs. *Eskişehir Osmangazi University Faculty of Economics and Administrative Sciences Journal*, 15(3), 1203-1222.

Labrianidis, L., Ferrao, J., Herdzina, K., Kalantaridis, C., Piasecki, B., & Smallbone, D. (2003). *The future of Europe's rural periphery*. Final report to the European Commission, 5th Framework Programme for Research, Technology, and Development Activities.

Mair, J., & Marti, I. (2004). Social entrepreneurship: What are we talking about? A framework for future research (No. D/546). IESE Business School.

Martínez-León, I., Olmedo-Cifuentes, I., & Nicolás-Martínez, C. (2019). Entrepreneurship of people with disabilities in Spain: Socioeconomic aspects. *Suma de negocios*, 10(SPE22), 42-50.

McDougall, P. P., & Oviatt, B. M. (2000). International entrepreneurship: The intersection of two research paths. *Academy of Management Journal*, 43, 902-908.

Michaelis, T. L., Carr, J. C., Scheaf, D. J., & Pollack, J. M. (2020). The frugal entrepreneur: A self-regulatory perspective of resourceful entrepreneurial behavior. *Journal of Business Venturing*, 35(4), 105969.

Project partners



The Green & Social StartUps Erasmus+ Project (Nr. 2022-1-PL01-KA220-SCH-000087194) is co-funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.



Nikolaou, I., Tasopoulou, K., & Tsagarakis, K. (2018). A typology of green entrepreneurs based on institutional and resource-based views. *The Journal of Entrepreneurship*, 27(1), 111-132.

O'Donoghue, J. (n.d.). Designing for social change: A quick guide. Retrieved from <https://makeiterate.com/designing-for-social-change-a-quick-guide/>

Parasuraman, S., & Simmers, C. A. (2001). Type of employment, work-family conflict and well-being: A comparative study. *Journal of Organizational Behavior*, 22(5), 551-568.

Prashar, S., Vijay, T. S., & Parsad, C. (2018). Women entrepreneurship in India: A review of barriers and motivational factors. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, 22(3), 206-219.

Preradovic, N. (2015). Service-learning. In M. Peters (Ed.), *Encyclopedia of educational philosophy and theory*. Springer.

Raghava, S. (2021). Strategy@Scope: Employee engagement—Key to client satisfaction. In *Basics of entrepreneurship* (Chapter 6, pp. 47-58). Sage.

Raimi, L. (2015). Discourse analysis of entrepreneurship definitions and theories: Implication for strengthening academic research. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 26(3), 368-388.

Ratten, V. (2010a). Developing a theory of sport-based entrepreneurship. *Journal of Management & Organization*, 16(4), 557-565.

Ratten, V. (2017). Gender entrepreneurship and global marketing. *Journal of Global Marketing*, 30(3), 114-121.

Ratten, V. (2022). Artisan entrepreneurship: An overview. In V. Ratten, P. Jones, V. Braga, & E. Parra-López (Eds.), *Artisan entrepreneurship* (pp. 1-12). Emerald Publishing Limited.

Project partners





- Ratten, V. (2022). Craft entrepreneurship: Future directions. In *Entrepreneurship in creative crafts* (pp. 101-116). Routledge.
- Ratten, V. (2023). Entrepreneurship: Definitions, opportunities, challenges, and future directions. *Global Business and Organizational Excellence*, 42(5), 79-90. <https://doi.org/10.1002/joe.22217>
- Schick, H., Marxen, S., & Freimann, J. (2002). Sustainability issues for start-up entrepreneurs. *Greener Management International*, 38(1), 59-70.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226. <https://doi.org/10.5465/amr.2000.2791611>
- Sharma, P., & Chrisman, J. J. (1999). Toward a reconciliation of the definitional issues in the field of corporate entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 23(3), 11-28.
- Sharma, Y. (2013). Women entrepreneur in India. *IOSR Journal of Business and Management*, 15(3), 9-14.
<https://www.niu.edu/citl/resources/guides/instructional-guide/classroom-debates.shtml>

Project partners



The Green & Social StartUps Erasmus+ Project (Nr. 2022-1-PL01-KA220-SCH-000087194) is co-funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.