



Fostering green and social entrepreneurship
in school education through a virtual
business environment

WP3

“Virtual entrepreneurship for a
sustainable world” Curriculum



Spis treści

Wprowadzenie	5
Grupy docelowe	6
Cele nauczania dla uczniów	7
1. Podstawy przedsiębiorczości	9
1.1. Przegląd	9
Cele nauczania	9
1.2. Wprowadzenie do przedsiębiorczości	11
1.2.1. Koncepcja i perspektywa historyczna	11
1.2.2. Kluczowe cechy i sposób myślenia w zakresie przedsiębiorczości	13
1.3. Role i obowiązki w przedsiębiorczości	17
1.3.1. Jako właściciele firm i pracownicy	17
1.3.2. Studia przypadków: różnorodne podróże przedsiębiorcze	19
1.4. Wytyczne dotyczące dyskusji interaktywnych	22
1.4.1. Ustrukturyzowane tematy debat w klasie	22
1.4.2. Zajęcia grupowe i ćwiczenia refleksji	24
2. Przedsiębiorczość na rzecz bardziej ekologicznej planety	26
2.1. Przegląd	26
Cele nauczania	26
2.2. Zrównoważony rozwój w biznesie	28
2.2.1. Zasady zrównoważonej przedsiębiorczości	30
2.2.2. Etyka środowiskowa i biznes	32
2.3. Zielone modele biznesowe	35
2.3.1. Studia przypadków odnoszących sukcesy zielonych przedsiębiorstw	38
2.3.2. Zajęcia w klasie: Projektowanie ekologicznego planu biznesowego	40
2.4. Proekologiczne praktyki i innowacje	44
2.4.1. Zajęcia w klasie: od pomysłu do ekologicznego produktu/usługi	46
3. Przedsiębiorczość na rzecz zmiany społecznej	55
3.31. Przegląd	55
Cele nauczania	55

3.2. Wprowadzenie do przedsiębiorczości społecznej	57
3.2.1. Problemy społeczne i rozwiązania biznesowe	59
3.2.2. Jak być przedsiębiorcą społecznym?	61
3.3. Projektowanie na rzecz zmiany społecznej	67
3.3.1. Warsztat: Identyfikacja problemów społecznych i ich rozwiązania	67
3.3.2. Odgrywanie ról: negocjowanie wyzwań w biznesie społecznym	71
3.3.3. Projekty uczenia się poprzez usługi: planowanie i wdrażanie	74
4. Przedsiębiorczość włączająca	80
4.1. Przegląd	80
Cele nauczania	80
4.2. Przedsiębiorczość w różnorodnych kontekstach	82
4.2.1. Rodzaje przeszkód i barier	82
4.2.2. Pokonywanie barier płciowych, geograficznych i społeczno-ekonomicznych	88
4.3. Wzmocnienie pozycji poprzez przedsiębiorstwo	94
4.3.1. Zajęcia w klasie: budowanie pewności siebie i umiejętności w zakresie przedsiębiorczości	97
4.3.2. Uczenie się rówieśnicze: dzielenie się doświadczeniami i strategiami	104
5. Działania symulacyjne w zakresie przedsiębiorczości ekologicznej i społecznej	107
5.1. Generowanie i rozwój pomysłów biznesowych	109
5.1.1. Sesje burzy mózgów dotyczące kreatywnych pomysłów	109
Etapy procesu generowania pomysłów	110
Szablon planu działania	112
Metody burzy mózgów pomysłów biznesowych	114
A kilka wskazówek dotyczących burzy mózgów na temat nowych pomysłów biznesowych ..	125
5.1.2. Budowanie kanwy modelu biznesowego	125
Szablon kanwy modelu biznesowego	130
5.2. Badania rynku i planowanie	132
5.2.1. Narzędzia i techniki analizy rynku	132
5.2.2. Opracowanie wykonalnego biznesplanu	136
Szablon biznesplanu	139

5.3. Wdrażanie i zarządzanie	141
5.3.1. Odgrywanie ról: prowadzenie wirtualnego biznesu	141
Techniki i podejścia	141
Praktyczne wdrożenie	143
5.3.2. Ćwiczenia z podejmowania decyzji: Scenariusze ze świata rzeczywistego	150
5.4. Analiza wpływu społecznego i środowiskowego	154
5.3. Organizacja imprezy pitchingowej	159
Szablon oferty	162
5.4. Ożywienie wirtualnych firm	164
Referencje	166

Licencja Creative Commons



CC BY-NC 4.0

Creative Commons Uznanie autorstwa-Użycie niekomercyjne 4.0 Międzynarodowe

Licencja ta wymaga, aby ponowni użytkownicy opisali twórcę. Umożliwia ponownym użytkownikom dystrybucję, remiksowanie, dostosowywanie i rozwijanie materiału w dowolnym medium lub formacie, wyłącznie w celach niekomercyjnych.

Wstęp

Witamy w programie nauczania „Wirtualna przedsiębiorczość na rzecz zrównoważonego świata”, pionierskim programie edukacyjnym mającym na celu wzmocnienie pozycji następnego pokolenia przedsiębiorców. Ten program nauczania jest integralną częścią projektu Green and Social StartUps, którego celem jest zintegrowanie podstawowych zasad przedsiębiorczości z głębokim zaangażowaniem w zrównoważony rozwój i odpowiedzialność społeczną.

W dzisiejszym szybko zmieniającym się krajobrazie globalnym potrzeba innowacyjnych, świadomych ekologicznie i społecznie odpowiedzialnych praktyk biznesowych jest bardziej nagląca niż kiedykolwiek. Nasz świat stoi przed bezprecedensowymi wyzwaniami, w tym zmianami klimatycznymi, nierównościami społecznymi i szybko zmieniającym się otoczeniem gospodarczym. Aby stawić czoła tym wyzwaniom, musimy wykształcić nowy rodzaj przedsiębiorców — osób, które nie tylko są wyposażone w podstawowe umiejętności biznesowe, ale także są głęboko wyczulone na etyczne, środowiskowe i społeczne implikacje swoich przedsięwzięć.

Program nauczania składa się z dwóch głównych części: ram teoretycznych i zastosowań praktycznych. Część teoretyczna składa się z czterech kompleksowych modułów, każdy dostosowany tak, aby zapewnić studentom szczegółowe zrozumienie przedsiębiorczości w kontekście dzisiejszych wyzwań społecznych i środowiskowych. Te moduły to:

- 1. Podstawy przedsiębiorczości** : stworzenie podstaw do zrozumienia, co pociąga za sobą przedsiębiorczość, w tym jej znaczenie we współczesnym świecie i sposób myślenia niezbędny do osiągnięcia sukcesu.
- 2. Przedsiębiorczość na rzecz bardziej ekologicznej planety** : skupienie się na tym, jak przedsięwzięcia przedsiębiorcze mogą dostosować się do zrównoważonego rozwoju środowiska i go promować, zajmując się kluczowymi kwestiami, takimi jak zmiana klimatu i ochrona środowiska.
- 3. Przedsiębiorczość na rzecz zmian społecznych** : badanie roli przedsiębiorczości w napędzaniu zmian społecznych, rozwiązywaniu problemów społeczności i promowaniu równości społecznej.
- 4. Przedsiębiorczość włączająca** : mająca na celu umożliwienie różnym grupom, w tym grupom znajdującym się w niekorzystnej sytuacji, zaangażowania się w działalność przedsiębiorczą.

Część praktyczna, zatytułowana „Działania symulacyjne w zakresie przedsiębiorczości ekologicznej i społecznej”, to wciągające doświadczenie, podczas którego uczniowie wykorzystują swoją wiedzę teoretyczną. Tutaj będą wymyślać, rozwijać i zarządzać wirtualnymi przedsiębiorstwami, kładąc nacisk na rozwiązywanie problemów środowiskowych i społecznych. To praktyczne podejście nie tylko wzmacnia naukę, ale także zaszczepia poczucie wpływu i odpowiedzialności w świecie rzeczywistym.

Nasz program nauczania wykracza poza tradycyjną edukację biznesową. Ma na celu wspieranie krytycznego myślenia, kreatywności, rozwiązywania problemów i umiejętności etycznego podejmowania decyzji. Integrując te umiejętności z dogłębnym zrozumieniem zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialności społecznej, przygotowujemy studentów nie tylko do sukcesu w biznesie, ale także do ról przywódczych w tworzeniu bardziej sprawiedliwego, zrównoważonego i dostatniego świata. Istnieje potrzeba kształtowania przyszłości, w której sukces biznesowy oraz zarządzanie społeczne i środowiskowe będą nie tylko kompatybilne, ale także synergiczne i wzajemnie się wzmacniające.

Grupy docelowe

Nauczyciele są kluczową grupą docelową programu nauczania „Wirtualna przedsiębiorczość na rzecz zrównoważonego świata”. Jako pedagodzy i facylitatorzy odgrywają kluczową rolę w ożywianiu treści programu nauczania. Program nauczania ma na celu udostępnienie nauczycielom bogatego zestawu zasobów, w tym kompleksowych ćwiczeń i planów lekcji, interaktywnych pomocy dydaktycznych i narzędzi oceniania. Zasoby te opracowano tak, aby pomóc nauczycielom skutecznie przekazywać złożone koncepcje przedsiębiorczości, zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialności społecznej w sposób, który przemawia do uczniów i angażuje ich. Program wspiera także nauczycieli w rozwoju zawodowym, oferując im nowe perspektywy i metodologie nauczania, szczególnie w zakresie integrowania zagadnień świata rzeczywistego z nauką w klasie. Zachęca nauczycieli, aby nie tylko przekazywali wiedzę, ale także inspirowali, kierowali i mentorowali uczniów w odkrywaniu i rozumieniu roli przedsiębiorczości w stawianiu czoła współczesnym globalnym wyzwaniom.

Głównymi beneficjentami programu nauczania „Wirtualna przedsiębiorczość na rzecz zrównoważonego świata” są **uczniowie , szczególnie uczniowie gimnazjów i szkół średnich**. Celem tego programu nauczania jest oświecenie i zaangażowanie uczniów poprzez zapoznanie ich z podstawami przedsiębiorczości przez pryzmat zarządzania środowiskiem i odpowiedzialności społecznej. Jego struktura ma stymulować ich ciekawość, kreatywność i umiejętności krytycznego myślenia, zachęcając ich do zastanawiania się i proponowania rozwiązań problemów w świecie rzeczywistym. Od uczniów oczekuje się, że uczestnicząc w tym programie nauczania, zdobędą nie tylko wiedzę teoretyczną na temat przedsiębiorczości , ale także umiejętności praktyczne i solidne podstawy etyczne, które są niezbędne w dzisiejszym szybko rozwijającym się i wzajemnie powiązanym świecie. Program nauczania łączący naukę teoretyczną z praktycznym zastosowaniem został zaprojektowany tak, aby był przystępny i angażujący dla uczniów z różnych środowisk, zapewniając wszystkim integrację i równe możliwości uczenia się.

Cele nauczania dla uczniów

Uwzględniając wszystkie zasoby i zajęcia edukacyjne, uczniowie będą:

- ✓ Rozumieć podstawowe zasady i dynamikę przedsiębiorczości, w tym jej rolę i wpływ na gospodarkę i społeczeństwo.
- ✓ Pielęgnować przedsiębiorczy sposób myślenia, charakteryzujący się kreatywnością, innowacyjnością, odpornością i zdolnością adaptacji, a także proaktywnym podejściem do rozwiązywania problemów i identyfikowania szans.
- ✓ Zrozum znaczenie zrównoważonego rozwoju w biznesie, ucząc się, w jaki sposób działania przedsiębiorcze mogą przyczynić się do ochrony środowiska i zrównoważonych praktyk.
- ✓ Zdobądź wgląd w koncepcję i rolę przedsiębiorczości społecznej w rozwiązywaniu problemów społecznych, w tym studia przypadków udanych inicjatyw.
- ✓ Dostrzegać wyzwania i możliwości związane z przedsiębiorczością wśród grup niedostatecznie reprezentowanych i znajdujących się w niekorzystnej sytuacji, wspierając empatię i włączenie w praktykach biznesowych.
- ✓ Rozwijaj praktyczne umiejętności w zakresie przedsiębiorczości, takie jak tworzenie pomysłów, planowanie biznesowe, analiza rynku i realizacja pomysłów biznesowych.

Partnerzy projektu

7



- ✓ Zwiększaj umiejętności krytycznego myślenia i rozwiązywania problemów, stosując te umiejętności do oceny scenariuszy biznesowych, kwestii zrównoważonego rozwoju i praktycznych projektów.
- ✓ Popraw umiejętności komunikacji i współpracy w kontekście biznesowym, koncentrując się na skutecznej pracy zespołowej i rozwoju przywództwa.
- ✓ Zrozumienie etycznych konsekwencji decyzji biznesowych i znaczenia odpowiedzialności społecznej w przedsiębiorczości.
- ✓ Zastosuj wiedzę teoretyczną do scenariuszy ze świata rzeczywistego, oceniając wpływ działań przedsiębiorczych na społeczeństwo i środowisko.

Osiągając te cele, studenci będą dobrze przygotowani nie tylko do przedsięwzięć przedsiębiorczych, ale także do odpowiedzialnego obywatelstwa w globalnej społeczności. Innymi słowy, zostaną wyposażeni w narzędzia i sposób myślenia umożliwiające tworzenie, wprowadzanie innowacji i przewodzenie w sposób harmonijnie łączący sukces biznesowy z zarządzaniem społecznym i środowiskowym.

1. Podstawy przedsiębiorczości

1.1. Przegląd

Moduł ten został starannie zaprojektowany, aby zapewnić studentom gruntowną wiedzę o podstawowych zasadach i praktykach przedsiębiorczości. Moduł ma na celu wspieranie przedsiębiorczego sposobu myślenia i przekazywanie umiejętności niezbędnych do skutecznego identyfikowania i wykorzystywania możliwości biznesowych.

Przez cały czas trwania tego modułu studenci będą zajmować się szeregiem kluczowych tematów, w tym definicją przedsiębiorczości, cechami osobistymi przedsiębiorcy, rolami przedsiębiorców, relacjami właściciela firmy z pracownikami itp. Program nauczania kładzie nacisk na tworzenie wartości poprzez innowacje i zapewnia wgląd w radzenie sobie ze złożonością zakładania i utrzymywania własnego przedsiębiorstwa, zarówno z teoretycznego, jak i praktycznego punktu widzenia.

Podejście instruktażowe łączy ramy teoretyczne z praktycznymi zastosowaniami, wykorzystując wykłady, studia przypadków, wspólne projekty i spostrzeżenia ekspertów. Ta wieloaspektowa metodologia gwarantuje, że studenci nie tylko zrozumieją teoretyczne podstawy podstaw przedsiębiorczości, ale także nabędą umiejętności praktyczne i doświadczenie w świecie rzeczywistym.

Po zakończeniu tego modułu studenci zostaną wyposażeni w kompleksowy zestaw narzędzi umożliwiających osiągnięcie sukcesu w przedsiębiorczości, niezależnie od tego, czy ich celem jest założenie własnej firmy, dołączenie do start-upu, czy też wprowadzanie innowacji w istniejącej organizacji. Studenci są zaproszeni do wzięcia udziału w tej intelektualnej podróży, której celem jest przekształcenie aspiracji przedsiębiorczych w wykonalne i zrównoważone przedsięwzięcia.

Cele nauczania

Pod koniec tego modułu uczniowie będą potrafili:

- ✓ Zdefiniować przedsiębiorczość i rozpoznać jej znaczenie we współczesnej gospodarce.
- ✓ Rozróżnić różne rodzaje przedsięwzięć przedsiębiorczych i ich wpływ na społeczeństwo.
- ✓ Identyfikuj i rozwijaj cechy osobiste i umiejętności niezbędne do skutecznej przedsiębiorczości.

- ✓ Wykazać umiejętność kreatywnego i innowacyjnego myślenia.
- ✓ Opisać kluczowe role i obowiązki przedsiębiorców w rozwoju biznesu.
- ✓ Oceń relacje pomiędzy właścicielami firm a ich pracownikami, kładąc nacisk na skuteczne przywództwo i zarządzanie.
- ✓ Zdobądź wgląd w złożoność zakładania i utrzymywania firmy z perspektywy teoretycznej i praktycznej.
- ✓ Wykorzystaj myślenie strategiczne, aby stawić czoła wyzwaniom i możliwościom na drodze przedsiębiorczości.
- ✓ Angażuj się w studia przypadków i wspólne projekty, aby zastosować wiedzę teoretyczną w rzeczywistych scenariuszach.
- ✓ Skorzystaj z wiedzy ekspertów , aby zwiększyć praktyczne zrozumienie i umiejętności w zakresie przedsiębiorczości.

1. 2. Wprowadzenie do przedsiębiorczości

Koncepcja przedsiębiorczości obejmuje identyfikację i wykorzystywanie możliwości tworzenia i rozwijania nowych przedsięwzięć. Historycznie rzecz biorąc, przedsiębiorczość napędzała wzrost gospodarczy i innowacje, od wczesnych szlaków handlowych po rewolucję przemysłową i dzisiejsze start-upy oparte na technologii. Kluczowe cechy przedsiębiorczości obejmują odporność, kreatywność i gotowość do podejmowania skalkulowanego ryzyka. Przedsiębiorcy muszą cechować się nastawieniem na rozwój, stale się uczyć i dostosowywać do zmieniających się okoliczności. Często charakteryzuje ich pasja, wytrwałość oraz umiejętność inspirowania i przewodzenia innym. Przedsiębiorcy odnoszący sukcesy równoważą wizjonerskie myślenie z praktyczną realizacją, pokonując wyzwania, aby przekształcić pomysły w zrównoważone biznesy.

1.2.1. Koncepcja i perspektywa historyczna

Istnieje wiele definicji przedsiębiorczości. Jedną z najczęściej cytowanych jest Shane i Venkataraman (2000), którzy stwierdzili, że przedsiębiorczość to „w jaki sposób, przez kogo i z jakimi skutkami odkrywane, oceniane i wykorzystywane są możliwości tworzenia przyszłych dóbr i usług”. (str. 218)”

Ratten (2023) klasyfikuje definicje przedsiębiorczości ze względu na rodzaj przedsiębiorczości. W kolejnej tabeli zaprezentowanych zostanie kilka rodzajów przedsiębiorczości, a także definicje.

Tabela 1: Definicje rodzajów przedsiębiorstw

Typ	Definicja	Źródło
Rzemieślnik	osoby, które wytwarzają i sprzedają produkty lub usługi posiadające wyraźną wartość artystyczną wynikającą z wysokiego stopnia ręcznego wprowadzania danych	Ratten (2022)
Podstawa piramidy	Definiowana jest jako przedsiębiorczość występująca wśród osób o niskich dochodach lub niedoborze zasobów.	Rattena (2023)
Zbiorowy	proces, w wyniku którego osoba fizyczna lub grupa osób we współpracy z istniejącą organizacją tworzy nową organizację lub inicjuje odnowę lub innowacje w tej organizacji	Sharma i Chrisman (1999)
Rzemiosło	proces wykorzystania metod rzemieślniczych do wytwarzania produktów i usług	Ratten (2022)
Twórczy	wszelkiego rodzaju zachowania biznesowe, które są realizowane w pomysłowy i odmienny sposób	Rattena (2023)

Kulturalny	działalność biznesowa z powiązaniami kulturowymi	Rattena (2023)
Cyfrowy	podkategoria przedsiębiorczości, w której część lub całość tego, co w tradycyjnych warunkach byłoby fizyczne, została zdigitalizowana w oparciu o wykorzystanie mediów i technologii cyfrowych	Elia i in. (2020)
Edukacja	innowacyjną działalność gospodarczą obejmującą sektor edukacji	Rattena (2023)
Ekosystem przedsiębiorczości	zbiór podmiotów przedsiębiorczych, w tym potencjalni klienci i dostawcy, uniwersytety i ośrodki badawcze, operatorzy społeczni i kulturalni, instytucje i decydenci, duże firmy, innowacyjne start-upy i przedsiębiorcy, eksperci i profesjonaliści, inwestorzy oraz pula utalentowanych ludzi	Elia i in. (2020)
Środowiskowy	proaktywna działalność biznesowa obejmująca pewnego rodzaju inicjatywę na rzecz dobrostanu środowiska	Rattena (2023)
Rodzina	przedsiębiorczość wśród grupy ludzi połączonych jakąś formą więzi	Rattena (2023)
Kobieta	kobiety, które zakładają firmę, biorą udział w decyzjach zarządczych i są właścicielami większości firmy	Ratten (2017)
Oszczędny	indywidualna cecha odzwierciedlająca ogólną preferencję danej osoby do (a) oszczędzania zasobów i (b) stosowania przesłanek ekonomicznych przy nabywaniu zasobów (tj. oceny kosztu alternatywnego nowo nabytych zasobów)	Michaelis i in. (2020)
Płeć	innowacyjna działalność gospodarcza ze względu na płeć przedsiębiorcy	Ratten (2023)
Rządowy	polityka i procedura związana z rządem, oparta na innowacjach w zakresie przedsiębiorczości	Rattena (2023)
Zdrowie	podejmowanie ryzyka i innowacje w sektorze przedsiębiorstw związanych ze służbą zdrowia	Rattena (2023)
Dziedzictwo	przedsiębiorczość obejmująca jakiś element dziedzictwa	Rattena (2023)
Imigrant	przedsiębiorczość obejmująca osoby urodzone poza krajem zamieszkania	Rattena (2023)
Międzynarodowy	połączenie innowacyjnych, proaktywnych i poszukujących ryzyka zachowań, które przekraczają granice państw i mają na celu tworzenie wartości w organizacjach	McDougall i Oviatt (2000)
Mniejszość	przedsiębiorstwo samozatrudnione prowadzone przez osobę nietypową dla głównego nurtu społeczeństwa i dlatego można je opisać przymiotnikiem mniejszość	Dana i Worobeve (2021)
Ubóstwo	pomoc dla przedsiębiorców o niższych dochodach	Rattena (2023)
Mały biznes	innowacyjna działalność gospodarcza obejmująca przedsiębiorstwa zatrudniające mniej niż 50 pracowników	Rattena (2023)
Spółeczny	proces polegający na innowacyjnym wykorzystaniu i połączeniu zasobów w celu badania i wykorzystywania	Mair i Marti (2004)

	możliwości, którego celem jest katalizowanie zmian społecznych poprzez zaspokajanie podstawowych potrzeb ludzkich w sposób zrównoważony	
Sport	organizacja okołosportowa działająca innowacyjnie w kontekście biznesowym	Rattena (2010)
Zrównoważony	przedsiębiorczość obejmująca długoterminową perspektywę zmian gospodarczych, społecznych i środowiskowych.	Rattena (2023)
Techniczny	innowacyjna działalność gospodarcza wykorzystująca technologię	Rattena (2023)
Finansowanie przedsięwzięcia	pieniądze wydane na inwestycje w nowe przedsięwzięcia biznesowe	Rattena (2023)

Źródło: opracowanie własne według Rattena (2023)

Przedsiębiorczość, niezależnie od konkretnej definicji, ma kilka wspólnych cech. Polega na identyfikowaniu i wykorzystywaniu możliwości tworzenia wartości poprzez innowacyjne produkty, usługi lub procesy. Aby wykorzystać te możliwości, przedsiębiorcy podejmują znaczne ryzyko, często inwestując własne zasoby. Kreatywność i innowacyjność mają kluczowe znaczenie, ponieważ przedsiębiorcy starają się rozwiązywać problemy lub zaspokajać potrzeby w unikalny sposób. Ponadto przedsiębiorczość wymaga silnych umiejętności przywódczych i zarządczych, aby budować i rozwijać firmę. Przedsiębiorcy muszą wykazywać się zdolnością do dostosowywania się, radzenia sobie z niepewnością i odpornością na wyzwania. Ostatecznie przedsiębiorczość ma na celu osiągnięcie wzrostu gospodarczego i przyczynianie się do rozwoju społecznego.

1.2.2. Kluczowe cechy i sposób myślenia w zakresie przedsiębiorczości

Istnieje teoretyczne podejście wyjaśniające za pomocą kilku teorii przedsiębiorczości, jakie są główne cechy, sposób myślenia i czynniki motywacyjne przedsiębiorczości (Raimi, 2015):

- **Klasyczna teoria ekonomii:** Teoria postrzega przedsiębiorczość jako katalizator i siłę napędową wszystkich innych czynników produkcji, zwłaszcza ziemi, pracy i kapitału. Podkreśla „funkcję ekonomiczną” przedsiębiorczości, która polega na podejmowaniu ryzyka i zarządzaniu niepewnością poprzez produkcję towarów lub kupowanie towarów w celu odsprzedaży w celu generowania zysku. Say ukuł termin „przedsiębiorca” na określenie **osoby kreatywnej i wymagającej, prognosty, innowatora, osoby oceniającej projekty i osoby podejmującej ryzyko**.

Te wyjątkowe cechy stawiają przedsiębiorców w centrum teorii ekonomii. Zrównoważony wzrost gospodarczy zależy od obecności przedsiębiorców.

- **Neoklasyczna teoria ekonomii:** Teoria neoklasyczna podkreśla **wiedzę, innowacyjność i kreatywność** jako kluczowe czynniki napędzające przedsiębiorczość w systemie rynkowym. Połączenie tych elementów prowadzi do rozwoju nowych produktów, procesów, technologii, rynków i przedsiębiorstw, których celem jest przeniesienie gospodarki z równowagi statycznej do bardziej zaawansowanego etapu, który sprzyja wzrostowi gospodarczemu. Ten dynamiczny proces nazywany jest „twórczą destrukcją Schumpetera”.
- **Teoria Kirznera:** W przeciwieństwie do neoklasycznej teorii twórczej destrukcji, teoria Kirznera przyjmuje inne podejście. Utożsamia przedsiębiorczość z „czujnością” lub **potencjałem poznawczym** – umiejętnością rozpoznawania i wykorzystywania szans gospodarczych na rynku. Zyski lub zwroty finansowe są postrzegane jako nagroda za pilną czujność przedsiębiorców.
- **Teoria oparta na możliwościach:** Peter Drucker i Howard Stevenson przekształcili koncepcję czujności Kirznera i twórczej destrukcji Schumpetera w teorię opartą na możliwościach. Drucker założył, że przedsiębiorcy **po prostu wykorzystują zmieniające się możliwości w otoczeniu**, natomiast Stevenson podkreślił, że przedsiębiorcy mają **wyjątkową pozycję do wykorzystania szans gospodarczych** ze względu na swoją zaradność, cechę, która odróżnia ich od innych w systemie rynkowym.
- **Teoria kapitału ludzkiego:** Teoria zasadniczo opiera się na pracy Schultza, która charakteryzuje przedsiębiorcę jako **rodzaj kapitału ludzkiego, który napędza zmiany społeczne poprzez doświadczenie i umiejętności**. Opowiada się za kształceniem, szkoleniem, nabywaniem umiejętności i budowaniem potencjału jako niezbędnych dla wzrostu gospodarczego, działalności przedsiębiorczej i postępu technologicznego. W związku z tym inwestowanie w kapitał ludzki jest postrzegane jako cenna inwestycja zwiększająca produktywność.
- **Teoria cech osobowości:** Ta teoria psychologiczna zakłada, że niektóre osoby posiadają wrodzone cechy lub cechy, które pozwalają im odnieść sukces w przedsięwzięciach przedsiębiorczych. Aby odnieść sukces jako przedsiębiorca, te cechy — takie jak **optymizm, energia psychiczna, świadomość szans, kreatywność i innowacyjność, umiejętności zarządzania, przedsiębiorczość,**

ciężka praca, uczciwość, wizjonerskie przywództwo, konkurencyjność i zapał do ciągłego doskonalenia — muszą być naśladowane lub uczone.

- **Teoria umiejscowienia kontroli:** Ta teoria psychologiczna sugeruje, że na sukces lub porażkę w działaniach przedsiębiorczych wpływają zdolności osobiste (wewnętrzne umiejscowienie kontroli) i poziom zewnętrznego wsparcia otrzymywanego od innych (zewnętrzne umiejscowienie kontroli). Osoby o **wysokim wewnętrznym umiejscowieniu kontroli** wierzą, że mogą kształtować wydarzenia życiowe na swoją korzyść, podczas gdy osoby z zewnętrznym umiejscowieniem kontroli uważają, że zdarzenia życiowe dyktują siły zewnętrzne, takie jak szczęście, przypadek czy los, na które człowiek nie ma wpływu.
- **Teoria potrzeby osiągnięć:** Teoria ta podkreśla związek pomiędzy potrzebą osiągnięć a rozwojem gospodarczym poprzez działalność przedsiębiorczą. Sugeruje to, że wysiłki przedsiębiorcze **napędzane potrzebą osiągnięć przyczyniają się do wzrostu gospodarczego**. I odwrotnie, jednostki są motywowane do realizowania aspiracji przedsiębiorczych ze względu na chęć osiągnięć.
- **Teoria podejmowania ryzyka:** Teoria traktuje przedsiębiorczość jako sposób myślenia, który zachęca jednostki do **podejmowania umiarkowanego lub skalkulowanego ryzyka, które może skutkować korzyściami lub stratami**. Potencjalny strumień korzyści służy jako nagroda za podjęcie znaczącego ryzyka i odpowiedzialności. Jednostki podejmują ryzyko związane z przedsiębiorczością przede wszystkim ze względu na dostępne możliwości ekonomiczne.
- **Teorie socjologiczne:** Teorie pokazują, że na chęć zostania przedsiębiorcą lub wykazywanie zachowań przedsiębiorczych i działań zorientowanych na biznes znacząco wpływają **warunki społeczno-ekonomiczne, kulturowe i środowiskowe jednostki**. Zasadniczo panujące warunki gospodarcze i kultury społeczne napędzają przedsiębiorczość w społeczeństwie poprzez kształtowanie postaw i przekonań ludzi, które następnie wpływają na ich poglądy, zachowania i postrzeganie przedsiębiorczości. Ucnieni wyjaśnili te wpływy społeczno-kulturowe i środowiskowe na przedsiębiorczość za pomocą takich pojęć, jak metoda rozwoju społecznego, efekt Schumpetera i efekt desperacji/uchodźcy.
- **Teorie antropologiczne:** Teorie te sugerują, że na przedsiębiorczość **wpływają głównie czynniki kulturowe**, których intensywność różni się w czterech klastrach: dystans władzy, indywidualizm

kontra kolektywizm, męskość kontra kobiecość oraz unikanie niepewności. Zasadniczo kultury promują odrębne klastry przedsiębiorczości, gdzie niektóre kultury w naturalny sposób wykazują **wysoki indywidualizm, niskie unikanie niepewności, niski dystans władzy i wysoką męskość**, które motywują przedsiębiorczość.

Podsumowując, przedsiębiorcy posiadają charakterystyczny zestaw cech i wyjątkowy sposób myślenia, które decydują o ich sukcesie. Kluczowe cechy to kreatywność, innowacyjność, odporność i silne poczucie wizji. Przedsiębiorcy są biegli w identyfikowaniu i wykorzystywaniu szans, często wykazując się wysokim poziomem optymizmu i energii psychicznej. Są to osoby podejmujące ryzyko, które akceptują niepewność, wykorzystując swoją zaradność i umiejętności zarządzania, aby stawić czoła wyzwaniom. Duch konkurencyjności i zaangażowanie w ciągłe doskonalenie są również kluczowe w ich podejściu. Takie nastawienie, charakteryzujące się proaktywną postawą i wewnętrznym umiejscowieniem kontroli, umożliwia przedsiębiorcom wpływanie na otoczenie i osiąganie swoich celów, ostatecznie przyczyniając się do wzrostu gospodarczego i postępu społecznego.

1. 3. Role i obowiązki w przedsiębiorczości

W przedsiębiorczości role i obowiązki są różnorodne i mają kluczowe znaczenie dla osiągnięcia sukcesu. Przedsiębiorcy identyfikują i wykorzystują możliwości biznesowe, często poprzez innowacyjne rozwiązania. Podejmują ryzyko i zarządzają zasobami, w tym finansami, personelem i czasem, aby budować i rozwijać swoje przedsięwzięcia. Planowanie strategiczne i podejmowanie decyzji to kluczowe obowiązki, ponieważ przedsiębiorcy wyznaczają cele i opracowują metody ich osiągnięcia. Kierują zespołami i motywują je, tworząc produktywne i dynamiczne środowisko pracy. Dodatkowo przedsiębiorcy muszą dostosowywać się do zmieniających się warunków rynkowych i potrzeb klientów, zapewniając, że ich biznes pozostanie konkurencyjny. Ostatecznie napędzają wzrost gospodarczy i przyczyniają się do postępu społecznego poprzez swoje wysiłki w zakresie przedsiębiorczości.

1.3.1. Jako właściciele firm i pracownicy

Właściciele firm zmierzili się z rzeczywistością, w której pracownicy ciągną przedsiębiorstwo w stronę sukcesu. Dlatego zdefiniowali następujące kamienie milowe, których należy przestrzegać (Raghava, 2021):

Tworzenie przyjaznej kultury pracy wewnątrz organizacji – Przedsiębiorcy uważają swoich pracowników za partnerów i są dla nas niezwykle ważni. Pracownicy przyczyniają się do wzrostu i zrównoważonego rozwoju firmy w taki sam sposób, w jaki klienci generują dochód. Aby to osiągnąć, ważne jest, aby przedsiębiorcy pielęgnowali wspierającą, rodzinną kulturę. Należy stwierdzić, że nadmierna presja i stres nie były najlepszymi motywatorami do pracy. Pracownicy wiedzy muszą być traktowani z szacunkiem i przyzwoitością, doceniani za swoje pomysły i wkład oraz należy im w tym pomagać. Ci, którzy zostali zatrudnieni, byli najlepszymi osobami do zaproponowania lepszych i bardziej efektywnych sposobów działania. W rezultacie konieczne jest stworzenie systemów gwarantujących, że w naszym miejscu pracy panuje naprawdę przyjazna atmosfera. Do praktyk, które można wdrożyć w celu stworzenia przyjaznej kultury miejsca pracy, zalicza się otwarte biuro, w którym wszyscy pracownicy mogą wejść do biur dyrektorów, regularne (raz w tygodniu) dni otwarte z przypadkowymi pracownikami, wycieczki zespołowe, coroczne obchody dnia z dyrektorem rozwój rozłożony na kilka tygodni, usługi doradcze, kultura pracy zespołowej i dzielenia się, poprzez

zachęcanie ludzi do dzielenia się swoją wiedzą i doświadczeniem itp. Bycie serdecznym w stosunku do pracowników, wyrażanie zainteresowania ich pracą i postępowanie zgodnie z ich zaleceniami – wiele z których były kluczowe – wszystkie odbyły się bez żadnych kosztów.

Dążenie do doskonałości operacyjnej i rozwoju poprzez ciągłą edukację – Przedsiębiorcy pracują w obszarze wiedzy. Firmy zajmujące się wiedzą wymagają procedury, w której pracownicy utrzymują aktualny poziom wiedzy dziedzinowej, umiejętności i rozwoju osobowości. Wszyscy przedsiębiorcy muszą podjąć wysiłek, aby stworzyć organizację uczącą się, wdrażając procedury promujące wymianę informacji między zespołami. Pracownicy powinni być zmotywowani do zapisywania się na kursy online i zdobywania dalszych kwalifikacji, niezależnie od tego, czy są one ogólne, czy specyficzne dla ich branży. Podstawową wartością, na którą powinien podkreślać przedsiębiorca, jest rozwój osobisty każdego ze swoich pracowników.

Bycie odpowiedzialnym i etycznym obywatelem korporacyjnym – Przedsiębiorcy powinni zawsze starać się być dobrymi obywatelami korporacyjnymi i dawać społeczności tyle, ile mogli, biorąc pod uwagę ich wielkość. Niezależnie od tego, czy oznaczało to wykorzystanie zasobów finansowych (jak ma to miejsce w przypadku wielu klęsk żywiołowych, do których mogą przyczynić się zarówno indywidualnie, jak i jako firma), czy też wiązało się z umożliwieniem pracownikom wzięcia wolnego w celu wzięcia udziału w działaniach na rzecz społeczności. Ważne jest, aby osoba wykonująca pracę (w naszym przypadku pracownik wiedzy) naprawdę rozumiała, jak ulepszyć proces lub zapewnić lepszą obsługę, i jako taka powinna mieć szansę wywarcia znaczącego wpływu na firmę. Należy docenić i nagrodzić ten wkład.

Tworzenie przyjaznej kultury miejsca pracy ma kluczowe znaczenie dla rozwoju i zrównoważonego rozwoju firmy. Przedsiębiorcy muszą postrzegać pracowników jak partnerów i traktować ich z szacunkiem, przyzwoitością i uznaniem. Nadmierna presja i stres nie są skutecznymi motywatorami; zamiast tego kluczowe znaczenie ma wspieranie wspierającego, rodzinnego środowiska. Praktyki takie jak otwarte biura, regularne dni otwarte, wycieczki zespołowe oraz kultura pracy zespołowej i dzielenia się wiedzą mogą pomóc w osiągnięciu tego celu. Będąc serdecznym w stosunku do pracowników, wyrażając zainteresowanie ich pracą i postępując zgodnie z ich zaleceniami, przedsiębiorcy mogą stworzyć prawdziwie przyjazną atmosferę, która zwiększa produktywność i innowacyjność.

1. 3.2. Studia przypadków: różnorodne podróże przedsiębiorcze

Adi Dassler – Adidas

Niektóre z dzisiejszych wiodących marek zaczynały od skromnych korzeni, a założyciel Adidas, Adolf „Adi” Dassler, jest przykładem tej podróży. Dassler rozpoczął karierę szewską w łazience swojej matki w małym bawarskim miasteczku w Niemczech. Tutaj zaczął projektować i produkować buty, mając na celu stworzenie najlepszych butów sportowych dla sportowców. Chociaż w tamtym czasie było wielu szewców, Dassler wyróżnił się tym, że zasięgał opinii sportowców na temat ich preferencji dotyczących butów, słabych punktów i opinii na temat swoich początkowych projektów. Te cenne uwagi pozwoliły Dasslerowi opracować wysoko cenione buty sportowe, zdobywając wiarygodność, rejestrując „Adi Dassler Adidas Sportschuhfabrik” w 1949 roku w wieku 49 lat. W tym samym roku zarejestrowano pierwszy but z kultowymi trzema paskami Adidas. Wizja Dasslera zakładająca produkcję najwyższej jakości obuwia dla sportowców znalazła potwierdzenie w 1954 roku, kiedy niemiecka reprezentacja narodowa w piłce nożnej wygrała finał Pucharu Świata przeciwko Węgrom w butach Adidas. Na stronie internetowej Adidas odnotowuje się, że to niezwykle zwycięstwo odbiło się echem na całym świecie przez dziesięciolecia, ugruntowując pozycję Adidas i jego założyciela na pozycji wybitnych nazwisk w piłce nożnej. Od tego czasu Adidas przekształcił się w globalną markę słynącą z wysokiej jakości odzieży sportowej. Historia Dasslera podkreśla znaczenie słuchania klientów na temat ich aspiracji, potrzeb i wyzwań. „Kluczem do sukcesu Adi Dasslera był osobisty kontakt: kontaktował się ze sportowcami, uważnie słuchał i stale poszukiwał ulepszeń i innowacji, aby sprostać ich potrzebom” – czytamy na stronie internetowej Adidas. „Od samego początku najlepsi sportowcy ufali Adidasowi i jego założycielowi”.

Steve Jobs – Apple

Podkreśla kształtujące doświadczenia i przeszkody, które kształtują odnoszących sukcesy przedsiębiorców. Dorastanie przy ograniczonych zasobach lub w trudnych okolicznościach często rozwija odporność i zaradność, czyli cechy kluczowe dla przedsiębiorczości. Na przykład ograniczenia finansowe mogą stymulować innowacyjne myślenie i skuteczne strategie start-upów. Podobnie osobiste trudności lub przeszłe niepowodzenia uczą kluczowych lekcji wytrwałości i zdolności adaptacyjnych. Te wczesne wyzwania odgrywają zasadniczą rolę w rozwijaniu instynktów przedsiębiorczości i umiejętności radzenia sobie z niepewnością. Przedsiębiorcy, którzy postrzegają te

doświadczenia jako możliwości uczenia się, zyskują wyraźną perspektywę, która napędza ich postęp w ich przedsięwzięciach. W dynamicznej branży technologicznej Apple słynie z ciągłych innowacji. Sukces firmy jest zakorzeniony w przedsiębiorczym sposobie myślenia, nastawionym na ciągłe doskonalenie i myślenie przyszłościowe. Apple wykorzystuje przełomowe technologie, kwestionuje normy branżowe i priorytetowo traktuje projektowanie zorientowane na użytkownika. Wspierając kulturę kreatywności i podejmowania ryzyka, wprowadzili produkty transformacyjne, które na nowo definiują rynki. Przedsiębiorcy mogą uczyć się od podejścia Apple, wyprzedzając trendy, wykorzystując zmiany i traktując priorytetowo doświadczenia użytkownika. Sukces wymaga zwinności, wielkiego myślenia i ciągłego przesuwania granic możliwości.

Ole Christiansen – Lego

Firma Lego została założona przez Ole Christiansena na początku XX wieku jako producent zabawek drewnianych. Po niszczycielskim pożarze warsztatu firma skupiła się wyłącznie na zabawkach plastikowych, wprowadzając w latach pięćdziesiątych słynny obecnie klocek Lego. Te ząbiate się klocki, opatentowane przez Ole i jego syna Godtfrieda, stały się podstawą innowacyjnego systemu zabawy Lego. Lego doświadczyło znacznego rozwoju w latach 80. i na początku 90. XX wieku. Wszechstronny klocek Lego stał się podstawą w gospodarstwach domowych i jest uwielbiany zarówno przez dzieci, jak i dorosłych ze względu na jego nieskończone możliwości twórcze. Sukces firmy został wzmocniony poprzez ekspansję na parki tematyczne, gry wideo, programy telewizyjne i towary, takie jak odzież i zegarki. Ekspansja Lego na różne produkty doprowadziła do wzrostu liczby kształtów i kolorów klocków Lego. Chociaż poszerzyło to doświadczenie Lego, spowodowało także większą złożoność i koszty w zarządzaniu produkcją i łańcuchem dostaw. Pod koniec lat 90., w obliczu rosnącej konkurencji i outsourcingu branży, Lego napotkało trudności finansowe. Pod przywództwem Jorgena Knudstorp strategia naprawcza Lego stanowi wzorowy przypadek restrukturyzacji korporacji i strategicznego przekierowania. W obliczu rosnących strat finansowych i nieefektywności operacyjnej Knudstorp i jego zespół opracowali i wdrożyli kompleksowe podejście mające na celu przywrócenie rentowności i zabezpieczenie długoterminowego sukcesu.

Jack Ma – AliExpress

Jack Ma wyróżnia się jako jeden z najbardziej wpływowych przedsiębiorców w historii Chin. Jego charyzma i wizjonerskie podejście przyciągnęły uwagę całego świata. Ale jak nauczyciel języka angielskiego stał się jednym z czołowych liderów biznesu w Chinach? W tej nowej serii o absolwentach zwracamy uwagę na najbardziej wpływowych absolwentów CKGSB, z których wielu kieruje obecnie firmami-jednoróżkami – prywatnymi firmami o wartości co najmniej 1 miliarda dolarów. Według CB Insights, wiodącej platformy zawierającej aktualne informacje o prywatnych firmach wartych miliardy dolarów na świecie, w latach 2017–2021 w Chinach powstało 217 firm jednoróżek. Absolwenci CKGSB stoją na czele 39 (18%) tych firm. Obejmuje to 35 firm założonych lub współzałożonych przez absolwentów CKGSB oraz 4 firmy, w których absolwenci pełnią takie funkcje, jak prezes, dyrektor generalny lub prezes. W 1999 roku Jack Ma wrócił do swojego rodzinnego miasta Hangzhou, aby uruchomić Alibaba. Rozpoczynając od wspólnego mieszkania z 18 przyjaciółmi, przedsięwzięcie to ostatecznie odmieniło krajobraz handlu elektronicznego. Model biznesowy Jacka Ma dla Alibaba był zarówno prosty, jak i przełomowy. Zamiast pobierać opłaty od kupujących, Alibaba nałożyła na sprzedawców opłaty członkowskie, umożliwiając rozwój wielu małych i średnich przedsiębiorstw. Po ustanowieniu stabilnego rynku B2B w Chinach Ma skupił się na rynku C2C. W 2003 roku założył Taobao, spółkę zależną Alibaba, która zapewniła przedsiębiorcom i małym firmom platformę umożliwiającą dotarcie do chińskich konsumentów. Taobao wyprzedziło konkurencję, taką jak eBay, nie pobierając opłat transakcyjnych, zamiast tego generowało przychody z reklam internetowych. Rozwój Alibaba był szybki. W 2003 roku, dostrzegając potencjał płatności online, Ma założył Alipay, zewnętrzną usługę płatniczą. Do 2005 roku Yahoo nabyło 40% udziałów w Alibaba, a w 2007 roku firma zebrała 1,7 miliarda dolarów w swojej pierwszej ofercie publicznej w Hongkongu. Do 2007 roku Taobao zdobyło 67% udziału w rynku i zapewniło sobie status jednoróżki. Pierwsza oferta publiczna Alibaby we wrześniu 2014 r. stała się największą w historii Stanów Zjednoczonych, przynosząc 21,8 miliarda dolarów. Mniej więcej w tym czasie firma Alipay została przemianowana na Ant Group, stając się największą chińską firmą zajmującą się płatnościami cyfrowymi i rynkiem pieniężnym, obsługującą ponad miliard użytkowników. W 2020 roku Alibaba przekazała 3 miliardy RMB na wsparcie walki z epidemią COVID-19 w Chinach. Ponadto Fundacja Jack Ma wraz z Fundacją Alibaba przekazały 200 milionów RMB na artykuły służące zapobieganiu epidemii, w tym zestawy testowe i maski na twarz. Forbes uznał Jacka Ma za najbardziej charytatywnego przedsiębiorcę w Chinach w 2020 roku.

1. 4. Wytyczne dotyczące dyskusji interaktywnych

W kolejnych sekcjach zostaną zaprezentowane instrukcje dotyczące zorganizowanej debaty w klasie i zajęć grupowych na temat przedsiębiorczości.

1.4.1. Ustrukturyzowane tematy debat w klasie

Podziel uczniów na trzy grupy i daj im instrukcje, jak prowadzić debatę. Uczestnikami debaty będą dwie grupy. Po debacie zespoły będą kontynuować obronę swojego stanowiska w jeszcze jednej rundzie w sposób bardziej ogólny, jako uwagi końcowe. Trzecią grupą będą wyborcy, którzy większością głosów zadecydują, która grupa wygra debatę na temat zakładania przedsiębiorstw gospodarczych.

Krok 1: Daj dwóm grupom uczniów 10 minut na napisanie listy argumentów przemawiających za i przeciw przedsiębiorczości oraz przedsiębiorczości jako kariery. Jedna grupa powinna napisać argumenty za, a druga grupa powinna napisać argumenty przeciw.

Krok 2: Dwa zespoły wybierają, kto przedstawi swoje argumenty. Inni członkowie zespołu przedstawiają różne perspektywy i zalecenia dotyczące bardziej zaangażowanej i zorganizowanej dyskusji w klasie.

Krok 3: Prezentacja opinii grupy

Zespół pierwszy – 10 minut – Prezentacja „za/pozytywnie” lub „argumentów za” przedsięwzięciem przedsiębiorczym

Zespół drugi – 10 minut – Prezentacja „przeciw/negatywów” lub „argumentów przeciw” przedsięwzięciu przedsiębiorczemu

Krok 4: Dyskusja w zespołach – 5 minut

Okres ten przeznaczony jest dla zespołów na przygotowanie odpowiedzi na argumenty przedstawione przez przeciwną drużynę.

Krok 5: Grupowa odpowiedź na argumenty przeciwnej grupy

Zespół pierwszy – 5 minut – Odpowiedź lub obalenie „Za/pozytywnych” lub „Argumentów za” przedsięwzięciem przedsiębiorczym

Zespół drugi – 5 minut – Odpowiedź lub obalenie „przeciw/negatywności” lub „argumentów przeciw” przedsięwzięciu przedsiębiorczemu

Krok 6: Dyskusja w całych grupach – 5 minut

Na zakończenie debaty obie grupy dokonają wniosków końcowych, dlaczego ich opinia i argumenty powinny zwyciężyć. W sposób bardziej ogólny będą rozmawiać o przedsięwzięciu przedsiębiorczym i przedsiębiorczości jako karierze.

Krok 7: Aby określić, który zespół przedstawił najbardziej przekonujące argumenty, w głosowaniu weźmie udział trzecia grupa uczniów. 10 minut

Wskazówki dla instruktorów (wychowawców):

- Powiedz uczniom, że celem debat w klasie nie jest ustalenie, kto wygra, a kto przegra, ale raczej określenie, jak dobrze zespół przygotowuje i przedstawia swoją sprawę potencjalnym zwolennikom przeciwnego punktu widzenia na przedsięwzięcie przedsiębiorcze.
- Ustal zasady i wytyczne, które pomogą uczniom przygotować się do dyskusji.
- Podaj im termin na przygotowanie się do argumentacji i określ, w jaki sposób powinni przedstawić swoje dowody.
- Pozwól uczniom niedebatującym pełnić roli arbitrów, aby nauczyć ich, jak obiektywnie oceniać występy swoich kolegów.
- Zdecyduj, czy uczniowie, którzy nie biorą udziału w debacie, będą mogli oddać głos.
- Zapewnij uczniom dostęp do materiałów, które nauczą ich o debatach i ich strukturze.
- Aby ułatwić uczniom zrozumienie procedury, pomyśl o przyjęciu przedsiębiorcy.
- Dobrym pomysłem może być przypisanie uczniom krótkich „dokumentów przedstawiających stanowisko”, które opisują, co myślą o procesie debaty i jak ich zespół był w stanie dojść do porozumienia w danej kwestii.
- Zbadaj kontrowersyjne, zyskujące popularność i skłaniające do myślenia przypadki odnoszących sukcesy przedsiębiorców, aby promować ożywione i tętniące życiem dyskusje w klasie. Kiedy

uczniowie kłócą się na temat, do którego mogą się odnieść, jest bardziej prawdopodobne, że będą szczerzy.

- W dniu debaty zapoznaj się z ustalonym wcześniej trybem debaty i złóż niezbędne zapytania lub wyjaśnienia.
- Zanim rozpocznie się debata, przygotuj rubryki ocen i przekaz je trzeciej grupie, którą stanowią wyborcy.
- Kiedy zaczynasz kłótnię, daj dzieciom tyle wolności, ile możesz.
- Po debacie poprowadź dyskusję w klasie i przeprowadź podsumowanie procesu.
- Jeśli dyskusja stanie się „gorąca” i uczniowie zaczną się kłócić zamiast debatować, przygotuj plan awaryjny.

1.4.2. Zajęcia grupowe i ćwiczenia refleksji

Moderator zajęć powinien zorganizować dyskusję uczniów na temat przedsiębiorczości i sposobu myślenia przedsiębiorcy.

Każdy uczeń powinien otrzymać arkusz zawierający pytania do refleksji przedstawione powyżej i sporządzić notatki koncepcyjne do wszystkich odpowiedzi.

W kolejnym kroku uczniowie powinni wyrazić swoją opinię na temat każdego pytania.

Moderator zajęć powinien robić notatki i na koniec sesji poczynić uwagi końcowe.

Pytania do omówienia przez uczniów i moderatora zajęć:

1. Przypomnij sobie sytuację, kiedy z **pasją podchodziłeś do jakiejś wizji lub pomysłu** . Jak ta pasja wpłynęła na Twoje działania i decyzje i jaki wpływ miała na Twój sukces i rozwój?
2. Rozważmy sytuację, w której **zastosowaliśmy innowacje, aby rozwiązać problem lub zaspokoić jakąś potrzebę (np. potrzebę rynkową)** . Jak Twoja chęć przekraczania granic i poszukiwania unikalnych rozwiązań wpłynęła na wynik i jakie wnioski wyciągnąłeś z tego doświadczenia?
3. Zastanów się nad sytuacją, w której udało Ci się **skutecznie przewidzieć i zaspokoić potrzeby niektórych osób (tj. klientów), zanim w ogóle je zauważyły**. W jaki sposób podejście zorientowane na klienta wpłynęło na Twoje relacje z klientem i ogólny sukces Twojego produktu lub usługi?

4. Pomyśl o znaczącej **porażce, której doświadczyłeś** na swojej drodze studenckiej (tj. przedsiębiorczości). Jak zamieniłeś tę porażkę w okazję do nauki i jak wpłynęło to na Twoje późniejsze strategie i wyniki?
5. Przypomnij sobie czas, kiedy **tworzyłeś utalentowany zespół lub byłeś jego częścią**. W jaki sposób różnorodne umiejętności i pasje członków zespołu przyczyniły się do współpracy i innowacji i jaki wpływ miało to na osiągnięcie Twoich celów?
6. Przypomnij sobie przykład, w którym **uprościłeś złożony produkt lub usługę**, aby uczynić ją bardziej dostępną. Jak to uproszczenie wpłynęło na bazę użytkowników i ogólny sukces oraz jakie wyzwania napotkałeś w tym procesie?
7. Przypomnij sobie sytuację, kiedy dążyłeś **do doskonałości i nie godziłeś się na przeciętność** w swojej pracy. W jaki sposób to nieustanne dążenie do doskonałości doprowadziło do ciągłego doskonalenia i jakie były rezultaty lub korzyści utrzymywania tak wysokich standardów?

2. Przedsiębiorczość na rzecz bardziej ekologicznej planety

2.1. Przegląd

Moduł ten obejmuje techniki i praktyki dotyczące tego, w jaki sposób przedsiębiorczość może przyczynić się do zrównoważonego rozwoju, dbania o środowisko naturalne i przeciwdziałania zmianom klimatycznym.

W żadnym innym okresie współczesnej historii wyzwania środowiskowe nie były tak intensywne. Środowisko jest w kryzysie. Stale rosnące globalne obawy związane ze zmianami klimatycznymi, wyczerpywaniem się zasobów naturalnych, pustynnieniem, utratą różnorodności biologicznej i zanieczyszczeniem zasobów wodnych nadały dylematowi „rozwój czy środowisko” nowe podstawy. Ochrona środowiska należy do priorytetów polityki europejskiej i światowej, a także odgrywa ważną rolę w formułowaniu większości krajowych polityk na rzecz zrównoważonego rozwoju.

Próbie tę można zdefiniować jako wielopoziomowy proces, który dotyczy tworzenia i wykorzystywania możliwości przedsiębiorczych, które wyrastają z pustki środowiskowej, niedoskonałości rynku lub możliwości rynkowych. Idea oferowania przedsiębiorczych rozwiązań problemów ekologicznych tworzy wartość ekonomiczną i środowiskową, co w konsekwencji tworzy korzyści ekonomiczne i pozaekonomiczne dla społeczeństwa i środowiska. Można powiedzieć, że zrównoważeni przedsiębiorcy działają w orbicie zysku, dobra społecznego i ochrony środowiska.

Istniejące badania dotyczące zrównoważonej przedsiębiorczości skupiają się głównie na wyzwaniach stojących przed start-upami i małymi przedsiębiorstwami działającymi w sektorze ekologicznym. Na przykład ekopresiębiorcy stoją przed wyzwaniami związanymi z innowacjami, co jest niezwykle w porównaniu z dużymi przedsiębiorstwami otrzymującymi finansowanie ekonomiczne (Demirel i in., 2019; Schick i in., 2002).

Dzięki temu modułowi studenci dowiedzą się, jak założyć i prowadzić zrównoważone przedsiębiorstwo, którego celem jest integracja etyki środowiskowej w biznesie.

Cele nauczania

Pod koniec tego modułu uczniowie będą potrafili:

- ✓ Zdefiniuj zrównoważony rozwój w miarę jego rozwoju na przestrzeni lat.

Partnerzy projektu

26



- ✓ Zbadaj kilka problemów ekologicznych z różnych punktów widzenia, aby zrozumieć ich komplikacje.
- ✓ Naucz się identyfikować krytyczne problemy ekologiczne, które można rozwiązać poprzez ekologiczne inicjatywy biznesowe.
- ✓ Uznać rolę przedsiębiorczości w dążeniu do postępu.
- ✓ Zastosuj narzędzia i umiejętności biznesowe do strategii i wdrażania projektów z zakresu zielonej przedsiębiorczości.
- ✓ Zachęcaj do kreatywnego myślenia w celu opracowania innowacyjnych rozwiązań problemów społecznych.
- ✓ Weź udział w projektach zapewniających praktyczne doświadczenie w ukierunkowaniu nauczania szkolnego na realne problemy.
- ✓ Zwiększaj talenty do współpracy w grupach i partnerach.

2. 2. Zrównoważony rozwój w biznesie

Przedsiębiorczość

Przedsiębiorcę definiuje się jako osobę, która bierze wstępny pomysł i wokół niego rozwija biznes, prowadzi go, podejmując ryzyko jego sukcesu lub niepowodzenia. Niektórzy komentatorzy proponują szerszą definicję, obejmującą każdego, kto zakłada firmę i zarządza nią, inni zaś sugerują, że przedsiębiorca to ktoś, kto wprowadza innowacje i jest liderem w określonej dziedzinie. Wątpliwości etyczne pojawiają się co do tego, czy pogoń za zyskiem i jego gromadzenie są zgodne z zasadami i wartościami etycznymi, jeżeli zysk jest generowany w drodze praktyk, które wyzyskują lub szkodzą jednostkom lub społecznościom. Ekologicznych przedsiębiorców można podzielić na cztery szerokie typy w dwóch wymiarach: poszukiwanie zysków a misja społeczna oraz start-upy a firmy o ugruntowanej pozycji. Każdy typ zielonego przedsiębiorcy ma inne zachęty i pożądane wyniki (Nikolaou i in., 2018).

Zrównoważony rozwój

Zrównoważony rozwój jako koncepcja ewoluowała w odpowiedzi na różne wyzwania środowiskowe, społeczne i gospodarcze. Wczesne społeczeństwa ludzkie, społeczeństwa tradycyjne, często z konieczności praktykowały zrównoważony tryb życia, opierając się na zasobach naturalnych w sposób umożliwiający ich uzupełnienie. Powszechne były praktyki takie jak łowiectwo i zbieractwo, płodozmian i ochrona wody. Duże obszary gruntów leśnych wykorzystywano rolniczo lub wycinano pod budowę osiedli. Lasy zostały zdegradowane i zmienione. Intensywne użytkowanie jako źródło energii oraz do celów budowlanych zaśmiecanie, spowodowało całkowity zanik starodrzewów leśnych. Drzewa wycinano przez dziesięciolecia i nie przywracano ich.

Hans Carl von Carlowitz jako pierwszy kompleksowo sformułował koncepcję zrównoważonego rozwoju w leśnictwie. W 1713 roku napisał poradnik o uprawie rodzimych drzew, będący kompilacją ówczesnej wiedzy o gospodarce leśnej, słynny esej „Sylvicultura Oeconomica”. Została opublikowana prawie 300 lat temu w Lipsku.

Carlowitz zasugerował ostrożne wykorzystanie drewna. Opisał drewno „równie ważne jak chleb powszedni”. Praktyczne zalecenia połączono z opisami przydatnych odmian drzew, aby zagwarantować długoterminowe rozwiązanie problemu braku drewna. Zauważył, że można osiągnąć

równowagę pomiędzy sadzeniem, uprawą i zbiorem drzew, a korzyściami można cieszyć się w sposób ciągły i bezterminowy.

Rewolucja przemysłowa oznaczała znaczącą zmianę w kierunku industrializacji i urbanizacji, prowadząc do szybkiego wzrostu gospodarczego, ale także degradacji środowiska i nierówności społecznych. Głównymi problemami stały się zwiększone wykorzystanie paliw kopalnych, wylesianie i zanieczyszczenie.

Ruch ochronny (koniec XIX i początek XX wieku) pojawił się w odpowiedzi na wyczerpywanie się zasobów naturalnych i utratę różnorodności biologicznej. Ekolodzy opowiadali się za ochroną obszarów dzikiej przyrody, parków narodowych i siedlisk dzikiej przyrody, podczas gdy Ruch Ekologiczny nabrał rozpędu w połowie XX wieku, napędzany obawami dotyczącymi zanieczyszczenia, niszczenia siedlisk i zdrowia publicznego. Kluczowe wydarzenia, takie jak publikacja „Cichej wiosny” Rachel Carson (1962) i pierwszy Dzień Ziemi w 1970 r., pomogły podnieść świadomość na temat kwestii środowiskowych.

Koncepcja zrównoważonego rozwoju zyskała na znaczeniu pod koniec XX wieku po opublikowaniu w 1987 roku przez Światową Komisję ds. Środowiska i Rozwoju Raportu Brundtlanda. Zrównoważony rozwój zdefiniowano jako „rozwój, który zaspokaja potrzeby współczesności bez uszczerbku dla możliwości przyszłym pokoleniom na zaspokojenie ich własnych potrzeb”. Porozumienia i inicjatywy międzynarodowe: Organizacja Narodów Zjednoczonych odegrała kluczową rolę w promowaniu zrównoważonego rozwoju poprzez inicjatywy takie jak Szczyt Ziemi w Rio de Janeiro (1992), który doprowadził do przyjęcia Agendy 21 i ustanowienia Ramowej Konwencji Narodów Zjednoczonych w sprawie Klimatu Zmiana (UNFCCC). Kolejne porozumienia, takie jak Protokół z Kioto (1997) i Porozumienie paryskie (2015), miały na celu zajęcie się zmianami klimatycznymi i promowanie zrównoważonego rozwoju w skali globalnej. W miarę jak presja środowiskowa staje się coraz bardziej intensywna, społeczeństwa szukają bardziej zrównoważonego sposobu życia. Rośnie popyt na ekologiczne produkty i usługi, a rynki światowe poszukują przedsiębiorstw i technologii przyjaznych dla klimatu. Na przykład porozumienie paryskie doprowadziło do powstania możliwości inwestycyjnych na rynkach wschodzących o szacunkowej wartości 23 bilionów dolarów w latach 2016–2030 (IFC 2016).

W ostatnich dziesięcioleciach coraz bardziej docenia się rolę, jaką odgrywają przedsiębiorstwa w promowaniu zrównoważonego rozwoju. Wiele firm przyjęło praktyki zrównoważonego rozwoju w

ramach swoich działań w zakresie społecznej odpowiedzialności biznesu, w tym zobowiązania do redukcji emisji gazów cieplarnianych, ochrony zasobów i wspierania rozwoju społeczności.

Postępy w nauce i technologii związanej ze zrównoważonym rozwojem: Postępy w nauce i technologii przyczyniły się do lepszego zrozumienia zrównoważonego rozwoju i zapewniły innowacyjne rozwiązania problemów środowiskowych. Pojawiły się takie dziedziny, jak energia odnawialna, zielona chemia, zrównoważone rolnictwo i gospodarka o obiegu zamkniętym, aby promować bardziej zrównoważone praktyki i systemy.

Na przestrzeni dziejów zrównoważony rozwój był ewoluującą koncepcją kształtowaną przez zmieniający się kontekst społeczny, gospodarczy i środowiskowy. Dziś reprezentuje holistyczne podejście do rozwoju, które ma na celu zrównoważenie dobrobytu gospodarczego, równości społecznej i zarządzania środowiskiem z korzyścią dla obecnych i przyszłych pokoleń.

2.2.1. Zasady zrównoważonej przedsiębiorczości

Zrównoważony rozwój w biznesie odnosi się do praktyki prowadzenia działalności w sposób zaspokajający potrzeby teraźniejszości, nie umniejszając możliwości przyszłych pokoleń do zaspokojenia własnych potrzeb.

Kluczowe aspekty zrównoważonego rozwoju w biznesie	
Zrównoważony rozwój środowiska	Przejrzystość i odpowiedzialność
Zrównoważony rozwój społeczny	Innowacja i współpraca
Zrównoważony rozwój gospodarczy	Wzmacnianie pozycji pracowników i dobre samopoczucie
Zaangażowanie interesariuszy	Zaangażowanie klientów i tworzenie wartości
Gospodarka o obiegu zamkniętym	Zgodność z przepisami i zarządzanie ryzykiem

Przedsiębiorstwa starają się minimalizować swój wpływ na środowisko poprzez zmniejszenie zużycia zasobów, minimalizację zanieczyszczeń i odpadów, oszczędzanie energii i wody oraz ochronę różnorodności biologicznej. Może to obejmować przyjęcie odnawialnych źródeł energii, wdrożenie zielonych technologii i optymalizację łańcuchów dostaw w celu zminimalizowania emisji dwutlenku węgla i innych substancji zanieczyszczających środowisko.

Firmy zdają sobie sprawę ze swojego wpływu na społeczeństwo i starają się tworzyć pozytywne skutki społeczne dla pracowników, społeczności i innych interesariuszy. Może to obejmować zapewnienie uczciwych praktyk pracy, promowanie różnorodności i włączenia społecznego, wspieranie społeczności lokalnych oraz inwestowanie w programy edukacyjne, zdrowotne i opieki społecznej.

Celem zrównoważonych przedsiębiorstw jest osiągnięcie długoterminowej rentowności ekonomicznej przy jednoczesnym tworzeniu wartości dla akcjonariuszy, pracowników i społeczeństwa jako całości. Może to obejmować równoważenie krótkoterminowych celów finansowych z długoterminowymi celami strategicznymi, inwestowanie w innowacje i możliwości wzrostu oraz przyjmowanie modeli biznesowych, które generują dodatnie zwroty przy jednoczesnej minimalizacji ryzyka i efektów zewnętrznych.

Zrównoważony biznes aktywnie współpracuje z szeroką gamą interesariuszy, w tym pracownikami, klientami, dostawcami, inwestorami, rządami i społecznościami. Starają się zrozumieć i odpowiedzieć na potrzeby, obawy i oczekiwania tych interesariuszy, budując zaufanie i wspierając wzajemnie korzystne relacje.

Firmy przestrzegają zasad gospodarki o obiegu zamkniętym, której celem jest minimalizacja odpadów i maksymalizacja efektywności wykorzystania zasobów poprzez projektowanie produktów, procesów i systemów, które umożliwiają ponowne wykorzystanie, recykling lub regenerację materiałów pod koniec ich cyklu życia. Może to obejmować przyjęcie praktyk takich jak przeprojektowanie produktu, regeneracja i recykling w obiegu zamkniętym.

Zrównoważone przedsiębiorstwa przejrzysto informują o swoich wynikach środowiskowych, społecznych i ekonomicznych, ujawniając odpowiednie informacje zainteresowanym stronom i ponosząc odpowiedzialność za swoje działania. Może to obejmować raportowanie kluczowych wskaźników zrównoważonego rozwoju, takich jak emisje dwutlenku węgla, zużycie energii, wskaźniki różnorodności i włączenia społecznego, a także wysiłki na rzecz zaangażowania społeczności.

Przedsiębiorstwa uznają innowacje i współpracę za czynniki wpływające na zrównoważony rozwój. Inwestują w badania i rozwój nowych technologii, produktów i modeli biznesowych promujących zrównoważony rozwój oraz współpracują z innymi firmami, rządami, organizacjami pozarządowymi i instytucjami akademickimi, aby stawić czoła złożonym wyzwaniom w zakresie zrównoważonego rozwoju. Przestrzegają obowiązujących przepisów, regulacji i standardów związanych z wynikami

środowiskowymi, społecznymi i ekonomicznymi oraz uwzględniają kwestie zrównoważonego rozwoju w procesach zarządzania ryzykiem. Może to obejmować przeprowadzanie ocen wpływu na środowisko i społeczeństwo, identyfikację i łagodzenie zagrożeń oraz zapewnienie zgodności ze standardami branżowymi i najlepszymi praktykami.

Zrównoważona firma stawia na pierwszym miejscu zdrowie, bezpieczeństwo i dobre samopoczucie swoich pracowników, uznając, że zaangażowani i zmotywowani pracownicy są niezbędni do osiągnięcia celów zrównoważonego rozwoju. Może to obejmować zapewnianie możliwości rozwoju zawodowego, promowanie równowagi między życiem zawodowym a prywatnym oraz wspieranie kultury włączania, współpracy i innowacji.

Zrównoważone przedsiębiorstwa nawiązują kontakt z klientami, aby zrozumieć ich preferencje i priorytety w zakresie zrównoważonego rozwoju, a także wprowadzają innowacje, aby tworzyć produkty, usługi i doświadczenia, które zapewniają wartość, minimalizując jednocześnie wpływ na środowisko i społeczeństwo. Może to obejmować włączenie zasad zrównoważonego projektowania, oferowanie przyjaznych dla środowiska alternatyw i edukację klientów na temat korzyści płynących ze zrównoważonego rozwoju.

Integrując zrównoważony rozwój ze wszystkimi aspektami swojej działalności, firmy mogą tworzyć długoterminową wartość dla interesariuszy, ograniczać ryzyko, poprawiać reputację i przyczyniać się do bardziej zrównoważonej i sprawiedliwej przyszłości dla społeczeństwa i planety.

2.2.2. Etyka środowiskowa i biznes

Etyka środowiskowa w biznesie dotyczy moralnej odpowiedzialności firm za środowisko. Obejmuje względy etyczne, obowiązki moralne i obowiązki, które przedsiębiorstwa powinny wziąć pod uwagę przy podejmowaniu decyzji mających wpływ na świat przyrody. Kluczowe punkty dotyczące skrzyżowania etyki środowiskowej i biznesu obejmują zrównoważony rozwój, odpowiedzialność społeczną, współpracę, przejrzystość, zarządzanie środowiskiem, innowacje i zielone technologie.

Etyka środowiskowa a biznes	
Zasoby naturalne	Współpraca
Odpowiedzialność społeczna	Systemy zarządzania środowiskowego

Bioróżnorodność	Koncepcja zarządzania
Innowacja	Ciągłe doskonalenie

Przedsiębiorstwa powinny przyjąć koncepcję zarządzania, uznając, że mają obowiązek dbać o środowisko i chronić je dla przyszłych pokoleń. Wiąże się to z mądrym zarządzaniem zasobami naturalnymi, minimalizacją zanieczyszczeń i odpadów oraz zachowaniem różnorodności biologicznej, stosując zasadę ostrożności, która głosi, że należy podejmować działania zapobiegawcze w sytuacjach, gdy istnieje naukowa niepewność co do potencjalnego wpływu danej działalności na środowisko. Zachęca to przedsiębiorstwa do internalizacji kosztów środowiskowych swojej działalności i przyjmowania czystszych i bardziej zrównoważonych praktyk.

Wiele firm przyjmuje inicjatywy w zakresie społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR), które obejmują cele i zobowiązania środowiskowe oraz włączają kwestie środowiskowe do inicjatyw w zakresie społecznej odpowiedzialności biznesu. Może to obejmować redukcję emisji gazów cieplarnianych, oszczędzanie wody i energii, minimalizację odpadów oraz wspieranie wysiłków na rzecz ochrony środowiska, a także inwestowanie w projekty dotyczące energii odnawialnej. Programy CSR świadczą o zaangażowaniu firmy w etykę środowiskową.

Firmy powinny wdrożyć systemy zarządzania środowiskowego (EMS), takie jak ISO 14001, aby systematycznie identyfikować, monitorować i zarządzać ryzykami i możliwościami środowiskowymi w organizacji. Powinni także przeprowadzać oceny cyklu życia, aby ocenić wpływ produktów i procesów na środowisko, od wydobycia surowców po utylizację. Informacje te można wykorzystać do identyfikacji możliwości ulepszeń i dokonywania bardziej zrównoważonych wyborów.

Współpraca z innymi przedsiębiorstwami, agencjami rządowymi, organizacjami pozarządowymi i instytucjami akademickimi ułatwia wspólne stawianie czoła wyzwaniom środowiskowym oraz promowanie polityk i przepisów wspierających ochronę środowiska i zrównoważony rozwój na poziomie lokalnym, krajowym i globalnym. Przezroczystość w zakresie efektywności i wpływu na środowisko, ujawnianie odpowiednich informacji zainteresowanym stronom i umożliwianie zainteresowanym stronom podejmowania świadomych decyzji.

Etyka ekologiczna może napędzać innowacje w biznesie, prowadząc do rozwoju nowych technologii i praktyk, które są bardziej przyjazne dla środowiska. Inwestowanie w innowacje, badania i rozwój nowych technologii i praktyk może zmniejszyć wpływ na środowisko i promować zrównoważony

rozwój. Może to obejmować technologie energii odnawialnej, zieloną chemię, zrównoważone rolnictwo i rozwiązania w zakresie gospodarki o obiegu zamkniętym. Firmy, które traktują priorytetowo etykę środowiskową, mogą inwestować w badania i rozwój zielonych technologii lub współpracować z innymi organizacjami w celu znalezienia zrównoważonych rozwiązań problemów środowiskowych.

Dąż do ciągłej poprawy wyników w zakresie ochrony środowiska, wyznaczając ambitne cele i zadania, śledząc postęp oraz regularnie przeglądając i aktualizując polityki, strategie i praktyki środowiskowe. Integrując etykę środowiskową z działalnością biznesową, firmy mogą minimalizować negatywny wpływ na środowisko, przyczyniać się do przejścia na bardziej zrównoważoną gospodarkę i tworzyć długoterminową wartość zarówno dla społeczeństwa, jak i akcjonariuszy.

2. 3. Zielone modele biznesowe

Zielone modele biznesowe zostały zaprojektowane tak, aby priorytetowo traktować zrównoważony rozwój środowiska, a jednocześnie są ekonomicznie opłacalne. Modele te integrują praktyki przyjazne dla środowiska z różnymi aspektami działalności biznesowej, w tym projektowaniem produktów, procesami produkcyjnymi, zarządzaniem łańcuchem dostaw i zaangażowaniem klientów. Oprócz wysiłków sektora prywatnego dla transformacji ekologicznej kluczowe znaczenie ma polityka rządu. Anderson (1998) identyfikuje sektor biznesowy, konsumpcję i politykę rządu jako główne siły w systemie gospodarczym i czynniki determinujące ochronę środowiska. Konieczne są działania rządu, aby zmniejszyć szkody dla środowiska i zabezpieczyć zdrowie publiczne, rozwój rynków oraz bardziej ekologiczne technologie i usługi. Nawet jeśli zasady te są właściwie realizowane, inwestowanie w rozwój nowych technologii może być kosztowne i ryzykowne dla przedsiębiorstw na wczesnym etapie rozwoju. Podobnie jak w innych obszarach, aby zaradzić niedoskonałościom rynku utrudniającym rozwój i rozpowszechnianie nowych zielonych technologii, mogą być potrzebne specjalne środki z pakietu polityki w zakresie innowacji.

Zielone modele biznesowe	
Gospodarka o obiegu zamkniętym	Ekologiczne opakowania i redukcja odpadów
Dzielenie się ekonomią i produktem jako usługą	Redukcja emisji dwutlenku węgla
Zrównoważone łańcuchy dostaw	Produkty lokalne i organiczne
Efektywność energetyczna i energia odnawialna	Zrównoważone rolnictwo

Gospodarka o obiegu zamkniętym: przedsiębiorstwa przyjmują model gospodarki o obiegu zamkniętym, którego celem jest minimalizacja odpadów i maksymalizacja efektywności wykorzystania zasobów poprzez projektowanie produktów i procesów umożliwiających ponowne wykorzystanie, recykling lub regenerację materiałów. Może to obejmować oferowanie produktów wykonanych z materiałów pochodzących z recyklingu, wdrażanie programów odbioru produktów wycofanych z eksploatacji lub regenerację produktów w celu przedłużenia ich żywotności.

Dzielenie się ekonomią i produktem jako usługą (PaaS): zamiast od razu sprzedawać produkty, firmy oferują je jako usługę, która zachęca do trwałości, możliwości naprawy i ponownego użycia. Na przykład firmy mogą dzierżawić klientom panele słoneczne, urządzenia energooszczędne lub pojazdy elektryczne, zapewniając w ramach usługi konserwację i modernizację. Firmy ułatwiają dzielenie się

lub wynajmowanie towarów i usług pomiędzy osobami fizycznymi lub przedsiębiorstwami, ograniczając potrzebę własności i promując dzielenie się zasobami. Przykładami mogą być usługi wspólnego korzystania z samochodów, programy rowerów publicznych i przestrzenie coworkingowe.

Zrównoważone łańcuchy dostaw: Firmy traktują priorytetowo zrównoważony rozwój w swoich łańcuchach dostaw, pozyskując materiały od dostawców przyjaznych środowisku, redukując emisje z transportu oraz minimalizując odpady i zanieczyszczenia. Może to obejmować współpracę z dostawcami, którzy przestrzegają standardów środowiskowych i społecznych, wdrażanie zrównoważonych rozwiązań w zakresie opakowań i optymalizację logistyki w celu zmniejszenia emisji gazów cieplarnianych.

Efektywność energetyczna i energia odnawialna : Firmy skupiają się na poprawie efektywności energetycznej i przechodzeniu na odnawialne źródła energii, aby zmniejszyć swój ślad węglowy i koszty energii. Może to obejmować inwestowanie w technologie energooszczędne, takie jak oświetlenie LED i systemy inteligentnych budynków, a także instalowanie na miejscu urządzeń do wytwarzania energii odnawialnej, takich jak panele słoneczne lub turbiny wiatrowe.

Ekologiczne opakowania i redukcja odpadów: Firmy przyjmują zrównoważone rozwiązania w zakresie opakowań, takie jak materiały biodegradowalne, opakowania nadające się do kompostowania lub pojemniki wielokrotnego użytku, aby zminimalizować wpływ na środowisko. Wdrażają także strategie redukcji odpadów, takie jak redukcja źródła, recykling i kompostowanie, aby zminimalizować ilość odpadów wysyłanych na składowiska.

Kompensacja emisji dwutlenku węgla i redukcja emisji: Firmy kompensują swoje emisje dwutlenku węgla, inwestując w projekty redukujące lub pochłaniające gazy cieplarniane, takie jak ponowne zalesianie, energia odnawialna lub wychwytywanie metanu. Wdrażają także środki mające na celu wewnętrzną redukcję emisji, takie jak poprawa efektywności energetycznej, optymalizacja logistyki transportu i zachęcanie do pracy zdalnej.

Produkty lokalne i organiczne: Firmy koncentrują się na pozyskiwaniu produktów lokalnie i/lub korzystaniu ze składników organicznych, aby zmniejszyć wpływ na środowisko i wspierać lokalną gospodarkę. Może to obejmować współpracę z lokalnymi rolnikami i producentami oraz promowanie certyfikatów ekologicznych i sprawiedliwego handlu. Może to znacząco zmniejszyć zużycie energii i zasobów, zmniejszyć emisję dwutlenku węgla, a jednocześnie zwiększyć zysk przedsiębiorstwa, gdyż

zysk to zysk finansowy uzyskany po odjęciu od sumy wszystkich kosztów, w tym kosztów operacyjnych. przychód.

Zrównoważone rolnictwo: Należy zwrócić szczególną uwagę na zrównoważone rolnictwo. Sektor pierwotny może również oferować wiele możliwości wdrażania bardziej ekologicznych metod. Zrównoważone rolnictwo oferuje holistyczne podejście do produkcji żywności, które równoważy zarządzanie środowiskiem, rentowność ekonomiczną i odpowiedzialność społeczną. Przyjmując zrównoważone praktyki rolnicze i wspierając polityki promujące agroekologię i rolnictwo regeneracyjne, możemy pracować na rzecz bardziej ekologicznej i zrównoważonej przyszłości dla przyszłych pokoleń.

Zrównoważone praktyki rolnicze minimalizują użycie środków syntetycznych, takich jak nawozy chemiczne, pestycydy i herbicydy, które mogą zanieczyszczać glebę, wodę i powietrze. Stosując techniki takie jak płodozmian, uprawy okrywowe i integrowana ochrona przed szkodnikami, zrównoważone rolnictwo ogranicza degradację środowiska i promuje zdrowie gleby, ochronę wód i różnorodność biologiczną. Na szczególną uwagę zasługuje zapylanie i ochrona zapylaczy. Firmy wdrażają środki ochrony wody i promują zrównoważone praktyki rolnicze, aby minimalizować zużycie wody, chronić jakość wody i chronić ekosystemy. Może to obejmować stosowanie systemów nawadniania kroplowego, wdrażanie technik zbierania wody deszczowej i ograniczanie upraw wodochłonnych.

Firmy edukują klientów i zainteresowane strony na temat znaczenia zrównoważonego rozwoju środowiska oraz opowiadają się za polityką i inicjatywami promującymi ekologiczną gospodarkę. Może to obejmować uruchamianie kampanii uświadamiających, wspieranie organizacji ekologicznych i uczestnictwo w stowarzyszeniach branżowych skupionych na zrównoważonym rozwoju. Przyjmując ekologiczne modele biznesowe, firmy mogą zmniejszyć swój ślad na środowisku, poprawić swoją reputację, przyciągnąć klientów dbających o środowisko i przyczynić się do bardziej zrównoważonej przyszłości społeczeństwa i planety.

2.3.1. Studia przypadków odnoszących sukcesy zielonych przedsiębiorstw

W ostatnich latach powstało kilka odnoszących sukcesy ekologicznych przedsiębiorstw, które wykorzystują rosnący popyt na produkty i usługi przyjazne dla środowiska. Firmy te pokazują, że rentowność i zrównoważony rozwój mogą iść w parze, inspirując inne firmy do przyjęcia praktyk bardziej przyjaznych dla środowiska. Przykłady te ilustrują różnorodne podejścia i znaczący wpływ, jaki zielone przedsiębiorstwa mogą mieć w różnych sektorach. Koncentrując się na innowacyjnych technologiach, zabezpieczając inwestycje i angażując się w strategiczne partnerstwa, firmy te wyznaczają drogę do bardziej zrównoważonej przyszłości.

Nespresso

Inicjatywy Nespresso na rzecz zrównoważonego rozwoju obejmują różne aspekty jej działalności, od odpowiedzialnego pozyskiwania surowców i recyklingu po ochronę środowiska i rozwój społeczności. Chociaż mogą istnieć ciągłe wyzwania i obszary wymagające poprawy, zaangażowanie Nespresso w zrównoważony rozwój odzwierciedla szerszą tendencję wśród firm w kierunku praktyk biznesowych bardziej odpowiedzialnych pod względem środowiskowym i społecznym. Nespresso zobowiązało się do odpowiedzialnego pozyskiwania ziaren kawy. Współpracują bezpośrednio z plantatorami kawy w ramach programu AAA Sustainable Quality™, którego celem jest poprawa jakości kawy, produktywności gospodarstw i źródeł utrzymania rolników, przy jednoczesnym promowaniu zrównoważonych praktyk rolniczych. Program ten zapewnia rolnikom pomoc techniczną, szkolenia i wsparcie finansowe, pomagając im we wdrażaniu przyjaznych dla środowiska metod rolnictwa oraz poprawie ich warunków społecznych i ekonomicznych.

Tesla spółka z ograniczoną odpowiedzialnością

Tesla to wiodący producent pojazdów elektrycznych (EV), założony przez Elona Muska w 2003 roku. Misją firmy jest przyspieszenie przejścia świata na zrównoważoną energię. Samochody elektryczne Tesli zyskały szeroką popularność dzięki innowacyjnej technologii, dużemu zasięgowi i eleganckiemu wyglądowi. Oprócz pojazdów elektrycznych Tesla produkuje panele słoneczne i rozwiązania w zakresie magazynowania energii, oferując kompleksową gamę produktów mających na celu zmniejszenie zależności od paliw kopalnych.

Patagonia

Ta marka odzieży outdoorowej znana jest ze swojego zaangażowania w zrównoważony rozwój środowiska. Patagonia wykorzystuje w swoich produktach materiały pochodzące z recyklingu, opowiada się za kwestiami środowiskowymi i wdraża zrównoważone praktyki biznesowe w swojej działalności. Program firmy „Worn Wear” zachęca klientów do kupowania używanych produktów, przedłużając żywotność ich sprzętu i ograniczając ilość odpadów. Koncentracja firmy na zrównoważonym rozwoju odbiła się echem wśród konsumentów, zwiększając zarówno lojalność wobec marki, jak i rentowność.

Grupa IKEA

IKEA, szwedzki sprzedawca mebli, przyjęła zrównoważony rozwój jako podstawową zasadę swojego modelu biznesowego. Firma wyznaczyła ambitne cele w zakresie zrównoważonego rozwoju, obejmujące pozyskiwanie całego drewna z bardziej zrównoważonych lub pochodzących z recyklingu źródeł do 2020 r. i osiągnięcie pozytywnego wpływu na klimat do 2030 r. IKEA zainwestowała w energię odnawialną, energooszczędne oświetlenie i urządzenia oraz praktyki zrównoważonej gospodarki leśnej. Dodatkowo IKEA oferuje programy recyklingu i odbioru swoich produktów, zachęcając klientów do ograniczania ilości odpadów i wydłużania cyklu życia mebli.

Unilever

Unilever od dawna jest liderem w zakresie zrównoważonego rozwoju przedsiębiorstw. Plan zrównoważonego życia firmy ma na celu oddzielenie wzrostu od śladu środowiskowego, przy jednoczesnym zwiększeniu pozytywnego wpływu społecznego. Unilever poczynił znaczne postępy w ograniczaniu emisji gazów cieplarnianych, poprawie efektywności wykorzystania wody i promowaniu zrównoważonych źródeł energii. Na przykład od 2020 r. 67% surowców rolnych Unilever pochodziło ze źródeł zrównoważonych.

Wszystkie wyżej wymienione studia przypadków pokazują, że włączenie zrównoważonego rozwoju środowiskowego do praktyk biznesowych może prowadzić do długoterminowego sukcesu, w tym lepszych wyników finansowych, lepszej reputacji marki i pozytywnego wpływu społecznego.

2.3.2. Zajęcia w klasie: Projektowanie ekologicznego planu biznesowego

Edukacja na temat zielonej przedsiębiorczości nie powinna być prowadzona w oparciu o tradycyjne podejście procesowe, ale podejście oparte na praktyce, z wykorzystaniem wybranych praktyk, które obejmują zabawę, empatię, tworzenie i eksperymentowanie. Sugerowany zarys takiego działania obejmuje wprowadzenie do Zielonego Biznesu oraz sesję burzy mózgów na temat opracowania biznesplanu, który należy uwzględnić w analizie rynku, prognozach finansowych, planach zrównoważonego rozwoju i operacyjnych oraz zarządzaniu ryzykiem. Opracowywanie zielonego biznesplanu może być wciągającym i edukacyjnym zajęciem w klasie, które łączy w sobie elementy przedsiębiorczości, zrównoważonego rozwoju środowiskowego i krytycznego myślenia.

Jedną z najbardziej rozpowszechnionych i powszechnie stosowanych taksonomii z zakresu uczenia się, która przybliży powyższe pojęcia (wiedza, umiejętności, postawy), jest typologia celów edukacyjnych zaproponowana przez Blooma i in. (1956). Taksonomia Blooma to struktura używana do klasyfikowania celów edukacyjnych, zadań i działań według poziomów złożoności i specyfiki. Składa się z sześciu poziomów, przechodzących od umiejętności myślenia niższego do wyższego rzędu:

1. Pamiętając
2. Zrozumienie
3. Stosowanie
4. Analizowanie
5. Ocenianie
6. Tworzenie

Angażując się w te zajęcia w klasie, uczniowie zdobędą cenne doświadczenie w zakresie przedsiębiorczości, krytycznego myślenia i zrównoważonego rozwoju środowiskowego, jednocześnie rozwijając praktyczne umiejętności w zakresie planowania biznesowego i prezentacji.

Krok 1. Pamiętanie

Rozpocznij ćwiczenie krótkim wprowadzeniem do koncepcji zielonego biznesu, w tym znaczenia zrównoważonego rozwoju środowiskowego, podejścia opartego na potrójnych wynikach (ludzie, planeta, zysk) i przykładów udanych zielonych przedsiębiorstw.

Fiszki	Użyj fiszek, aby przypomnieć sobie fakty, terminy i podstawowe pojęcia (ekologia, zrównoważony rozwój, przedsiębiorczość).
Quizy	Przeprowadzaj krótkie quizy skupiające się na pamięci opartej na faktach.
Tworzenie list	Poproś uczniów, aby wymienili najważniejsze punkty z lekcji lub materiałów do przeczytania.
Ćwiczenie dopasowujące	Twórz ćwiczenia dopasowujące terminy i ich definicje.

Krok 2. Zrozumienie

Zreasumowanie:	Poproś uczniów, aby własnymi słowami podsumowali tekst lub lekcję na powiązane tematy (zmiany klimatu, zużycie zasobów, odpady, zrównoważony rozwój)
Dyskusje grupowe	Ułatwiał dyskusje w grupach, podczas których uczniowie wyjaśniają sobie nawzajem pojęcia. Podziel uczniów na małe grupy i zachęć ich do przeprowadzenia burzy mózgów na temat pomysłów na ekologiczne firmy. Zachęcaj do kreatywności i innowacyjności oraz przypominaj uczniom, aby wzięli pod uwagę środowiskowe, społeczne i ekonomiczne aspekty swoich pomysłów biznesowych.
Sesje pytań i odpowiedzi	Organizuj sesje pytań i odpowiedzi, aby zapewnić zrozumienie.
Zreasumowanie	Poproś uczniów, aby podsumowali akapity lub sekcje tekstu.

Krok 3. Złożenie wniosku

Gdy grupy wybiorą pomysł na biznes, poproś je o opracowanie szczegółowego biznesplanu. Przedstaw przegląd pomysłu na biznes i jego potencjalny wpływ na środowisko i społeczeństwo.

Rozwiązywanie problemów	Przedstaw rzeczywiste problemy środowiskowe, które mogą być szansą biznesową. Opracuj plan zrównoważonego rozwoju opisujący sposób działania firmy. zminimalizuje wpływ na środowisko, oszczędza zasoby i przyczynia się do dobrobytu społecznego.
--------------------------------	--

Symulacje / Odgrywanie ról	Wykorzystaj odgrywanie ról, aby ćwiczyć stosowanie wiedzy w symulowanych scenariuszach. Opracuj szczegółowe profile, takie jak dyrektor generalny, dyrektor finansowy, dyrektor ds. marketingu i uczestnicy zewnętrzni. Szczegółowo opisz codzienną działalność firmy, w tym procesy produkcyjne, zarządzanie łańcuchem dostaw i wykorzystanie zasobów.
Zajęcia laboratoryjne	Przeprowadzaj eksperymenty, podczas których uczniowie wykorzystują teorię do praktycznych eksperymentów (recykling, gospodarka o obiegu zamkniętym).
Studia przypadków	Przeanalizuj studia przypadków zielonych firm.

Krok 4. Analiza

Przeprowadź badania rynku docelowego, w tym potrzeb klientów, konkurentów i trendów rynkowych związanych ze zrównoważonym rozwojem. Opisz oferowany ekologiczny produkt lub usługę, podkreślając jego korzyści dla środowiska i wyjątkowe zalety.

Porównaj i kontrastuj	Niech uczniowie porównają dwie koncepcje lub pomysły.
Mapowanie myśli	Użyj map myśli, aby rozłożyć koncepcję na elementy.
Debaty:	Organizuj debaty, podczas których uczniowie muszą analizować różne punkty widzenia.
Analiza danych	Udostępni uczniom zestawy danych do analizy i interpretacji wyników. Nakreśl strategie marketingowe i sprzedażowe mające na celu promowanie ekologicznego biznesu, w tym branding, reklamę i kanały dystrybucji. Zidentyfikuj potencjalne ryzyka i wyzwania stojące przed zielonym biznesem i opracuj strategie mające na celu ich złagodzenie.

Krok 5. Ocena

Jasno wyrażaj misję i wizję zielonego biznesu, podkreślając jego zaangażowanie w zrównoważony rozwój. Przygotuj prognozy finansowe, w tym prognozy przychodów, koszty uruchomienia, wydatki operacyjne i potencjalne źródła finansowania.

Recenzje rówieśnicze	Ułatwianie wzajemnej oceny zadań, podczas której uczniowie oceniają swoją pracę.
Ocena oparta na rubrykach	Poproś uczniów, aby ocenili pracę, korzystając ze szczegółowej rubryki.
Eseje krytyczne	Przydzielaj krytyczne eseje, w których uczniowie muszą ocenić argument lub pracę.
Projekty Grupowe	Angażuj uczniów w projekty grupowe, które wymagają od nich wzajemnej krytyki wkładu.

Krok 6. Tworzenie

Twórcze pisanie	Zachęcaj uczniów do pisania opowiadań lub esejów stanowiących syntezę ich nauki.
Prezentacje multimedialne	Poproś uczniów, aby utworzyli prezentacje lub filmy wideo, aby wykazać, że rozumieją. Gdy biznesplan będzie już gotowy, poproś każdą grupę, aby przedstawiła klasie swój pomysł na ekologiczny biznes. Zachęć uczniów, aby wyjaśnili korzyści środowiskowe i społeczne swojej firmy, a także jej potencjał osiągnięcia sukcesu finansowego.
Informacje zwrotne i dyskusja	Po każdej prezentacji zorganizuj dyskusję, podczas której uczniowie będą mogli wyrazić swoją opinię i zadawać pytania na temat ekologicznych planów biznesowych. Zachęcaj do konstruktywnej krytyki i oferuj sugestie dotyczące ulepszeń.
Odbicie	Zakończ ćwiczenie sesją refleksji, podczas której uczniowie mogą omówić, czego nauczyli się z tego doświadczenia. Zachęć ich do zastanowienia się nad wyzwaniami i możliwościami związanymi z opracowywaniem ekologicznego biznesplanu, a także nad znaczeniem zrównoważonego rozwoju w przedsiębiorczości.

2.4. Ekologiczne praktyki i innowacje

Praktyki przyjazne dla środowiska i innowacje idą ręką w rękę w dążeniu do zrównoważonego rozwoju w różnych branżach. Mechanizmy wsparcia dla przedsiębiorców z tych sektorów zapewniają kluczową motywację finansową do przyjęcia ekoinnowacji, tworząc większą pewność rynkową dla zielonych start-upów (Ball i Kittler, 2019).

Sektory praktyk i innowacji proekologicznych		
Zrównoważone rolnictwo	Energia Odnawialna	Transport
Gospodarka o obiegu zamkniętym	Zarządzanie odpadami	Gospodarka wodna
Identyfikowalność	Materiały budowlane	Zielona Chemia

Zrównoważone praktyki rolnicze : Innowacje w rolnictwie odgrywają kluczową rolę w promowaniu praktyk przyjaznych dla środowiska, takich jak rolnictwo organiczne, agroleśnictwo i rolnictwo regeneracyjne. Techniki takie jak rolnictwo precyzyjne, rolnictwo wertykalne i hydroponika umożliwiają efektywne wykorzystanie zasobów, takich jak woda i ziemia, przy jednoczesnej minimalizacji nakładów środków chemicznych i degradacji gleby.

Technologie energii odnawialnej : Innowacje w technologiach energii odnawialnej, takich jak energia słoneczna, wiatrowa i wodna, znacznie zmniejszyły zależność od paliw kopalnych i pomogły złagodzić zmiany klimatyczne. Postępy w wydajności paneli słonecznych, projektowaniu turbin wiatrowych i rozwiązaniach w zakresie magazynowania energii sprawiły, że energia odnawialna stała się bardziej opłacalna i skalowalna.

Ekologiczne materiały budowlane : W branży budowlanej opracowano przyjazne dla środowiska materiały budowlane, które zmniejszają zużycie energii i wpływ na środowisko. Innowacje obejmują zrównoważone materiały, takie jak bambus, stal z recyklingu i drewno z odzysku, a także energooszczędne izolacje, okna i pokrycia dachowe.

Rozwiązania dla gospodarki o obiegu zamkniętym : Innowacje w gospodarce o obiegu zamkniętym promują efektywne wykorzystanie zasobów i redukcję odpadów poprzez projektowanie produktów i procesów, które umożliwiają ponowne wykorzystanie, recykling lub regenerację materiałów. Obejmuje to inicjatywy takie jak przeprojektowanie produktu pod kątem demontażu, regeneracji i

recyklingu w obiegu zamkniętym, a także platformy cyfrowe umożliwiające udostępnianie zasobów i materiałów.

Inteligentne rozwiązania w zakresie mobilności : Innowacje w transporcie doprowadziły do opracowania inteligentnych rozwiązań w zakresie mobilności, które zmniejszają emisję i zatory. Obejmuje to pojazdy elektryczne (EV), pojazdy autonomiczne, usługi wspólnego korzystania z samochodów i multimodalne systemy transportowe zachęcające do chodzenia, jazdy na rowerze i transportu publicznego.

Technologie gospodarowania odpadami : Zaawansowane technologie gospodarowania odpadami, takie jak fermentacja beztlenowa, kompostowanie i przekształcanie odpadów w energię, pomagają zapobiegać składowaniu odpadów organicznych na wysypiskach i ograniczają emisję gazów cieplarnianych. Innowacje w zakresie recyklingu i odzysku materiałów umożliwiają także odzyskiwanie cennych zasobów ze strumieni odpadów.

Technologie oszczędzania wody : Innowacje w technologiach oszczędzania wody pomagają rozwiązać problem niedoboru wody i promować praktyki zrównoważonej gospodarki wodnej. Obejmuje to inteligentne systemy nawadniające, wodooszczędne urządzenia i osprzęt oraz technologie recyklingu i odsalania wody.

Zielona chemia : Dziedzina zielonej chemii koncentruje się na opracowywaniu przyjaznych dla środowiska alternatyw dla tradycyjnych procesów i produktów chemicznych. Innowacje obejmują biomateriały, nietoksyczne rozpuszczalniki oraz przyjazne dla środowiska procesy czyszczenia i produkcji, które minimalizują zanieczyszczenia i odpady.

Identyfikowalność i przejrzystość łańcucha dostaw : Technologia Blockchain zapewnia większą przejrzystość i identyfikowalność w łańcuchach dostaw, ułatwiając etyczne pozyskiwanie i zrównoważone praktyki produkcyjne. Zapewniając niezmiennie zapisy transakcji i pochodzenia produktów, blockchain pomaga konsumentom dokonywać świadomych wyborów i pociągać firmy do odpowiedzialności za ich wpływ na środowisko i społeczeństwo.

Platformy innowacji oparte na współpracy : Platformy innowacji oparte na współpracy skupiają różnorodne zainteresowane strony, w tym przedsiębiorstwa, rządy, środowisko akademickie i społeczeństwo obywatelskie, w celu współtworzenia zrównoważonych rozwiązań złożonych wyzwań

środowiskowych. Platformy te wspierają dzielenie się wiedzą, współpracę międzysektorową i wspólne działania na rzecz wspólnych celów w zakresie zrównoważonego rozwoju.

Zrównoważone rolnictwo i zapylenie : Szczególną uwagę należy zwrócić na zapylenie. Zrównoważone rolnictwo i zapylenie są ze sobą ściśle powiązane. Zapylenie można opisać jako proces, który czyni planetę zieloną i należy podkreślić tę zależność.

Podkreśl związek zrównoważonego rolnictwa i zapylenia	
Znaczenie zapylenia	Obserwacja zapylaczy
Pokaz pszczelarstwa	Wyjazdy terenowe

Jeśli to możliwe, poproś lokalnego pszczelarza o wizytę w klasie i zademonstrowanie technik pszczelarskich. Uczniowie mogą dowiedzieć się o cyklu życiowym pszczół, znaczeniu pszczół miodnych jako zapylaczy oraz roli pszczelarstwa w zrównoważonym rolnictwie.

Działania te angażują uczniów w praktyczne doświadczenia edukacyjne, które pogłębiają ich zrozumienie związku pomiędzy zrównoważonym rolnictwem a zapyleniem. Rozwijając ciekawość i świadomość na te tematy, uczniowie mogą stać się zwolennikami zarządzania środowiskiem i ochrony różnorodności biologicznej.

Wspierając innowacje i przyjmując praktyki przyjazne dla środowiska, przedsiębiorstwa i organizacje mogą zmniejszyć swój ślad na środowisku, zwiększyć efektywność operacyjną i stworzyć wartość zarówno dla społeczeństwa, jak i planety.

2.4.1. Zajęcia w klasie: od pomysłu do ekologicznego produktu/usługi

Zajęcia w klasie dotyczące praktyk przyjaznych środowisku można dostosować do różnych poziomów klas, przedmiotów i celów nauczania, a także mogą pomóc uczniom stać się świadomymi i aktywnymi zarządcami środowiska. Prezentując uczniom zieloną przedsiębiorczość, dajemy im możliwość zrozumienia problemu i znalezienia rozwiązań. Łącznie te praktyki pomagają uczniom rozwijać kompetencje do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy, aby tworzyć, znajdować i wykorzystywać możliwości związane z określonymi kwestiami biznesowymi i środowiskowymi. To tylko kilka pomysłów na początek.

Zajęcia w klasie dotyczące praktyk przyjaznych środowisku	
Recenzje odpadów	Zużycie energii – ślad węglowy
Projekty ogrodnicze	Wyjazdy terenowe
Warsztaty Recyklingowe	Dyskusje o środowisku
Kampanie ekologiczne	Wydarzenia i kampanie społecznościowe

Recenzje odpadów : Praktyczna nauka! Twórz interaktywne zajęcia, takie jak przeglądy odpadów, podczas których uczniowie analizują rodzaje i ilości odpadów wytwarzanych w ich szkole. Może to zwiększyć świadomość na temat nawyków konsumpcyjnych i znaczenia redukcji odpadów.

Projekty ogrodnicze : Załóż szkolny ogród, w którym uczniowie będą mogli dowiedzieć się o zrównoważonym rolnictwie, kompostowaniu i znaczeniu różnorodności biologicznej. Mogą sadzić rodzime gatunki, utrzymywać ogród i obserwować wzajemne powiązania ekosystemów. Studenci mogą badać rodzime gatunki roślin, które przyciągają zapylacze, takie jak pszczoły, motyle i ptaki. Następnie poproś ich, aby zaprojektowali i zaplanowali ogród dla zapylaczy dla swojej szkoły lub społeczności. To ćwiczenie uczy uczniów o znaczeniu zapylaczy w rolnictwie oraz o tym, jak sadzenie rodzimych gatunków może wspierać różnorodność biologiczną i zdrowie ekosystemu.

Wyzwania związane z oszczędzaniem energii : Organizuj wyzwania związane z oszczędzaniem energii, podczas których uczniowie rywalizują o zmniejszenie zużycia energii w klasach i obszarach wspólnych. Mogą śledzić zużycie energii, wdrażać strategie oszczędzania energii i poznawać wpływ zużycia energii na środowisko.

Warsztaty dotyczące recyklingu i upcyklingu : Zorganizuj warsztaty na temat recyklingu i upcyklingu, podczas których uczniowie dowiedzą się o procesie recyklingu, właściwym sortowaniu surowców wtórnych i kreatywnych sposobach ponownego wykorzystania materiałów. Zachęć je do tworzenia projektów artystycznych lub przedmiotów funkcjonalnych z materiałów pochodzących z recyklingu.

Debaty i dyskusje na temat środowiska : Ułatwaj debaty lub dyskusje na temat kwestii środowiskowych, takich jak zmiany klimatyczne, wylesianie lub zanieczyszczenie. Zachęcaj uczniów do prowadzenia badań i przedstawiania różnych perspektyw, rozwijając w ten sposób umiejętności krytycznego myślenia i komunikacji.

Wycieczki terenowe do miejsc przyjaznych środowisku : Organizuj wycieczki terenowe do miejsc przyjaznych środowisku, takich jak centra recyklingu, obiekty wykorzystujące energię odnawialną lub obszary chronione. Zapewnia to praktyczne doświadczenia edukacyjne i pozwala uczniom zapoznać się z rzeczywistymi przykładami zrównoważonego rozwoju w działaniu.

Imprezy sprzątania społeczności : Koordynuj akcje sprzątania społeczności, podczas których uczniowie i nauczyciele współpracują przy sprzątaniu śmieci w lokalnych parkach, plażach lub dzielnicach. Zwiększa to poczucie zarządzania środowiskiem i odpowiedzialności obywatelskiej, jednocześnie upiększając społeczność.

Kampanie ekologiczne : Rozpocznij kampanie ekologiczne w społeczności szkolnej, aby podnosić świadomość i promować zachowania przyjazne dla środowiska. Może to obejmować inicjatywy takie jak „Bezmięsne poniedziałki” mające na celu ograniczenie spożycia mięsa, „Wyłącz światło”, aby oszczędzać energię lub „Przynieś własną butelkę”, aby zmniejszyć ilość odpadów z tworzyw sztucznych.

Zaproszeni prelegenci i eksperci : Zaproś zaproszonych prelegentów i ekspertów w dziedzinie zrównoważonego rozwoju, aby podzielili się swoją wiedzą i doświadczeniami ze studentami. Zapewnia to cenne spostrzeżenia i inspiracje oraz udostępnia studentom potencjalne ścieżki kariery w naukach o środowisku, ochronie środowiska lub zrównoważonym rozwoju.

Nauczanie oparte na projektach : Angażuj uczniów w działania edukacyjne oparte na projektach, podczas których badają i opracowują rozwiązania rzeczywistych wyzwań środowiskowych. Może to obejmować projektowanie produktów przyjaznych dla środowiska, tworzenie kampanii uświadamiających lub proponowanie zmian w polityce w celu rozwiązania problemów środowiskowych.

Zajęcia w klasie dotyczące praktyk przyjaznych środowisku mogą przynieść liczne korzyści uczniom, nauczycielom i środowisku. Przekształcanie pomysłów w przyjazne dla środowiska produkty lub usługi może być ekscytującym i edukacyjnym zajęciem w klasie, które zachęca do kreatywności, krytycznego myślenia i świadomości ekologicznej. Kwestie środowiskowe, zmiany klimatyczne, zrównoważony rozwój to jedne z najpilniejszych problemów naszych czasów. Proponowany zarys takiego działania rozpoczyna się od wprowadzenia innowacji przyjaznych środowisku i obejmuje m.in. sesję burzy mózgów, badania marketingowe, plan zrównoważonego rozwoju, informację zwrotną i dyskusję.

Edukacyjne studia przypadków powinny zawierać Notatkę dydaktyczną (Caffrey i in., 2020). Są one ważne pod względem wpływu, ponieważ pomagają wprowadzić temat do klasy.

Przykład ćwiczenia w klasie - Projektowanie produktu przyjaznego dla środowiska

Angażując się w te zajęcia w klasie, uczniowie zdobędą cenne doświadczenie w generowaniu pomysłów, innowacjach, zrównoważonym rozwoju i przedsiębiorczości, jednocześnie rozwijając praktyczne umiejętności w zakresie planowania, projektowania i prezentacji projektów.

Potrzebne materiały:

- Tablice plakatowe lub duże arkusze papieru
- Markery, kredki i inne materiały do rysowania
- Materiały pochodzące z recyklingu (karton, plastikowe butelki, skrawki tkanin itp.)
- Nożyczki, klej i taśma
- Komputery/tablety z dostępem do Internetu do celów badawczych
- Materiały informacyjne na temat koncepcji zrównoważonego rozwoju

Czas trwania: 2-3 godziny lekcyjne (po 45-60 minut każda)

Instrukcje:

Dzień 1: Wprowadzenie do produktów ekologicznych

Wprowadzenie do zrównoważonego rozwoju (15 minut)

Rozpocznij od krótkiego wykładu na temat zrównoważonego rozwoju i jego znaczenia. Omów koncepcję zasady 3R: Ogranicz, użyj ponownie, poddaj recyklingowi. Pokaż przykłady produktów przyjaznych środowisku, takich jak butelki na wodę wielokrotnego użytku, opakowania biodegradowalne i gadżety zasilane energią słoneczną.

Sesja burzy mózgów (30 minut)

- Podziel uczniów na małe grupy (3-4 uczniów w grupie).
- Rozdaj arkusze burzy mózgów i poproś każdą grupę, aby zastanowiła się nad typowymi produktami, których używa na co dzień i w jaki sposób można je uczynić bardziej przyjaznymi dla środowiska.

- Zachęć ich, aby wzięli pod uwagę materiały, zużycie energii i redukcję odpadów.

Wybór pomysłu (15 minut)

Każda grupa prezentuje klasie trzy najlepsze pomysły. Uprość dyskusję i pomóż każdej grupie wybrać jeden pomysł do dalszego rozwoju.

Dzień 2: Badania i projektowanie

Faza Badań (30 minut)

Pozwól uczniom korzystać z komputerów/tabletów do badania materiałów, zasad projektowania i istniejących produktów przyjaznych dla środowiska, które są podobne do ich pomysłów. Poproś ich, aby rozważyli cykl życia produktu od produkcji do utylizacji.

Faza projektowania (30 minut)

Zapewnij tablice plakatowe i materiały do rysowania. Każda grupa tworzy szczegółowy projekt swojego produktu, zawierający szkice, listę materiałów i sposób jego wykorzystania. Zachęć ich, aby pomyśleli o branding i opakowaniu, upewniając się, że jest ono przyjazne dla środowiska.

Dzień 3: Prezentacja i informacje zwrotne

Tworzenie prototypu produktu (30 minut)

Wykorzystując materiały pochodzące z recyklingu, każda grupa tworzy prosty prototyp swojego produktu. Może to być model lub funkcjonalny prototyp, w zależności od złożoności pomysłu na produkt.

Przygotowanie prezentacji (15 minut)

Grupy przygotowują krótką prezentację (3–5 minut) wyjaśniającą swój produkt, jego zalety i sposób, w jaki przyczynia się on do zrównoważonego rozwoju. Powinni także omówić wszelkie wyzwania, jakie napotkali podczas procesu projektowania.

Prezentacje i opinie (15 minut)

Każda grupa prezentuje klasie swój produkt. Po każdej prezentacji klasa i nauczyciel przekazują konstruktywną informację zwrotną, koncentrując się na mocnych stronach i obszarach wymagających poprawy.

Refleksja (15 minut)

Omów, czego uczniowie dowiedzieli się na temat znaczenia produktów przyjaznych dla środowiska i zrównoważonego rozwoju. Zastanówcie się, w jaki sposób mogą zastosować te zasady w swoim codziennym życiu.

Ocena

- Uczestnictwo i praca zespołowa podczas burzy mózgów i faz projektowania.
- Kreatywność i praktyczność projektu produktu.
- Jakość i przejrzystość prezentacji.
- Zaangażowanie podczas sesji przekazywania informacji zwrotnych i refleksji.

Działalność rozszerzenia

Zorganizuj ogólnoszkolny eko-targ, podczas którego uczniowie będą mogli zaprezentować swoje ekologiczne produkty innym klasom, nauczycielom i rodzicom. Zaproś lokalnych przedsiębiorców lub ekspertów ds. zrównoważonego rozwoju do oceny projektów i przekazania dodatkowych informacji zwrotnych.

To działanie nie tylko kształci uczniów w zakresie zrównoważonego rozwoju, ale także umożliwia im kreatywne i krytyczne myślenie o rozwiązywaniu problemów w świecie rzeczywistym. Wprowadzenie do innowacji przyjaznych środowisku: Rozpocznij ćwiczenie wprowadzeniem do koncepcji innowacji przyjaznych środowisku i ich znaczenia w rozwiązywaniu problemów środowiskowych. Wyzwania. Omów przykłady produktów i usług przyjaznych środowisku oraz ich pozytywny wpływ na środowisko.

Projektowanie usługi przyjaznej dla środowiska

Sesja burzy mózgów : Podziel uczniów na małe grupy i zapewnij im możliwość przeprowadzenia burzy mózgów na temat pomysłów na usługi przyjazne dla środowiska. Zachęć uczniów do kreatywnego myślenia i rozważenia różnych aspektów zrównoważonego rozwoju, takich jak efektywność energetyczna, redukcja odpadów i ochrona zasobów.

Opracowanie pomysłu : gdy grupy wybiorą koncepcję, poproś je, aby przekształciły swoje pomysły w szczegółowe plany usług przyjaznych dla środowiska. Powinno to obejmować:

Opis usługi	Jasno zdefiniuj usługę przyjazną dla środowiska, w tym jej cechy, korzyści i grupę docelową.
Korzyści dla środowiska	Wyjaśnij, w jaki sposób usługa przyczynia się do zrównoważonego rozwoju środowiska, na przykład zmniejszając emisję dwutlenku węgla, oszczędzając zasoby lub minimalizując ilość odpadów.
Projektowanie i innowacja	Opisz innowacyjne aspekty usługi, takie jak nowe materiały, technologie lub procesy, które zwiększają jej przyjazność dla środowiska.
Badania rynku	Zbadaj rynek docelowy, konkurencję i preferencje konsumentów związane ze zrównoważonym rozwojem, aby uzyskać informacje na temat rozwoju produktów i strategii marketingowych.
Model biznesowy	Nakreśl model biznesowy wprowadzenia na rynek przyjaznej dla środowiska usługi, w tym strumień przychodów, kanały dystrybucji i strategię cenową.
Plan zrównoważonego rozwoju	Opracuj plan zrównoważonego rozwoju określający, w jaki sposób firma zminimalizuje wpływ na środowisko.
Prezentacja boiska	Niech każda grupa zaprezentuje klasie swój ekologiczny produkt lub usługę. Uczniowie powinni informować o korzyściach dla środowiska, innowacyjnych cechach i potencjale rynkowym swoich pomysłów. Zachęcaj do kreatywności i umiejętności skutecznej komunikacji podczas prezentacji.
Informacje zwrotne i dyskusja	Po każdej prezentacji zorganizuj dyskusję, podczas której uczniowie będą mogli wyrazić swoją opinię i zadawać pytania na temat usług przyjaznych środowisku. Zachęcaj do konstruktywnej krytyki i oferuj sugestie dotyczące ulepszeń.
Refleksja i kolejne kroki	Zakończ ćwiczenie sesją refleksji, podczas której uczniowie mogą omówić, czego nauczyli się z tego doświadczenia. Zachęć uczniów, aby rozważyli możliwość urzeczywistnienia swoich pomysłów i zbadali możliwości dalszego rozwoju lub wdrożenia.

Przykłady produktów i usług przyjaznych środowisku

Butelki na wodę wielokrotnego użytku : Butelki na wodę wielokrotnego użytku wykonane z materiałów takich jak stal nierdzewna, szkło lub plastik niezawierający BPA pomagają zmniejszyć ilość odpadów plastikowych jednorazowego użytku. Zachęcają ludzi do ponownego napełniania i ponownego wykorzystania butelek zamiast kupowania jednorazowych plastikowych butelek na wodę, zmniejszając w ten sposób zanieczyszczenie tworzywami sztucznymi.

Panele słoneczne : Panele słoneczne wykorzystują energię słoneczną do wytwarzania energii elektrycznej, zapewniając odnawialną i zrównoważoną alternatywę dla paliw kopalnych. Instalując panele słoneczne w domach lub firmach, użytkownicy mogą zmniejszyć swoją zależność od energii elektrycznej z sieci i zmniejszyć swój ślad węglowy.

Roślinne alternatywy dla mięsa : Roślinne alternatywy dla mięsa, takie jak hamburgery, kiełbaski i nuggetsy wykonane ze składników takich jak soja, białko grochu lub grzyby, stanowią bardziej zrównoważoną opcję w porównaniu z konwencjonalnym mięsem. Produkty te mają zazwyczaj mniejszy wpływ na środowisko pod względem użytkowania gruntów, zużycia wody i emisji gazów cieplarnianych.

Usługi kompostowania : Usługi kompostowania polegają na zbieraniu odpadów organicznych z gospodarstw domowych lub przedsiębiorstw i przetwarzaniu ich na kompost bogaty w składniki odżywcze. Dzięki temu odpady organiczne nie będą składowane na wysypiskach, gdzie powstają metan – silny gaz cieplarniany. Kompost można następnie wykorzystać do wzbogacenia gleby i pobudzenia wzrostu roślin.

Torby na zakupy wielokrotnego użytku : Torby na zakupy wielokrotnego użytku wykonane z trwałych materiałów, takich jak płótno lub plastik z recyklingu, pomagają zmniejszyć zużycie jednorazowych toreb plastikowych. Przynosząc torby wielokrotnego użytku do sklepu spożywczego lub na rynek, konsumenci mogą zminimalizować ilość odpadów z tworzyw sztucznych i wspierać zrównoważone praktyki.

Dostawcy zielonej energii : Dostawcy zielonej energii oferują energię elektryczną wytwarzaną ze źródeł odnawialnych, takich jak energia wiatrowa, słoneczna, hydroelektryczna lub geotermalna. Wybierając plan dotyczący zielonej energii, konsumenci mogą wesprzeć rozbudowę infrastruktury energii odnawialnej i zmniejszyć swój ślad węglowy.

Usługi udostępniania rowerów i hulajnóg : Usługi udostępniania rowerów i hulajnógów zapewniają wygodne i przyjazne dla środowiska możliwości transportu na krótkie wycieczki po obszarach miejskich. Korzystając z tych usług zamiast jeździć samochodem lub korzystać z usługi transportu samochodowego, obywatele mogą zmniejszyć natężenie ruchu i zanieczyszczenie powietrza.

3. Przedsiębiorczość na rzecz zmiany społecznej

3.31. Przegląd

Moduł ten bada szybko rozwijającą się dziedzinę przedsiębiorczości społecznej, podzbiór przedsiębiorczości, która koncentruje się na opracowywaniu i wdrażaniu rozwiązań odpowiadających potrzebom społecznym. W przeciwieństwie do tradycyjnej przedsiębiorczości, która często opiera się na maksymalizacji zysków, przedsiębiorczość społeczna koncentruje się na tworzeniu wartości społecznej i zaspokajaniu długoterminowych potrzeb społecznych, takich jak żywność, schronienie, edukacja i opieka zdrowotna.

Moduł ten bada różne strony przedsiębiorczości społecznej, która dotyka wielu różnych obszarów. Omówiono w nim różne definicje przedsiębiorczości społecznej i sposoby jej wykorzystania w celu tworzenia korzyści dla jednostek i społeczeństwa. Kolejną ważną częścią modułu jest poznanie cech i praktyk odnoszących sukcesy przedsiębiorców społecznych, którzy często nazywani są agentami zmiany i wprowadzają nowe rozwiązania problemów społecznych wymagających naprawy. Materiał obejmuje zarówno część teoretyczną, jak i praktyczną, a uczniowie angażują się w życie społeczności i uczestniczą w projektach rozwiązywania problemów.

Studenci poznają wyzwania i korzyści związane z zakładaniem i prowadzeniem przedsiębiorstw społecznych, których celem jest poprawa dobrobytu społeczności, eliminowanie niesprawiedliwości społecznych i zapewnianie zrównoważonego rozwoju środowiska dla przyszłych pokoleń. Dzięki temu studenci zyskają wiedzę potrzebną do zintegrowania celów biznesowych i społecznych w celu stworzenia skutecznych i zrównoważonych modeli biznesowych.

Cele nauczania

Pod koniec tego modułu uczniowie będą potrafili:

- ✓ Zdefiniuj przedsiębiorczość społeczną i odróżnij ją od przedsiębiorczości tradycyjnej.
- ✓ Uznają rolę przedsiębiorczości społecznej w stawianiu czoła wyzwaniom społecznym.
- ✓ Naucz się identyfikować palące problemy społeczne, które można rozwiązać za pomocą rozwiązań przedsiębiorczych.
- ✓ Analizuj różne problemy społeczne z wielu perspektyw, aby zrozumieć ich złożoność.

- ✓ Wykorzystuj narzędzia i techniki biznesowe do planowania i realizacji projektów z zakresu przedsiębiorczości społecznej.
- ✓ Zachęcaj do kreatywnego myślenia w celu opracowania innowacyjnych rozwiązań problemów społecznych.
- ✓ Weź udział w projektach uczenia się poprzez usługi, które zapewniają praktyczne doświadczenie w stosowaniu wiedzy zdobytej w klasie do rozwiązywania rzeczywistych problemów.
- ✓ Rozwijaj umiejętności przywódcze niezbędne do kierowania inicjatywami społecznymi.
- ✓ Zwiększaj umiejętności współpracy w zespołach i z partnerami społecznymi.

3.2. Wprowadzenie do przedsiębiorczości społecznej

Czym jest przedsiębiorczość społeczna?

W ostatnich latach przedsiębiorczość społeczna, będąca subdyscypliną przedsiębiorczości, cieszy się coraz większym zainteresowaniem badaczy przedsiębiorczości. Przedsiębiorczość społeczna to nowa, ale szybko rozwijająca się dziedzina, która obejmuje wiele różnych sektorów, takich jak innowacje, technologia, polityka publiczna, rozwój społeczności, ruchy społeczne i organizacje non-profit.

Zrozumienie przedsiębiorczości społecznej zaczyna się od jej definicji, które są bardzo zróżnicowane. Chociaż wiele definicji ma podobieństwa, wydaje się, że istnieje wiele różnych sposobów definiowania przedsiębiorczości społecznej. Niektóre z tych definicji są dość podobne, ale każda skupia się na innych aspektach przedsiębiorczości społecznej i próbuje ją zdefiniować w oparciu o te aspekty. Może się zdarzyć, że różne dyscypliny będą zainteresowane spojrzeniem na indywidualne i społeczne korzyści płynące z przedsiębiorczości społecznej z różnych punktów widzenia.

Przedsiębiorczość społeczna polega na rozpoznawaniu, ocenie i wykorzystywaniu możliwości, które tworzą wartość społeczną – czyli podstawowe i długotrwałe potrzeby społeczeństwa, a nie bogactwo osobiste lub akcjonariuszy. Idea wartości społecznej ma niewiele wspólnego z zyskiem. Chodzi o zaspokojenie podstawowych i długotrwałych potrzeb, takich jak zapewnienie żywności, wody, schronienia, edukacji i usług medycznych tym, którzy ich potrzebują (Austin i in., 2006).

Główne cele przedsiębiorczości społecznej to ograniczenie ubóstwa i analfabetyzmu, poprawa dobrobytu społeczności, eliminowanie niesprawiedliwości społecznych i ochrona środowiska dla przyszłych pokoleń. Wykorzystując swoje umiejętności i zasoby, przedsiębiorcy społeczni mogą wywrzeć duży wpływ na społeczeństwo. Innymi słowy, przedsiębiorczość społeczna polega na tym, że przedsiębiorcy wykorzystują swoje umiejętności do tworzenia wartości społecznej, a nie tylko do zarabiania pieniędzy. Często robią to, ponieważ przyświeca im misja społeczna i chcą ciężko pracować. Przedsiębiorca społeczny to ktoś, kto ma prawdziwą pasję do dokonywania zmian, a także ma dyscyplinę, innowacyjność i determinację, aby odnieść sukces w biznesie.

Kim zatem jest przedsiębiorca społeczny?

Większość badaczy mówi o tym, co wyróżnia wielkiego przedsiębiorcę społecznego i jacy powinni być. Robert Theobald jest jednym z pierwszych, którzy zdefiniowali przedsiębiorczość społeczną. Mówi, że są „agentami zmiany”, którzy podejmują ryzyko, przedstawiając nowe pomysły ludziom, grupom i organizacjom. Patrzy także na przedsiębiorczość społeczną i z szerokiej perspektywy, wskazując, że podejmowanie ryzyka i bycie innowacyjnym to kluczowe cechy przedsiębiorców społecznych.

Leadbeater i Goss (1998) podkreślają, że przedsiębiorczość społeczna polega na działaniach zorientowanych na społeczność. Sugerują, że przedsiębiorcy społeczni to ludzie, którzy pracują w społecznościach potrzebujących lub kreatywne organizacje wolontariackie, które pomagają zaspokoić potrzeby społeczności, wykorzystując zasoby, które w przeciwnym razie zostałyby zmarnowane.

Glancey i McQuaid (2000) sugerują, że przedsiębiorcy społeczni są innowacyjni i wykorzystują niewykorzystane zasoby w sposób, w jaki definiują ich inni ludzie. Ich zdaniem przedsiębiorcy społeczni wymyślają nowe rozwiązania problemów społecznych i wykorzystują zasoby w sposób korzystny dla społeczności lokalnej. Definicja ta mówi również, że przedsiębiorcy społeczni mogą pracować we wszystkich sektorach, w tym w rządzie, organizacjach non-profit lub przedsiębiorstwach.

Bornstein (2004) twierdzi, że przedsiębiorca społeczny to ktoś, kto robi różnicę. Opracowuje nowe pomysły, aby rozwiązać główne problemy i zawsze pracuje, aż osiągną swoje cele.

Kiedy naprawdę przyjrzy się różnym definicjom przedsiębiorcy społecznego, staje się jasne, że badacze oceniają cechy charakteru, obszary pracy, cele i wyniki przedsiębiorczości społecznej na różne sposoby. W rezultacie mamy szeroki wachlarz definicji przedsiębiorcy społecznego. Jeśli wziąć pod uwagę wszystkie te definicje, wydaje się, że przedsiębiorca społeczny powinien być innowatorem, chętnym do podejmowania ryzyka, kreatywnym, obserwującym problemy społeczne, potrafiącym wypracowywać trwałe rozwiązania problemów społecznych, pracowitym i wykwalifikowanym.

Krótko mówiąc, istnieją cztery kluczowe różnice między przedsiębiorczością społeczną a innymi formami przedsiębiorczości. Przedsiębiorcy społeczni (Bacq i Janssen, 2011):

1. napędzany misją. Wszyscy chcą spełniać swoją misję wywierania wpływu społecznego na tych, którzy tego najbardziej potrzebują.

2. działać jako przedsiębiorcy poprzez kombinację cech odróżniających ją od innych typów przedsiębiorców (patrz tabela 1).
3. działać w organizacjach przedsiębiorczych o silnej kulturze innowacyjności i otwartości.
4. Współpracuj z niezależnymi organizacjami, które planują i realizują strategie dochodu wypracowanego. Ideą jest dostarczanie zamierzonej wartości społecznej przy jednoczesnym zachowaniu niezależności finansowej. Odbывается to poprzez łączenie działań społecznych i nastawionych na zysk, aby osiągnąć samowystarczalność, zmniejszyć zależność od darowizn i funduszy rządowych oraz zwiększyć potencjał rozszerzenia dostarczania proponowanej wartości społecznej.

Tabela 1. Cechy charakterystyczne i wspólne przedsiębiorców nastawionych na zysk i przedsiębiorców społecznych (Abu-Saifan, 2012)

Cechy charakterystyczne przedsiębiorców nastawionych na zysk	Wspólne cechy obu typów	Cechy wyróżniające przedsiębiorców społecznych
Osiągający wysokie wyniki Nosiciel ryzyka Organizator Myśliciel strategiczny Twórca wartości Holistyczne Arbitraż	Nowator Dedykowany Podmiot podejmujący inicjatywę Lider Alarm dotyczący możliwości Uporczywy Zaangażowany	Lider misji Naładowany emocjonalnie Zmien agenta Lider opinii Twórca wartości społecznych Czujny społecznie Menedżer Wizjoner Wysoka odpowiedzialność

3.2.1. Problemy społeczne i rozwiązania biznesowe

Można powiedzieć, że przedsiębiorcą może zostać każdy. Każdy człowiek uczy się przedsiębiorczości poprzez zdobywanie doświadczenia przez całe życie i rozwija swoje umiejętności w zakresie

przedsiębiorczości poprzez budowanie odpowiednich umiejętności. W takim przypadku, jeśli dana osoba chce zostać przedsiębiorcą, pierwszym krokiem jest zdobycie odpowiedniego wykształcenia, które pomoże jej zdobyć i rozwinąć niezbędne umiejętności w zakresie przedsiębiorczości.

W tym samym kierunku bycie przedsiębiorcą społecznym zaczyna się od edukacji, podobnie jak w przypadku każdej kariery zawodowej. Studiując takie przedmioty jak biznes, ekonomia i nauki społeczne, uczysz się nie tylko o pieniądzach i rynkach; nauczysz się identyfikować problemy w naszym społeczeństwie i odkrywać sposoby ich rozwiązania. Na przykład nauka ekonomii może pomóc ci zrozumieć, dlaczego niektóre społeczności mają mniej zasobów, a studiowanie nauk społecznych może nauczyć cię o wyzwaniach stojących przed różnymi grupami.

Jednak edukacja to nie tylko siedzenie w klasie. Doświadczenie w świecie rzeczywistym jest równie ważne. Obejmuje to wkroczenie w społeczność, na przykład poprzez wolontariat w lokalnych schroniskach, przyłączenie się do akcji sprzątania środowiska lub uczestnictwo w szkolnych klubach skupiających się na pracy społecznej. Dzięki tym doświadczeniom możesz na własne oczy zobaczyć problemy, o których dowiedziałeś się na zajęciach, co daje jaśniejszy obraz tego, co należy zrobić i jak możesz pomóc.

Uzbrojeni w wiedzę i doświadczenie, możesz następnie zastosować techniki biznesowe, aby rozwiązać te problemy społeczne. Możesz na przykład założyć małą firmę, która buduje niedrogie mieszkania z trwałych materiałów, pomagając stawić czoła bezdomności, a jednocześnie chroniąc środowisko. Innym pomysłem jest założenie firmy zajmującej się sprzedażą przyborów szkolnych, gdzie za każdy sprzedany przedmiot kolejny przekazywany jest potrzebującemu dziecku.

Wielu młodych przedsiębiorców znalazło innowacyjne sposoby wykorzystania biznesu dla dobra społecznego. Weźmy na przykład historię nastolatka, który założył firmę produkującą metalowe słomki wielokrotnego użytku, aby zmniejszyć ilość odpadów z tworzyw sztucznych. Ten mały krok nie tylko pomaga środowisku, ale także podnosi świadomość na temat zanieczyszczeń. Inny młody przedsiębiorca założył platformę internetową, która łączy nadwyżki żywności z restauracji z lokalnymi bankami żywności, dzięki czemu mniej żywności się marnuje, a więcej osób otrzymuje potrzebne posiłki.

3.2.2. Jak być przedsiębiorcą społecznym?

Obecnie nasze społeczności lokalne i globalne stoją przed wieloma skomplikowanymi problemami społecznymi. Zagadnienia te wymagają kreatywnych i zdeterminowanych ludzi, którzy znajdą nowe sposoby na wywarcie pozytywnego, długotrwałego wpływu. Przedsiębiorcy społeczni to ludzie, którzy potrafią dostrzec problemy w społecznościach i założyć firmy, które generują zyski, jednocześnie zajmując się tymi problemami i wspierając zmiany społeczne. Dlatego przedsiębiorcy społeczni mają wielkie serca. Z pasją chcą coś zmienić. Zależy im nie tylko na zysku.

Jednak zostać przedsiębiorcą społecznym nie jest łatwo. Aby odnieść sukces, potrzebujesz czegoś więcej niż świetnego pomysłu. Jeśli chcesz zmieniać świat i zarabiać na tym pieniądze, musisz zaplanować swoją podróż. Poniżej znajduje się kilka ważnych kroków, które powinien wykonać każdy, kto chce odnieść sukces jako przedsiębiorca społeczny.

Wszystko zaczyna się od **jasnego określenia misji**. Innymi słowy, musisz zdecydować, komu chcesz pomóc oraz gdzie i w jaki sposób chcesz im pomóc. Oprócz tego, kto, musisz równie jasno określić problem, który chcesz rozwiązać dla tej docelowej grupy odbiorców (grupy docelowej) za pośrednictwem usługi lub produktu, który będzie oferować Twoja organizacja. Aby znaleźć odpowiedni problem, z którym możesz się uporać, musisz oczywiście wziąć pod uwagę własne preferencje, wrodzone talenty, mocne strony, umiejętności zawodowe i wykształcenie oraz zasoby, którymi dysponujesz. Pomyśl o kilku prostych pytaniach, które pomogą Ci zacząć. Co zrobisz? Jak to zrobisz? Dla kogo to zrobisz? Jaką wartość podasz? Jakie wartości i zasady Cię kierują? Te pytania pomogą Ci stworzyć misję.

Kolejnym ważnym krokiem jest **zbadanie obszaru/kierunku**, na którym się skupieś. Powinieneś zrozumieć jak najwięcej o krajobrazie biznesu społecznego, w którym chcesz działać, a także o tym, kto przewodzi i zmienia świat. Nie musisz wymyślać koła na nowo. Jeśli widzisz, że przedsiębiorca społeczny robi dokładnie to, co chcesz osiągnąć, wykorzystaj to jako motywację i paliwo do opracowania własnej, unikalnej oferty zorientowanej na cel. Istniejące dobre praktyki można zawsze wykorzystać do ulepszenia i rozwoju naszych wysiłków.

Masz w rękach narzędzie, które może Ci pomóc. Google jest Twoim przyjacielem, jeśli chodzi o znalezienie mnóstwa odpowiednich informacji, przykładów, najlepszych praktyk, a także tych, które możesz uważać za konkurentów lub współpracowników. Rozważ następującą kwestię: jeśli chciałbyś

zaangażować się w ofertę firmy/organizacji, którą chcesz zapewnić, czego byś szukał w Internecie? Jakich dokładnie terminów byś użył? Uważaj się za idealnego klienta lub beneficjenta, a następnie przeszukuj Internet przez tę pryzmat. To ćwiczenie pomoże Ci spojrzeć na Twój projekt z perspektywy osób, którym chcesz pomóc, dzięki czemu Twoje wysiłki będą ukierunkowane i skuteczne.

Ponadto nie zapominaj o znaczeniu łączenia się z sieciami zawodowymi. Dołącz do forów przedsiębiorczości społecznej, grup LinkedIn oraz stowarzyszeń lokalnych lub krajowych. Grupy te często udostępniają cenne zasoby i możliwości nawiązywania kontaktów, które mogą zapewnić wskazówki i wsparcie w trakcie rozwijania Twojego przedsięwzięcia. Zrozumienie, kim są członkowie i jakimi przedsiębiorstwami społecznymi zarządzają, umożliwi ci wgląd w standardy i oczekiwania w branży.

Dodatkowo rozważ udział w konferencjach i seminariach branżowych związanych z Twoim obszarem zainteresowań. Wydarzenia te stanowią ogromną okazję do uczenia się od doświadczonych ekspertów, zdobycia nowych pomysłów i poznania potencjalnych mentorów, którzy mogą zaoferować praktyczne porady, a być może nawet partnerstwa.

Teraz, gdy znasz już wystarczająco dużo informacji, możesz **zaprojektować własną, niepowtarzalną ofertę**. Pomyślenie o tym, co wyróżnia Twoje przedsiębiorstwo społeczne, bardzo by Ci pomogło. Jak możesz zrobić coś innego niż to, co już robią inni? Im bardziej szczegółowo opiszesz, co chcesz zrobić i jak planujesz to zrobić, tym bardziej wyróżniające się będzie Twoje przedsiębiorstwo społeczne.

Skutecznym narzędziem może być używanie karteczek samoprzylepnych do burzy mózgów i udoskonalania pomysłów na przedsiębiorstwo społeczne. Na każdej karteczce samoprzylepnej napisz słowo kluczowe, które oddaje istotny aspekt celów projektu. Umieść te notatki na widocznych powierzchniach, takich jak ściany lub okna, gdzie możesz zmieniać ich układ w miarę ewolucji swoich pomysłów.

W miarę postępów stale dostosowuj swoje karteczki samoprzylepne, aby odzwierciedlały nowe spostrzeżenia i wskazówki dla Twojego przedsiębiorstwa. Skoncentruj się na tym, co wyróżnia Twoją inicjatywę lub na tym, jak konkretnie odpowiada ona na potrzeby społeczności docelowej. Zastanów się, jaki unikalny kąt lub wartość możesz wnieść do istniejącego krajobrazu.

Nie ma potrzeby, aby Twoja koncepcja była całkowicie unikalna, możesz pomyśleć o tym, jak możesz ulepszyć lub uzupełnić pracę innych, którzy są już w danej przestrzeni. Współpraca z uznanymi organizacjami może otworzyć nowe możliwości wywierania wpływu, o których wcześniej nie myślałeś. Podejście to nie tylko pomaga wypełnić luki, ale także opiera się na mocnych stronach bieżących wysiłków, potencjalnie prowadząc do bardziej znaczących zmian i sukcesów.

Należy jednak pamiętać, że przedsiębiorczość społeczna to coś więcej niż tylko osiąganie zysku. Chodzi także o wywarcie pozytywnego wpływu społecznego. Dlatego dobrym pomysłem jest **stosowanie wskaźników wpływu społecznego** obok konwencjonalnych wskaźników biznesowych, takich jak zysk, w celu pomiaru postępów. Miary te pomogą Ci ocenić skuteczność Twoich inicjatyw i skutecznie komunikować wyniki swoim interesariuszom.

Zrównoważenie misji społecznej z celami biznesowymi jest często trudne, ale jest to jedna z najbardziej satysfakcjonujących rzeczy w byciu przedsiębiorcą społecznym. Umieszczając misję społeczną w centrum tego, co robisz i wykorzystując ją jako wyjątkowy punkt sprzedaży, możesz mieć pewność, że realizujesz zarówno cele społeczne, jak i biznesowe.

Pamiętaj, że droga do kariery w przedsiębiorczości społecznej to stopniowa podróż, a nie cel. Wywarcie wpływu społecznego wymaga dużo poświęcenia, entuzjazmu i silnego zaangażowania. Przy okazji dobrze jest ciągle się uczyć i dostosowywać do nowych informacji. Pomoże Ci to w rozwoju osobistym, a także sprawi, że Twoja firma odniesie większy sukces.

Oczywiście nie musisz wyruszać w tę ekscytującą podróż samotnie. Skontaktuj się z członkami zespołu, aby uzyskać **opinie i wsparcie**. Członek zespołu nie musi być partnerem ani pracownikiem; mogą po prostu być niezłomnym zwolennikiem Twojego przedsięwzięcia opartego na misji. Tą osobą może być członek rodziny, przyjaciel, a nawet partner biznesowy, który stale zachęca i wspiera Twoje wysiłki. Posiadanie w swoim kącie kogoś, kto wierzy w to, co próbujesz osiągnąć, może zapewnić nieocenioną zachętę i wskazówki na drodze do przodu. Dodatkowo budowanie sieci takich zwolenników może poszerzyć Twoje zasoby i perspektywy, zwiększając Twoją zdolność do odniesienia sukcesu.

Aby pozyskać wsparcie zewnętrzne, dotrzyj do osób, które są już obecne w Twoim życiu i karierze i które uważasz za zaufanych mentorów i doradców. Mogą to być także niektórzy z konkurentów i partnerów, których spotkałeś podczas badania danej dziedziny, lub członkowie odpowiednich

stowarzyszeń zawodowych, które brałeś pod uwagę. Mogą też być po prostu podobnie myślącymi duszami, które również chcą coś zmienić lub już to zrobiły.

Członkowie grupy to osoby, z którymi można swobodnie i otwarcie wymieniać się pomysłami oraz prosić o opinie i rady. Ludzie, którzy byli już na Twoim miejscu i mogą pomóc Ci osiągnąć sukces, najlepiej otwierając po drodze swoje sieci i zasoby, aby popchnąć Cię do przodu.

Przedstaw swoim zwolennikom i mentorom swoją misję i zobacz, co o niej myślą. Robiąc to, musisz mieć grubą skórę, ponieważ niektórzy mogą być wobec ciebie bardzo krytyczni. Pamiętaj, że członkowie Twojego zespołu prawdopodobnie mają dobre intencje i chcą, abyś odniósł sukces.

Z pewnością kluczowe jest **opracowanie jasnego i szczegółowego modelu biznesowego** Twojego przedsiębiorstwa społecznego. Model biznesowy działa jak plan określający, w jaki sposób Twoja firma będzie generować przychody. Zastanów się nad zakresem swoich usług lub produktów. Czy planujesz działać na małą skalę, obsługując klientów bezpośrednio w Twojej okolicy, jako jednoosobowy właściciel? A może planujesz rozszerzyć swoją działalność, zatrudnić personel i dotrzeć do szerszego grona odbiorców, aby zmaksymalizować wpływ?

Jasno określ cele finansowe swojego przedsiębiorstwa społecznego. Określ, ile przychodów potrzeba do podtrzymania działalności, wynagradzaj siebie i wszystkich pracowników oraz potencjalnie umożliwij przyszły rozwój. Jaki model biznesowy pozwoli Ci osiągnąć pożądaną rentowność?

Ponadto zastanów się, kto będzie płacił za Twoje usługi lub produkty. Czy płacą bezpośredni beneficjenci Twojego biznesu, czy może wdrożysz model, w którym jedna grupa klientów płaci, a druga zyskuje? Na przykład firma TOMS Shoes wykorzystuje model „jeden do jednego”, w którym kupujący finansują bezpłatne buty dla potrzebujących – jest to podejście dominujące w przedsiębiorczości społecznej.

Inny model występuje w firmach mikropożyczkowych, gdzie samymi beneficjentami są klienci spłacający pożyczki wraz z odsetkami. Odsetki te nie tylko pokrywają koszty pożyczek, ale także generują zysk i finansują dalszą działalność kredytową.

Po wybraniu najodpowiedniejszego modelu biznesowego dla swojego przedsiębiorstwa społecznego rozważ udostępnienie i przetestowanie swojego modelu w ramach lokalnych konkursów na rzecz przedsiębiorstw społecznych. Wydarzenia te mogą dostarczyć krytycznych informacji zwrotnych i

możliwości udoskonalenia Twojego podejścia, zapewniając, że Twój model biznesowy będzie tak skuteczny, jak to tylko możliwe.

Po obliczeniu kwoty potrzebnej na założenie organizacji/przedsiębiorstwa należy poszukać **źródeł finansowania**. Będziesz musiał pomyśleć o różnych sposobach zebrania funduszy potrzebnych na rozpoczęcie.

Możesz rozważyć kilka opcji. Na przykład możesz zaciągnąć pożyczkę biznesową, jeśli możesz, lub możesz wykorzystać własne oszczędności na sfinansowanie swojego projektu. Inną możliwością jest zapytanie znajomych i rodziny, czy mogą pożyczyć Ci trochę pieniędzy, lub możesz poszukać inwestorów zainteresowanych pomocą startupom takim jak Twój.

Inną opcją jest finansowanie społecznościowe. W tym miejscu korzystasz z serwisów takich jak Kickstarter czy Indiegogo, aby poprosić wiele osób o niewielkie kwoty na wsparcie Twojego projektu. Pamiętaj, że finansowanie społecznościowe działa najlepiej, jeśli masz wiele osób, które wiedzą o Twoim projekcie i chcą pomóc, więc może nie zebrać zbyt dużo pieniędzy, jeśli nie masz jeszcze dużej grupy zwolenników.

Bez względu na to, w jaki sposób wybierzesz sposób zdobycia finansowania, upewnij się, że osoby przekazujące Ci pieniądze rozumieją i wspierają to, co chcesz zrobić ze swoim projektem. Ważne jest, aby dbali o Twoje cele, a nie tylko o zarabianie pieniędzy.

Ponadto, oprócz tego, co już zostało wspomniane, powinieneś opracować **szczegółowy plan działania** i oczywiście trzymać się go przez całą swoją przedsiębiorczą podróż. Skuteczny plan działania nie tylko stanowi podstawę ustrukturyzowanego podejścia do uruchamiania i rozwijania Twojego przedsięwzięcia społecznego, ale także działa jako dynamiczne narzędzie, które kieruje Twoimi codziennymi decyzjami i działaniami.

Opracowując plan działania, zacznij od zdefiniowania jasnych, wykonalnych celów. Na przykład, jeśli Twoje przedsiębiorstwo społeczne ma na celu poprawę umiejętności czytania i pisania, Twój plan działania może obejmować konkretne zadania, takie jak zapewnianie partnerstwa ze szkołami, projektowanie materiałów edukacyjnych i planowanie sesji szkoleniowych dla wolontariuszy. Każdy cel powinien mieć odpowiedni zestaw działań, odpowiedzialnych stron i terminów.

Uwzględnij kamienie milowe wyznaczające istotne fazy rozwoju Twojego przedsięwzięcia, takie jak zakończenie początkowych rund finansowania, uruchomienie programu pilotażowego lub dotarcie do określonej liczby beneficjentów. Dołącz kluczowe wskaźniki wydajności (KPI) do tych kamieni milowych, aby mierzyć postęp i mieć pewność, że Twoje działania przynoszą pożądane rezultaty.

Ustaw regularne odstępy (np. miesięczne lub kwartalne), aby przeglądać postęp swojego planu działania. Przegląd ten pozwala dostosować strategię w odpowiedzi na opinie, wyzwania lub zmiany na rynku. Jest to także okazja do świętowania osiągnięć, które motywują Twój zespół.

Rozłóż codzienne lub cotygodniowe zadania tak szczegółowo, jak to możliwe. Na przykład zamiast niejasnego zadania, takiego jak „praca nad marketingiem”, określ „wersję roboczą wpisu na blogu na nadchodzące wydarzenie dotyczące umiejętności czytania i pisanie” lub „aktualizuj w mediach społecznościowych historie sukcesu z ostatnich warsztatów”.

Przewiduj potencjalne ryzyko lub przeszkody, które mogą pokrzyżować Twój plan. Uwzględnij strategię awaryjne na wypadek krytycznych ryzyk, takich jak niedobory środków lub wycofanie partnerów, aby mieć pewność, że będziesz mógł szybko zmienić kierunek działania i utrzymać rozwój swojego przedsięwzięcia.

Jasno opisz zasoby (czas, pieniądze, personel) przydzielone do każdego działania. Pomaga to zapobiegać niedoborom zasobów i gwarantuje, że kluczowe zadania otrzymają odpowiednie wsparcie, aby odnieść sukces.

Tworząc plan działania tak szczegółowy i ustrukturyzowany, jak to tylko możliwe, nie tylko wyznaczasz jasną ścieżkę, którą należy podążać, ale także budujesz ramy, które można dostosować do zmieniających się potrzeb Twojego przedsiębiorstwa społecznego. To kompleksowe podejście jest niezbędne, aby Twoja wizja stała się namacalną, wpływową rzeczywistością.

3.3. Projektowanie na rzecz zmiany społecznej

3.3.1. Warsztaty: Identyfikacja problemów społecznych i ich rozwiązania

Kiedy uczysz uczniów rozwiązywania problemów społecznych, jest to w zasadzie to samo, co uczenie ich rozwiązywania problemów z innych przedmiotów, takich jak matematyka. Nauczyciel może zacząć od pokazania uczniom poszczególnych części procesu rozwiązywania problemów społecznych, a następnie często to powtarzać.

Przyjrzyjmy się bliżej, jak uczymy się rozwiązywać problemy społeczne. Rozwiązywanie problemów społecznych to proces poznawczo-behawioralny, który pomaga nam radzić sobie z problemami społecznymi. Proces ten składa się z pięciu głównych etapów (education.ufl.edu, nd):

1. Rozpoznanie problemu: Identyfikacja problemu, który należy rozwiązać.
2. Opisywanie problemu: Nazywanie i opisywanie problemu.
3. Generowanie rozwiązań: Znalezienie kilku możliwych rozwiązań problemu.
4. Ocena rozwiązań i wdrożenie wybranego rozwiązania: Przyjrzyj się każdemu możliwemu rozwiązaniu, aby zobaczyć, które z nich jest najlepsze do rozwiązania problemu, a następnie zastosuj je w praktyce.
5. Ocena wyniku: Sprawdzenie, czy problem został rozwiązany, czy nie. Jeśli tak, nie ma potrzeby robić tego ponownie. Jeśli tak się nie stało lub pojawi się coś innego, być może będziesz musiał zacząć od nowa.

Należy jednak pamiętać, że zagłębianie się w złożoność problemów społecznych może być trudne: począwszy od oceny ich wpływu po konkurujące interesy społeczne, zrozumienie tych problemów wymaga szczególnej uwagi. Oto niektóre z powodów, dla których badanie problemów społecznych jest trudne (O'Donoghue, bd):

- Wiele perspektyw: różni ludzie mogą mieć różne poglądy na temat tego, co stanowi problem społeczny, na co mogą mieć wpływ ich wartości, doświadczenia i pochodzenie.
- Wiele czynników: Problemy społeczne mogą mieć kilka korzeni i przyczyn, co utrudnia określenie głównej przyczyny lub przyczyn problemu.
- Charakter dynamiczny: problemy społeczne mają często charakter emocjonalny i zmieniają się w czasie, co utrudnia jasne opisanie i śledzenie wszelkich zmian.

- Brak danych: Niektóre problemy społeczne mogą być trudne do zrozumienia i scharakteryzowania ze względu na brak danych lub badań.
- Subiektywność: Niektóre problemy społeczne są subiektywne i podatne na interpretację, co utrudnia ich scharakteryzowanie w powszechnie przyjęty sposób.

Warsztaty rozwiązywania problemów społecznych

Celem niniejszego przewodnika jest pomoc nauczycielom w zorganizowaniu warsztatów rozwiązywania problemów społecznych, skupionych wokół idei przedsiębiorczości społecznej. Warsztaty mają na celu wzmocnienie pozycji uczniów poprzez zwiększenie ich zrozumienia wyzwań społecznych oraz umiejętności opracowywania i wdrażania innowacyjnych rozwiązań. Zachęcamy nauczycieli do korzystania ze wszystkich materiałów zawartych w tym dokumencie, a także dodatkowych rezultatów projektu Green & Social StartUps, aby ulepszyć doświadczenia warsztatowe.

Krok 1: Zdefiniuj cele

Zanim zaczniesz organizować warsztaty, powinieneś wyznaczyć jasne, mierzalne cele. Mogą one obejmować:

- Zwiększanie świadomości uczniów na temat problemów społecznych zarówno lokalnie, jak i globalnie.
- Rozwijanie umiejętności krytycznego myślenia i kreatywnego rozwiązywania problemów.
- Zapoznanie studentów z podstawami przedsiębiorczości społecznej.
- Zachęcanie uczniów do myślenia o zrównoważonych, skutecznych rozwiązaniach problemów w świecie rzeczywistym.

Krok 2: Przygotuj materiały warsztatowe

Zbierz wszystkie niezbędne materiały z wyprzedzeniem, aby zapewnić płynną pracę podczas warsztatów. Obejmuje to:

- Treści edukacyjne dotyczące przedsiębiorczości społecznej (dostarczone w ramach projektu Green & Social StartUps).
- Studia przypadków przedstawiające odnoszące sukcesy przedsiębiorstwa społeczne (dostarczone w ramach projektu Green & Social StartUps).

- Narzędzia do burzy mózgów, takie jak karteczki samoprzylepne, markery i tablice.
- Zasoby cyfrowe, w tym dostęp do komputerów, projektorów i Internetu na potrzeby badań i prezentacji.

Krok 3: Organizacja warsztatu

Można zastosować poniższą sugerowaną organizację głównych punktów warsztatu. Oczywiście nauczyciel może dokonać dowolnych zmian, np. zorganizować wszystkie etapy w ciągu 1 dnia lub podzielić je na kilka dni, zmienić sugerowany czas trwania i dodać inne istotne zajęcia lub usunąć niektóre z sugerowanych.

- **Wprowadzenie do przedsiębiorczości społecznej (30 minut):**

Zacznij od podstawowego wprowadzenia do tego, czym jest przedsiębiorczość społeczna. Wykorzystaj przykłady z projektu Green & Social StartUps, aby zilustrować przedsiębiorstwa odnoszące sukcesy i wpływ, jaki wywarły.

- **Identyfikacja problemów społecznych (45 minut):**

Poinstruuuj uczniów, jak zidentyfikować palące problemy społeczne. Sesja ta powinna obejmować dyskusję na temat powodów istnienia tych problemów i ich znaczenia, zachęcając uczniów do głębokiego zastanowienia się nad źródłami tych problemów.

- **Sesja burzy mózgów (1 godzina):**

Poprowadź dynamiczną sesję burzy mózgów, podczas której uczniowie mogą zaproponować wstępne rozwiązania omawianych problemów. Zachęć ich do kreatywnego myślenia i rozważenia wykonalności swoich pomysłów.

- **Praca w grupach (1 godzina):**

Poproś uczniów, aby utworzyli małe zespoły w celu opracowania wstępnego biznesplanu (wzór można znaleźć w sekcji 5.1.2, a także można go przesłać jako osobny dokument do edycji na stronie internetowej naszego projektu) lub propozycji projektu, który dotyczy jednego ze zidentyfikowanych problemów społecznych. Powinni wziąć pod uwagę takie aspekty, jak misja, grupa docelowa, potencjalne produkty lub usługi oraz podstawowe dane finansowe.

- **Prezentacja i informacje zwrotne (1 godzina):**

Każda grupa przedstawia klasie swój biznesplan lub propozycję projektu. Przekaż konstruktywną informację zwrotną na temat każdej prezentacji, omawiając mocne i słabe strony oraz potencjalny wpływ proponowanych rozwiązań.

Wskazówki dotyczące zwiększania zaangażowania

Ciekawym pomysłem jest zaproszenie lokalnych przedsiębiorców społecznych do podzielenia się swoimi doświadczeniami. Ich spostrzeżenia dotyczące świata rzeczywistego dostarczyłyby cennej wiedzy i mogłyby zainspirować uczniów do realizowania własnych pomysłów.

Ponadto osadzenie interaktywnych zajęć mogłoby pomnożyć zainteresowanie uczniów. Możesz na przykład włączyć grę polegającą na odgrywaniu ról, w której uczniowie wcielają się w różne role w hipotetycznym przedsiębiorstwie społecznym, aby zrozumieć różne aspekty prowadzenia firmy. Więcej pomysłów na organizację odgrywania ról znajdziesz w kolejnym podrozdziale.

Ponadto gry polegające na rozwiązywaniu problemów są całkiem fajne, ponieważ można tworzyć scenariusze, przez które uczniowie muszą się poruszać, symulując rozwiązywanie problemów z prawdziwego życia w kontekstach społecznych. Innym ciekawym działaniem jest organizacja pitchingu (szablon można znaleźć w sekcji 5.3, a także załadować jako osobny dokument edytowalny na stronie internetowej naszego projektu). Tutaj uczniowie prezentują swoje pomysły wirtualnym inwestorom (np. nauczycielom lub rodzicom), aby ćwiczyć komunikację perswazyjną i udoskonalać swoje propozycje.

Można także wyszukiwać i dystrybuować dodatkowe zasoby dla studentów, którzy chcą zgłębić temat przedsiębiorczości społecznej poza warsztatami. Dołącz literaturę, zasoby internetowe oraz informacje o nadchodzących wydarzeniach i konkursach.

Oczywiście zawsze pomocne jest utrzymywanie kontaktu ze studentami po warsztatach, aby wspierać tych, którzy są zainteresowani dalszym rozwijaniem swoich projektów. Oferuj dodatkowe sesje lub coaching indywidualny dla pełnych pasji uczniów.

3.3.2. Odgrywanie ról: negocjowanie wyzwań związanych z biznesem społecznym

Ćwiczenia z odgrywaniem ról są skuteczną metodą nauczania, szczególnie w celu zobrazowania złożoności i dynamiki zarządzania przedsiębiorstwem społecznym. Ćwiczenie to zachęca uczniów do wcielenia się w role różnych interesariuszy w przedsiębiorstwie społecznym, konfrontując się i negocjując rozwiązania szeregu wyzwań. Scenariusze mają na celu rozwój kluczowych umiejętności, takich jak negocjacje, komunikacja i myślenie strategiczne, przy jednoczesnym podkreśleniu równowagi pomiędzy utrzymaniem dochodowego biznesu a osiągnięciem celów społecznych.

Głównym celem tego odgrywania ról jest zanurzenie uczniów w praktycznych wyzwaniach związanych z prowadzeniem przedsiębiorstwa społecznego. Ma na celu doskonalenie umiejętności rozwiązywania problemów i zachęcanie do innowacyjnego myślenia w obliczu dylematów społecznych, ekonomicznych i etycznych.

Krok 1 : Przygotowanie

- **Twórz profile postaci i scenariusze** : Opracuj szczegółowe profile dla różnych interesariuszy zaangażowanych w przedsiębiorstwo społeczne, takich jak dyrektor generalny, dyrektor finansowy, dyrektor ds. marketingu, łącznik ze społecznością oraz interesariusze zewnętrzni, tacy jak inwestorzy i liderzy społeczności lokalnych.
- **Zaprojektuj scenariusze wyzwań** : utwórz kilka scenariuszy wyzwań, przed którymi mogą stanąć przedsiębiorstwa społeczne. Mogą one obejmować niedobory środków finansowych, dylematy etyczne, spory między zainteresowanymi stronami, zakłócenia w łańcuchu dostaw i reakcje społeczności.
- **Rozdaj materiały** : Z wyprzedzeniem zapewnij uczniom profile postaci oraz podstawowe informacje na temat ich ról i wyzwań, aby przygotować ich do odgrywania ról.

Krok 2 : Wdrożenie

Ponownie sugerowane są następujące instrukcje, a nauczyciel może wprowadzić dowolne zmiany.

- **Wprowadzenie do scenariusza (30 minut):**

Warsztaty należy rozpocząć od krótkiego wprowadzenia w kontekst biznesu społecznego i przeglądu scenariuszy. Każdemu uczniowi lub grupie uczniów przydzielana jest postać i czas na zapoznanie się z ich profilami oraz wyzwaniami, przed którymi staną. Ta faza przygotowawcza

jest kluczowa, ponieważ przygotowuje grunt pod odgrywanie ról, umożliwiając uczniom pełne wcielenie się w swoje role.

- **Sesja odgrywania ról** (1 godzina 30 minut):

Odprawa: Każdy uczeń dokonuje przeglądu celów, motywacji i zasobów swojej postaci. Przygotowują strategię osiągnięcia swoich celów w ramach scenariusza.

Interakcja: Uczniowie biorą udział w odgrywaniu ról, wchodząc w interakcję z innymi postaciami, aby negocjować rozwiązania przedstawionych wyzwań. Zachęć ich do stosowania taktyk dialogu, perswazji i negocjacji.

Rundy wyzwań: Przedstaw nowe, nieoczekiwane wyzwania za pomocą „kart wydarzeń”, na które uczniowie muszą spontanicznie odpowiedzieć, co zwiększa złożoność procesu negocjacji.

Przykładowe karty wydarzeń:

- Zakłócenie technologiczne: wypuszczono nową technologię, która może sprawić, że Twój obecny produkt stanie się przestarzały. Negocjuj z twórcami technologii, aby wprowadzić innowacje lub zmienić linię produktów.
- Konkurencja rynkowa: Konkurent wprowadził na rynek podobny produkt po niższej cenie. Wspólnie z zespołem marketingowym opracuj strategię, aby ulepszyć swoją propozycję wartości lub ponownie rozważ strategię cenową.
- Problem dotyczący własności intelektualnej: Inna firma twierdzi, że Twój nowy produkt narusza jej patent. Porozmawiaj z doradcami prawnymi, aby wynegocjować ugodę lub zbadać alternatywne rozwiązania projektowe.
- Nieoczekiwana rezygnacja: Kluczowy członek zespołu nieoczekiwanie rezygnuje w krytycznej fazie rozwoju produktu. Negocjuj z pozostałymi członkami zespołu, aby ponownie rozdzielić obowiązki i omówić zachęty za dotrzymanie terminu projektu.
- Kamień milowy finansowania: Twój inwestorzy wyznaczyli krytyczny kamień milowy, który musi zostać osiągnięty w ciągu następnego kwartału, aby udostępnić kolejną rundę finansowania. Planuj i realizuj strategię, aby osiągnąć ten kamień milowy.

- Naruszenie danych: Wrażliwe dane firmy zostały zhakowane, co zagraża zaufaniu klientów. Współpracuj z PR i IT, aby zarządzać skutkami i uspokajać interesariuszy.
- Dylemat partnerstwa: Potencjalny partner może rozbudować Twoją sieć dystrybucji, ale jego etyka jest wątpliwa. Zdecyduj, czy nawiązać współpracę i jak złagodzić wszelkie wątpliwości etyczne.
- Reakcja społeczności: Społeczność lokalna wyraziła obawy, że Twój projekt przyniesie większe korzyści interesariuszom zewnętrznym niż lokalna ludność. Zorganizuj spotkanie w ratuszu, aby rozwiązać te obawy i dostosować cele projektu do potrzeb społeczności.
- Wyzwania związane ze skalowaniem: Masz możliwość skalowania swojego rozwiązania do innego regionu, ale lokalne zwyczaje i przepisy znacznie się od siebie różnią. Sformułuj plan dostosowania swojej działalności do tych nowych warunków bez narażania swojej misji społecznej.
- Obciążenie finansowania projektów społecznych: Finansowanie rządowe Twojego głównego projektu społecznego zostało obcięte. Negocjuj alternatywne rozwiązania w zakresie finansowania lub zmniejszaj skalę działalności w sposób zrównoważony.
- Porażka w zakresie zrównoważonego rozwoju: dostawca materiałów przyjaznych środowisku wypada z działalności. Staraj się pozyskiwać nowych dostawców, nie rezygnując przy tym ze swoich wartości środowiskowych.
- Zmiany legislacyjne: Nowe przepisy zwiększają koszty zatrudniania pracowników w niepełnym wymiarze godzin, którzy stanowią większość Twojej siły roboczej. Opracuj strategię poradzenia sobie ze zwiększonymi kosztami przy jednoczesnym zachowaniu stabilności siły roboczej.

● **Podsumowanie i refleksja (1 godzina):**

Zakończ ćwiczenie sesją informacji zwrotnej, podczas której możesz przedstawić wgląd w techniki negocjacyjne i procesy podejmowania decyzji stosowane przez każdą grupę. Poproś uczniów, aby zastanowili się, w jaki sposób ich decyzje są zgodne ze społeczną misją przedsiębiorstwa i co mogli zrobić inaczej. Omów implikacje ich strategii w świecie

rzeczywistym oraz znaczenie równoważenia potrzeb biznesowych z celami społecznymi. Ta ostatnia faza ma kluczowe znaczenie dla utrwalenia lekcji wyniesionych z warsztatów i zapewnienia uczniom możliwości zastosowania zdobytych spostrzeżeń w rzeczywistych warunkach.

3.3.3. Projekty uczenia się poprzez usługi: planowanie i wdrażanie

Uczenie się przez usługę jest szeroko definiowane jako forma edukacji opartej na doświadczeniu, w której faktyczne świadczenie usług na rzecz społeczności jest zintegrowane z programem nauczania. Uczenie się przez usługę obejmuje dwa kluczowe elementy: zaangażowanie w społeczność (usługa) i refleksję na temat tego zaangażowania (uczenie się) (Preradovic, 2015). Elementy te muszą być zrównoważone oczekiwaniem, że studenci zaangażują się w zorganizowaną działalność usługową odpowiadającą zidentyfikowanym potrzebom społeczności oraz że zastanowią się nad działalnością usługową w sposób zapewniający im głębsze zrozumienie treści kursu, szerszą perspektywę zrozumienia tematu i zwiększone poczucie odpowiedzialności społecznej (Bringle i Hatcher, 1995).

Krótko mówiąc, uczenie się przez usługę to sposób łączenia celów akademickich z pracą społeczną. Lekcje dotyczące istotnych kwestii społecznych są łączone z istniejącą treścią kursu, aby nauka była bardziej wciągająca i istotna. Jednocześnie studenci zdobywają praktyczne doświadczenie, realizując projekty służebne, których celem jest rozwiązywanie problemów społeczności i wprowadzanie pozytywnych zmian.

Dlatego projekty uczenia się poprzez usługi są doskonałym sposobem na przekazywanie uczniom wartości z zakresu przedsiębiorczości społecznej. Realizując projekty łączące naukę z pracą społeczną, uczniowie nie tylko uczą się podstawowych rzeczy i rozwijają pewne umiejętności, ale także rozumieją, w jaki sposób mogą zmienić społeczeństwo. Dzięki tym projektom uczniowie wykorzystują swoją wiedzę akademicką do rozwiązywania rzeczywistych problemów, co pomaga im poczuć się odpowiedzialnymi i zaangażowanymi w życie społeczne.

Aby skutecznie wdrażać projekty uczenia się poprzez usługi dotyczące przedsiębiorczości społecznej, nauczyciele powinni najpierw opracować zorganizowaną metodologię. Rozpocznij od wybrania ważnych celów programu nauczania, które dotyczą rzeczywistych wyzwań społecznych. Następnie

podejmij działania społeczne, aby nawiązać partnerstwa z lokalnymi grupami gotowymi do zaangażowania się w projekty, które realizują ich misję, jednocześnie zapewniając dzieciom możliwości uczenia się.

Niezbędnym etapem jest współprojektowanie inicjatywy ze studentami i partnerami społecznymi. Obejmuje to ustalenie jasnych celów, zdefiniowanie obowiązków i określenie wymaganych zasobów. Niezwykle istotne jest zapewnienie, aby projekty były wykonalne w ramach czasowych i umiejętności uczniów, a jednocześnie były naprawdę wartościowe dla społeczności.

Co więcej, nauczyciele powinni organizować sesje refleksji w trakcie i po projekcie. Refleksje te pozwalają uczniom połączyć swoje doświadczenia z bardziej ekspansywnymi zasadami przedsiębiorczości społecznej, która promuje głębsze uczenie się i rozwój osobisty. Ponadto do projektu należy włączyć ewaluację, aby zmierzyć zarówno efekty uczenia się, jak i osiągnięty wpływ społeczny.

Przyjrzyjmy się bliżej, w jaki sposób nauczyciel może organizować projekty uczenia się przez usługę, prezentując jednocześnie ciekawe pomysły na projekty dotyczące przedsiębiorczości społecznej.

Krok 1: Integracja programu nauczania i wyznaczanie celów

Pierwszym krokiem jest włączenie nauczania usług do programu nauczania. Nauczyciele powinni zidentyfikować obszary w istniejącym programie nauczania, które w naturalny sposób mogą uwzględniać koncepcje przedsiębiorczości społecznej. Może to obejmować takie przedmioty, jak nauki społeczne, ekonomia lub nauki o środowisku. Celem jest znalezienie synergii pomiędzy treściami edukacyjnymi i praktycznymi działaniami usługowymi, które odpowiadają potrzebom społeczności.

Krok 2: Partnerstwo społecznościowe i projekt projektu

Skuteczne uczenie się poprzez usługi wymaga budowania partnerstw z lokalnymi organizacjami aktywnymi w odpowiednich obszarach społecznych. Nauczyciele mogą kontaktować się z organizacjami non-profit, lokalnymi firmami i agencjami rządowymi, aby omówić możliwą współpracę. Kluczem jest projektowanie projektów, które nie tylko pomogą tym organizacjom osiągnąć swoje cele, ale także będą zgodne z celami edukacyjnymi. Na przykład, jeśli koncentrujemy się na ochronie środowiska, współpraca z lokalnym parkiem lub ogrodem społecznościowym może zapewnić uczniom praktyczne możliwości.

Krok 3: Zaangażowanie uczniów i zdefiniowanie roli

Po ustaleniu ram projektu włącz uczniów w proces planowania. Promuje to poczucie własności i zwiększa ich motywację. Przydzielaj role w oparciu o potrzeby projektu i mocne strony uczniów – niektórzy mogą pracować nad zajęciami w terenie, inni nad gromadzeniem danych lub raportowaniem projektu. Na przykład w ramach projektu mającego na celu pomoc lokalnemu schronisku dla zwierząt niektórzy uczniowie mogą zajmować się zbórkami żywności, a inni mogą opracować kampanie reklamowe mające na celu podniesienie świadomości.

Krok 4: Plan działania i alokacja zasobów

Opracuj szczegółowy plan działania opisujący każdą fazę projektu, w tym harmonogram, wymagane zasoby i konkretne obowiązki uczniów (wzór można znaleźć w sekcji 5.1.1, a także można go przesłać jako oddzielny edytowalny dokument na stronie internetowej naszego projektu). Upewnij się, że plan jest realistyczny, biorąc pod uwagę obciążenie akademickie uczniów i dostępne zasoby. Może to obejmować planowanie zajęć w godzinach lekcyjnych lub włączenie ich do konkretnych sesji lekcyjnych.

Krok 5: Wykonanie i nauka w terenie

Zrealizuj projekt zgodnie z planem działania. Nauczyciele powinni nadzorować i wspierać uczniów oraz ułatwiać im możliwości uczenia się w terenie. Na przykład w ramach projektu mającego na celu poprawę lokalnych wskaźników recyklingu uczniowie mogliby prowadzić warsztaty edukacyjne dla członków społeczności, ucząc się i jednocześnie nauczając na temat zrównoważonych praktyk.

Krok 6: Refleksja i ocena

Regularne sesje refleksji są niezbędne. Mogą mieć formę dyskusji grupowych, indywidualnych esejów lub prezentacji, w których uczniowie analizują swoje doświadczenia, wpływ swojej pracy i jej związek z nauką. Refleksja ta pomaga pogłębić zrozumienie przedsiębiorczości społecznej i jej wpływu. Oceń zarówno wyniki projektu, jak i naukę uczniów, aby zmierzyć sukces i obszary wymagające poprawy.

Krok 7: Sprawozdawczość i świętowanie

Zakończ projekt formalnym raportem, który uczniowie mogą przedstawić społeczności szkolnej i interesariuszom zewnętrznym. Powinno to przedstawiać, co zostało osiągnięte i efekty uczenia się.

Świętowanie projektu jest nie tylko wyrazem uznania dla ciężkiej pracy uczniów, ale także podnosi świadomość poruszanych kwestii społecznych.

Pomysły na projekty uczenia się poprzez usługi dotyczące przedsiębiorczości społecznej

- **Inicjatywa przyjazna dla środowiska** : w ramach tego projektu uczniowie współpracują z lokalnymi przedsiębiorstwami, aby zachęcić do przejścia z tworzyw sztucznych na przyjazne dla środowiska i biodegradowalne rozwiązania opakowaniowe. Projekt rozpoczyna się od poszukiwania przez uczniów alternatywnych materiałów opakowaniowych i identyfikowania lokalnych dostawców. Następnie docierają do właścicieli lokalnych firm, przedstawiając korzyści płynące z przejścia na opcje zrównoważone – nie tylko dla środowiska, ale także dla przyciągnięcia świadomych ekologicznie konsumentów. Można zorganizować warsztaty lub prezentacje w celu wykazania skuteczności i konsekwencji kosztowych tych alternatyw. Studenci mogą również zainicjować program uznania, w ramach którego publicznie chwalą firmy, które angażują się w praktyki przyjazne dla środowiska, zachęcając do szerszego udziału społeczności.
- **Kampania na rzecz wiedzy finansowej** : uczniowie mogą zorganizować serię warsztatów mających na celu poprawę wiedzy finansowej na obszarach znajdujących się w niekorzystnej sytuacji. Wymagałoby to najpierw przeprowadzenia ankiet lub grup fokusowych w celu zidentyfikowania konkretnych potrzeb społeczności – niezależnie od tego, czy chodzi o budżetowanie, oszczędzanie czy zrozumienie kredytu. Program tych warsztatów zostałby opracowany tak, aby był przystępny i praktyczny, zapewniając odniesienie do codziennego życia uczestników. Studenci mogą współpracować z lokalnymi ekspertami finansowymi lub bankami, które mogą być zainteresowane udziałem lub sponsorowaniem programu. Projekt ten nie tylko poprawi umiejętności finansowe członków społeczności, ale także zapewni studentom rzeczywiste doświadczenie w nauczaniu i organizacji.
- **Tech for Good** : W ramach tego projektu uczniowie zbierają, odnawiają i przekazują używane komputery osobom starszym i młodzieży znajdującej się w niekorzystnej sytuacji. Inicjatywa rozpoczyna się zbiórką sprzętu, po której następuje okres, podczas którego uczniowie pracują nad odnowieniem sprzętu, ucząc się przy tym umiejętności technicznych. Po zainstalowaniu

sprzętu uczniowie opracowują programy szkoleniowe, których celem jest nauczenie podstawowych umiejętności obsługi komputera, bezpieczeństwa w Internecie i korzystania z zasobów internetowych. Projekt ten pomaga przezwyciężyć przepaść cyfrową i otwiera przed odbiorcami nowe możliwości, a studenci zdobywają cenne doświadczenie techniczne i edukacyjne.

- **Akcja zwiększania świadomości społecznej** : projekt ten skupia się na podnoszeniu świadomości i propagowaniu rozwiązań lokalnych problemów społecznych, takich jak bezdomność czy zdrowie psychiczne. Studenci przeprowadziliby badania, aby zrozumieć przyczyny i skutki wybranego problemu, a następnie opracowaliby wieloaspektową kampanię mającą na celu jego rozwiązanie. Może to obejmować organizowanie rozmów publicznych, ustawianie stoisk informacyjnych podczas wydarzeń społecznych i rozpoczęcie kampanii w mediach społecznościowych w celu podniesienia świadomości. Projekt może również obejmować współpracę z lokalnymi organizacjami pozarządowymi lub agencjami rządowymi, zapewniając uczniom platformę wpływania na politykę lub kierowania działaniami społeczności.
- **Projekt dziedzictwa kulturowego** : uczniowie realizują projekt mający na celu udokumentowanie i zachowanie lokalnego dziedzictwa kulturowego, które może obejmować przekazy ustne, tradycyjne praktyki, lokalną kuchnię lub rzemiosło. Może to obejmować wywiady ze starszymi społeczności lub opiekunami kultury, przeszukiwanie lokalnych archiwów, a być może nawet tworzenie wizualnej lub pisemnej dokumentacji artefaktów kulturowych. Ostatecznym celem może być utworzenie cyfrowego archiwum lub fizycznej wystawy, która udostępni to dziedzictwo szerszej społeczności i przyszłym pokoleniom. Projekt ten nie tylko pomoże zachować ważną wiedzę kulturową, ale także rozwinie umiejętności uczniów w zakresie badań i zarządzania projektami.
- **Program rzeczników zdrowia społeczności** : uczniowie mogą pracować nad poprawą wyników zdrowotnych w społecznościach o niedostatecznej dostępności, organizując badania przesiewowe, zajęcia fitness i warsztaty żywieniowe. W ramach tego projektu można współpracować z lokalnymi przychodniami zdrowia i siłowniami, aby zapewnić zasoby i wiedzę

specjalistyczną. Celem byłoby wyposażenie mieszkańców w wiedzę i narzędzia umożliwiające utrzymanie zdrowia, a tym samym zmniejszenie dysproporcji zdrowotnych.

- **Inicjatywa na rzecz zrównoważonego ogrodnictwa miejskiego** : Stwórz projekt angażujący uczniów w zakładanie i utrzymanie ogrodów miejskich w przestrzeniach udostępnianych przez lokalne firmy lub obszary miejskie. Celem byłoby promowanie lokalnej produkcji żywności i zrównoważonych praktyk życiowych. Uczniowie mogli także prowadzić sesje edukacyjne dla członków społeczności na temat korzyści płynących z ogrodnictwa miejskiego, sposobów zakładania własnych ogrodów oraz znaczenia zrównoważonego rozwoju w środowisku miejskim.
- **Centrum mentoringu i przedsiębiorczości dla młodzieży** : Opracuj program mentorski, w ramach którego studenci łączą się w pary z młodymi lokalnymi przedsiębiorcami, aby zapewnić im wskazówki, zasoby i wsparcie w rozpoczęciu własnej działalności gospodarczej. Projekt ten mógłby obejmować warsztaty na temat planowania biznesowego, marketingu i zarządzania finansami, aby rozwijać ducha przedsiębiorczości wśród lokalnej młodzieży. Zwieńczeniem projektu mógłby być dzień prezentacji, podczas którego młodzi przedsiębiorcy przedstawiają swoje plany biznesowe lokalnym liderom biznesu i potencjalnym inwestorom.

4. Przedsiębiorczość włączająca

4.1. Przegląd

W tej sekcji przedstawiono rodzaje przeszkód, jakie mogą pojawić się na drodze osób chcących rozpocząć własną działalność gospodarczą. Przedsiębiorczość jest istotnym czynnikiem wzrostu gospodarczego, innowacji i rozwoju społecznego, oferującym jednostkom szansę na przekształcenie pomysłów w odnoszące sukcesy przedsiębiorstwa, tworzenie miejsc pracy i pozytywny wkład w życie swoich społeczności. Jednak droga do sukcesu w przedsiębiorczości jest często utrudniona przez szereg przeszkód i barier. Wyzwania te mogą się znacznie różnić w zależności od czynników takich jak płeć, niepełnosprawność, położenie geograficzne, niepełnosprawność, status finansowy i poziom doświadczenia, a każde z nich stwarza wyjątkowe przeszkody dla aspirujących przedsiębiorców.

W przypadku kobiet-przedsiębiorców wyzwania związane z płcią mogą obejmować normy i oczekiwania społeczne, a także ograniczony dostęp do finansowania i mentoringu. Na obszarach wiejskich przedsiębiorcy często borykają się z wyjątkowymi trudnościami, takimi jak nieodpowiednia infrastruktura, ograniczony dostęp do rynków i niedobór zasobów. Pomimo możliwości finansowych niektóre osoby napotykają bariery pozafinansowe, takie jak przeszkody regulacyjne, brak wiedzy biznesowej i niewystarczające sieci. Osoby niepełnosprawne, które chcą zostać przedsiębiorcami, napotykają problemy z dostępnością, dyskryminacją i brak dostosowanych usług wsparcia. Ponadto osoby bez wcześniejszego doświadczenia biznesowego mogą zmagać się ze złożonościami związanymi z zakładaniem firmy i zarządzaniem nią, borykając się z trudną nauką i brakiem pewności siebie.

Rozpoznanie i zrozumienie tych różnorodnych barier jest niezbędne do stworzenia wspierających ekosystemów promujących przedsiębiorczość włączającą. Stawiając czoła tym wyzwaniom, możemy zbudować bardziej sprawiedliwy i dynamiczny krajobraz przedsiębiorczości, zapewniając wszystkim osobom, niezależnie od płci, lokalizacji, statusu finansowego, niepełnosprawności czy doświadczenia, szansę na rozwój i sukces.

Cele nauczania

Pod koniec tego modułu uczniowie będą potrafili:

- ✓ identyfikować i rozumieć różnorodne bariery

- ✓ analizować wyzwania związane z płcią
- ✓ ocenić bariery dla przedsiębiorczości na obszarach wiejskich
- ✓ rozumieć bariery pozafinansowe i finansowe
- ✓ zbadać wyzwania stojące przed niepełnosprawnymi przedsiębiorcami
- ✓ sprostać wyzwaniom stojącym przed niedoświadczonymi przedsiębiorcami
- ✓ opracowywać strategie i polityki włączające
- ✓ nauczyć się radzić sobie z pojawiającymi się problemami

Osiągając te cele uczenia się, uczniowie mogą być lepiej przygotowani do zrozumienia wieloaspektowych wyzwań związanych z przedsiębiorczością i poradzenia sobie z nimi, tworząc bardziej włączające i wspierające środowisko dla wszystkich przedsiębiorców.

4.2. Przedsiębiorczość w różnorodnych kontekstach

4.2.1. Rodzaje przeszkód i barier

Przedsiębiorczość jest często postrzegana jako droga do innowacji, wzrostu gospodarczego i samorealizacji. Jednak wielu początkujących przedsiębiorców napotyka różne przeszkody, które mogą utrudniać ich rozwój. Bariery te są wieloaspektowe i mogą na nie wpływać takie czynniki, jak płeć, położenie geograficzne, zasoby finansowe, niepełnosprawność i doświadczenie. Celem tego rozdziału jest identyfikacja i zrozumienie różnorodnych barier w przedsiębiorczości, oferując wgląd w to, jak wpływają one na różne grupy i co można zrobić, aby zmniejszyć ich wpływ. Osoba zamierzająca prowadzić własną działalność gospodarczą powinna zdawać sobie sprawę z istniejących barier, ale nie powinna się nimi zniechęcać, lecz nauczyć się je pokonywać i sobie z nimi radzić.

Bariery płciowe

Oczekiwania społeczne i tradycyjne role płci mogą znacząco wpłynąć na aspiracje i możliwości w zakresie przedsiębiorczości. Na przykład kobiety często spotykają się ze stereotypami, które kwestionują ich zdolność do prowadzenia przedsiębiorstw i zarządzania nimi. Te uprzedzenia mogą ograniczać ich dostęp do sieci, mentorów i inwestorów.

W zależności od kraju i stosunku społeczeństwa do kobiet, kobiety mają łatwiejszy lub trudniejszy rozwój zawodowy. Przedsiębiorczość kobiet można zdefiniować jako „kobietę pewną siebie, innowacyjną i kreatywną, zdolną do osiągnięcia samodzielności ekonomicznej indywidualnie lub we współpracy, stwarzającą możliwości zatrudnienia dla innych poprzez inicjowanie, zakładanie i prowadzenie przedsiębiorstwa, dotrzymując kroku swojemu życiu osobistemu, rodzinnemu i społecznemu (Sharma, 2013).

Kobiety-przedsiębiorcy często napotykają większe wyzwania w zakresie zabezpieczenia finansowania w porównaniu do swoich odpowiedników płci męskiej. Może to wynikać z stronniczego postrzegania spółki przez inwestorów, a także z braku zabezpieczeń i historii kredytowej. Kobietom częściej oferowane są mniejsze pożyczki i wyższe oprocentowanie. Porównując poziom stresu wśród przedsiębiorców płci męskiej i żeńskiej, Parasuraman i Simmers (2001) odkryli, że kobiety doświadczają większego stresu z powodu braku równowagi między życiem rodzinnym a życiem

zawodowym. Tę nierównowagę pogłębia brak powiązań zawodowych i ograniczony czas, jaki mogą przeznaczyć na prowadzenie swojej działalności ze względu na mnogość obowiązków. Fasci i Valdez (1998) odkryły, że wiele kobiet rozpoczynało działalność gospodarczą w domu, starając się osiągnąć równowagę między życiem zawodowym a prywatnym, chociaż często skutkowało to niższymi dochodami. Odpowiedzialność za godzenie obowiązków zawodowych i rodzinnych w nieproporcjonalnym stopniu spada na kobiety. Może to ograniczyć czas i energię, jaką mogą poświęcić swoim przedsięwzięciom biznesowym, wpływając w ten sposób na ich rozwój i zrównoważony rozwój. Ponadto kilku badaczy badało związek kobiet-przedsiębiorców z różnymi czynnikami wpływającymi na ich poziom stresu i wyniki biznesowe.

W porównaniu z mężczyznami w zakresie pozyskiwania zasobów finansowych kobiety, które uważają, że mają większe prawdopodobieństwo odniesienia sukcesu w przedsiębiorstwach o niskim wroście i kapitałochłonności, często wybierają środki finansowe ze swoich sieci, a nie ze źródeł formalnych. Ponieważ kobietom-przedsiębiorcom może być trudno konkurować z mężczyznami w przyciąganiu kluczowych zasobów (takich jak pracownicy i dostawcy) za pomocą zachęt finansowych, zazwyczaj skupiają się na przyciąganiu i budowaniu relacji poprzez przyjęcie różnych i ulepszonych praktyk HR.

Bariery geograficzne

Tradycyjnie obszary wiejskie charakteryzowały się specyficzną działalnością gospodarczą opartą na zasobach, taką jak rolnictwo i leśnictwo, a także otwartymi przestrzeniami, takimi jak wrzosowiska i góry. Alternatywnie obszary wiejskie można zdefiniować w oparciu o cechy społeczno-przestrzenne, w tym gęstość zaludnienia i bliskość głównych miast. Jednak najnowsze podejścia definiują „wieś” bardziej jako konstrukt społeczny, podkreślając, w jaki sposób ludzie dążą do ideału wsi i ucieleśniają go w swoim codziennym życiu. Jednakże przestrzeń wiejska nie ogranicza się już do działalności rolniczej i użytkowania gruntów, ale zostaje rozszerzona na działalność wielosektorową. Małe i średnie miasta zintegrowane z zapleczem wiejskim nadają się do włączenia na obszary wiejskie (Labrianidis, 2003). Specyficzne cechy obszarów wiejskich – takie jak małe rynki pracy i produkty wyjściowe oraz słabiej rozwinięta infrastruktura w porównaniu ze środowiskami miejskimi – ograniczają dostępne struktury możliwości. Dodatkowo nie jest gwarantowana podaż potencjalnych przedsiębiorców

chcących stawić czoła wyzwaniom i wykorzystać szanse na obszarach wiejskich. Wiele osób, od których można oczekiwać podjęcia ról przedsiębiorczych, często jako pierwsze migruje do bardziej atrakcyjnych obszarów miejskich. Dlatego też kluczowym wyzwaniem gospodarczym dla obszarów wiejskich jest to, w jaki sposób niewielka liczba przedsiębiorczych jednostek może przystosować się do cech środowiska zewnętrznego i je wykorzystać.

Przedsiębiorcy na obszarach wiejskich często borykają się z ograniczonym dostępem do podstawowych zasobów, takich jak szybki internet, niezawodny transport i nowoczesna infrastruktura. Ograniczenia te mogą utrudniać ich zdolność do skutecznego działania i docierania do szerszych rynków.

Przedsiębiorcy wiejscy mogą mieć trudności z nawiązaniem kontaktu z sieciami biznesowymi, mentorami i usługami wsparcia, które są zazwyczaj bardziej dostępne na obszarach miejskich. Ta izolacja może prowadzić do braku krytycznej wiedzy, wsparcia i możliwości współpracy.

Mniejsza i mniej zróżnicowana baza klientów na obszarach wiejskich może ograniczać możliwości rynkowe dla przedsiębiorców. Może to utrudnić skalowanie działalności i osiągnięcie zrównoważonego wzrostu.

Bariery finansowe

Zabezpieczenie początkowego finansowania jest częstym wyzwaniem dla wielu przedsiębiorców. Bez wystarczającego kapitału rozpoczęcie i rozwój firmy może być trudne. Tradycyjni pożyczkodawcy często wymagają zabezpieczeń i mocnej historii kredytowej, której brakuje wielu nowym przedsiębiorcom. Bogactwo założyciela jest nierozzerwalnie powiązane z sukcesem firmy, tworząc splątaną sieć finansową, jeśli nie zostaną ustanowione odpowiednie systemy.

Wielu początkującym przedsiębiorcom brakuje wiedzy finansowej potrzebnej do skutecznego zarządzania swoimi finansami, tworzenia realistycznych budżetów i opracowywania wykonalnych biznesplanów. Może to prowadzić do złych decyzji finansowych i niepowodzeń biznesowych. Firmy często muszą okresowo pożyczać pieniądze, aby wypełnić tymczasowe luki w przepływach pieniężnych, zakupić surowce lub wykorzystać możliwości wzrostu lub ekspansji. Zamiast czekać, aż pojawi się potrzeba finansowania, rozsądniej jest planować z wyprzedzeniem i zabezpieczyć finansowanie z wyprzedzeniem.

Jedną z kardynalnych zasad finansowych prowadzenia firmy jest to, że finanse biznesowe i osobiste powinny być zawsze trzymane oddzielnie. Połączenie finansów biznesowych i osobistych może skutkować kilkoma wyzwaniem finansowymi. Po pierwsze, komplikuje to monitorowanie przepływów pieniężnych, ponieważ trudno jest odróżnić wydatki osobiste od dochodów i wydatków biznesowych. Ten brak przejrzystości może utrudniać dokładne raportowanie i planowanie finansowe.

Bariery, na jakie napotykają osoby niepełnosprawne

Niepełnosprawni przedsiębiorcy mogą napotkać bariery fizyczne, które utrudniają im dostęp do miejsc pracy, wydarzeń związanych z tworzeniem sieci kontaktów i innych środowisk związanych z biznesem. Nieodpowiednie zakwaterowanie może ograniczyć ich zdolność do pełnego uczestnictwa w działalności przedsiębiorczej.

Uprzedzenia i błędne przekonania na temat możliwości osób niepełnosprawnych mogą tworzyć znaczące bariery. Te uprzedzenia mogą wpływać na ich zdolność do zabezpieczania finansowania, pozyskiwania klientów i nawiązywania partnerstw. Rozpoczęcie działalności gospodarczej przez osobę niepełnosprawną może również stanowić wyjątkowe wyzwanie. Pomimo rosnącej świadomości w zakresie włączenia osób niepełnosprawnych i różnorodności w miejscu pracy, niepełnosprawni przedsiębiorcy w dalszym ciągu napotykają wyjątkowe przeszkody, które mogą utrudniać im rozpoczęcie lub prowadzenie odnoszącej sukcesy firmy. Przeszkody te obejmują bariery fizyczne i społeczne, dyskryminację systemową oraz brak dostępu do finansowania i zasobów. Mogą również spotkać się z napiętnowaniem i dyskryminacją ze strony potencjalnych klientów, inwestorów lub partnerów. Osoby niepełnosprawne podejmują działania głównie na potrzeby przetrwania, ponieważ mają mniejsze dochody i większe wydatki wynikające z niepełnosprawności, a także potrzeb samorealizacji (Martínez-León i in., 2019)

Wyzwania finansowe stanowią istotną barierę dla niepełnosprawnych przedsiębiorców, odzwierciedlając szersze trudności, jakie napotykają wszystkie osoby w dostępie do niezbędnych zasobów (Martínez-León i in., 2019). Niepełnosprawni przedsiębiorcy napotykają wyraźne przeszkody finansowe ze względu na kilka czynników, w tym ograniczony dostęp do tradycyjnych źródeł

finansowania, wyższe koszty związane z zakwaterowaniem i technologiami wspomagającymi oraz praktyki dyskryminacyjne w zakresie udzielania kredytów i inwestycji.

Zapewnienie odpowiednich środków finansowych jest szczególnym wyzwaniem dla niepełnosprawnych przedsiębiorców. Tradycyjni pożyczkodawcy i inwestorzy mogą niechętnie udzielać kredytów lub finansowania ze względu na postrzegane ryzyko związane z niepełnosprawnością lub brakiem znajomości technologii adaptacyjnych i wymogów dostępności. Ta niechęć często wynika z uprzedzeń i błędnych przekonań na temat możliwości osób niepełnosprawnych w kontekście biznesowym.

Co więcej, dodatkowe koszty związane z zakwaterowaniem i technologiami wspomagającymi niezbędnymi dla niepełnosprawnych przedsiębiorców mogą nadwyżyć ograniczone zasoby finansowe. Wydatki te obejmują modyfikacje miejsc pracy, specjalistycznego sprzętu i udogodnień transportowych, a wszystko to przyczynia się do wyższych kosztów rozruchu i kosztów operacyjnych.

Często brakuje dostosowanych usług wsparcia i zasobów dla niepełnosprawnych przedsiębiorców. Obejmuje to dostępne programy szkoleniowe, możliwości finansowania i opiekę mentorską, które odpowiadają ich konkretnym potrzebom i wyzwaniom.

Bariery doświadczenia

Wielu nowym przedsiębiorcom brakuje niezbędnej wiedzy i doświadczenia biznesowego. Może to obejmować zrozumienie dynamiki rynku, wymogów regulacyjnych i skutecznych praktyk zarządzania. Bez tej wiedzy mogą mieć trudności z poruszaniem się po zawiłościach prowadzenia firmy. Doświadczenie w określonej branży może mieć kluczowe znaczenie dla osiągnięcia sukcesu w przedsiębiorczości. Osobom nieposiadającym doświadczenia w branży może być trudno zrozumieć trendy rynkowe, potrzeby klientów i krajobraz konkurencyjny.

Mentoring może zapewnić cenne wskazówki i wsparcie nowym przedsiębiorcom. Jednakże dostęp do doświadczonych mentorów nie zawsze jest łatwo dostępny, szczególnie w przypadku osób, które nie mają dobrych kontaktów w społecznościach biznesowych.

Zrozumienie różnorodnych barier dla przedsiębiorczości ma kluczowe znaczenie dla opracowania skutecznych systemów wsparcia i polityk wspierających wzrost gospodarczy sprzyjający włączeniu społecznemu. Rozpoznając te przeszkody i eliminując je, możemy stworzyć bardziej sprawiedliwy krajobraz przedsiębiorczości, który umożliwi sukces osobom ze wszystkich środowisk. Wysiłki powinny skupiać się na zwiększaniu dostępu do zasobów, zapewnianiu ukierunkowanego wsparcia i zwalczaniu uprzedzeń społecznych, aby zapewnić, że przedsiębiorczość pozostanie realną i satysfakcjonującą ścieżką dla wszystkich.

Kulturalny Bariery

Bariery kulturowe dla przedsiębiorczości to różnice w normach kulturowych, wartościach, praktykach i oczekiwaniach pomiędzy grupami lub regionami. Bariery te wpływają na sposób działania przedsiębiorstw i ich postrzeganie na różnych rynkach. Na przykład strategia marketingowa lub praktyka biznesowa, która jest skuteczna w jednym kontekście kulturowym, może nie działać w innym ze względu na różne normy społeczne i zachowania konsumentów. Różnice te mogą wpływać na sposób, w jaki firmy komunikują się, negocjują, zarządzają i obsługują klientów.

Pokonanie tych barier kulturowych jest niezbędne dla przedsiębiorców, którzy chcą rozszerzyć swoją działalność na inne lokalizacje geograficzne lub którzy pracują w środowiskach wielokulturowych. Nieporozumienia lub niedopasowania oczekiwań mogą prowadzić do konfliktów, straconych szans i potencjalnie zaszkodzić reputacji marki. Ponadto bariery kulturowe mogą również wpływać na dynamikę zespołu i współpracę w firmie, szczególnie w zespołach zróżnicowanych, w których różne perspektywy kulturowe mogą wzbogacać lub komplikować proces podejmowania decyzji i innowacji. Rozpoznawanie i szanowanie tych różnic poprzez świadome strategie i adaptacyjne praktyki biznesowe jest niezbędne do pokonania tych barier, zapewnienia skutecznej komunikacji, promowania harmonijnego środowiska pracy i osiągnięcia sukcesu biznesowego na rynku globalnym. Oznacza to zrozumienie norm kulturowych, wartości i oczekiwań ludzi w regionach, w których zamierzają działać. Na przykład praktyki biznesowe akceptowane w jednym kraju mogą zostać źle przyjęte w innym ze względu na różnice kulturowe w komunikacji, negocjacjach lub formalnościach. Przeprowadź dokładne badania rynku, aby zrozumieć niuanse kulturowe, które mogą mieć wpływ na Twoją firmę. Obejmuje to preferencje dotyczące stylu komunikacji, zachowań zakupowych i oczekiwań dotyczących usług. Zrozumienie tych aspektów może pomóc w dostosowaniu modelu biznesowego, aby lepiej odpowiadał

lokalnym preferencjom i oczekiwaniom. Dostosowanie produktów lub usług do lokalnych kultur może znacznie poprawić akceptację rynku. Może to obejmować modyfikację strategii marketingowych, dostosowanie cech produktu, a nawet zmianę modelu biznesowego, aby zapewnić zgodność kulturową. Na przykład globalne sieci żywnościowe często dostosowują swoje menu, aby odzwierciedlać lokalną kuchnię i preferencje żywieniowe.

4.2.2. Pokonywanie barier płciowych, geograficznych i społeczno-ekonomicznych

Rozpoczęcie działalności gospodarczej może być zarówno ekscytujące, jak i zniechęcające, zwłaszcza w obliczu wielu potencjalnych przeszkód, które mogą wydawać się nie do pokonania. Stereotypy dotyczące płci, ograniczenia geograficzne, ograniczenia finansowe, wyzwania związane z niepełnosprawnością, brak doświadczenia i różnice kulturowe to tylko niektóre z barier, przed którymi mogą stanąć początkujący przedsiębiorcy. Każda z tych barier stanowi jednak także szansę na rozwój i innowacje. Przyjmując ukierunkowane strategie, rozwijając odporność i wykorzystując dostępne zasoby i sieci, możesz skutecznie stawić czoła tym wyzwaniom. Poniżej przedstawiamy konkretne taktyki i kreatywne rozwiązania, które pozwolą Ci pokonać te przeszkody i utorują drogę do udanej i satysfakcjonującej kariery przedsiębiorczej.

Pokonywanie barier związanych z płcią w podróży przedsiębiorczej

Barierę związaną z płcią mogą mieć znaczący wpływ na Twoje ambicje, ale proaktywne podejście może pomóc je pokonać. Zapoznaj się z badaniami i studiami przypadków, które podkreślają sukcesy i strategie kobiet-przedsiębiorców, którym udało się pokonać te wyzwania. Wiedza ta może zapewnić przydatne strategie, takie jak umiejętności negocjacyjne lub sposoby skutecznego przedstawiania propozycji grupom inwestorów składającym się głównie z mężczyzn.

Twórz i/lub aktywnie uczestnicz w sieciach wspierających kobiety w biznesie. Sieci te oferują coś więcej niż tylko mentoring – mogą zapewnić możliwości współpracy przy projektach, dzielenia się zasobami i uzyskiwania dostępu do inwestorów zainteresowanych wspieraniem przedsiębiorstw prowadzonych przez kobiety. Uczestnictwo w warsztatach i seminariach dotyczących rozwoju przywództwa i

przedsiębiorczości, często organizowanych przez te sieci, może znacznie zwiększyć Twoje umiejętności i pewność siebie.

Weź udział w konkursach mających na celu promowanie kobiet w biznesie. Te działania i kontakty nie tylko pomogą ulepszyć Twój biznesplan i umiejętności prezentacji, ale także umożliwią Ci kontakt z publicznością, która może otworzyć drzwi do obecności w mediach, mentoringu, a nawet finansowania. Zwycięstwo lub nawet udział w takich wydarzeniach może zwiększyć wiarygodność i widoczność Twojej firmy.

Pokonywanie barier geograficznych jako przyszli przedsiębiorcy

Możesz łatwo wykorzystać potencjał technologii, aby pokonać ograniczenia geograficzne. Korzystaj ze strategii marketingu cyfrowego, aby łatwo dotrzeć do odbiorców na całym świecie. Obejmuje to stworzenie zintegrowanego sklepu internetowego, wykorzystanie strategii SEO w celu zwiększenia widoczności i zaangażowania klientów poprzez regularne treści na platformach mediów społecznościowych.

Ponadto możesz tworzyć lokalne sojusze, aby opowiadać się za lepszą infrastrukturą biznesową w swoim regionie. Współpracuj z innymi lokalnymi firmami, aby promować ulepszenia, takie jak lepsza łączność internetowa lub usługi transportowe. Te ulepszenia nie tylko przyniosą korzyści Twojej firmie, ale także pobudzą lokalną gospodarkę.

Wykorzystaj lokalną wyjątkowość, zamieniając izolację geograficzną w atut. Na przykład, jeśli Twoja firma znajduje się na obszarze wiejskim, promuj swoje produkty jako wyjątkowe oferty, których nie można znaleźć w ośrodkach miejskich, takie jak wyroby rękodzielnicze, lokalne rzemiosło lub produkty organiczne. Takie podejście może stworzyć niszowy rynek i przyciągnąć klientów poszukujących autentycznych i tradycyjnych doświadczeń lub produktów.

Stawianie czoła barierom finansowym bezpośrednio

Rozwijaj i doskonal swoje umiejętności finansowe poprzez ukierunkowane szkolenia – weź udział w kursach z zakresu zarządzania finansami, poznaj podstawy kapitału własnego i zadłużenia, naucz się zarządzać przepływami pieniężnymi i radzić sobie z wyzwaniami finansowymi stojącymi przed start-upami. Wiedza ta jest niezbędna, gdy zwracasz się do inwestorów, ponieważ będziesz musiał wyjaśnić, w jaki sposób ich pieniądze zostaną wykorzystane i oczekiwany zwrot z inwestycji.

Rozważ bootstrap jako sposób na rozpoczęcie i rozwój swojej firmy. Metoda ta polega na minimalizowaniu kosztów ogólnych i znajdowaniu opłacalnych sposobów działania do czasu, aż firma będzie samowystarczalna, utrzymując się z własnych przepływów pieniężnych. Korzystaj z bezpłatnych lub tanich narzędzi do zarządzania przedsiębiorstwem, marketingu i komunikacji. W Internecie można znaleźć mnóstwo takich narzędzi, które są bezpłatne lub niedrogie – co pozwala zaoszczędzić pieniądze w porównaniu z zatrudnieniem eksperta.

Możesz także zapoznać się z możliwościami finansowania społecznościowego. Na przykład lokalne wydarzenia związane z finansowaniem społecznościowym, podczas których członkowie społeczności wspierają firmy wnoszące wartość do obszaru. Ponadto warto rozważyć opcje mikrofinansowania, które są dostępne za pośrednictwem lokalnych banków lub platform internetowych, które specjalizują się w udzielaniu małych pożyczek przedsiębiorcom.

Pokonywanie barier, na jakie napotykają niepełnosprawni przedsiębiorcy

W każdym razie ważne jest, aby priorytetowo potraktować dostępność w każdym aspekcie swojej działalności. Od lokalizacji fizycznych dostępnych dla osób na wózkach inwalidzkich po witrynę internetową i zasoby internetowe, z których mogą korzystać osoby niedowidzące lub niedosłyszące. Technologie takie jak czytniki ekranu, zamiana tekstu na mowę i interfejsy adaptacyjne mogą znacząco zmienić sposób prowadzenia firmy.

Jedną z najbardziej korzystnych rzeczy, jakie możesz zrobić, jest poszukiwanie dotacji i wsparcia finansowego przeznaczonych specjalnie dla niepełnosprawnych właścicieli firm. Fundusze te mogą pomóc w pokryciu dodatkowych kosztów związanych z udostępnieniem Twojej firmy lub zakupem

specjalnego sprzętu. Nawiązywanie kontaktów z organizacjami zajmującymi się prawami osób niepełnosprawnych i przedsiębiorczością może prowadzić do takich możliwości finansowania.

Ponadto, jeśli doświadczasz jakiegokolwiek niepełnosprawności, doskonale zdajesz sobie sprawę z trudności, z jakimi spotykasz się na co dzień. Możesz zatem wykorzystać te negatywne doświadczenia i budować świadomość na temat potencjału niepełnosprawnych przedsiębiorców, organizując warsztaty, występując na wydarzeniach i utrzymując aktywną obecność w Internecie. Pomaga to nie tylko zmienić postrzeganie społeczne, ale także zachęca innych niepełnosprawnych przedsiębiorców do podjęcia kroku i rozpoczęcia własnej działalności gospodarczej.

Niwelowanie luk w doświadczeniu w zakresie przedsiębiorczości

Aby przezwyciężyć problemy i trudności związane z brakiem doświadczenia, możesz poszukać i nawiązać relację z mentorem, który ma doświadczenie w branży, do której wchodzisz. Osoba ta może nie tylko zaoferować porady i wskazówki oparte na rzeczywistych doświadczeniach, ale może również zaoferować możliwości nawiązania kontaktów i ewentualnie przedstawić Cię inwestorom lub partnerom.

Ponadto zawsze dobrze jest zdobyć bezpośrednie doświadczenie w branży poprzez staże, pracę w niepełnym wymiarze godzin lub wolontariat przed wyruszeniem w jakąkolwiek podróż przedsiębiorczą. To praktyczne doświadczenie jest bezcenne, zapewnia wgląd w wyzwania i wymagania branży oraz pomaga rozwinąć praktyczne umiejętności, które pomogą Ci zarządzać własnym biznesem.

Oczywiście należy zawsze być na bieżąco z najnowszymi trendami i technologiami w swojej branży, uczestnicząc w warsztatach, seminariach i odpowiednich targach branżowych. Wydarzenia te stanowią także doskonałą okazję do nawiązania kontaktów z liderami branży i potencjalnymi klientami, co może zaowocować nawiązaniem partnerstwa i nowymi możliwościami biznesowymi.

Pokonywanie barier kulturowych

Przyjęcie zintegrowanego sposobu myślenia, który uwzględnia zarówno kulturę biznesową Twojej firmy, jak i kulturę rynku docelowego, jest najlepszym sposobem na przezwyciężenie różnic kulturowych. Podejście to polega na znalezieniu wspólnej płaszczyzny, w której krzyżują się praktyki biznesowe i lokalne oczekiwania kulturowe, tworząc synergię, która respektuje normy kulturowe, zachowując jednocześnie tożsamość marki.

Zawsze pamiętaj, że kultura jest dynamiczna i to, co działa dzisiaj, może nie działać jutro. Utrzymuj nastawienie na ciągłe uczenie się i bądź przygotowany na adaptację w miarę ewolucji kultur. Może to oznaczać śledzenie na bieżąco trendów kulturowych poprzez ciągłe badania lub opinie lokalnych klientów i partnerów.

Wchodząc na nowy rynek, współpracuj z lokalnymi firmami lub konsultantami, którzy mają głębokie zrozumienie krajobrazu kulturowego. Zamiast narzucać swój istniejący model biznesowy, współpracujcie nad opracowaniem podejścia, które będzie szanowane kulturowo i opłacalne z komercyjnego punktu widzenia. Takie podejście oparte na współpracy nie tylko ułatwia wejście na rynek, ale może także poprawić reputację i akceptację Twojej marki.

Wreszcie budowanie zespołu zróżnicowanego kulturowo może dostarczyć spostrzeżeń i pomysłów, które zapobiegają błędom kulturowym. Członkowie zespołu z różnych środowisk mogą zaoferować perspektywy, których być może nie brałeś pod uwagę, co prowadzi do bardziej świadomych decyzji i tworzenia włączającego środowiska biznesowego.

Na zakończenie tej podsekcji należy zauważyć, że wdrożenie tych strategicznych środków mających na celu pokonanie barier dla przedsiębiorczości wymaga proaktywnego podejścia, odporności i chęci ciągłego dostosowywania się i uczenia się. Aktywnie uczestnicząc w sieciach, korzystając z technologii, poprawiając wiedzę finansową oraz promując włączenie i dostępność, nie tylko utorujesz drogę do własnego sukcesu, ale także przyczynisz się do bardziej sprawiedliwego i dynamicznego krajobrazu biznesowego. Wyruszając w tę podróż, pamiętaj, że każde wyzwanie, które pokonasz, stanowi precedens dla przyszłych przedsiębiorców, pomagając utorować drogę innym. Wykorzystaj te możliwości, aby się rozwijać, przewodzić i wprowadzać innowacje, wiedząc, że wysiłki mające na celu pokonanie tych przeszkód nie tylko zrealizują Twoje marzenia dotyczące przedsiębiorczości, ale także



zainspirują i umożliwią innym zrobienie tego samego. Dzięki determinacji i właściwym strategiom możesz zamienić potencjalne przeszkody w odskocznię na drodze do osiągnięcia doskonałości biznesowej i wywarcia znaczącego wpływu w swojej społeczności i poza nią.



4.3. Wzmocnienie pozycji poprzez przedsiębiorczość

Na pierwszy plan wysunęło się zachowanie dzielenia się przedsiębiorczością, która zajmuje ważne miejsce wśród umiejętności XXI wieku, w środowisku edukacyjnym. Ucząc studentów przedsiębiorczości, nieuniknione jest nauczanie umiejętności poszukiwanych u osób, które nazywa się przedsiębiorcami. W wyniku ankiet przeprowadzonych w WP2 umiejętności te połączono w pewne kategorie. Poniżej wymieniliśmy najbardziej podstawowe umiejętności:

Podejmowanie ryzyka / odwaga	Umiejętności rozwiązywania problemów
Kreatywność i Innowacja	Zdolność perswazji
Umiejętności komunikacyjne	Otwartość na innowacje i naukę
Bycie cierpliwym	Pewność siebie

Wymienione powyżej cechy pokazują także, że najważniejszą cechą decydującą o byciu przedsiębiorcą są cechy indywidualne. Środowisko szkolne obejmuje także wielu uczniów o różnych cechach indywidualnych. Z tego powodu dla włączenia społecznego bardzo ważne jest, aby zajęcia, które mają być prowadzone w klasie, charakteryzowały się jakością i różnorodnością, która będzie wspierać różne indywidualne cechy.

Cechy, z którymi ludzie się rodzą, lub te, które są im przekazywane poprzez kulturę i środowisko, w którym dorastają, mogą czasami stać się przeszkodami w działaniach przedsiębiorczych. Na przykład w Turcji faktem jest, że mężczyźni zakładają więcej firm niż kobiety. Z obserwacji wynika, że firmy zakładane przez kobiety-przedsiębiorcy są relatywnie mniejsze, a tendencje rozwojowe są niewielkie. Ze względu na role płciowe kobiety są często narażone na dyskryminację w życiu biznesowym, a zwłaszcza uniemożliwiają im osiągnięcie stanowisk kierowniczych wyższego szczebla (Güneş i Şekerdil, 2021).

W wyniku swoich badań Güven (2022) stwierdził, że stosunek liczby ludności dobrze wykształconej do liczby ludności ogółem oraz gęstość zaludnienia wpływają na przedsiębiorczość. Innymi słowy, środowisko społeczne, w którym żyją jednostki, może sprzyjać indywidualnym działaniom przedsiębiorczym, ale może być także sytuacją niekorzystną.

Kiedy bada się badania przeprowadzone z osobami niepełnosprawnymi, kolejną grupą znajdującą się w niekorzystnej sytuacji, okazuje się, że problemy fizyczne wynikające z niepełnosprawności,

dyskryminacyjne postawy wobec osób niepełnosprawnych, problemy związane z dostępem fizycznym i brak wsparcia ze strony państwa wpływają na działalność przedsiębiorczą (Durak, 2021).

Kolejnym czynnikiem wpływającym na przedsiębiorczość jednostki są czynniki finansowe. Kiedy wspomina się o elementach finansowych, myślenie wyłącznie o kapitale może wprowadzać w błąd. Dla przedsiębiorcy ważne jest również posiadanie wiedzy finansowej i umiejętności finansowych w zakresie oceny ryzyka, jakie może podjąć. Brak wystarczającej wiedzy finansowej i umiejętności finansowych również stawia jednostkę w niekorzystnej sytuacji pod względem cech przedsiębiorczych. Innymi słowy, wraz ze spadkiem poziomu umiejętności finansowych, wiedzy finansowej i postaw finansowych zmniejsza się także skłonność jednostek do podejmowania ryzyka i tolerancja wobec niepewności (Kiran i Bozkurt, 2020).

W tej części znajdują się różne ćwiczenia w klasie, które można wykorzystać w przekazywaniu przedsiębiorczości w sytuacjach znajdujących się w niekorzystnej sytuacji. Nauczanie przedsiębiorczości uczniów znajdujących się w niekorzystnej sytuacji to ważna inicjatywa, która może poprawić ich warunki gospodarcze i społeczne. Oto kilka kroków i metod, które można zastosować w tym procesie:

1. **Przeprowadzenie analizy potrzeb:** Określenie potrzeb i zainteresowań uczniów znajdujących się w niekorzystnej sytuacji zwiększa skuteczność programu edukacyjnego. Dzięki tej analizie można określić, które przedmioty i umiejętności są traktowane priorytetowo.
2. **Korzystanie z odpowiednich materiałów i metod edukacyjnych:** Kształcenie w zakresie przedsiębiorczości powinno obejmować zarówno praktyczne zastosowania, jak i wiedzę teoretyczną. Uczniowie mogą mieć możliwość uczenia się poprzez interaktywne lekcje, warsztaty i symulacje.
3. **Wzory do naśladowania i programy mentorskie:** Zapewnienie możliwości poznania przedsiębiorców odnoszących sukcesy i wysłuchania ich historii może zainspirować uczniów. Dodatkowo, poprzez programy mentoringowe, studenci mogą otrzymać wsparcie od mentorów.
4. **Współpraca i tworzenie sieci kontaktów:** Nawiązując współpracę z lokalnymi przedsiębiorstwami, organizacjami pozarządowymi i instytucjami edukacyjnymi, uczniowie mogą uzyskać dostęp do szerszej sieci wsparcia. Sieci te są ważne dla dostępu do zasobów i możliwości.

6. **Zapewnienie praktycznego doświadczenia:** Można zaoferować możliwości, takie jak programy staży, praca projektowa i zakładanie mikroprzedsiębiorstw, aby umożliwić studentom zdobycie prawdziwego doświadczenia zawodowego. Te doświadczenia pomagają im rozwijać umiejętności w zakresie przedsiębiorczości.
7. **Edukacja w zakresie wiedzy finansowej:** W ramach edukacji w zakresie przedsiębiorczości należy uczyć podstawowych umiejętności zarządzania finansami. Mogą zostać omówione takie tematy, jak budżetowanie, kalkulacja kosztów i planowanie finansowe.
8. **Tworzenie wspierającego środowiska uczenia się:** Ważne jest, aby stworzyć środowisko uczenia się, w którym uczniowie mogą wyrażać siebie, nie bać się popełniania błędów i swobodnie dzielić się swoimi kreatywnymi przemyśleniami.
9. **Praca zespołowa i umiejętności przywódcze:** Należy również przeprowadzić szkolenie dotyczące pracy zespołowej i umiejętności przywódczych wymaganych do odniesienia sukcesu w przedsiębiorczości. Można do tego zachęcać poprzez projekty grupowe i współpracę.
10. **Wykorzystanie technologii i umiejętności cyfrowe:** Obecnie umiejętności cyfrowe są bardzo ważne dla przedsiębiorczości. Studenci powinni zostać przeszkoleni w zakresie takich przedmiotów, jak korzystanie z podstawowych technologii, marketing cyfrowy i handel elektroniczny.
11. **Zwiększanie motywacji i pewności siebie:** Organizowanie działań, które zwiększą motywację i pewność siebie uczniów znajdujących się w niekorzystnej sytuacji, umożliwi im podjęcie odważniejszych kroków w kierunku przedsiębiorczości.

Metody te mogą pomóc uczniom znajdującym się w niekorzystnej sytuacji odkryć swój potencjał umożliwiając odniesienie sukcesu w dziedzinie przedsiębiorczości i zapewnić im zrównoważoną przyszłość.

4. 3.1. Zajęcia w klasie: Budowanie pewności siebie i umiejętności w zakresie przedsiębiorczości

Działanie 1:

Materiały: Arkusz ćwiczeń – Samoocena

- ✓ Rozdajemy uczniom kartę pracy „Oceniam siebie” (znajdziesz ją poniżej).
- ✓ „Drodzy studenci, dzisiaj ocenimy Wasze cechy pod kątem doświadczenia w zakresie przedsiębiorczości. Każdy z nas ma inne cechy, które czynią nas wyjątkowymi. Chociaż te funkcje ułatwiają nam wykonywanie niektórych zadań, mogą powodować trudności w innych. Teraz, w arkuszach ćwiczeń, które ci dałem, chcę, abyś pomyślał o swoich własnych cechach i zidentyfikował swoje mocne strony, które pomogą ci stać się przedsiębiorcą, oraz swoje słabe strony, które będą dla ciebie wyzwaniem, aby zostać przedsiębiorcą. Następnie chcę, abyście wypełnili swoje arkusze ćwiczeń, biorąc pod uwagę otaczające was warunki i identyfikując zagrożenia, które mogą uniemożliwić wam zostanie przedsiębiorcą, oraz możliwości, które będą was wspierać. Instrukcje są czytane uczniom.
- ✓ Na wypełnienie kart pracy uczniowie mają 15 minut.
- ✓ Po 15 minutach uczniowie-wolontariusze dzielą się z klasą swoją analizą SWOT.

Po zakończeniu udostępniania wszystkim uczniom zadawane są następujące pytania:

1. Czy uważasz, że masz wystarczająco mocne strony, aby zostać przedsiębiorcą?
2. Czy istnieją sposoby na zmianę cech, które uważasz za słabe w zostaniu przedsiębiorcą?
3. Jeśli nie da się zmienić swoich słabych stron, czy myślisz, że są osoby/instytucje, od których możesz uzyskać wsparcie w tych aspektach?

Na koniec wydarzenia powiedziano uczniom, że młodzi przedsiębiorcy mogą napotkać pewne problemy w trakcie swojej działalności gospodarczej, wynikające z ich indywidualnych cech lub środowiska, w którym żyją, ale możliwe jest przezwyciężenie tych problemów.

Sugestie dla młodych przedsiębiorców dotyczące przezwyciężenia tych problemów można wymienić w następujący sposób:

- Jednym z największych problemów przedsiębiorców jest znalezienie kapitału. Należy unikać zaciągania pożyczek w celu znalezienia kapitału i zamiast tego należy zbadać rządowe programy zachęt/wsparcia.
- Zakładając firmę, należy przeprowadzić analizę SWOT dotyczącą firmy, która ma zostać założona, podobnie jak praca, którą wykonujemy dzisiaj. W analizie tej należy uwzględnić także badania rynku.
- Być może nie posiadasz całej wiedzy i umiejętności niezbędnych do pracy, którą zamierzasz wykonywać. Dlatego współpraca/tworzenie zespołu z ludźmi posiadającymi tę wiedzę i umiejętności odciąży Cię i doprowadzi do sukcesu.
- Chociaż możesz prowadzić swój biznes poprzez współpracę, ważne jest, aby posiadać wiedzę finansową, aby opanować finansowe etapy swojej firmy. Możesz uczestniczyć w kursach/szkoleniach, które pomogą Ci poprawić wiedzę finansową.
- W dzisiejszym świecie możliwe jest stworzenie dla siebie globalnego rynku poprzez technologię (e-commerce). W ten sposób możesz osiągnąć duże zyski przy mniejszym kapitale. W tym celu wystarczy zwiększyć swoją wiedzę technologiczną i doświadczenie i stać się cyfrowym literatem – cyfrowym obywatelem.

Arkusz ćwiczeń: Ocenianie siebie

MOJE MOCNE strony	MOJE SŁABOŚCI
MOŻLIWOŚCI	ZAGROŻENIA

Ćwiczenie 2: Symulacja przedsiębiorczości

Cel: Nauczenie studentów zarządzania przedsiębiorstwem i procesów decyzyjnych.

Materiały: Papier, ołówek, komputer (jeśli dostępne jest oprogramowanie symulacyjne).

- ✓ Studenci podzieleni są na małe grupy i każda z nich zakłada własną działalność gospodarczą, przyjazną naturze lub rozwiązującą problem społeczny (np. zatrudnienie kobiet).
- ✓ Wybierają rodzaj prowadzonej działalności (np. kawiarnia, sklep, usługodawca).
- ✓ Określają kapitał początkowy, ceny produktów lub usług, koszty i inne szczegóły biznesplanu dla firmy.
- ✓ Każda grupa zarządza swoim biznesem i podejmuje decyzje (np. budżet reklamowy, wynagrodzenia pracowników, ceny produktów) przez określony czas (np. 4 tygodnie).
- ✓ Co tydzień oceniana jest sytuacja finansowa grup i analizowane są skutki ich decyzji.

Efekty tego działania:

- Studenci mają doświadczenie w zarządzaniu przedsiębiorstwem i procesach decyzyjnych.
- uczniów na temat finansów i umiejętności myślenia strategicznego.

Działanie 3: Projekt badania rynku

Cel: Nauczenie studentów analizy grupy docelowej i procesów rozwoju produktów/usług.

Materiały: Formularze ankiet, dostęp do Internetu.

- ✓ Uczniowie dzielą się na grupy i wybierają konkretny produkt lub usługę (Wolą, aby ten produkt lub usługa była przyjazna dla środowiska i/lub produkt/usługa zapewniająca rozwiązanie problemów społecznych).
- ✓ Prowadzą badania rynku, aby określić, kto jest docelowym odbiorcą tego produktu lub usługi.
- ✓ Przygotowują i przeprowadzają ankiety, aby poznać potrzeby i oczekiwania grupy docelowej.
- ✓ Analizują wyniki ankiet i wprowadzają ulepszenia w swoich produktach lub usługach.
- ✓ Oni zaprezentują wyniki na zajęciach i otrzymają informację zwrotną.

Efekty tego działania:

- Studenci rozwijają umiejętności prowadzenia badań rynkowych i analizowania danych.
- Wzrastają umiejętności myślenia zorientowanego na klienta i innowacyjności.

Działanie 4: Zakładanie małej firmy

Cel: Zapewnienie studentom prawdziwego doświadczenia zawodowego.

Materiały: Kapitał początkowy (może zapewnić szkoła lub sponsorzy), materiały potrzebne do produktu lub usługi.

- ✓ Uczniowie dzielą się na małe grupy i każda z nich zakłada małą firmę (np. stoisko z lemoniadą, sprzedaż ręcznie robionych przedmiotów).
- ✓ Przygotowują biznesplan dla firmy (koszty, ceny, grupa docelowa, strategia marketingowa).
- ✓ Sprzedają swoje produkty lub usługi przez określony czas (np. 1 tydzień).
- ✓ Analizują wyniki sprzedaży i oceniają ich rentowność.
- ✓ Dzielą się i omawiają swoje doświadczenia w klasie.

Efekty tego działania:

- Studenci zdobywają doświadczenie w prowadzeniu biznesu w realnym świecie.
- Poprawiają się relacje z klientami, umiejętności sprzedażowe i marketingowe.
- Studenci (zwłaszcza ci znajdujący się w niekorzystnej sytuacji ekonomicznej) oceniają sposoby dostępu do kapitału.

Działanie 5: Targi Biznesu

Zamiar: Umożliwienie studentom komunikacji z właścicielami firm, stowarzyszeniami i organizacjami pozarządowymi.

W dzisiejszym świecie, gdzie indywidualizacja szybko rozwija się, zaufanie stało się jedną z największych potrzeb. Posiadanie środowiska, w którym mogą uzyskać wsparcie, zwłaszcza na początku podróży i w obliczu trudnych sytuacji, doda przedsiębiorcom siły. Z tego powodu ważne jest, aby przedsiębiorcy stworzyli środowisko, w którym mogą zaufać, zanim ich biznes upadnie. Dla przedsiębiorcy poszukującego kapitału na swój pomysł na biznes, efektywne relacje są teraz ważniejsze niż pieniądze. Powodem, dla którego wiele osób w świecie biznesu przyłącza się do stowarzyszeń zawodowych i organizacji pozarządowych jest: spotykać się, współpracować i tworzyć projekty korzystne dla społeczeństwa (Belen, 173).

- ✓ Do szkoły zapraszani są przedstawiciele okolicznych przedsiębiorców, stowarzyszeń i organizacji pozarządowych, na terenie szkoły organizowane są targi biznesowe.
- ✓ Studenci spotykają się z uczestniczącymi pracodawcami i przedstawicielami oraz słuchają ich historii dotyczących przedsiębiorczości.
- ✓ Zbierają od uczestników wizytówki zgodnie z własnymi zainteresowaniami i możliwościami.

Efekty tego działania:

- Nauczyciele mogą stworzyć środowisko zorientowane na współpracę, aby osiągnąć sukces.

4. 3.2. Uczenie się rówieśnicze: dzielenie się doświadczeniami i strategiami

Działanie 1:

- ✓ Uczniowie podzieleni są na grupy dwu- lub trzyosobowe, w zależności od wielkości klasy.
- ✓ Spotykając się z otaczającymi je kobietami przedsiębiorczymi, zbierają informacje o ogólnej charakterystyce tych instytucji i problemach, z jakimi borykają się w życiu biznesowym.
- ✓ Podczas następnej lekcji lider z każdej grupy dzieli się informacjami, które zebrał w klasie.

Następnie zadawane są uczniom następujące pytania:

1. co zwracali uwagę, dzieląc się pracą do wykonania w grupie?
2. Jak dotarli do otaczających ich przedsiębiorczych kobiet?
3. Jakie kwestie były dla nich najtrudniejsze podczas prowadzenia tej działalności? Jak pokonali trudności, których doświadczyli?

Efekty tego działania:

- Uczniowie pracują w zespołach i współpracują.
- Zbierają informacje o problemach, z jakimi borykają się kobiety w świecie biznesu.
- Oceń metody, których używają do rozwiązywania napotkanych problemów.

Działanie 2:

- ✓ Uczniowie podzieleni są na trzy lub czteroosobowe grupy, w zależności od wielkości klasy. Jeśli w grupie są uczniowie z różnymi stopniami niepełnosprawności, należy zadbać o to, aby nie byli w tej samej grupie.
- ✓ Studenci proszeni są o stworzenie ankiety za pomocą formularzy Google, którą można zastosować wśród przedsiębiorców zakładających i prowadzących własne firmy w swoim najbliższym otoczeniu.
- ✓ Podczas tworzenia i wdrażania tej ankiety podkreśla się znaczenie podziału zadań zgodnie z indywidualnymi cechami uczniów w grupie.
- ✓ W badaniu mogą skorzystać z różnego rodzaju ankiet.

W tej ankiecie;

- Cechy, które powinien posiadać przedsiębiorca,
- Zalety założenia własnej firmy dla osoby,
- Trudności, jakie napotyka osoba rozpoczynająca własną działalność gospodarczą,
- Jak zdobyć kapitał niezbędny do założenia firmy,
- Udostępnia się uczniom informację, że mogą odpowiedzieć na pytania dotyczące wcześniejszej wiedzy przedsiębiorcy na temat jego pracy.

Po przeprowadzeniu ankiet studentom zadawane są następujące pytania:

1. Jak postępowali podczas realizacji tego działania?
2. Z jakimi wyzwaniami musieli się zmierzyć? Jak pokonali te wyzwania?
3. Gdybyśmy mieli zebrać czynniki wpływające na przedsiębiorczość w pewne kategorie, jakie by to były kategorie?
4. Biorąc pod uwagę wyniki badań, jakie czynniki wpływają na przedsiębiorczość?
5. Czy czynniki wpływające na przedsiębiorczość można przekształcić w sytuację, w której jednostka może być korzystna?
6. Czy istnieją instytucje i organizacje, od których przedsiębiorcza jednostka może uzyskać wsparcie w celu przezwyciężenia trudności ekonomicznych?

Efekty tego działania:

- Uczniowie pracują w zespołach i współpracują.
- Zbierz informacje na temat cech osób przedsiębiorczych.
- Zbieraj dane na określony temat i analizuj je.
- Rozumieć związek pomiędzy cechami przedsiębiorczymi jednostki a innymi koncepcjami.

5. Działania symulacyjne w zakresie przedsiębiorczości ekologicznej i społecznej

Oprócz wszystkich wyżej wymienionych materiałów na temat rozwijania postawy przedsiębiorczej, zielonej przedsiębiorczości, przedsiębiorczości społecznej i sposobów włączania na początku i w trakcie podróży przedsiębiorczej, oto przydatny i szczegółowy przewodnik zawierający instrukcje krok po kroku dotyczące tego, jak nauczyciel, w ścisłej współpracy ze studentami, może pomóc im rozwijać własne firmy w symulacji rzeczywistych ram.

Zasadniczo nauczyciel będzie mógł wykorzystać cały materiał zawarty w tym dokumencie. Sugeruje się jednak rozpoczęcie od modułów 1-4, które dotyczą szkoleń w zakresie przedsiębiorczego sposobu myślenia, zielonej przedsiębiorczości, przedsiębiorczości społecznej i pokonywania ewentualnych przeszkód na drodze do przedsiębiorczości. Pierwsza część tego dokumentu może zapewnić uczniom możliwość zbadania i wyjaśnienia wszystkich istotnych koncepcji, zarówno w kontekście teoretycznym, jak i praktycznym, poprzez zawarte w nim angażujące ćwiczenia. Następnie, po zbadaniu wszystkich istotnych koncepcji i udzieleniu odpowiedzi na wszystkie pytania uczniów, nauczyciel może przejść do korzystania z materiałów zawartych w tej części, która dotyczy działań symulacyjnych w kontekście edukacyjnym wokół przedsiębiorczości ekologicznej i społecznej. Ponownie zaleca się, aby nauczyciel postępował zgodnie z sugerowaną kolejnością podrozdziałów, ponieważ może to zapewnić uczniom ustrukturyzowany sposób myślenia o etapach, przez które muszą przejść, rozpoczynając swoją przygodę z przedsiębiorczością.

Warto zaznaczyć, że framework symulacyjny nie polega na otwieraniu prawdziwego biznesu. Oczywiście nie jest możliwe, aby studenci zakładali własne, realne firmy. Jednakże zastosowanie poniższych procedur, przy równoległym nauczaniu wszystkich powyższych modułów, jest w stanie symulować rzeczywiste warunki świata biznesu i sposób myślenia i działania osoby chcącej otworzyć własną działalność gospodarczą, jednak w wersji uproszczonej i w chronionym kontekście, tak aby wszystko było zrozumiałe dla uczniów szkół podstawowych i średnich, ale także dla nauczycieli szkół podstawowych i średnich, którzy nie posiadają odpowiedniej wiedzy.

Zatem, począwszy od wyjaśnienia pojęć związanych z przedsiębiorczym sposobem myślenia, ekologiczną i społeczną przedsiębiorczością, poprzez burze mózgów mające na celu opracowanie pomysłów na ekologiczne i społeczne przedsiębiorstwa, a skończywszy na sugestiach, jak pokonać

ewentualne przeszkody na drodze do przedsiębiorczości, praktyczne działania szkoleniowe dla rozwój wirtualnych przedsiębiorstw przez uczniów w chronionym środowisku szkolnym. Postępując zgodnie z poniższą sekwencją ćwiczeń, nauczyciele i uczniowie będą mogli dogłębnie zrozumieć sposób myślenia i początkowe niezbędne procesy, które powinien zastosować nowy przedsiębiorca. Poniższe działania zawierają zarówno szczegółowe instrukcje, jak i przydatne, gotowe szablony .

5.1. Generowanie i rozwój pomysłów biznesowych

5.1.1. Sesje burzy mózgów dotyczące kreatywnych pomysłów

Czy kiedykolwiek chciałeś wiedzieć, jak rozpoczynają działalność firmy odnoszące największe sukcesy? Wszystko sprowadza się do jednej prostej rzeczy: **kreatywnego myślenia!** Generowanie pomysłów to genialna, praktyczna metoda stosowana przez firmy do generowania inteligentnych pomysłów i ruszania z miejsca. To laboratorium kreatywności, w którym nowe pomysły mogą naprawdę zabłysnąć! To sekretny składnik, który dodaje wyjątkowego smaku sukcesowi biznesowemu!

Wyobraź sobie taką sytuację: jesteś przedsiębiorcą, który chce rozpocząć działalność gospodarczą. Możesz mieć pewne mgliste pomysły, ale nie masz solidnego planu działania. I tu właśnie pojawia się przedsiębiorcza burza mózgów. Jest to sposób na pobudzenie kreatywności i wygenerowanie szeregu pomysłów w ciągu kilku minut.

Aby zrozumieć, na czym polega burza mózgów, warto mieć podstawową wiedzę na temat jej istoty. Jest to proces twórczy, podczas którego osoba lub zespół znajduje rozwiązania dla projektu lub problemu. Burza mózgów często polega na stworzeniu listy pomysłów, zwykle na początku projektu.

W tym przypadku celem jest zbadanie możliwości rozpoczęcia działalności gospodarczej lub udoskonalenia istniejącego pomysłu na biznes. Oznacza to wymyślanie wielu pomysłów, które mogą doprowadzić do rezultatów. Burza mózgów to sposób myślenia, który pozwala wpaść na wiele pomysłów, nie martwiąc się o to, czy są dobre, czy nie. Celem jest wymyślenie jak największej liczby pomysłów, a następnie wybranie tych najlepszych.

Dlaczego warto burzyć mózgi na temat pomysłów biznesowych

Świat biznesu ciągle się zmienia, dlatego bardzo ważne jest, aby firmy były na bieżąco. Jednym ze sposobów osiągnięcia tego celu jest burza mózgów. Pomaga firmom i przedsiębiorcom śledzić, co dzieje się na rynku i myśleć o nowych produktach i usługach. Będą w stanie dostrzec szanse na rozwój i maksymalnie je wykorzystać, zanim dotrą tam konkurenci.

Co więcej, burza mózgów pozwala myśleć w nowy sposób i wykazać się kreatywnością dzięki pomysłom, których normalnie byś nie wziął pod uwagę. Tworzy przestrzeń swobodnego przepływu

pomysłów, zachęcając do innowacji. W środowisku zespołowym łączy różne perspektywy, co prowadzi do całkiem imponujących rezultatów.

Jedyne w swoim rodzaju pomysły, które wpadniesz podczas burzy mózgów, mogą sprawić, że wyprzedzisz konkurencję. Jeśli będziesz stale wprowadzać innowacje, wyróżnisz się na dynamicznych rynkach. Trzeba także być gotowym na przyjęcie nowych trendów i pokonywanie wszelkich przeszkód, jakie pojawią się na ich drodze. Dzięki proaktywnemu podejściu możesz szybciej dostrzec nowe trendy i szybko się do nich dostosować.

Twoja ideologia biznesowa jest kluczem do dostrzeżenia niewykorzystanych możliwości na rynku. Będziesz mógł odkrywać nowe obszary i grupy klientów, a także potencjalne partnerstwa, które w innym przypadku mogłyby pozostać niezauważone. Odkrycie tych możliwości pomoże Ci zidentyfikować nowe sposoby działania.

Warto również powiedzieć, że burze mózgów mają często charakter ciągły, a nie tylko jednorazowe wydarzenia. Wspierają kulturę ciągłego wzrostu i doskonalenia. Regularne przeprowadzanie burzy mózgów na temat pomysłów biznesowych zwiększa zdolność adaptacji i zaangażowanie w znajdowanie nowych sposobów działania.

Etapy procesu generowania pomysłów

Zanim zaczniemy, pamiętaj, że chodzi o coś więcej niż tylko wykonanie serii kroków. **To proces twórczy, który ewoluuje w czasie.**

Przyjrzyjmy się teraz szczegółom tego, jak możesz wprowadzać innowacje i uzyskać świetne wyniki dla swojej firmy:

- 1. Wyznacz swój cel :** Najpierw zdecyduj dokładnie, co chcesz osiągnąć. Niezależnie od tego, czy próbujesz rozwiązać problem, ulepszyć coś, czy stworzyć coś zupełnie nowego, świadomość celu pomaga w kierowaniu wszystkimi Twoimi pomysłami.
- 2. Zbuduj zespół :** Zbierz grupę przyjaciół, którzy wnoszą do stołu różne umiejętności i poglądy. Mieszanka ludzi może prowadzić do ciekawszych pomysłów i sposobów działania, co sprawia, że wymyślanie fajnych rozwiązań staje się jeszcze większą zabawą.

3. Stwórz strefę burzy mózgów : Stwórz specjalne miejsce, w którym wszyscy będą mogli swobodnie wyrażać swoje pomysły. Może to być kącik w klasie lub nawet czat na komputerze, podczas którego wszyscy możecie swobodnie pisać myśli.

4. Wymyśl wiele pomysłów : Kiedy przeprowadzasz burzę mózgów, pamiętaj, że żaden pomysł nie jest zbyt głupi. Spróbuj wymyślić jak najwięcej pomysłów. W tej chwili liczy się ilość — im więcej pomysłów, tym lepiej!

5. Pracuj razem : dobre pomysły mogą stać się świetnymi, jeśli połączysz je z sugestiami znajomych. Wspólna praca pozwala mieszać różne pomysły, aby stworzyć coś naprawdę niesamowitego.

6. Wybierz najlepsze pomysły : Po rozważeniu wielu możliwości poświęć trochę czasu na ustalenie, które z nich są najlepsze. Zastanów się, które pomysły są wykonalne, mogą zyskać największy rozgłos i naprawdę pomóc Ci osiągnąć cel.

7. Ulepszaj swoje pomysły . Kiedy już wybierzesz najlepsze pomysły, nadszedł czas, aby uczynić je jeszcze lepszymi. Zaplanuj szczegóły, zastanów się, co może pójść nie tak i jak Twój pomysł pasuje do tego, co próbujesz osiągnąć.

8. Przetestuj swoje pomysły : zanim pokażesz swój pomysł wszystkim, wypróbuj go na małą skalę. Zapytaj kilka osób, co myślą, aby móc wprowadzić zmiany, jeśli zajdzie taka potrzeba. Dzięki temu będziesz miał pewność, że Twój pomysł zadziała i że inni też uznają go za fajny.

9. Zrób to : Teraz jesteś gotowy na realizację swojego pomysłu. Obserwuj, jak się sprawy mają i bądź gotowy na wprowadzenie zmian, jeśli zajdzie taka potrzeba. W ten sposób uczysz się i stajesz się lepszy.

10. Świętuj i ucz się : kiedy już Twój pomysł stanie się rzeczywistością, poświęć trochę czasu na świętowanie ze swoim zespołem! Zastanów się także, co poszło dobrze i co możesz zrobić lepiej następnym razem. Uczenie się na podstawie tego, co zrobiłeś, pomoże ci osiągnąć jeszcze lepsze wyniki w przyszłości.

Szablon planu działania

Aby uporządkować swoje pomysły i ustrukturyzować swoje podejście, uczniowie mogą skorzystać z poniższego ogólnego szablonu planu działania. Ten szablon poprowadzi ich przez zdefiniowanie problemu, który chcą rozwiązać, tworząc firmę i opracowując strategię skutecznego rozwiązania tego problemu. Stosując jedną lub więcej z poniższych technik, uczniowie mogą upewnić się, że ich plan działania jest kompleksowy, dobrze przemyślany i wykonalny. To ustrukturyzowane podejście pomoże uczniom jasno określić cele biznesowe, odbiorców docelowych, wymagane zasoby i planowane kamienie milowe, zapewniając solidną podstawę dla ich przedsięwzięć przedsiębiorczych.





About

Your Team's Name:Project/Company Name:

Goal**Why****Motivation**

Obstacles to overcome**Resources**

Big Steps**Small Steps****Notes**

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

Co-funded by
the European Union



Metody burzy mózgów pomysłów biznesowych

1. Karty burzy mózgów

Zacznij od ustalenia limitu czasu sesji burzy mózgów. Zwykle od 15 do 60 minut sprawdza się dobrze, w zależności od złożoności rozpatrywanego problemu. Dzięki temu wszyscy będą zmotywowani i będą na właściwej drodze.

Następnie jasno określ cel. Ważne jest, aby wszyscy dokładnie wiedzieli, co chcemy osiągnąć i ściśle uczestniczyli w dyskusjach na temat sposobów rozwiązania tego konkretnego problemu. Aby jak najlepiej wykorzystać wspólny czas, ważne jest, aby trzymać się tematu.

Podczas burzy mózgów ważne jest, aby upewnić się, że wszyscy zgodzili się powstrzymać od oceniania i krytykowania siebie nawzajem. Obejmuje to negatywne komentarze, a nawet negatywny język ciała. Jesteśmy otwarci na wszystkie pomysły, niezależnie od tego, jak niezwykle lub nietypowe mogą się wydawać. Tak naprawdę poproś wszystkich, aby podzielili się swoimi najbardziej kreatywnymi lub szalonymi przemyśleniami – czasami najlepsze pomysły zaczynają brzmieć nieco szalenie!

Celem jest przedstawienie jak największej liczby pomysłów. Jak to mówią: im więcej pomysłów, tym lepiej. Później przejrysz wszystkie sugestie, aby wybrać te najlepsze, więc im więcej pomysłów uda Ci się wymyślić, tym lepiej.

Spraw, aby wszyscy korzystali ze swoich pomysłów. Wszystko polega na nawiązywaniu kontaktów i rozwijaniu pomysłów, co może prowadzić do całkiem nieoczekiwanych i innowacyjnych rozwiązań. Zamiast mówić „**ale**”, co mogłoby zatrzymać czyjeś myślenie, użyj „**i**”, aby opierać się na czymś pomysłem. Taki sposób działania pomaga wszystkim współpracować i gwarantuje, że wiele różnych myśli i punktów widzenia pomoże ulepszyć pomysły.



Dobrym pomysłem jest zachowanie wyglądu wizualnego. Korzystanie z diagramów, karteczek samoprzylepnych i innych pomocy wizualnych może naprawdę pomóc w realizacji pomysłów. Ułatwiają także każdemu postrzeganie koncepcji na różne sposoby, co może zainspirować jeszcze więcej pomysłów.

Na koniec upewnij się, że w danym momencie mówi tylko jedna osoba. Dzięki temu sesja przebiega zgodnie z planem i okazujemy szacunek dla pomysłów mówcy. Jest to naprawdę ważne, aby mieć pewność, że sesja burzy mózgów przyniesie solidne rezultaty.

2. Myślenie o błękitnym niebie

W tej metodzie uczestnicy są zachęceni do uwolnienia swojej wyobraźni i myślenia bez ograniczeń. Są zapraszani do wizualizacji idealnych scenariuszy, w których wszystko jest możliwe, kładąc nacisk na kreatywność i innowacyjność. Strategia ta podkreśla znaczenie generowania mnóstwa pomysłów, zachęcając uczniów do odmiennego myślenia i przyjmowania niekonwencjonalnych koncepcji. Na początku nie skupiamy się na wykonalności pomysłów, ale na samym ogromie możliwości, tworząc środowisko, w którym innowacje kwitną poprzez przekraczanie zwykłych ograniczeń. Uczniowie są zmotywowani do odkrywania nowych terytoriów i kreatywnego myślenia o wyzwaniach, dzięki czemu jest to doskonałe ćwiczenie rozwijające umiejętności rozwiązywania problemów i zachęcające młodych uczniów do nastawienia na rozwój.

3. Pierwsze zasady

Ta metoda generowania pomysłów koncentruje się na rozłożeniu problemu na jego podstawowe części, krytycznej analizie założeń i opracowywaniu rozwiązań od podstaw. Podstawowe kroki obejmują:

Dekonstrukcja : wskaż i rozłóż kluczowe elementy problemu lub scenariusza.

Założenia wyzwania : Krytycznie kwestionuj istniejące przekonania dotyczące problemu, aby zachęcić do przyjęcia nowego punktu widzenia.

Rekonstrukcja : opracowuj rozwiązania, wykorzystując wiedzę zdobytą podczas ponownej oceny podstawowych aspektów, często skutkując kreatywnymi i innowacyjnymi wynikami.

Takie podejście zwiększa dogłębne zrozumienie wyzwań i stymuluje kreatywne rozwiązywanie problemów poprzez opracowywanie rozwiązań opartych na fundamentalnych prawdach. Jest szczególnie skuteczny w rozwijaniu umiejętności analitycznego i kreatywnego myślenia, ponieważ zmusza uczestników do spojrzenia poza zrozumienie na poziomie powierzchni i rekonstruowania rozwiązań na podstawie podstawowych zasad.

4. Odgrywanie ról

Ta strategia generowania pomysłów wykorzystuje odgrywanie ról, aby pomóc członkom zespołu przyjąć unikalną perspektywę i pobudzić kreatywność. Oto jak to działa:

Przypisanie ról : każdy członek zespołu przyjmuje określoną rolę związaną z danym problemem lub scenariuszem. Role te definiuje się tak, aby obejmowały różne punkty widzenia w kontekście wyzwania.

Przyjęcie perspektywy : Uczestnicy w pełni angażują się w swoje role, przyjmując myśli, punkty widzenia i emocje, które im towarzyszą. To głębokie zanurzenie pomaga spojrzeć na problem z nowej perspektywy.

Interaktywny dialog : gdy członkowie zespołu wchodzi w interakcję i dyskutują w ramach swoich ról, w naturalny sposób zaczynają odkrywać nowe pomysły i spostrzeżenia. Proces ten często prowadzi do kreatywnych i niekonwencjonalnych rozwiązań, które mogą nie pojawić się podczas tradycyjnej burzy mózgów.

Refleksja i wyodrębnienie innowacji : Po odgrywaniu ról wszyscy spotykają się, aby zastanowić się nad doświadczeniem i zidentyfikować innowacyjne pomysły, które się pojawiły. Ten krok jest kluczowy dla przełożenia pomysłowego odgrywania ról na praktyczne rozwiązania.

Odgrywanie ról zachęca uczestników do przekroczenia dotychczasowego sposobu myślenia, promując żywe i oparte na doświadczeniu podejście do rozwiązywania problemów. Eksplorując różne tożsamości i punkty widzenia, członkowie zespołu mogą odkryć nieoczekiwane rozwiązania, dzięki czemu technika ta jest szczególnie skuteczna w stymulowaniu kreatywności i dynamicznego myślenia w ustawieniach grupowych.

5. Technika SCAMPERA

To świetny sposób na zmianę istniejących pomysłów, koncepcji lub procesów. Ideą SCAMPER jest dokonanie konkretnych zmian w bieżącym pomysle lub procesie, aby uzyskać najlepszy wynik. SCAMPER to akronim oznaczający: Zastąp, Połącz, Dostosuj, Modyfikuj/Powiększ, Cel, Eliminuj/Minimalizuj i Zmień układ/Odwróć.

S	Substitute	
C	Combine	
A	Adapt	
M	Modify/Magnify	
P	Purpose	
E	Eliminate	
R	Rearrange	

Gdzie każdy etap obejmuje:

Substytut : Pomyśl o zamianie części istniejącego pomysłu na alternatywy, aby stworzyć nowe możliwości. Może to obejmować zmianę materiałów, metod, a nawet wyników, aby zobaczyć, w jaki sposób te zmiany mogą zaoferować nowe rozwiązania. Możesz zapytać: „Co się stanie, jeśli zastąpię X Y?”.

Połącz : Weź elementy z różnych pomysłów i połącz je ze sobą, tworząc złożone rozwiązanie. To hybrydowe podejście może łączyć mocne strony różnych koncepcji, prowadząc do innowacyjnych wyników. Możesz zapytać: „Co się stanie, jeśli połączę X i Y?”.

Dostosuj : dostosuj bieżące pomysły, aby lepiej rozwiązać określone problemy. Ulepszanie funkcji lub procesów może pomóc w lepszym dostosowaniu rozwiązań do potrzeb problemu. Możesz zapytać: „Co powinienem zmienić, aby dostosować plan do innego kontekstu?”.

Modyfikuj : eksperymentuj ze zmianą cech fizycznych pomysłu — takich jak jego rozmiar, kształt lub kolor — w celu poznania różnych wersji i ulepszeń. Może to pomóc w wizualizacji nowych możliwości i zastosowań. Możesz zapytać: „Co mogę zmodyfikować, aby zwiększyć wartość tego planu?”.

Zastosowanie w innym celu/zastosowaniu : rozważ różne zastosowania lub zastosowania istniejącego pomysłu. Zmiana przeznaczenia koncepcji może prowadzić do nieoczekiwanych innowacji i zwiększyć jej użyteczność. Możesz zadać pytanie: „Jakie inne zastosowania może mieć projekt?”.

Wyeliminuj : usprawnij pomysł, usuwając zbędne lub nieistotne elementy. To uproszczenie często prowadzi do bardziej wydajnego i ukierunkowanego rozwiązania. Możesz zapytać: „Co mogę usunąć z projektu, aby był prostszy?”.

Odwróć/Zmień układ : spójrz na pomysł z innej perspektywy, odwracając jego elementy lub zmieniając kolejność kroków. Może to ujawnić ukryte wady lub możliwości, zapewniając świeży wgląd w potencjalne ulepszenia. Możesz zadać sobie pytanie: „Jak mogę przeprojektować plan, aby uczynić go bardziej skutecznym?”.

Każdy z tych kroków zachęca do dynamicznego przemyślenia bieżących pomysłów, ułatwiając twórcom rozwiązywanie problemów poprzez rekonfigurację, udoskonalenie i ponowne przemyślenie koncepcji na różne sposoby. Ta technika pomaga Ci myśleć w nowy sposób o swoim projekcie. Każde pytanie skłania do głębszego przemyślenia problemu i rozważenia nowych możliwości. Na przykład, jeśli chcesz zrobić kompas turystyczny, możesz zadać sobie pytanie: „A co, jeśli użyłbym materiałów przyjaznych dla środowiska?”.

6. Storyboarding

Świetnym sposobem na zdobycie pomysłów jest stworzenie wizualnej historii. W tym podejściu zespół współpracuje nad stworzeniem wizualnej historii, która pokazuje krok po kroku, jak pomysł będzie się rozwijał. To wizualne mapowanie pozwala zbadać, jak pomysł rozwija się i zmienia w czasie. Kiedy wizualnie przedstawiasz koncepcję, zespołowi łatwiej jest współpracować, udoskonalać i zwiększać przejrzystość i wpływ prezentowanych pomysłów. Technika ta zamienia abstrakcyjne myśli w namacalne reprezentacje wizualne, ułatwiając wymyślanie kreatywnych pomysłów, które ewoluują i stają się bardziej konkretne dzięki zbiorowemu wysiłkowi konstruowania wspólnej narracji wizualnej.

7. Kwestionowanie założeń

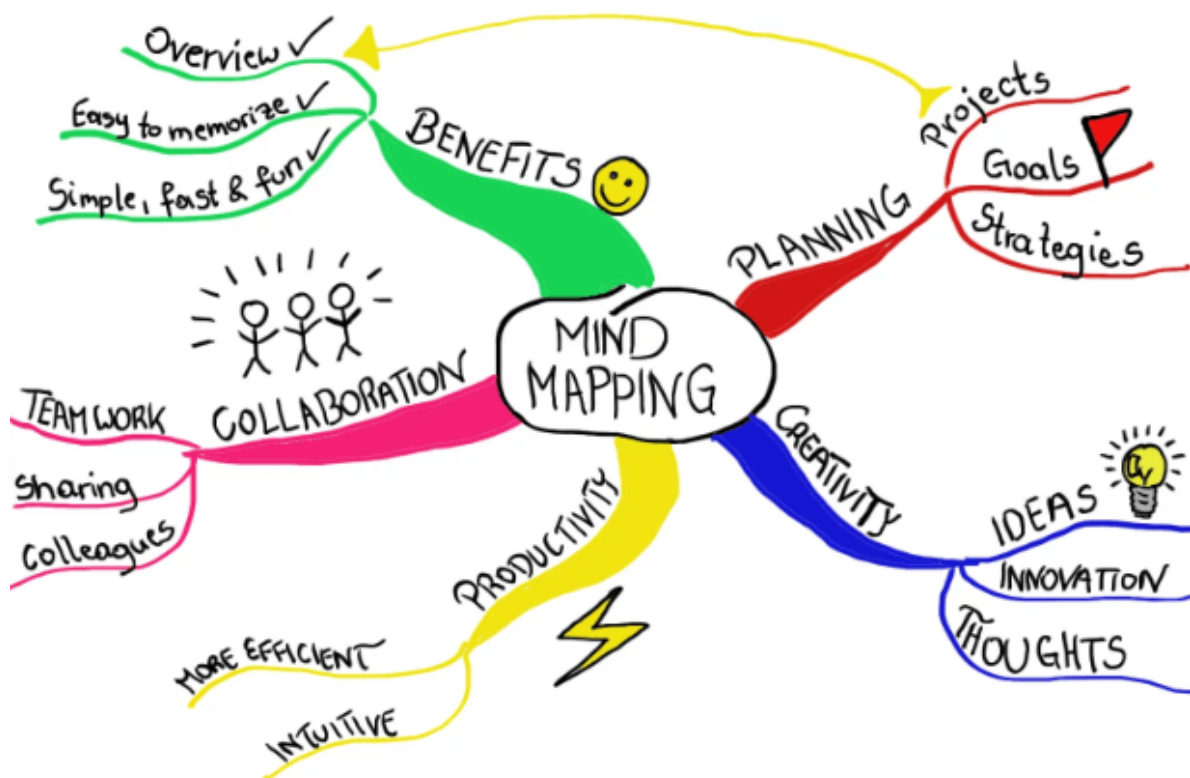
Technika ta polega na ponownym przemyśleniu i zakwestionowaniu tego, co wiesz, aby znaleźć nowe sposoby patrzenia na rzeczy. Zamiast po prostu akceptować zwykłe pomysły na temat problemu lub sytuacji, takie podejście zachęca Cię do wątpienia i uważnego przyjrzenia się tym pomysłom. Kiedy kwestionujesz te przekonania, możesz znaleźć nowe sposoby postrzegania wyzwań i problemów oraz znajdowania kreatywnych rozwiązań. Ta zmiana perspektywy często pomaga dostrzec rzeczy, które mogłeś przeoczyć. Ten proces nie tylko pomoże Ci zrozumieć więcej, ale także sprawi, że zaczniesz myśleć w nowy sposób.

8. Wyzwanie pomysłowe

Metoda ta wykorzystuje zorganizowaną rywalizację, aby skłonić zespoły lub pojedyncze osoby do myślenia w nowy sposób. W tym konkurencyjnym środowisku zachęca się uczestników do przedstawiania rozwiązań lub pomysłów, które pomogą sprostać konkretnemu wyzwaniu lub celowi. Dostają określoną ilość czasu na wymyślenie i przedstawienie swoich pomysłów, co zmusza ich do szybkiego myślenia i ciężkiej pracy. Rywalizacja zmusza ich do wysiłku i myślenia w nowy sposób, co prowadzi do wielu różnych pomysłów na poradzenie sobie z wyzwaniem. Technika „Idea Challenge” wykorzystuje emocje związane z rywalizacją, aby pobudzić kreatywność ludzi, zachęcając ich do nieszablonowego myślenia i znajdowania oryginalnych rozwiązań w wyznaczonym czasie.

9. Mapowanie myśli

Technika ta wykorzystuje podejście wizualne do grupowania pomysłów wokół głównego tematu. Zaczyna się od głównej idei, która następnie prowadzi do innych koncepcji. Koncepcje te są następnie dzielone na podpomysły, które są wypełnione słowami kluczowymi. Dzięki zastosowaniu różnych elementów wizualnych metoda ta tworzy nieliniowy układ, który zachęca do kreatywnego myślenia i łączy różne pomysły. Jako narzędzie wizualne pomaga ludziom myśleć w bardziej dynamiczny sposób, co ułatwia wymyślanie nowych pomysłów i rozwiązywanie problemów.



Aby utworzyć mapę myśli, zacznij od zanotowania rozwiązania, które chcesz opracować lub problemu, który chcesz rozwiązać, na środku tablicy lub kartki papieru. Załóżmy na przykład, że Twoim celem jest wprowadzenie na rynek linii produktów przyjaznych środowisku. Wpisz w środku „Produkty ekologiczne”.

Wokół tej głównej idei dodaj powiązane terminy lub elementy opisujące to, co musisz wziąć pod uwagę. Przykładami mogą być „materiały zrównoważone”, „lokalni dostawcy” i „opakowania biodegradowalne”.

Po skonfigurowaniu początkowej warstwy mapy myśli rozwiń ją dalej, dodając drugą warstwę, która opisuje, w jaki sposób możesz uporać się z każdym z tych aspektów. W przypadku „materiałów zrównoważonych” możesz dodać gałęzie takie jak „bambus” lub „tworzywa sztuczne z recyklingu”. W pobliżu „lokalnych dostawców” możesz umieścić listę potencjalnych lokalnych firm lub kryteria ich wyboru.

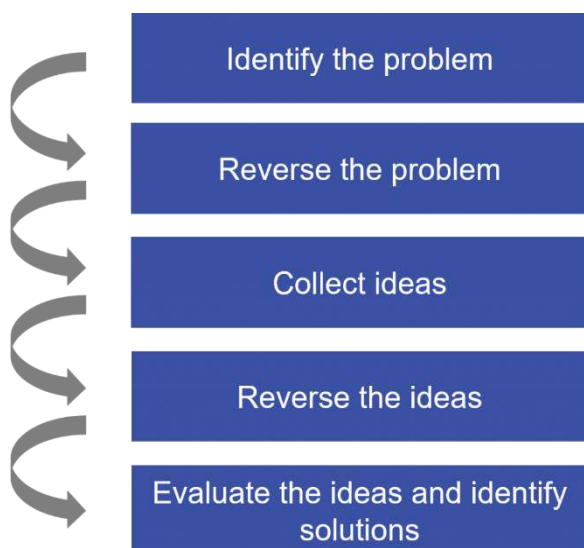
Kontynuuj budowanie mapy myśli, dodając kolejne warstwy szczegółowo opisujące dalsze działania, potencjalne wyzwania i rozwiązania. Metoda ta systematycznie przełamuje złożoność Twojego

projektu, pozwalając Ci kreatywnie i skutecznie zaplanować podejście do wprowadzenia na rynek linii produktów przyjaznych środowisku. Mapowanie myśli to doskonałe narzędzie do rozpakowywania i organizowania projektu, zwłaszcza takiego, który początkowo może wydawać się przytłaczający lub przyziemny.

10. Myślenie przeciwne/odwrotne

Ten sposób wpadania na pomysły wymaga świadomego myślenia o czymś przeciwnym do tego, co zwykle myślisz lub robisz, aby pobudzić kreatywność. Rzuca wyzwanie ludziom, aby wyszli poza zwykłe sposoby myślenia. Kiedy ludzie tego próbują, często znajdują niezwykle i innowacyjne rozwiązania, których można przeoczyć, myśląc w zwykły sposób. Takie podejście zachęca do całkowitej zmiany perspektywy, często prowadząc do świetnych pomysłów i nowych strategii rozwiązywania problemów.

Założmy, że chcesz promować nowy produkt lub usługę. Jako marketer masz wiele różnych kanałów, za pomocą których możesz rozpowszechniać informacje. Ale możesz nie wiedzieć, od czego zacząć. Podczas odwrotnej burzy mózgów możesz zdecydować się na uniknięcie dodawania linków do strony docelowej, powstrzymać się od publikowania postów na ten temat w mediach społecznościowych i krytykować jego funkcje.



Następnie przeanalizujesz odwrotność tych strategii, aby znaleźć doskonałe punkty wyjścia dla swojej kampanii promocyjnej. Polega to na zintegrowaniu produktu lub usługi z kilkoma wpisami na blogu, rozpoczęciu wokół niego kampanii na Instagramie i podkreśleniu jego najbardziej urzekających cech. Takie podejście zapewnia świeżą perspektywę poprzez odwrócenie konwencjonalnych taktyk promocyjnych, zapewniając, że Twoja kampania będzie się wyróżniać i skutecznie przyciągać

zainteresowanie odbiorców.

11. Słuchanie społeczne

Chodzi o to, aby zwracać szczególną uwagę na platformy internetowe, aby zrozumieć, co ludzie mówią o marce, produkcie lub branży. Dla firm naprawdę ważne jest, aby zwracać uwagę na to, co ludzie mówią o ich marce, produkcie lub branży na różnych platformach internetowych. Dotyczy to mediów społecznościowych, forów, blogów i innych społeczności internetowych. Następnie przyglądają się ogólnemu nastrojowi tych rozmów za pomocą tak zwanej analizy nastrojów. Pomaga im to zrozumieć, co klienci myślą o nich, ich produktach lub ogólnie o branży. Pomaga im także określić, czego potrzebują lub chcą ich klienci oraz co myślą o oferowanych przez nich produktach lub usługach. Dzięki tej wiedzy firmy mogą wprowadzać zmiany w swoich strategiach, aby lepiej dostosować je do oczekiwań klientów.

12. Myślenie przez analogię

Technika ta pomaga ludziom wpadać na pomysły poprzez tworzenie powiązań między rzeczami, które zwykle nie wydają się ze sobą powiązane. Zespoły zaczynają od przyjrzenia się wyzwaniu lub pomysłowi, nad którym pracują, i przemyśleniu rzeczy, które są zupełnie inne. Następnie wprowadzają spostrzeżenia i rozwiązania z tych innych obszarów z powrotem do pierwotnego problemu. Korzystanie z powiązań pomiędzy różnymi obszarami myślenia pomaga ludziom wymyślać nowe sposoby widzenia rzeczy i pomysłów, łącząc znane z nieznanym, poszerzając w ten sposób zakres potencjalnych rozwiązań.

13. Sześć myślących kapeluszy

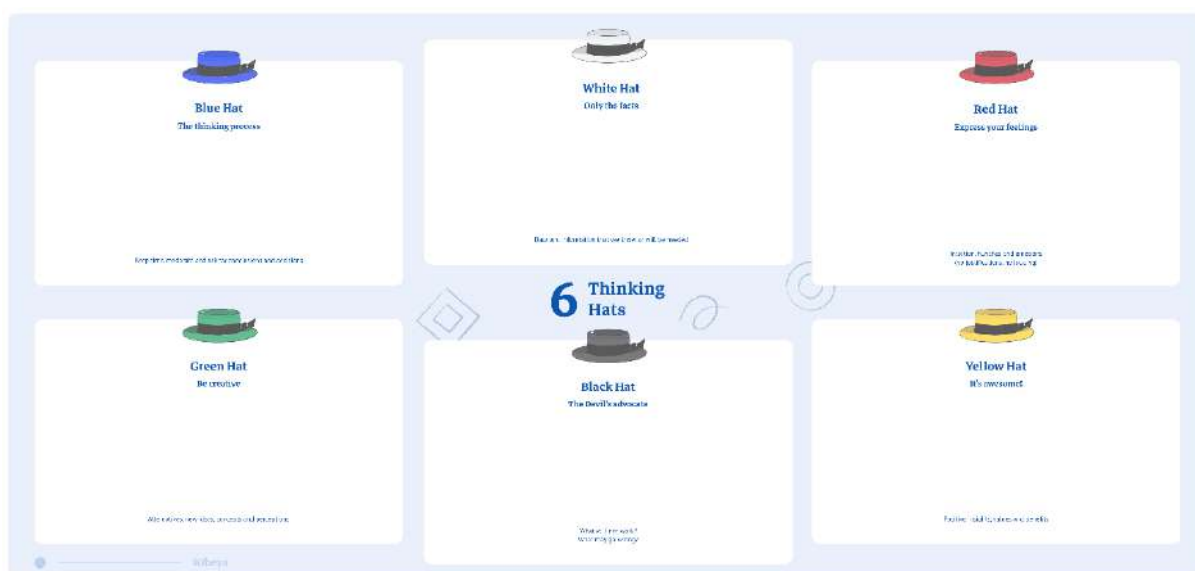
Metoda sześciu myślących kapeluszy została opracowana przez Edwarda de Bono. Oferuje ustrukturyzowane podejście do burzy mózgów i podejmowania decyzji poprzez unikalny system odgrywania ról.

Sześć perspektyw: technika ta polega na przypisaniu uczestnikom odrębnych „czapek”, przy czym każdy kapelusz symbolizuje inny sposób myślenia: biały skupia się na obiektywnych faktach, czerwony bada emocje i uczucia, czarny analizuje potencjalne pułapki, żółty podkreśla pozytywne i korzyści, zielony służy do kreatywnego myślenia, a Niebieski nadzoruje i organizuje ogólny proces myślenia.

Sekwencyjne skupienie: nosząc jeden kapelusz na raz, uczestnicy mogą skoncentrować się na jednym aspekcie problemu lub decyzji. To sekwencyjne podejście może rozpocząć się od zebrania twardych danych w ramach Białego kapelusza, a następnie przejść do badania wpływu emocjonalnego w przypadku Czerwonego kapelusza.

Myślenie oparte na rolach: każdy kapelusz kieruje proces myślowy użytkownika w określonym kierunku, co zapewnia dokładne zbadanie tematu lub decyzji z wielu perspektyw. To podejście oparte na rolach pomaga odkryć różne aspekty problemu lub możliwości.

Redukcja konfliktów: Metoda Sześciu Myślących Kapeluszy pomaga zredukować konflikty osobiste poprzez konstruowanie komunikacji wokół konkretnych ról myślenia, a nie osobistych postaw. Sprzyja to bardziej konstruktywnym dyskusjom i prowadzi do bardziej zrównoważonych i przemyślanych wyników procesu decyzyjnego.



14. Podejście do trendów produktowych

Śledzenie trendów rynkowych to świetny sposób na zdobycie nowych pomysłów i rozpoczęcie procesu innowacji. Podejście oparte na trendach produktowych polega na upewnieniu się, że strategię rozwoju produktów odpowiadają oczekiwaniom konsumentów teraz i w przyszłości. Jeśli firmy będą trzymać rękę na pulsie i koncentrować się na klientach, będą lepiej wpadać na nowe pomysły i dostosowywać

się do stale zmieniającego się rynku. Ta metoda pomaga firmom zachować aktualność i konkurencyjność, upewniając się, że zawsze ulepszają swoje produkty w oparciu o oczekiwania konsumentów i ich zachowanie.

15. Tak i...

Technika ta jest naprawdę skuteczna w sytuacjach, gdy pracujesz z innymi, tworząc pozytywną i zachęcającą atmosferę, która pomaga ludziom myśleć w nowy sposób.

Uczestnicy zaczynają od powiedzenia „Tak” pomysłom lub stwierdzeniom, pokazując, że podzielają ich zdanie. Następnie kontynuują rozmowę, dodając nowe pomysły lub informacje („i”).

Takie podejście sprawia, że każdy czuje się wspierany, dzięki czemu każdy pomysł zostaje wysłuchany. Zachęca do płynnego przepływu twórczych myśli, wolnych od osądów, dzięki czemu ludzie mogą swobodnie wymieniać się pomysłami i znajdować rozwiązania.

16. 5W i H

Technika 5W i H to kluczowa strategia zadawania pytań stosowana w celu zebrania szczegółowych informacji i uzyskania głębokiego zrozumienia dowolnej sytuacji lub problemu. Polega na zbadaniu sześciu podstawowych pytań:

Kto : oznacza to ustalenie, kto jest zaangażowany, czy to pojedyncze osoby, czy grupy, i upewnienie się, że wiemy, kim są interesariusze lub uczestnicy scenariusza.

Co : w tym pytaniu chodzi o dotarcie do sedna sprawy. Pomaga nam to jasno zdefiniować temat lub działanie stanowiące sedno dyskusji, dając prosty opis tego, co dokładnie się dzieje.

Gdzie : pomaga nam to dokładnie określić, gdzie mają miejsce zdarzenia oraz jakie panują tam warunki fizyczne i środowiskowe.

Kiedy : Pytanie o ramy czasowe lub czas wystąpienia zdarzeń pomaga nam zrozumieć kolejność i związek przyczynowy.

Dlaczego : pytanie „dlaczego” pomaga nam zrozumieć przyczyny działań.

Jak : pytanie „jak” pomaga nam zrozumieć stosowane mechanizmy i techniki.

A kilka wskazówek dotyczących burzy mózgów na temat nowych pomysłów biznesowych

Jeśli chodzi o burzę mózgów, lepiej jest mieć wiele pomysłów niż kilka dobrych. Nie oznacza to, że jakość jest nieważna, ale zagłębianie się w jakość na tym etapie może powstrzymać Cię przed wymyślaniem nowych pomysłów. Dlatego po prostu zbierz na stole jak najwięcej pomysłów, ponieważ najlepsze pomysły staną się widoczne w dalszej części pracy.

Jeśli chcesz pobudzić prawdziwą pomysłowość i kreatywność, najlepiej pozwolić ludziom na swobodne myślenie podczas burzy mózgów. Oznacza to dawanie głosu głupim pomysłom i zachęcanie ludzi do myślenia w nowy sposób. Czasami najlepsze pomysły biznesowe to te, których możesz się nie spodziewać.

Podczas burzy mózgów nie ma złych pomysłów. Pamiętaj, że znalezienie idealnego pomysłu na biznes to proces, któremu musisz zaufać. Myślenie o pomysle, który może nie zadziałać, jest krokiem w kierunku znalezienia takiego, który działa. Jeśli po prostu zmusisz do wydania najlepszych pomysłów, utkniesz. Dlatego już teraz powinieneś myśleć swobodnie i zachować ocenę na później.

Na koniec, jeśli możesz, zawsze dobrze jest przeprowadzić burzę mózgów z co najmniej jedną osobą. Każdy z nas myśli inaczej, warto więc zasięgnąć opinii kilku członków zespołu. Dzięki temu możesz odkrywać pomysły, o których sam byś nie pomyślał.

5.1.2. Budowanie kanwy modelu biznesowego

Kiedy już zdecydujesz, jaki problem środowiskowy i/lub społeczny spróbujesz rozwiązać, wybierzesz rodzaj i zakres działalności przedsiębiorstwa, które chcesz rozpocząć, oraz jasno zdefiniujesz jego działalność, kluczowa jest ocena zrównoważonego **rozwoju** Twojego modelu biznesowego. W tym miejscu kanwa modelu biznesowego okazuje się nieoceniona.

Kanwa modelu biznesowego to prosta struktura, która ułatwia zrozumienie tradycyjnych planów biznesowych. Pomoże Ci zidentyfikować najważniejsze części Twojej firmy i pokazać je na jednej

stronie. Ułatwia to sprawdzenie, jak wszystko w Twojej firmie jest ze sobą powiązane – od wartości po klientów i sposób zarabiania pieniędzy.

Mówiąc dokładniej, kanwa modelu biznesowego to ustrukturyzowany szablon, który pomaga uzyskać wszystkie ważne informacje o modelu biznesowym w jednym miejscu. Propozycja wartości jest sercem kanwy modelu biznesowego. Wyjaśnia, co Twój produkt robi dla klientów. To jest element konstrukcyjny Twojego modelu biznesowego. W tym miejscu dodasz więcej szczegółów na temat swojej działalności biznesowej i docelowych klientów. Wpisy na płótnie są jak hipotezy: biorąc pod uwagę rynek i Twoich klientów, czy Twój model biznesowy może się sprawdzić? Korzystanie z kanwy pozwala szybko ocenić, czy Twój pomysł na biznes jest wykonalny.

Składa się z dziewięciu standardowych elementów:

- Propozycja wartości
- Kluczowi partnerzy
- Kluczowe działania
- Kluczowe zasoby
- Segmenty klientów
- Relacje z klientami
- Kanały
- Struktura kosztów
- Strumień przychodów

Strona jest podzielona na pola, które zawsze mają taki sam układ. Po lewej stronie znajdują się rzeczy takie jak infrastruktura biznesowa — czyli partnerzy, działania, zasoby. Po prawej stronie znajdują się elementy związane z klientami, które obejmują segmenty, relacje i kanały. Na dole znajdują się elementy związane z finansami, takie jak prognozy finansowe. W centrum znajduje się propozycja wartości, która łączy wszystko inne.

Co zatem wchodzi w skład poszczególnych części kanwy modelu biznesowego?

Propozycja wartości

Co oferujecie swoim klientom? Jaki problem pomagasz im rozwiązać? Spróbuj wyjaśnić to tak jasno i krótko, jak tylko potrafisz (skup się na jednym zdaniu!). To twoja propozycja wartości. Powinien

kierować każdą częścią Twojego biznesplanu. Pomyśl o swojej propozycji wartości jak o swojej gwiazdzie północnej.

Kluczowi partnerzy

Rzadko zdarza się, że będziesz w stanie samodzielnie zająć się każdą częścią swojego biznesu. Prawdopodobnie będziesz potrzebować pomocy innych osób, niezależnie od tego, czy będą to dostawcy, dystrybutorzy czy partnerzy innego rodzaju. Weźmy na przykład pod uwagę pobliskie stoisko z lemoniadą. Dzieciaki, które to prowadzą, nie uprawiają własnych cytryn; kupują je w sklepie spożywczym. Mogą także korzystać ze stołu i dzbanków od rodziców. W tym scenariuszu kluczowymi partnerami są zarówno sklep spożywczy, jak i rodzice.

Aby dowiedzieć się, czy ktoś jest kluczowym partnerem, po prostu zapytaj: Czy firma mogłaby nadal funkcjonować bez niego? Jeśli odpowiedź brzmi nie, a bez ich wkładu wszystko by się rozpadło, to z pewnością są kluczowym partnerem.

Kluczowe działania

Kluczowe działania to czynności, które musisz wykonać, aby Twoja propozycja wartości stała się rzeczywistością.

Wróćmy do przykładu stoiska z lemoniadą. Co musi się wydarzyć, aby stoisko z lemoniadą zadziałało? Ktoś musi zrobić lemoniadę, podać ją klientom i zająć się pieniędzmi. Wszystkie te zadania są czynnościami kluczowymi, gdyż są niezbędne do prowadzenia stoiska.

Aby dowiedzieć się, czy dane działanie jest „kluczowe”, zastanów się, czy firma mogłaby kontynuować działalność, gdyby ta czynność nie została wykonana. Jeśli odpowiedź brzmi nie, to jest to działanie kluczowe.

Kluczowe zasoby

Tworząc listę zasobów potrzebnych Twojej firmie, pomyśl nie tylko o rzeczach fizycznych. Będziesz także potrzebować ludzi (zasobów ludzkich) do pomocy, wiedzy lub doświadczenia (zasoby intelektualne) i pieniędzy (zasobów finansowych), aby wszystko sfinansować. Pamiętaj, aby wziąć pod uwagę wszystkie te rodzaje zasobów, ponieważ wszystkie są ważne, aby pomóc Twojej firmie odnieść sukces.

Segmenty klientów

Dla kogo tworzysz swój produkt lub usługę? Na przykład osoba pracująca na stoisku z lemoniadą prawdopodobnie nie szuka produktu przeznaczonego dla inżynierów oprogramowania.

Segmenty Twoich klientów obejmują wszystkie osoby i firmy, które odniosłyby korzyści z Twojej oferty. Aby lepiej zrozumieć, kim są ci ludzie, pomocne może być utworzenie person nabywców — są to szczegółowe opisy Twoich idealnych klientów.

Relacje z klientami

Kiedy już wiesz, kim są Twoi klienci, następnym krokiem jest ustalenie, w jaki sposób będziesz z nimi współdziałać. Jak będziesz komunikować się ze swoimi klientami? Czy potrzebują wsparcia po zakupie czegoś od Ciebie? Aby skutecznie tym zarządzać, możesz stworzyć mapę podróży klienta. To narzędzie pomaga zwizualizować doświadczenie klienta od początku do końca, pozwalając zidentyfikować kluczowe interakcje i zobaczyć, jak te relacje ewoluują w czasie.

Kanały

Zastanów się, jak po raz pierwszy skontaktujesz się z potencjalnymi klientami. Docierasz do nich poprzez media społecznościowe, optymalizację wyszukiwarek (SEO), a może na konferencjach? Metody, których używasz do łączenia się, nazywane są kanałami. Zazwyczaj podczas gdy zespoły sprzedaży pracują nad budowaniem i utrzymywaniem relacji z klientami, zespoły marketingowe zwykle zajmują się kanałami.

Koszt Struktura

Prowadzenie firmy z pewnością będzie kosztować — często więcej, niż można by się spodziewać. Będziesz musiał wydać pieniądze, aby utrzymać kluczowe działania, zasoby i partnerstwa. Obejmuje to płacenie pracownikom, zakup materiałów i inne wydatki. Wszystkie te koszty razem stanowią tak zwaną strukturę kosztów.

Strumienie przychodów

Oczywiście celem nie jest tylko wydawanie pieniędzy, ale także ich zarabianie. Aby Twoja firma odniosła sukces, musisz zarabiać pieniądze. Twoje źródła przychodów to różne sposoby zarabiania pieniędzy. Może na przykład masz usługę subskrypcyjną, w ramach której klienci płacą regularnie, albo



pobierasz jednorazową opłatę za swój produkt lub usługę. Ważne jest, aby zidentyfikować i wymienić wszystkie sposoby zarabiania pieniędzy, ponieważ jasne i dokładne planowanie finansowe ma kluczowe znaczenie.





1 Szablon kanwy modelu biznesowego



ABOUT
Company Name:

Your slogan:

Business Model Canvas

KEY PARTNERS	KEY ACTIVITIES	VALUE PROPOSITIONS	CUSTOMER RELATIONSHIPS	CUSTOMER SEGMENTS
	KEY RESOURCES		CHANNELS	
COST STRUCTURE			REVENUE STREAMS	

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



Co-funded by
the European Union

2

Partnerzy projektu

130





Business Model Canvas

ABOUT

Company Name:

Your slogan:

KEY PARTNERS

Who are our key partners?

KEY ACTIVITIES

What activities are needed for our value propositions?

VALUE PROPOSITIONS

What value do we deliver to the customer?

CUSTOMER RELATIONSHIPS

What kind of relationship do our customers want us to have with them?

CUSTOMER SEGMENTS

For whom are we creating value?

COST STRUCTURE

What are the main costs in our business?

REVENUE STREAMS

What price are customers willing to pay?

5.2. Badania i planowanie rynku

5.2.1. Narzędzia i techniki analizy rynku

Po dokładnej analizie pomysłu na biznes, przestudiowaniu ważnych wymiarów poprzez Business Model Canvas, należy szczegółowo przestudiować rynek, na którym zamierzasz działać. Jednym z najlepszych sposobów, aby dowiedzieć się więcej o rynku, jest przeprowadzenie **analizy rynku**.

Analiza rynku polega na tym, że naprawdę wchodzisz na konkretny rynek i dogłębnie go badasz. Firmy dość często przeprowadzają analizę rynku przed wprowadzeniem na rynek nowego produktu. Chcą się dowiedzieć, czy będzie dobrze sobie radzić na tym rynku, czy też wymaga kilku poprawek, zanim zaczną go sprzedawać ludziom. Tego rodzaju analiza może również pomóc firmie podjąć decyzję, czy dobrym pomysłem jest rozpoczęcie działalności na nowym rynku. Dzięki temu mogą uzyskać szczegółowe informacje na temat tego, jak tam wszystko działa i jakie firmy radzą sobie dobrze.

Aby przeprowadzić analizę rynku, możesz przyjrzeć się różnym aspektom rynku. Obejmuje to sprawdzenie, kto tam mieszka (dane demograficzne), jakie inne firmy działają na danym rynku (informacje o konkurentach) oraz jak te firmy radzą sobie finansowo, porównując swoje liczby z innymi firmami na tym samym rynku.

Analiza rynku jest naprawdę przydatna dla firm, ponieważ pomaga im podejmować mądre decyzje dotyczące tego, na czym skupić przyszłe wysiłki biznesowe i strategie marketingowe. Na przykład, jeśli firma chce wprowadzić nowy produkt na swój obecny rynek, analiza rynku może pomóc jej w znalezieniu najlepszego sposobu, aby upewnić się, że produkt dobrze sobie radzi i naprawdę przyciąga klientów. Analiza rynku jest również bardzo ważna dla firm myślących o wejściu na nowy rynek. Może dać liderom firm jasny obraz tego, jak może działać ich firma, przyglądając się, jak radzą sobie konkurenci na tym rynku. W ten sposób mogą podejmować świadome decyzje poparte solidnymi danymi.

Można to zrobić na wiele różnych sposobów, więc przedsiębiorcy mogą wybrać ten, który im najbardziej odpowiada. Możesz więc wybrać dowolną metodę analizy rynku pod kątem swojego pomysłu na biznes. Możesz nawet użyć więcej niż jednej metody, aby zebrać jak najwięcej informacji!

1. Badania rynku

Jednym z powszechnych sposobów przeprowadzenia analizy rynku jest wykorzystanie ankiet w celu zebrania informacji. Ankiety to fantastyczne narzędzie, dzięki któremu możesz dowiedzieć się bezpośrednio od klientów o ich przemyśleniach i doświadczeniach z firmą lub produktem. Na przykład w ankiecie badania rynku można zapytać ludzi o ich doświadczenia zakupowe, łatwość użycia produktu lub stopień zadowolenia z zakupu. Istnieje wiele różnych rodzajów ankiet, które firma może przeprowadzić, a każdy z nich dostarcza wielu danych, które mogą być naprawdę przydatne. Oto kilka przykładów ankiet, które możesz wykorzystać do analizy rynku:

- Ankiety osobiste
- Ankiety telefoniczne
- Ankiety wysyłane pocztą
- Ankiety internetowe
- Ankiety w formie e-mailowej

2. Wywiady

Wywiady osobiste to kolejny popularny sposób przeprowadzania analizy rynku, szczególnie przydatny, jeśli tak jak my, próbujesz założyć własną firmę w symulowanym środowisku. Podczas osobistej rozmowy firma rozmawia bezpośrednio z konsumentami, aby dowiedzieć się więcej o ich przemyśleniach i doświadczeniach. Wywiady te trwają zwykle około godziny i często są nagrywane, abyś mógł do nich wrócić i odsłuchać je później. Mogą się one odbywać osobiście, przez telefon lub online za pośrednictwem rozmów wideo.

Podczas takich rozmów zazwyczaj zaczynasz od zestawu konkretnych pytań, które wcześniej przygotowałeś. Oprócz tego możesz także zadać kilka pytań otwartych, na które nie ma ustalonej odpowiedzi, umożliwiając ludziom swobodne dzielenie się swoimi przemyśleniami i doświadczeniami.

Firmy wykorzystują wywiady osobiste, aby zadać kilku konsumentom te same pytania. Później przyglądają się odpowiedziom wszystkich osób, aby dostrzec wspólne trendy lub wzorce w wypowiedziach konsumentów. Pomaga to zrozumieć, co działa dobrze, a co może wymagać zmiany w ich podejściu lub produkcie.

3. Grupy fokusowe

Grupa fokusowa to kolejne skuteczne narzędzie do gromadzenia informacji z analizy rynku od kilku konsumentów jednocześnie. W grupie fokusowej gromadzisz grupę konsumentów w neutralnym miejscu i prowadzisz dyskusję na temat konkretnego produktu lub usługi. Taka konfiguracja zachęca klientów do otwartego dzielenia się swoimi opiniami i uczenia się od innych, którzy mogą mieć podobne doświadczenia lub poglądy.

4. Obserwacje klientów

Obserwacje konsumentów pomagają zrozumieć zachowania klientów. Metoda ta polega na obserwowaniu konsumentów, gdy kupują lub używają produktu. Możesz zbierać bezstronne informacje, dokonując obserwacji, ponieważ nie wchodzisz w interakcję z klientami. To pokazuje, co ludzie naprawdę robią, a nie to, co mówią, że robią. Często mają na to wpływ ich emocje lub to, co mówią inni.

Firmy często wykorzystują wideo do obserwacji klientów w sklepie. Obserwują, jak klienci się poruszają, co kupują, a nawet jak często zwracają produkty. Następnie przeglądają filmy, aby dostrzec wzorce i zachowania, które pomagają im zrozumieć klientów i podejmować mądrzejsze decyzje biznesowe.

5. Próby terenowe

Próby terenowe pomagają zrozumieć, jak nowy produkt będzie sprzedawał się na rynku, zwłaszcza gdy zakładasz firmę. Metoda ta polega na umieszczeniu nowego produktu w kilku sklepach, aby zobaczyć, co myślą o nim klienci. Przydatne informacje możesz zebrać obserwując, jak produkt sprzedaje się w rzeczywistej sytuacji. Możesz na przykład dowiedzieć się, ile osób kupuje produkt, jakiego rodzaju klienci są zainteresowani, czy Twoja cena jest odpowiednia i czy są części produktu, które wymagają ulepszenia.

6. Zaangażowanie w media społecznościowe

Monitoring mediów społecznościowych to nowoczesny sposób analizy rynku. Media społecznościowe cieszą się dużym zainteresowaniem na całym świecie, a wielu użytkowników wypowiada się na temat produktów i marek na różnych platformach. Monitorowanie interakcji użytkowników z Twoimi postami pomoże Ci sprawdzić, które działania marketingowe przynoszą skutek i jakie produkty podobają się użytkownikom. Ta opinia pomoże Ci zaplanować przyszły marketing i sprawdzić, jak dobrze Twoja firma radzi sobie w Internecie.

Aby śledzić zaangażowanie w mediach społecznościowych, możesz sprawdzić sekcję analityczną swoich kont w mediach społecznościowych. Dzięki temu dowiesz się, ile osób wchodzi w interakcję z Twoimi postami, jaki typ użytkowników jest najbardziej zaangażowany i które platformy mediów społecznościowych generują największy ruch w Twojej firmie. Te statystyki mogą pomóc Ci nawiązać kontakt z odbiorcami i zwiększyć obecność Twojej firmy w Internecie.

7. Analiza konkurencji

Analiza konkurencji dotyczy tego, co robią inne firmy, a nie tego, co mówią klienci. Proces ten może być techniczny i złożony, dlatego wiele firm zatrudnia ekspertów, którzy się nim zajmą, zwłaszcza przy zakładaniu symulowanej firmy. Analiza konkurencji polega na przyjrzeniu się podobnym produktom lub usługom i temu, jak dobrze radzą sobie firmy je sprzedające. Przyglądasz się, jak dobrze sprzedają, jakie są ich mocne i słabe strony oraz jakich strategii używają, z których możesz się uczyć. Dzięki temu dowiesz się, jak możesz się wyróżnić i działać lepiej od nich.

8. Analiza SWOT

Analiza SWOT pomaga zrozumieć Twoją firmę, produkt lub usługę. Możesz go użyć do zidentyfikowania mocnych i słabych stron, szans i zagrożeń związanych z Twoim produktem lub usługą. Innymi słowy, analiza SWOT może pomóc Ci zobaczyć, na czym stoisz na tle konkurencji.

Aby przeprowadzić analizę SWOT, tworzysz tabelę składającą się z czterech sekcji: mocnych i słabych stron, szans i zagrożeń. Wypełniasz każdą sekcję szczegółowymi informacjami o swojej firmie i konkurentach. Pomaga to w ustaleniu priorytetów elementów i strategii.

Strengths

What are you doing well?
What makes your product/service special?

Opportunities

What are your goals?
Are demands changing?
How can it be improved?



Weaknesses

What can you do better? Do you have enough resources?
What can others do better than you?

Threats

What are the obstacles? What are the factors outside your control?

5.2.2. Opracowanie wykonalnego biznesplanu

Teraz, gdy dokładnie przemyślałeś swoją działalność biznesową i rozważyłeś niektóre kluczowe kwestie, nadszedł czas, aby przystąpić do opracowania biznesplanu, który wyraźnie uwzględnia wszystkie wymiary Twojego przedsięwzięcia biznesowego.

Innymi słowy, biznesplan to pisemny dokument, który opisuje, czym zajmuje się Twoja firma, w jaki sposób planuje zarabiać pieniądze i kim są Twoi klienci. Kiedy zakładasz własną symulowaną firmę, utworzenie biznesplanu może naprawdę pomóc Ci jasno określić swoje cele i zorganizować kroki, aby je osiągnąć. Możesz także pokazać swój biznesplan potencjalnym inwestorom, aby udowodnić, że masz solidny plan.

Pamiętaj jednak, że plany biznesowe nie są wryte w kamieniu; mają się rozwijać. Zwłaszcza w przypadku start-upów często aktualizuje się biznesplan, gdy dowiadujesz się więcej o swoich klientach

i jakich produktach lub usługach naprawdę potrzebują. Ta elastyczność może pomóc Ci dostosować strategię w miarę rozwoju i zmian Twojej firmy.

Wiemy, że przygotowanie biznesplanu może wydawać się ogromnym zadaniem, ale jest to świetny sposób na przelanie pomysłów na papier i rozpoczęcie ich przekształcania w rzeczywistość, szczególnie jeśli jesteś studentem i próbujesz uruchomić symulowaną firmę. Oto jak krok po kroku możesz opracować własny biznesplan:

1. Podsumowanie wykonawcze:

Zacznij od podsumowania wykonawczego. Potraktuj to jak swego rodzaju migawkę całej Twojej firmy. Przedstaw szybko, czym zajmuje się Twoja firma i co chcesz osiągnąć. Mimo że jest to pierwsze, zazwyczaj najłatwiej jest napisać tę część na końcu, gdy już ustalisz wszystkie szczegóły.

2. Opis działalności:

Następnie podaj szczegółowy opis swojej firmy. Wyjaśnij rodzaj firmy, którą rozpoczynasz, jakie produkty lub usługi będziesz oferować i co czyni Twoją firmę wyjątkową. Zastanów się, z czego chcesz, aby Twoja firma była znana i jakie wartości chcesz, aby wyznawała.

3. Analiza rynku:

Tutaj poznajesz swoich potencjalnych klientów, konkurencję i rynek jako całość. Ważne jest, aby pokazać, że odrobiłeś pracę domową i rozumiesz, gdzie Twoja firma wpasowuje się w rynek. Możesz uwzględnić dane demograficzne klientów, trendy rynkowe i analizę konkurencji.

4. Organizacja i zarządzanie:

Musimy wiedzieć, jak będzie zorganizowana Twoja firma i kto będzie nią zarządzał. Ta część powinna zawierać informacje o strukturze prawnej Twojej firmy (np. czy jest to jednoosobowa działalność gospodarcza, spółka osobowa czy korporacja). Utwórz także schemat organizacyjny pokazujący, kto jest za co odpowiedzialny. Jeśli to tylko Ty, wyjaśnij, jak planujesz wykonywać różne zadania.

5. Usługa lub linia produktów:

Co sprzedajesz lub oferujesz? Podaj szczegółowe informacje o swoich produktach lub usługach. Wyjaśnij zalety tego, co oferujesz, szczegółowo opisz cykl życia produktu i omów wszelkie działania badawczo-rozwojowe, które mogą być istotne.

6. Strategia marketingowa i sprzedażowa:

Jak przyciągniesz i zatrzymasz klientów? W tej sekcji należy opisać strategię wejścia na rynek, ustalania cen produktów lub usług, promowania firmy i dokonywania sprzedaży. Określ szczegółowo rodzaje narzędzi marketingowych, z których będziesz korzystać, np. media społecznościowe, ulotki lub kampanie e-mailowe.

7. Wniosek o finansowanie:

Jeśli szukasz dofinansowania, określ, ile pieniędzy będziesz potrzebować w ciągu najbliższych pięciu lat i na co zostaną one wykorzystane. Określ, czy potrzebujesz długu, czy kapitału własnego, określ warunki, które chcesz zastosować, oraz okres, jaki będzie obejmował Twój wniosek o finansowanie.

8. Projekcje finansowe:

Przekonaj czytelników, że Twoja firma odniesie sukces finansowy. Dostarczaj prognozy finansowe obejmujące przyszłe rachunki zysków i strat, bilanse, sprawozdania z przepływów pieniężnych i budżety wydatków inwestycyjnych. Jeśli posiadasz jakiegokolwiek dane z kilku miesięcy prowadzenia firmy lub wcześniejszych przedsięwzięć, załącz je tutaj, aby poprzeć swoje prognozy.

9. Dodatek:

Załącznik jest opcjonalny, ale jest wygodnym miejscem do przyklejenia wszelkich istotnych dokumentów uzupełniających. Możesz dołączyć życiorysy, pozwolenia, umowy najmu lub inne dokumenty prawne, w zależności od tego, co jest istotne dla Twojego planu.

Biznesplan pomaga prowadzić firmę i pokazać potencjalnym inwestorom lub pożyczkodawcom, dlaczego odniesie ona sukces. Upewnij się, że mówisz jasno i że Twoje cele są realistyczne. Plan ten może się zmieniać wraz z rozwojem Twojej firmy, więc upewnij się, że możesz do niego wrócić i łatwo go dostosować. W ten sposób możesz dostosować się do zmian i iść dalej.

Możesz skorzystać z poniższego szablonu biznesplanu, tworząc plik z sugerowanymi sekcjami i próbując odpowiedzieć na pytania w każdej sekcji.

Szablon biznesplanu

1. Streszczenie

- Jak nazywa się Twoja firma?
- Jakie produkty lub usługi oferujecie?
- Jaka jest Twoja misja?
- Jakie są Twoje cele i zadania biznesowe?
- Kim są założyciele i jakie jest ich doświadczenie zawodowe?

2. Opis firmy

- Jaki rodzaj struktury biznesowej wybrałeś (spółka jednoosobowa, spółka osobowa, korporacja)?
- Jakie potrzeby zaspokaja Twoja firma?
- Dlaczego Twój biznes odniesie sukces?
- Kim są Twoi potencjalni klienci?
- Jaki jest Twój model biznesowy (jak będziesz zarabiać pieniądze)?

3. Analiza rynku

- Kto jest Twoim rynkiem docelowym (wiek, lokalizacja, płeć, poziom dochodów)?
- Jakie są aktualne trendy w Twojej branży?
- Kim są Twoi konkurenci? Jakie są ich mocne i słabe strony?
- Jaki jest Twój potencjalny udział w rynku?
- Jak wyróżnisz się na tle konkurencji?

4. Organizacja i zarządzanie

- Jaka jest struktura organizacyjna Twojej firmy?
- Kim są kluczowi członkowie zespołu i jakie pełnią role?
- Jakie istotne doświadczenie wnosi do firmy każdy członek zespołu?
- Czy są zaangażowani doradcy lub konsultanci?

5. Usługa lub linia produktów

- Jakie są szczegóły produktów lub usług, które planujesz sprzedawać?
- Jakie korzyści płyną z Twoich produktów lub usług dla klienta?

Partnerzy projektu

139



- Jaki jest cykl życia produktu?
- Czy masz jakieś patenty lub prawa autorskie?
- Czy planowane są przyszłe produkty lub usługi?

6. Strategia marketingowa i sprzedażowa

- Jak przyciągniesz i zatrzymasz klientów?
- Jakie są Wasze strategie marketingowe i promocyjne?
- Jaką taktykę sprzedażową zastosujesz?
- Jak będziesz pozycjonować swój produkt lub usługę na rynku?
- Jakich kanałów użyjesz, aby dotrzeć do swoich klientów (online, w sklepie, sprzedaż wysyłkowa)?

7. Wniosek o finansowanie

- Ile środków potrzebujesz na rozpoczęcie lub rozwój swojej firmy?
- Na co przeznaczysz dofinansowanie?
- W jakim okresie środki zostaną wykorzystane?
- Szukasz finansowania dłużnego lub kapitałowego?
- Jakie są warunki spłaty?

8. Projekcje finansowe

- Jakie są Twoje przewidywane przychody na najbliższe 1-5 lat?
- Jakie są Twoje przewidywane wydatki na najbliższe 1-5 lat?
- Uwzględnij prognozowane rachunki zysków i strat, bilanse, sprawozdania z przepływów pieniężnych i budżety wydatków inwestycyjnych.
- W jaki sposób będziesz zarządzać przepływami środków pieniężnych, aby zapewnić zrównoważone operacje biznesowe?

9. Dodatek

- Dołącz wszelkie dodatkowe informacje, które pomogą w uzasadnieniu Twojego biznesplanu.
- Możliwe dodatki: życiorysy kluczowych członków zespołu, umowy prawne, rysunki techniczne, materiały marketingowe, szczegółowe tabele finansowe.

5.3. Wdrażanie i zarządzanie

Teraz , gdy każdy z tych biznesów jest już w pełni ukształtowany, nadszedł czas, aby wdrożyły swoje działania. Nauczyciele i uczniowie mogą wdrożyć następujące sugerowane techniki i działania, aby rozpocząć przedsiębiorczą interakcję w grupach i odpowiednich firmach.

5.3.1. Odgrywanie ról: prowadzenie wirtualnego biznesu

Odgrywanie ról to skuteczna metoda uczenia się, która pozwala uczniom sprawdzić swoją wiedzę, umiejętności i zdolności poprzez rozwiązywanie problemów w określonych sytuacjach. Jest to nieocenione narzędzie usprawniające komunikację, zrozumienie złożonych koncepcji i podejmowanie decyzji. Odgrywanie ról pozwala uczniom sprawdzić swoją wiedzę, umiejętności i zdolności poprzez rozwiązywanie problemów w konkretnych sytuacjach. Umożliwia także studentom zdobycie praktycznego doświadczenia w bezpiecznym środowisku, przygotowując ich do realnych scenariuszy. Niezależnie od tego, czy jest to obsługa klienta, sprzedaż, rozwiązywanie konfliktów czy szkolenie w zakresie przywództwa, odgrywanie ról jest dla uczniów wciągającym sposobem na zdobycie praktycznego doświadczenia w bezpiecznym środowisku, przygotowując ich do rzeczywistych scenariuszy (Gadson, 2024).

Techniki i podejścia

Odgrywanie ról można stosować na różne sposoby, a stosowane techniki i podejścia można dostosować do różnych kontekstów edukacyjnych lub szkoleniowych. Bardziej szczegółowo:

1. Ustrukturyzowane odgrywanie ról

Podejście to obejmuje określone role i scenariusze, które są wcześniej zdefiniowane przez nauczyciela, który pełni rolę facylitatora. Każdemu uczestnikowi przypisano rolę, która wiąże się z zestawem celów, informacji ogólnych i potencjalnych wyzwań, przed którymi może stanąć. Scenariusze mają na celu odtworzenie sytuacji z życia codziennego, które mogą wystąpić w miejscu pracy lub w interakcjach społecznych. Metoda ta pozwala uczniom skutecznie ćwiczyć określone umiejętności, takie jak negocjacje, sprzedaż czy interakcje z obsługą klienta.

2. Spontaniczne odgrywanie ról

Spontaniczne odgrywanie ról to potężne narzędzie do oceny i rozwijania umiejętności szybkiego myślenia i zdolności adaptacyjnych. W przeciwieństwie do ustrukturyzowanego odgrywania ról, nie obejmuje ono z góry ustalonych scenariuszy ani ról. Zamiast tego uczestnicy dostają sytuację na miejscu i muszą zareagować bez wcześniejszego przygotowania. Ten rodzaj odgrywania ról jest nieoceniony dla tych, którzy muszą poradzić sobie z nieoczekiwanymi sytuacjami, takimi jak służby ratunkowe lub skargi klientów.

3. Odwrotne odgrywanie ról

Odwrócone odgrywanie ról to technika, która pozwala uczestnikom wyjść poza swoją strefę komfortu i poznać różne perspektywy. Jest to skuteczny sposób na zdobycie empatii, która jest niezbędna w przypadku ról związanych z interakcją z innymi i zapewnianiem doskonałej obsługi klienta. Wyobraźmy sobie menadżera wcielającego się w pracownika lub przedstawiciela obsługi klienta w rolę niezadowolonego klienta. W ten sposób uczestnicy mogą zrozumieć różne punkty widzenia i rozwinąć umiejętności potrzebne do budowania silnych relacji i obsługi klienta.

4. Odkrywanie z przewodnikiem Odgrywanie ról

Metoda ta łączy odgrywanie ról z kierowanym refleksyjnym uczeniem się. Uczestnicy eksplorują role i scenariusze przy minimalnym wsparciu moderatora, który prowadzi dyskusję i eksplorację bez wydawania bezpośrednich instrukcji. Takie podejście zachęca uczniów do odkrywania zachowań i rozwiązań poprzez interakcje i doświadczenia w ramach odgrywania ról, co pomaga im lepiej zrozumieć i zapamiętać nauczane lekcje.

5. Wieloetapowe odgrywanie ról

Wieloetapowe odgrywanie ról to technika, w której scenariusze rozwijają się w czasie, często w ciągu kilku sesji. Pozwala to uczestnikom na odgrywanie ról i dostosowywanie się do zmieniających się okoliczności w ramach tej samej historii. Jest szczególnie skuteczny w przypadku złożonych szkoleń, które wymagają zrozumienia długoterminowych konsekwencji i opracowania strategii w czasie.

6. Odgrywanie ról w Internecie

Wraz ze wzrostem popularności cyfrowych platform edukacyjnych, odgrywanie ról online stało się świetnym sposobem na naukę. Uczestnicy mogą brać udział w grach RPG za pośrednictwem forów, wideokonferencji lub specjalistycznego oprogramowania symulującego środowiska wirtualne. Odgrywanie ról online pozwala uczniom na interakcję na nowe sposoby i może obejmować uczniów z różnych szkół i miejsc, co sprawia, że doświadczenie jest jeszcze bogatsze.

7. Odgrywanie ról oceniających

Podejście to wykorzystuje odgrywanie ról jako sposób oceny umiejętności uczniów, zdolności do podejmowania decyzji oraz tego, jak dobrze wykorzystują swoją wiedzę w praktycznej sytuacji. Nauczyciele obserwują odgrywanie ról i przekazują informacje zwrotne na podstawie ustalonych kryteriów. Ta metoda jest często stosowana w ramach przeglądów wydajności.

Praktyczne wdrożenie

Poniższe ćwiczenie ma na celu zaangażowanie uczniów w zarządzanie wirtualnym przedsiębiorstwem, które koncentruje się na inicjatywach ekologicznych lub społecznych.

Czas trwania: Około 3-4 godzin, najlepiej w ramach dwóch sesji lekcyjnych.

Potrzebne materiały:

- Tablice i markery.
- Komputery z dostępem do Internetu dla każdej grupy.
- Karty ról wyszczególniające obowiązki (więcej szczegółów znajdziesz po opisie ćwiczenia).
- Arkusze scenariuszy początkowych warunków biznesowych (więcej szczegółów znajdziesz po opisie ćwiczenia).
- Formularze opinii do ocen.

Instrukcje konfiguracji:

1. Tworzenie zespołu i przydzielanie ról:

Upewnij się, że każda grupa działa jako zespół zarządzający oddzielnej wirtualnej firmy, opartej na firmach utworzonych przez uczniów. Firma może skoncentrować się na sprzedaży produktów przyjaznych środowisku lub świadczeniu usług o wpływie społecznym.

Przypisz określone role w każdej grupie, upewniając się, że uwzględniono wszystkie aspekty działalności firmy: dyrektor generalny, menedżer ds. marketingu, kierownik operacyjny, przedstawiciel obsługi klienta, specjalista ds. zrównoważonego rozwoju lub wpływu społecznego i potencjalnie dyrektor finansowy odpowiedzialny za obsługę budżetów i prognoz.

2. Rozszerzone opisy ról:

- **Dyrektor generalny:** Nadzoruje ogólną strategię, zapewnia zgodność zespołu z celami biznesowymi.
- **Menedżer ds. marketingu:** opracowuje strategie marketingowe, zajmuje się reklamą i zaangażowaniem w mediach społecznościowych.
- **Menedżer operacyjny:** zarządza produkcją, zapasami i logistyką, negocjuje z dostawcami.
- **Przedstawiciel obsługi klienta:** zarządza zapytaniem i opiniami klientów, zapewnia wysoki poziom satysfakcji.
- **Specjalista ds. zrównoważonego rozwoju/wpływu społecznego:** kieruje misją etyczną firmy, proponuje zrównoważone praktyki lub programy społeczne.
- **Dyrektor finansowy:** zarządza rachunkami finansowymi, budżetowaniem i ekonomicznymi studiami wykonalności.

3. Wstępna odprawa:

Dostarcz każdemu zespołowi arkusz scenariusza przedstawiający aktualny stan jego firmy, w tym wyniki rynkowe, opinie klientów i listę wyzwań wymagających strategicznych reakcji.

Przebieg aktywności:

1. Rozwój badań i strategii (60 minut):

Każdy zespół bada skuteczne praktyki i trendy rynkowe związane z rodzajem prowadzonej przez siebie działalności. Opracowują plan strategiczny uwzględniający wyzwania przedstawione w ich początkowym scenariuszu.

2. Szczegółowe symulacje odgrywania ról (90 minut):

Przeprowadzaj szczegółowe sesje odgrywania ról, podczas których zespoły stają w obliczu różnych symulowanych scenariuszy biznesowych:

- **Kryzys łańcucha dostaw:** Nagły niedobór zrównoważonych materiałów zmusza zespoły do negocjacji z nowymi dostawcami lub wprowadzania innowacyjnych rozwiązań alternatywnych.
- **Wyzwanie związane z obsługą klienta:** Sprostać scenariuszowi, w którym partia produktów otrzymuje szerokie negatywne opinie, co wymaga natychmiastowej obsługi klienta i zarządzania public relations.
- **Wprowadzenie na rynek:** wprowadzenie nowej linii produktów i opracowanie kampanii marketingowej podkreślającej korzyści ekologiczne produktu lub jego wpływ społeczny.
- **Dylemat finansowy:** zajmij się nieoczekiwanymi niedoborami finansowymi poprzez zastosowanie środków obniżających koszty, dodatkowych wniosków o finansowanie lub strategicznych zwrotów.

Każdy członek działa zgodnie ze swoją rolą, podejmując decyzje i wchodząc w interakcję z symulowanymi interesariuszami, takimi jak klienci, dostawcy i media.

3. Prezentacja strategii i opinie innych (60 minut):

Grupy prezentują swoje strategie biznesowe i omawiają, w jaki sposób poradziły sobie ze scenariuszami odgrywania ról. Każda grupa przekazuje informację zwrotną na temat wyników innej grupy w oparciu o kreatywność, zgodność etyczną i rozwiązywanie problemów.

4. Podsumowanie i refleksja (30 minut):

Omówcie, które strategie się sprawdziły, a które mniej, oraz jakie wnioski wyciągnęliście na temat etycznych praktyk biznesowych.

Ocena:

Oceniaj zespoły na podstawie wykonalności i kreatywności ich strategii biznesowych, skuteczności ich interakcji związanych z odgrywaniem ról oraz ich zdolności do uwzględnienia kwestii zrównoważonego rozwoju lub kwestii społecznych.

Rozszerzenie:

Studenci mogą udoskonalać swoje strategie w oparciu o opinie i symulować dalsze scenariusze, korzystając z internetowego narzędzia do symulacji biznesowej, aby dynamicznie widzieć wyniki swoich decyzji.

Karty ról do wirtualnej symulacji biznesowej

Przed rozpoczęciem symulacji należy rozdać uczniom poniższe karty, aby umożliwić im zapoznanie się ze swoimi konkretnymi obowiązkami i obowiązkami. Zachęć uczniów, aby w pełni wcielili się w swoje role, ponieważ zrozumienie i wykonywanie tych obowiązków będzie miało kluczowe znaczenie dla powodzenia ich wirtualnego biznesu.

1. CEO (Chief Executive Officer) - Obowiązki:

- Nadzoruje ogólną strategię biznesową i operacje.
- Podejmuj ostateczne decyzje we wszystkich aspektach działalności.
- Kieruj spotkaniami zespołu i upewnij się, że wszystkie działy są zgodne z celami i zadaniami firmy.
- Reprezentowanie firmy w komunikacji zewnętrznej oraz podczas spotkań z interesariuszami.
- Monitoruj kondycję finansową firmy i szukaj możliwości finansowania.

2. Menedżer ds. marketingu - Obowiązki:

- Opracowywanie i wdrażanie strategii marketingowych w celu zwiększenia świadomości marki i udziału w rynku.
- Zarządzanie kampaniami reklamowymi i współpraca z mediami.

- Nadzoruj obecność w mediach społecznościowych i bezpośrednie działania w zakresie marketingu cyfrowego.
- Analizuj trendy rynkowe i odpowiednio dostosowuj strategie marketingowe.
- Kontaktuj się z klientami, aby zrozumieć ich potrzeby i preferencje.

3. Menedżer operacyjny - Obowiązki:

- Zarządzaj codziennymi operacjami firmy.
- Nadzoruje produkcję, zarządzanie zapasami i operacje w łańcuchu dostaw.
- Negocjuj z dostawcami, aby zapewnić najlepsze ceny i warunki.
- Upewnij się, że wszystkie działania są zgodne z normami prawnymi i środowiskowymi.
- Wdrażaj ulepszenia wydajności w procesach produkcyjnych.

4. Przedstawiciel Biura Obsługi Klienta - Obowiązki:

- Obsługa zapytań i skarg klientów.
- Dostarczaj klientom szczegółowe informacje o produktach i usługach.
- Utrzymuj wysoki poziom zadowolenia klientów dzięki doskonałej obsłudze.
- Prowadź szczegółową dokumentację interakcji i transakcji z klientami.
- Analizuj opinie klientów i koordynuj współpracę z innymi zespołami w celu ulepszenia oferty produktów.

5. Specjalista ds. zrównoważonego rozwoju lub wpływu społecznego - Obowiązki:

- Opracuj strategię włączania zrównoważonych praktyk do wszystkich aspektów działalności.
- Monitoruj i raportuj wpływ społeczny biznesu.
- Współpracuj z zespołem operacyjnym, aby upewnić się, że produkty i procesy są przyjazne dla środowiska.
- Edukuj członków zespołu w zakresie zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialności społecznej.

- Współpracuj z organizacjami społecznymi i inicjatywami w celu zwiększenia wpływu społecznego firmy.

6. Dyrektor finansowy - Obowiązki:

- Zarządzaj rachunkami finansowymi i budżetem firmy.
- Przygotowywanie sprawozdań finansowych i raportów.
- Analizuj dane finansowe i dostarczaj spostrzeżeń umożliwiających redukcję kosztów i zwiększenie przychodów.
- Zapewnij zgodność z przepisami i standardami finansowymi.
- Wspieranie dyrektora generalnego w planowaniu finansowym i podejmowaniu decyzji.

Przykłady arkuszy scenariuszy dla początkowych warunków biznesowych

Poniższe scenariusze można wykorzystać jako przykłady i zapewnić tło dla działalności każdej grupy, przygotowując grunt pod wyzwania i możliwości, jakie napotkają podczas symulacji.

Scenariusz 1: Linia odzieży ekologicznej

- **Kontekst biznesowy:** Jesteś zespołem zarządzającym startupu skupiającego się na produkcji zrównoważonej, przyjaznej dla środowiska odzieży. Twoje produkty są wykonane z bawełny organicznej i materiałów pochodzących z recyklingu.
- **Obecna sytuacja:** Firma działa od roku i zyskała lokalną popularność. Jednak ze względu na wysokie koszty materiałów masz trudności ze skalowaniem produkcji i utrzymaniem rentowności.
- **Wyzwania:**

Znalezienie niedrogich, zrównoważonych materiałów.

Rozszerzanie zasięgu rynkowego poza społeczność lokalną.

Wyróżnienie swojej marki na zatłoczonym rynku.

Scenariusz 2: Sklep z gadżetami zasilanymi energią słoneczną

- **Kontekst działalności:** Twoja firma specjalizuje się w gadżetach zasilanych energią słoneczną, takich jak ładowarki, oświetlenie i drobny sprzęt AGD. Twoim celem jest promowanie czystszych rozwiązań w zakresie energii odnawialnej.
- **Obecna sytuacja:** Sprzedaż utrzymuje się na stałym poziomie, ale konkurencja ze strony większych producentów elektroniki nasila się. Aby zachować aktualność i atrakcyjność dla świadomych ekologicznie konsumentów, potrzebne są innowacje.
- **Wyzwania:**

Innowacyjne produkty, aby wyprzedzić konkurencję.

Edukacja konsumentów na temat korzyści płynących z energii słonecznej.

Zarządzanie kosztami przy jednoczesnym pozyskiwaniu wysokiej jakości komponentów fotowoltaicznych.

Scenariusz 3: Usługa subskrypcji żywności organicznej

- **Kontekst działalności:** Prowadzisz usługę subskrypcji żywności organicznej, która dostarcza świeże produkty i inne produkty organiczne bezpośrednio do drzwi konsumentów.
- **Obecna sytuacja:** Podczas gdy rośnie zainteresowanie żywnością ekologiczną, wyzwania logistyczne związane z dystrybucją żywności i utrzymaniem świeżości produktów wpływają na satysfakcję klientów.
- **Wyzwania:**

Poprawa logistyki dostaw żywności w celu zapewnienia świeżości produktów.

Pozyskiwanie produktów organicznych na skalowalnym poziomie.

Budowanie marki, która będzie rezonować z konsumentami dbającymi o zdrowie.

Scenariusz 4: Firma zajmująca się opakowaniami wielokrotnego użytku

- **Kontekst działalności:** Twoja firma produkuje opakowania wielokrotnego użytku, których celem jest ograniczenie ilości odpadów z tworzyw sztucznych. Twoje produkty obejmują torby na zakupy wielokrotnego użytku, pojemniki i dozowniki wielokrotnego użytku.
- **Obecna sytuacja:** Świadomość zanieczyszczeń tworzywami sztucznymi zwiększa zainteresowanie Twoimi produktami, ale więksi konkurenci dysponujący większymi zasobami stanowią zagrożenie dla Twojego rosnącego udziału w rynku.
- **Wyzwania:**

Konkurowanie z większymi, bardziej ugruntowanymi firmami.

Zachęcanie większej liczby konsumentów do przejścia na opcje wielokrotnego użytku.

Innowacyjne projekty produktów w celu zwiększenia atrakcyjności dla konsumentów.

Scenariusz 5: Kawiarnia przedsiębiorstwa społecznego

- **Kontekst biznesowy:** Prowadzisz kawiarnię, w której pracują osoby bezdomne, dając im szansę na odbudowanie życia. Kawiarnia serwuje organiczną kawę pochodzącą ze sprawiedliwego handlu i lokalne wypieki.
- **Obecna sytuacja:** Kawiarnia stała się centrum społeczności, ale koszty operacyjne są wysokie, a finansowanie ograniczone. Trzeba znaleźć równowagę pomiędzy misją społeczną a stabilnością finansową.
- **Wyzwania:**

Równoważenie misji społecznej z rentownością.

Zabezpieczenie stałego finansowania lub sponsoringu.

Zwiększanie zasięgu i wpływów kawiarni w społeczności.

5.3.2. Ćwiczenia z podejmowania decyzji: scenariusze ze świata rzeczywistego

Dla każdego uzgodnionego scenariusza uczniowie powinni zostać podzieleni na grupy, przy czym każdy członek powinien przyjąć inną rolę biznesową lub perspektywę interesariuszy. Powinni wykorzystywać

fakty, badania i kreatywne myślenie, aby argumentować swoje stanowiska i pracować nad podjęciem decyzji grupowej. Następnie każda grupa powinna przedstawić klasie swoją decyzję i uzasadnienie, podkreślając, w jaki sposób zrównoważyła różne czynniki i potencjalne wyniki wybranej przez siebie ścieżki.

1. Dylemat zrównoważonej mody

- **Sytuacja:** Twoja zrównoważona marka odzieżowa szczyli się etycznym pozyskiwaniem surowców. Dostawca oferuje znaczną zniżkę na bawełnę organiczną, ale jego praktyki pracownicze budzą wątpliwości.
- **Zadanie:** Uczniowie muszą ocenić konsekwencje dowolnej decyzji: utrzymania standardów etycznych lub zmniejszenia kosztów w celu zwiększenia rentowności. Powinni przeanalizować, jak każdy wybór wpływa na reputację ich marki, zaufanie klientów i długoterminowy zrównoważony rozwój. Uczniowie powinni przedyskutować w grupach zalety i wady, biorąc pod uwagę takie czynniki, jak odpowiedzialność etyczna, kondycja finansowa i potencjalna reakcja mediów.

2. Ekspansja energetyki odnawialnej

- **Sytuacja:** Jesteś właścicielem firmy instalującej panele fotowoltaiczne z możliwością znacznego rozwoju poprzez współpracę z większą firmą znaną ze swoich niezbyt wzorowych praktyk środowiskowych.
- **Zadanie:** Uczniowie powinni ocenić kompromisy pomiędzy szybkim rozwojem firmy a zachowaniem wierności wartościom środowiskowym. Muszą omówić potencjalne strategie łagodzenia negatywnych skutków, jeśli zdecydują się na współpracę, i zbadać alternatywne możliwości rozwoju, jeśli zdecydują się przeciwko temu. Uczniowie mogą odgrywać scenariusze negocjacyjne, aby zbadać, w jaki sposób mogą one wpłynąć na praktyki większej firmy.

3. Strategia organicznego rozwoju kawiarni

- **Sytuacja:** Rozważasz drugą lokalizację swojej ekologicznej kawiarni w doskonałej okolicy, w której brakuje odpowiednich obiektów do recyklingu i kompostowania.

- **Zadanie:** Uczniowie powinni przeanalizować lokalizację w porównaniu z praktykami zrównoważonego rozwoju. Mogą zbadać potencjalne kompromisy, takie jak inwestowanie w przenośne rozwiązania w zakresie zrównoważonego rozwoju lub negocjacje z właścicielem nieruchomości w sprawie niezbędnych modyfikacji. Powinni stworzyć listę kryteriów, które musi spełniać nowa lokalizacja, i zaproponować, w jaki sposób mogliby dostosować działalność, aby była zgodna z celami zrównoważonego rozwoju.

4. Wyzwanie dotyczące pakowania produktów

- **Sytuacja:** Duży sprzedawca detaliczny jest zainteresowany Państwa biodegradowalnymi słomkami, ale potrzebuje opakowań nieulegających biodegradacji do celów dystrybucji.
- **Zadanie:** Uczniowie muszą przedyskutować konsekwencje zmiany opakowania swojego produktu. Powinni zbadać i zaproponować alternatywne materiały opakowaniowe, które mogłyby spełnić wymagania sprzedawcy detalicznego bez uszczerbku dla korzyści produktu dla środowiska. Dodatkowo mogą opracować zachętę, aby przekonać sprzedawcę detalicznego o zaletach trzymania się opakowań biodegradowalnych.

5. Finansowanie sprawiedliwego handlu

- **Sytuacja:** Inwestor jest zainteresowany Twoją działalnością związaną z kawą pochodzącą ze sprawiedliwego handlu, ale wymaga odcięcia drobnych plantatorów, którzy nie posiadają oficjalnie certyfikatu sprawiedliwego handlu.
- **Zadanie:** Uczniowie muszą rozważyć etyczne i biznesowe konsekwencje wykluczenia niecertyfikowanych hodowców. Powinni ocenić znaczenie certyfikacji w porównaniu z wpływem na drobnych plantatorów i zbadać sposoby włączenia tych plantatorów w ruch sprawiedliwego handlu. Ćwiczenia z odgrywaniem ról mogą pomóc uczniom w negocjacjach z potencjalnymi inwestorami w celu znalezienia kompromisu.

6. Ryzyka projektów ekoturystycznych

- **Sytuacja:** Masz okazję stworzyć ośrodek ekoturystyczny, który może mieć wpływ na lokalną przyrodę.

- **Zadanie:** Studenci powinni ocenić wpływ projektu na środowisko, gospodarkę i społeczeństwo. Muszą rozważyć, w jaki sposób zminimalizować szkody dla środowiska, jednocześnie maksymalizując korzyści ekonomiczne. Powinny opracować ocenę oddziaływania na środowisko i zaproponować praktyki w zakresie zrównoważonej turystyki, które chronią lokalną przyrodę. Dyskusje powinny dotyczyć sposobów nawiązania kontaktu ze społecznością lokalną i uwzględnienia jej potrzeb i preferencji w planowaniu projektu.

5.4. Analiza wpływu społecznego i środowiskowego

Jak widzieliśmy w ostatniej sekcji, prowadzenie firmy wiąże się z wieloma zagrożeniami i kwestiami, o których należy pamiętać. Niektóre z nich można łatwo przewidzieć, inne trudniej przewidzieć.

Ocena i raportowanie wpływu przedsiębiorstwa na społeczeństwo i środowisko ma kluczowe znaczenie dla zrozumienia, w jaki sposób działalność firmy wpływa na otaczający ją świat i dostosowania się do rosnącego zapotrzebowania na odpowiedzialność korporacyjną. Proces ten obejmuje szczegółową analizę zarówno pozytywnych, jak i negatywnych skutków działalności przedsiębiorstwa dla społeczności społecznych i środowiska. Nauczyciele mogą przeprowadzić uczniów przez tę eksplorację, pomagając im w skonfigurowaniu systemów monitorowania różnych aspektów ich symulowanej działalności. Może to obejmować śledzenie wykorzystania zasobów, takich jak woda i energia, ocenę produkcji odpadów oraz ocenę społecznych konsekwencji praktyk biznesowych, takich jak zaangażowanie społeczne i możliwości zatrudnienia.

Aby uczynić tę analizę bardziej namacalną dla uczniów, można ich zachęcić do tworzenia raportów dotyczących zrównoważonego rozwoju lub oświadczeń o wpływie społecznym w ramach wyników projektu. Raporty te powinny podkreślać metodologię stosowaną do gromadzenia danych, przedstawiać dane w zrozumiałym formacie i interpretować znaczenie danych w kontekście wpływu na firmę. Studenci powinni również wziąć pod uwagę długoterminowe konsekwencje swoich decyzji biznesowych i zaproponować strategie łagodzenia negatywnych skutków, przy jednoczesnym wzmacnianiu pozytywnych wyników.

Na przykład, jeśli wirtualna firma studenta obejmuje produkcję odzieży, może zbadać źródło materiałów, praktyki pracy w zakładach produkcyjnych oraz efektywność metod wysyłki pod względem śladu węglowego. Gromadzili dane na temat tych elementów, być może korzystając z ankiet, badań lub hipotetycznych zbiorów danych, a następnie zestawiali swoje ustalenia w raport. Sprawozdanie to nie tylko oceniałoby obecne praktyki, ale także zalecałoby ulepszenia, takie jak przejście na zrównoważone tkaniny lub wdrożenie praktyk pracy w ramach sprawiedliwego handlu.

Włączenie praktycznych technik i praktyk do nauczania uczniów na temat oceny i raportowania wpływu biznesu na społeczeństwo i środowisko może zapewnić im wymierne umiejętności i spostrzeżenia. Oto kilka odpowiednich technik i praktyk, które uczniowie mogą wdrożyć:

1. **Obliczenia śladu węglowego:** Naucz studentów, jak obliczać ślad węglowy działalności gospodarczej, co obejmuje ilościowe określenie całkowitej emisji gazów cieplarnianych powodowanej bezpośrednio i pośrednio przez firmę. Studenci mogą korzystać z kalkulatorów lub wzorów dostępnych online, które uwzględniają zużycie energii, metody transportu i procesy produkcji materiałów powiązane z ich wirtualnym biznesem. Ta praktyczna umiejętność pomaga im zrozumieć obciążenie środowiska wynikające z różnych działań biznesowych i odkrywać sposoby ograniczania emisji.

Pytania, na które powinni odpowiedzieć uczniowie:

- Ile energii elektrycznej zużywa miesięcznie Twoja firma (w kWh)?
 - Jakiego rodzaju źródła energii wykorzystujecie w swojej działalności (odnawialne czy nieodnawialne)?
 - Ile kilometrów w ramach Twojej działalności biznesowej pokonujesz miesięcznie samochodem?
 - Jakiego rodzaju pojazdy są wykorzystywane w działalności gospodarczej (np. benzynowe, diesla, elektryczne)?
 - Oszacuj ilość odpadów wytwarzanych co miesiąc przez Twoją firmę.
2. **Ocena cyklu życia (LCA):** Zapoznanie uczniów z oceną cyklu życia, techniką stosowaną do oceny wpływu na środowisko związanego ze wszystkimi etapami życia produktu, od wydobycia surowców poprzez przetwarzanie materiałów, produkcję, dystrybucję, użytkowanie, naprawę i konserwację oraz utylizację lub recykling. Studenci mogą przeprowadzić uproszczoną ocenę LCA produktu lub usługi w symulowanej firmie, aby zidentyfikować najważniejsze punkty wpływu na środowisko i możliwości ulepszeń.

Pytania, na które powinni odpowiedzieć uczniowie:

- Jakie surowce wykorzystujesz w swoim produkcie/usłudze?
- Skąd pochodzą te materiały?
- Jak wygląda proces wytwarzania Twojego produktu lub świadczenia usługi?
- W jaki sposób Twój produkt jest pakowany i dystrybuowany?
- Jaka jest oczekiwana długość życia Twojego produktu lub usługi?

- W jaki sposób następuje użycie produktu lub zakończenie świadczenia usług?
3. **Audyt zrównoważonego rozwoju:** Poprowadź uczniów przez proces przeprowadzania audytu zrównoważonego rozwoju ich wirtualnego biznesu. Obejmuje to przegląd praktyk biznesowych, aby upewnić się, że spełniają one określone kryteria zrównoważonego rozwoju, takie jak efektywność energetyczna, redukcja odpadów i praktyki etycznego łańcucha dostaw. Studenci mogą tworzyć listy kontrolne w oparciu o standardy zrównoważonego biznesu i oceniać swoje praktyki biznesowe pod kątem tych kryteriów.

Pytania, na które powinni odpowiedzieć uczniowie:

- Czy Twoja firma posiada politykę efektywności energetycznej?
 - Jak często sprawdzasz swoich dostawców pod kątem praktyk zrównoważonego rozwoju?
 - Czy Twoja firma posiada program recyklingu?
 - Czy są prowadzone jakieś inicjatywy mające na celu zmniejszenie zużycia wody?
 - Czy pracownicy są przeszkoleni w zakresie praktyk zrównoważonego rozwoju?
4. **Analiza wpływu społecznego:** Zachęć uczniów do przeanalizowania wpływu społecznego ich działalności, biorąc pod uwagę takie czynniki, jak tworzenie miejsc pracy, zaangażowanie społeczności i wkład w lokalną gospodarkę. Mogą przeprowadzać ankiety lub hipotetyczne wywiady z „interesariuszami”, aby zebrać dane na temat zadowolenia pracowników, korzyści społecznych i wszelkich potencjalnych problemów społecznych, takich jak naruszenia praw pracowniczych.

Pytania, na które powinni odpowiedzieć uczniowie:

- Ile miejsc pracy stworzyła Twoja firma?
- Jaki procent siły roboczej w Twojej firmie pochodzi ze społeczności lokalnej?
- Czy Twoja firma ma jakieś programy pomocy społecznej?
- W jaki sposób zapewniasz uczciwe praktyki pracy w swoich zakładach?
- Czy w Twojej firmie pojawiły się skargi dotyczące problemów społecznych?

5. **Praktyki dotyczące zrównoważonych zamówień:** Naucz uczniów o zrównoważonych zakupach, które obejmują wybór produktów i usług, które są produkowane i dostarczane w sposób zrównoważony. Obejmuje to takie kwestie, jak etyczne pozyskiwanie surowców, kupowanie lokalnych towarów i wybór dostawców posiadających dobre wyniki w zakresie ochrony środowiska i społeczeństwa. Studenci mogą opracować zasady zamówień dla swoich symulowanych firm, które traktują priorytetowo zrównoważony rozwój.

Pytania, na które powinni odpowiedzieć uczniowie:

- Czy przy podejmowaniu decyzji zakupowych traktujesz priorytetowo lokalnych dostawców?
- Czy produkty/usługi, które kupujesz, są produkowane w sposób zrównoważony?
- Czy oceniasz praktyki środowiskowe i społeczne swoich dostawców?
- Jak często przeglądasz swoją politykę zakupową?
- Czy istnieją kryteria wyboru produktów zrównoważonych?

6. **Działania angażujące interesariuszy:** Pokaż uczniom, jak nawiązywać kontakt z interesariuszami — wszystkimi osobami, na które firma ma wpływ, w tym klientami, pracownikami, dostawcami i członkami społeczności. Studenci mogą planować i symulować spotkania z interesariuszami lub fora społecznościowe, podczas których przedstawiają swój wpływ na działalność biznesową i zbierają opinie w celu ulepszenia swoich praktyk.

Pytania, na które powinni odpowiedzieć uczniowie:

- Kim są główni interesariusze Twojej firmy?
- Jak często współpracujesz z interesariuszami?
- Jakich metod używasz do angażowania interesariuszy (ankiety, spotkania, fora)?
- Czy otrzymałeś jakiegokolwiek informacje zwrotne od zainteresowanych stron na temat kwestii środowiskowych lub społecznych?
- Jak Twoja firma reaguje na opinie interesariuszy?

7. **Opracowywanie raportów dotyczących zrównoważonego rozwoju:** Poprowadź uczniów przez proces tworzenia raportów dotyczących zrównoważonego rozwoju, które dokumentują i

wyszczególniają skutki środowiskowe i społeczne ich działalności biznesowej w określonym okresie. Raport ten powinien zawierać dane zebrane z powyższych działań, przeanalizowane i zaprezentowane w sposób jasny, profesjonalny. Naucz ich, jak wyznaczać cele w zakresie ulepszeń w oparciu o swoje ustalenia, tworząc plan działania przedstawiający konkretne kroki mające na celu poprawę zrównoważonego rozwoju ich firmy.

Pytania, na które powinni odpowiedzieć uczniowie:

- Jakie kluczowe wskaźniki wydajności (KPI) monitorujesz pod kątem zrównoważonego rozwoju?
- Jak często planujesz publikować raporty dotyczące zrównoważonego rozwoju?
- Kto jest odpowiedzialny za gromadzenie i analizę danych dotyczących zrównoważonego rozwoju?
- Jakie cele wyznaczysz na następny okres raportowania na podstawie dotychczasowych wyników?
- W jaki sposób przekażesz zainteresowanym stronom swoje osiągnięcia w zakresie zrównoważonego rozwoju?

5.3. Organizacja imprezy pitchingowej

Zorganizowanie prezentacji pitchingowej to doskonały sposób, aby uczniowie mogli doświadczyć rzeczywistego procesu poszukiwania funduszy i wsparcia dla swoich przedsięwzięć przedsiębiorczych. Prezentując swoje pomysły biznesowe rodzicom, członkom społeczności lokalnej i interesariuszom, uczniowie nie tylko zdobywają cenne doświadczenie w wystąpieniach publicznych, ale także otrzymują bezpośrednią informację zwrotną i potencjalnie bezpieczny symboliczny wkład finansowy na dalszy rozwój swoich projektów.

Poniżej znajdziesz jasne instrukcje dotyczące organizacji Pitchingu, a także przydatny szablon.

1. Konfiguracja wydarzenia:

- **Wybierz lokalizację:** Zorganizuj wydarzenie w znanym otoczeniu szkolnym, takim jak audytorium – sala wydarzeń, biblioteka lub duża sala lekcyjna, w której wygodnie pomieści się publiczność. Upewnij się, że przestrzeń ma dobrą akustykę i wystarczającą liczbę miejsc do siedzenia.
- **Zaplanuj wydarzenie:** Wybierz datę, która nie koliduje z innymi wydarzeniami szkolnymi lub egzaminami. Zastanów się nad czasem, który pozwala na maksymalne uczestnictwo społeczności, na przykład późnym popołudniem lub wczesnym wieczorem.

2. Przygotowanie dla studentów:

- **Rozwój biznesu:** Ponieważ uczniowie opracowali już swoje pomysły biznesowe i zbadali najważniejsze elementy, takie jak analiza rynku, docelowa grupa demograficzna i plany finansowe, upewnij się, że skutecznie uwzględnią te informacje w swoich ofertach.
- **Szablon oferty:** zapewnij uczniom uporządkowany szablon oferty. Możesz skorzystać z szablonu zaproponowanego poniżej. Ten szablon może pomóc im w logicznym i przekonującym zorganizowaniu prezentacji, włączając sekcje przedstawiające firmę, wyjaśniające problem i rozwiązanie, prezentujące potencjał rynkowy i opisując szczegółowo model biznesowy.
- **Próba:** Zachęć uczniów, aby ćwiczyli swoje prezentacje przed rówieśnikami lub nauczycielami, aby zyskać pewność siebie i otrzymać wstępną informację zwrotną. Ta praktyka pomoże im udoskonalić przekaz i przewidzieć pytania.

3. Podczas wydarzenia:

- **Prezentacje ofert:** przeznacz określöną ilość czasu na każdą prezentację, zazwyczaj 5–7 minut, po czym następuje 2–3 minutowa sesja pytań i odpowiedzi z publicznością. Taka struktura zapewnia płynny przebieg wydarzenia i zapewnia każdemu uczniowi lub zespołowi wystarczająco dużo czasu na zaprezentowanie swoich pomysłów bez pośpiechu.
- **Konfiguracja technologii:** Przed rozpoczęciem wydarzenia upewnij się, że cały niezbędny sprzęt technologiczny, taki jak projektory, mikrofony i głośniki, działa prawidłowo. Przygotuj plan zapasowy na wypadek problemów technicznych.

4. Zachęcanie do wsparcia społeczności:

- **Symboliczne datki finansowe:** Podczas wydarzenia podkreśl możliwość przekazania przez widzów symbolicznych datków finansowych na wsparcie projektów biznesowych uczniów. Wkłady te, choć skromne, mogą zapewnić uczniom praktyczną pomoc i zastrzyk motywacji, pokazując namacalną wiarę w ich pomysły i wysiłki.
- **wpłat :** Stworzenie prostego i przejrzystego systemu zbierania wpłat. Może to być wyznaczone miejsce w obiekcie z bezpieczną skrzynką na zbiórki, w której widzowie mogą zostawić swoje datki.
- **Potwierdzenie wkładu:** Upewnij się, że wszyscy współpracownicy zostali docenieni podczas wydarzenia, być może za pomocą notatki z podziękowaniami lub wzmianki w uwagach końcowych. Rozważ także wysłanie spersonalizowanych wiadomości z podziękowaniami po wydarzeniu lub utworzenie „tablicy wspierających” wywieszanej w szkole, aby stale wyrażać uznanie dla ich wsparcia.

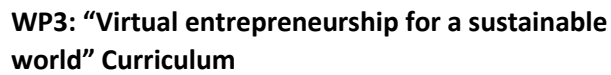
5. Kontakt z publicznością:

- **Formularze opinii:** Udostępnij publiczności formularze opinii do wypełnienia po każdej prezentacji. Formularze te mogą zawierać pytania dotyczące przejrzystości prezentacji, wykonalności pomysłu na biznes i tego, jak przekonująca była oferta. Ta informacja zwrotna jest bezcenna dla uczniów, ponieważ pozwalają im zrozumieć wpływ ich prezentacji i obszary wymagające poprawy.

- **Sesje interaktywne:** po zakończeniu wszystkich prezentacji daj czas na networking. Sesja ta może pomóc uczniom w nawiązaniu kontaktu jeden na jednego z publicznością, bardziej szczegółowym omówieniu swoich pomysłów i potencjalnym zdobyciu zwolenników lub mentorów.

6. **Działania po wydarzeniu:**

- **Przeglądanie opinii:** Zachęć uczniów do przejrzenia zebranych informacji zwrotnych w celu zidentyfikowania mocnych stron i obszarów wymagających poprawy. Ta refleksja ma kluczowe znaczenie dla ich ciągłego uczenia się i rozwoju w zakresie przedsiębiorczości.
- **Certyfikat uczestnictwa:** Przekaż certyfikaty wszystkim uczestnikom, aby wyrazić uznanie dla ich wysiłków i zachęcić ich do przedsiębiorczości.



About

Your Team's Name:

Project/Company Name:

One-sentence Pitch - Slogan:

Call to Action!

Problem

Solution

Product/Service

Market Analysis

Why Us?

Investment

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

Co-funded by
the European Union



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.



About

Your Team's Name:

Project/Company Name:

One-sentence Pitch - Slogan:

Summarise your idea/project in one compelling sentence.

Call to Action!

End with a clear call to action or what you want from the audience.

Problem

Problem Statement:
Describe the problem you are addressing.

Relevance:
Explain why this problem is important and to whom.

Solution

Your Solution:
Outline how your idea/project solves the problem.

Product/Service

Short Description:
Present the product/service and its characteristics.

Market Analysis

Target Audience:
Define who will benefit from your solution.

Market Size:
Provide an overview of the market or audience size and potential for growth.

Why Us?

Unique Value Proposition:
Highlight what makes your solution unique and better than existing solutions.

Investment

What You Need:
Specify what you are going to need (funding, support, partnership, etc.).

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


Co-funded by
the European Union

5.4. Ożywianie wirtualnych firm

Po wdrożeniu wszystkich powyższych działań, moment przeniesienia wirtualnego biznesu do prawdziwego życia stanowi ekscytującą fazę, w której uczniowie mogą sprawdzić swoje umiejętności w zakresie przedsiębiorczości i pomysły biznesowe w realistycznym środowisku. Aby ułatwić to przejście, rozważ zorganizowanie targów i lokalnych targowisk, na których studenci mogą wystawiać i sprzedawać swoje produkty lub oferować swoje usługi za niewielkie żetony. Takie podejście nie tylko zapewnia praktyczne doświadczenie biznesowe, ale także pozwala studentom na bezpośredni kontakt ze społecznością i otrzymywanie informacji zwrotnych z pierwszej ręki na temat ich ofert.

Należy zachęcać uczniów do tworzenia różnorodnych towarów, które można wyprodukować na poziomie szkoły, takich jak rękodzieło, produkty pochodzące z recyklingu lub usługi cyfrowe. Usługi mogą obejmować korepetycje, występy artystyczne lub projektowanie cyfrowe. Rozstawiając stoiska na targach szkolnych lub w lokalnych domach kultury, uczniowie mogą wchodzić w interakcję z prawdziwymi klientami, ćwicząc umiejętności sprzedaży i obsługi klienta, które są niezbędne dla każdego przedsiębiorcy.

Ponadto organizacja dni informacyjnych może pomóc w promowaniu usług opracowanych przez studentów. Podczas tych sesji studenci mogą prezentować swoje modele biznesowe, omawiać korzyści społeczne i środowiskowe swoich usług oraz nawiązywać kontakt z uczestnikami poprzez prezentacje i demonstracje na żywo.

Aby zwiększyć edukacyjny i społeczny wpływ tych działań, zyski zebrane podczas tych wydarzeń można przekazać lokalnym organizacjom charytatywnym lub wykorzystać do finansowania projektów społecznych. To nie tylko uczy uczniów, jak ważna jest odpowiedzialność społeczna, ale także pokazuje, w jaki sposób przedsiębiorstwa mogą wnieść pozytywny wkład w dobrostan społeczny.

Realizując te działania, studenci mogą zobaczyć wymierne efekty swojej ciężkiej pracy i kreatywności, zyskać pewność siebie i realne doświadczenie w prowadzeniu biznesu. Ten proces uczenia się przez doświadczenie jest nieoceniony, ponieważ nie tylko poprawia zrozumienie dynamiki biznesu, ale także zaszczepia poczucie osiągnięć i zaangażowania społeczności.



Referencje

- Abu-Saifan, A. (2012). Przedsiębiorczość społeczna: definicja i granice. *Przegląd zarządzania innowacjami technologicznymi*, 22-27.
- Anderson, A. (1998). Uprawa ogrodu Eden: przedsiębiorcy ekologiczni.
- Austin, J., Stevenson, H. i Wei-Skillern, J. (2006). Przedsiębiorczość społeczna i komercyjna: taka sama, inna, a może jedno i drugie? *Teoria i praktyka przedsiębiorczości*, 30 (1), 1-22.
- Bacq, S. i Janssen, F. (2011). Wielorakie oblicza przedsiębiorczości społecznej: przegląd zagadnień definicyjnych w oparciu o kryteria geograficzne i tematyczne. *Przedsiębiorczość i rozwój regionalny*, 373-403.
- Ball, C. i Kittler, M. (2019). Usuwanie niedoskonałości rynku środowiskowego poprzez mechanizmy wsparcia: Spostrzeżenia zielonych start-upów w brytyjskim, francuskim i niemieckim sektorze energetycznym. *Ekonomia małych przedsiębiorstw*, 52 (4), 831-844.
- Bloom, B. (1956). *Taksonomia celów edukacyjnych: Księga I: Dziedzina poznawcza*. Nowy Jork: David McKay.
- Bringle, RG i Hatcher, JA (1995). Program nauczania usług dla wykładowców. *Michigan Journal of Community Service-Learning*, 112-122.
- Caffrey, E., Brady, L., Flynn, S., Higgins, J., McKenna, EM, Newman, J. i Nolan, P. (2020). FoodCloud: Pobudzanie życzliwości w kierunku uczynienia świata bardziej sprawiedliwym – krok po kroku. *Międzynarodowy Przegląd Przedsiębiorczości*, 18 (2), 279-306. (Notatka do nauczania na s. 307-336).
- Dana, L.-P. i Vorobeva, E. (2021). Rozumienie pojęcia „przedsiębiorczość mniejszości”. W TM Cooney (red.), *Podręcznik przedsiębiorczości mniejszości Palgrave* (s. 15–32). Palgrave’a Macmillana.
- Demirel, P., Li, QC, Rentocchini, F. i Tamvada, JP (2019). Urodzony, aby być ekologicznym: nowe spojrzenie na ekonomię i zarządzanie zieloną przedsiębiorczością. *Ekonomia małych przedsiębiorstw*, 52 (4), 759-771.
- Donovan, C. (2021). 5 wyzwań finansowych stojących przed przedsiębiorcami. *Planowanie finansowe*.
- Durak, H. (2021). Badania mające na celu określenie problemów, z jakimi borykają się osoby niepełnosprawne w swojej działalności przedsiębiorczej (praca magisterska niepublikowana). Absolwent Szkoły Administracji Biznesu Uniwersytetu Sakarya w Sakarya.
- edukacja.ufl.edu. (nd). *Nauczanie studentów rozwiązywania problemów społecznych*. Pobrano z <https://education.ufl.edu/behavior-management-resource-guide/2015/01/16/teaching-students-to-solve-social-problems/>

- Elia, G., Margherita, A. i Passiante, G. (2020). Ekosystem przedsiębiorczości cyfrowej: jak technologie cyfrowe i inteligencja zbiorowa zmieniają proces przedsiębiorczości. *Prognostowanie technologiczne i zmiany społeczne*, 150, 119791.
- Eroğlu, N. i Dündar, Ş. (2021). *Podręcznik przedsiębiorczości dla szkół średnich*. Wydawnictwa Ministerstwa Edukacji Narodowej, seria podręcznikowa.
- Fasci, MA i Valdez, J. (1998). Porównanie wyników małych praktyk księgowych prowadzonych przez mężczyzn i kobiety. *Journal of Small Business Management*, 36 (3), 1-7.
- Friedman, J. (1974; ne 2000). *Utopie są możliwe do zrealizowania*. Wydanie de l'éclat.
- Gadson, SP (2024, 4 czerwca). Siła odgrywania ról: Symulacje w szkoleniach korporacyjnych z Engageli. Pobrano z <https://www.engageli.com/blog/engaging-role-play-in-corporate-training-with-engageli>
- Güneş, E. i Şekerdil, R. (2021). Analiza statusu i postępu kobiet przedsiębiorców i menedżerów w ich karierach przedsiębiorczych w Turcji. *Journal of Entrepreneurship and Development*, 16 (1), 15-30.
- Güven, O. (2022). Badania z zakresu finansów, ekonomii i nauk społecznych. *Journal of Finance Economics and Social Research*, 7 (2).
- IFC. (2016). *Możliwości inwestycji klimatycznych na rynkach wschodzących*. Międzynarodowy Komitet Finansów.
- Kiran, F. i Bozkurt Çetinkaya, O. (2020). Związek między umiejętnością finansową, tendencją do podejmowania ryzyka i tolerancją na niepewność: badanie przedsiębiorców z zachodniej części Morza Śródziemnego. *Eskişehir Osmangazi University Wydział Ekonomii i Nauk Administracyjnych Journal*, 15 (3), 1203-1222.
- Labrianidis, L., Ferrao, J., Herdzina, K., Kalantaridis, C., Piasecki, B. i Smallbone, D. (2003). *Przyszłość peryferii wiejskich Europy*. Raport końcowy dla Komisji Europejskiej, 5. Program Ramowy w zakresie Badań, Technologii i Działalności Rozwojowej.
- Mair, J. i Marti, I. (2004). Przedsiębiorczość społeczna: o czym mówimy? Ramy przyszłych badań (nr D/546). Szkoła Biznesu IESE.
- Martínez-León, I., Olmedo-Cifuentes, I. i Nicolás-Martínez, C. (2019). Przedsiębiorczość osób niepełnosprawnych w Hiszpanii: aspekty społeczno-ekonomiczne. *Suma de negocios*, 10 (SPE22), 42-50.
- McDougall, PP i Oviatt, BM (2000). Przedsiębiorczość międzynarodowa: skrzyżowanie dwóch ścieżek badawczych. *Akademia Zarządzania Journal*, 43, 902-908.
- Michaelis, TL, Carr, JC, Scheaf, DJ i Pollack, JM (2020). Oszczędny przedsiębiorca: samoregulacyjna perspektywa przedsiębiorczych zachowań. *Journal of Business Venturing*, 35 (4), 105969.

- Nikolaou, I., Tasopoulou, K. i Tsagarakis, K. (2018). Typologia zielonych przedsiębiorców oparta na poglądach instytucjonalnych i zasobowych. *Journal of Entrepreneurship*, 27 (1), 111-132.
- O'Donoghue, J. (nd). Projektowanie pod kątem zmian społecznych: krótki przewodnik. Pobrano z <https://makeiterate.com/designing-for-social-change-a-quick-guide/>
- Parasuraman, S. i Simers, Kalifornia (2001). Rodzaj zatrudnienia, konflikt między pracą a rodziną oraz dobrostan: badanie porównawcze. *Dziennik zachowań organizacyjnych*, 22 (5), 551-568.
- Prashar, S., Vijay, TS i Parsad, C. (2018). Przedsiębiorczość kobiet w Indiach: przegląd barier i czynników motywacyjnych. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, 22 (3), 206-219.
- Preradovic, N. (2015). Uczenie się usług. W M. Peters (red.), *Encyklopedia filozofii i teorii edukacji*. Skoczek.
- Raghava, S. (2021). Strategy@Scope: Zaangażowanie pracowników — klucz do zadowolenia klienta. W *Podstawach przedsiębiorczości* (rozdz. 6, s. 47-58). Szałwia.
- Raimi, L. (2015). Analiza dyskursu definicji i teorii przedsiębiorczości: implikacje dla wzmocnienia badań akademickich. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 26 (3), 368-388.
- Ratten, V. (2010a). Opracowanie teorii przedsiębiorczości opartej na sporcie. *Journal of Management & Organisation*, 16 (4), 557-565.
- Ratten, V. (2017). Przedsiębiorczość płci i marketing globalny. *Journal of Global Marketing*, 30 (3), 114-121.
- Ratten, V. (2022). Przedsiębiorczość rzemieślnicza: przegląd. W: V. Ratten, P. Jones, V. Braga i E. Parra-López (red.), *Przedsiębiorczość rzemieślnicza* (s. 1-12). Emerald Publishing Limited.
- Ratten, V. (2022). Przedsiębiorczość rzemieślnicza: kierunki przyszłości. W *Przedsiębiorczość w rzemiosłach kreatywnych* (s. 101-116). Routledge.
- Ratten, V. (2023). Przedsiębiorczość: definicje, możliwości, wyzwania i przyszłe kierunki. *Globalna doskonałość biznesowa i organizacyjna*, 42 (5), 79-90. <https://doi.org/10.1002/joe.22217>
- Schick, H., Marxen, S. i Freimann, J. (2002). Kwestie zrównoważonego rozwoju dla przedsiębiorców rozpoczynających działalność. *Międzynarodowe Zarządzanie Ekologiczne*, 38 (1), 59-70.
- Shane, S. i Venkataraman, S. (2000). Obietnica przedsiębiorczości jako dziedziny badań. *Przegląd Akademii Zarządzania*, 25 (1), 217-226. <https://doi.org/10.5465/amr.2000.2791611>
- Sharma, P. i Chrisman, JJ (1999). W stronę pogodzenia zagadnień definicyjnych z zakresu przedsiębiorczości korporacyjnej. *Teoria i praktyka przedsiębiorczości*, 23 (3), 11-28.
- Sharma, Y. (2013). Kobieta-przedsiębiorca w Indiach. *IOSR Journal of Business and Management*, 15 (3), 9-14.



<https://www.niu.edu/citl/resources/guides/instructional-guide/classroom-debates.shtml>

