



Sanal iş ortamı aracılığıyla okul eğitiminde
yeşil ve sosyal girişimciliği teşvik etmek

WP3

“Sürdürülebilir bir dünya için sanal
girişimcilik” müfredatı



İçindekiler

Giriş.....	6
Odak Gruplar	7
Öğrenciler için Öğrenme Hedefleri.....	8
1. Girişimciliğin Temelleri	9
1.1. Genel Bakış	9
Öğrenme Hedefleri.....	9
1.2. Girişimciliğin Tanımı	10
1.2.1. İçerik ve Tarihsel Perspektif.....	10
1.2.2. Temel Girişimcilik Özellikleri ve Girişimcilik Altyapısı.....	13
1.3. Girişimcilikte Roller ve Sorumluluklar	16
1.3.1. İşletme Sahipleri ve Çalışanları Olarak	16
1.3.2. Örnek Olay İncelemeleri: Çeşitli Girişimcilik Yolculukları	17
1.4. İnteraktif Tartışma Kuralları	20
1.4.1. Yapılandırılmış Sınıf Tartışma Konuları.....	20
1.4.2. Grup Etkinlikleri ve Düşünme Egzersizleri	22
2. Daha Yeşil Bir Gezegen için Girişimcilik.....	23
2.1. Genel Bakış	23
Böylece öğrenciler bu modül aracılığıyla çevre etiğini iş dünyasına entegre etmeyi hedefleyen sürdürülebilir bir işletmenin nasıl kurulacağını ve yönetileceğini öğreneceklerdir.	24
Öğrenme Hedefleri	24
2.2. İş Hayatında Sürdürülebilirlik	25
2.2.1. Sürdürülebilir Girişimciliğin İlkeleri	27
2.2.2. Çevre Etiği ve İşletme	28
2.3. Yeşil İş Modelleri	31
2.3.1. Başarılı Yeşil İşletmelere İlişkin Örnek Olay İncelemeleri.....	33
2.3.2. Sınıf Etkinlikleri: Yeşil Bir İş Planı Tasarlamak.....	35

2.4. Çevre Dostu Uygulamalar ve İnovasyon.....	40
2.4.1. Sınıf Etkinlikleri: Fikirden Çevre Dostu Ürün/Hizmete	42
3. Sosyal Değişim için Girişimcilik	50
3.31. Genel Bakış	50
Öğrenciler, toplumun refahını artırmayı, sosyal adaletsizliklerle mücadele etmeyi ve gelecek nesiller için çevresel sürdürülebilirliği sağlamayı amaçlayan sosyal girişimleri kurmanın ve yürütmenin zorluklarını ve ödülleri öğrenecekler. Bu, öğrencilere etkili ve sürdürülebilir iş modelleri oluşturmak için iş ve sosyal hedefleri entegre etmek için ihtiyaç duydukları bilgiyi verecektir.....	50
Öğrenme Hedefleri	50
3.2. Sosyal Girişimciliğin Tanımı	51
3.2.1. Sosyal Sorunlar ve İş Çözümleri.....	53
3.2.2. Nasıl sosyal girişimci olunur?.....	54
3.3. Toplumsal Değişim İçin Tasarlamak	60
3.3.1. Çalıştay: Toplumsal Sorunların ve Çözümlerinin Belirlenmesi	60
3.3.2. Rol Yapma: Sosyal İşletme Zorluklarını Müzakere Etme	63
3.3.3. Hizmet-Öğrenme Projeleri: Planlama ve Uygulama.....	66
4. Kapsayıcı Girişimcilik	72
4.1. Genel bakış	72
Öğrenme hedefleri	72
4.2. Farklı Bağlamlarda Girişimcilik	74
4.2.1. Engel Türleri ve Engeller	74
4.2.2. Cinsiyet, coğrafi ve sosyo-ekonomik engellerin üstesinden gelmek.....	79
4.3. Kurumsal Güçlendirme	82
4.3.1. Sınıf Etkinlikleri: Güven ve Girişimcilik Becerileri Oluşturma	85
4.3.2. Akran Öğrenimi: Deneyimlerin ve Stratejilerin Paylaşılması.....	92
5. Yeşil ve Sosyal Girişimcilik Simülasyon Aktiviteleri.....	94

5.1. İş Fikri Üretme ve Geliştirme	95
5.1.1. Yaratıcı Fikirler için Beyin Fırtınası Oturumları	95
5.1.2. Bir İş Modeli Kanvası Oluşturma	109
İş Modeli Kanvas Şablonu	113
5.2. Pazar Araştırması ve Planlama	115
5.2.1. Pazar Analizi için Araçlar ve Teknikler	115
5.2.2. Uygulanabilir Bir İş Planı Geliştirme	119
5.3. Uygulama ve Yönetim	123
Artık bu işletmelerin her biri tam olarak kurulduğuna göre, faaliyetlerini uygulama zamanı geldi. Öğretmenler ve öğrenciler, gruplar ve ilgili şirketler içinde girişimcilik etkileşimini başlatmak için aşağıdaki önerilen teknikleri ve etkinlikleri uygulayabilirler.	123
5.3.1. Rol Yapma: Sanal Bir İşletme Yürütmek	123
5.3.2. Karar Verme Alıştırmaları: Gerçek Dünya Senaryoları	132
5.4. Sosyal ve Çevresel Etki Analizi	135
5.3. Bir Pitching Etkinliği Organize Etmek	139
Pitch Template.....	142
5.4. Sanal İşletmeleri Hayata Geçirmek.....	144
Kaynaklar	145

Creative Commons Licence



CC BY-NC 4.0

Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International

Bu lisans, yeniden kullanıcıların yaratıcıya kredi vermesini gerektirir. Yeniden kullanıcıların herhangi bir ortam veya formattaki materyali yalnızca ticari olmayan amaçlarla dağıtmasına, yeniden karıştırmasına, uyarlamasına ve geliştirmesine olanak tanır.



WP3: “Sürdürülebilir bir dünya için sanal girişimcilik” müfredatı



Giriş

Gelecek nesil girişimcileri güçlendirmek için tasarlanmış öncü bir eğitim programı olan "Sürdürülebilir Bir Dünya için Sanal Girişimcilik" müfredatına hoş geldiniz. Bu müfredat, girişimciliğin temel ilkelerini sürdürülebilirlik ve sosyal sorumluluğa derin bir bağlılıkla bütünleştirmeyi amaçlayan Yeşil ve Sosyal StartUps projesinin ayrılmaz bir bileşenidir.

Günümüzün hızla gelişen küresel ortamında yenilikçi, çevreye duyarlı ve sosyal açıdan sorumlu iş uygulamalarına olan ihtiyaç her zamankinden daha acildir. Dünyamız, iklim değişikliği, sosyal eşitsizlikler ve hızla değişen ekonomik ortam gibi benzeri görülmemiş zorluklarla karşı karşıyadır. Bu zorlukların üstesinden gelmek için, yalnızca temel iş becerilerine sahip olmakla kalmayıp aynı zamanda girişimlerinin etik, çevresel ve sosyal sonuçlarına derinlemesine uyum sağlayan yeni bir girişimci türü yetiştirmeliyiz.

Bu müfredat iki ana bölümden oluşmaktadır: teorik çerçeve ve pratik uygulama. Teorik kısım, her biri öğrencilere günümüzün toplumsal ve çevresel zorlukları bağlamında girişimcilik konusunda ayrıntılı bir anlayış sağlamak için tasarlanmış dört kapsamlı modülden oluşmaktadır. Bu modüller şunlardır:

- 1. Girişimciliğin Temelleri:** Modern dünyadaki önemi ve başarı için gerekli zihniyet de dahil olmak üzere girişimciliğin neleri gerektirdiğini anlamak için zemin hazırlamak.
- 2. Daha Yeşil Bir Gezegen için Girişimcilik:** İklim değişikliği ve ekolojik koruma gibi kritik konuları ele alarak girişimci çabaların çevresel sürdürülebilirlikle nasıl uyumlu hale getirilebileceğine ve teşvik edilebileceğine odaklanmak.
- 3. Sosyal Değişim için Girişimcilik:** Sosyal değişimi yönlendirmede, topluluk sorunlarını çözmede ve sosyal eşitliği teşvik etmede girişimciliğin rolünü araştırmak.
- 4. Kapsayıcı Girişimcilik:** Dezavantajlı koşullardakiler de dahil olmak üzere çeşitli grupları girişimci faaliyetlerde bulunmaya teşvik etmeyi amaçlıyoruz.

“Yeşil ve Sosyal Girişimcilik Simülasyon Faaliyetleri” başlıklı pratik kısım, öğrencilerin teorik bilgilerini uyguladıkları sürükleyici bir deneyimdir. Burada çevresel ve sosyal problem çözmeyi vurgulayarak sanal işletmeleri düşünecek, geliştirecek ve yönetecekler. Bu uygulamalı yaklaşım yalnızca öğrenmeyi güçlendirmekle kalmaz, aynı zamanda gerçek dünyadaki etki ve sorumluluk duygusunu da aşılır.

Müfredatımız geleneksel işletme eğitiminin ötesine geçiyor. Eleştirel düşünmeyi, yaratıcılığı, problem çözme ve etik karar verme becerilerini geliştirmeyi amaçlamaktadır. Bu becerileri kapsamlı bir sürdürülebilirlik ve sosyal sorumluluk anlayışıyla bütünleştirerek, öğrencileri yalnızca ticari başarıya değil, daha adil, sürdürülebilir ve müreffeh bir dünya yaratmada liderlik rollerine de hazırlıyoruz. İş başarısının ve sosyal/çevresel yönetimin sadece uyumlu olduğu değil aynı zamanda sinerjik ve karşılıklı olarak güçlendiği bir geleceği şekillendirmeye ihtiyaç var.

Odak Gruplar

Öğretmenler, “Sürdürülebilir Bir Dünya için Sanal Girişimcilik” müfredatının önemli hedef kitlesini oluşturuyor. Eğitimciler ve kolaylaştırıcılar olarak müfredatın içeriğini hayata geçirmede kritik bir rol oynarlar. Müfredat, öğretmenleri kapsamlı etkinlikler ve ders planları, etkileşimli öğretim yardımcıları ve değerlendirme araçları dahil olmak üzere zengin bir dizi kaynakla güçlendirmek için tasarlanmıştır. Bu kaynaklar, öğretmenlerin girişimcilik, sürdürülebilirlik ve sosyal sorumluluk gibi karmaşık kavramları öğrencilerde yankı uyandıracak ve öğrencilerin ilgisini çekecek şekilde etkili bir şekilde aktarmalarına yardımcı olmak için özel olarak tasarlanmıştır. Müfredat aynı zamanda öğretmenleri mesleki gelişimlerinde de desteklemekte, onlara öğretimde, özellikle de gerçek dünya konularını sınıf öğrenimiyle bütünleştirmede yeni bakış açıları ve metodolojiler sunmaktadır. Öğretmenleri sadece bilgi aktarmaya değil, aynı zamanda öğrencilere çağdaş küresel zorlukların üstesinden gelmede girişimciliğin rolünü keşfetme ve anlama konusunda ilham vermeye, rehberlik etmeye ve mentorluk yapmaya teşvik eder.

“Sürdürülebilir Bir Dünya için Sanal Girişimcilik” müfredatının öncelikli yararlanıcıları özellikle **ortaokul ve lise öğrencileridir**. Bu müfredat, öğrencileri çevresel yönetim ve sosyal sorumluluk merceğinden girişimciliğin temelleriyle tanıştırmak ve onları aydınlatmayı ve ilgilerini çekmeyi amaçlamaktadır. Meraklarını, yaratıcılıklarını ve eleştirel düşünme becerilerini harekete geçirecek, onları düşünmeye ve gerçek dünya sorunlarına çözüm önermeye teşvik edecek şekilde yapılandırılmıştır. Bu müfredata katılarak öğrencilerin sadece girişimcilik hakkında teorik bilgi edinmeleri değil, aynı zamanda günümüzün hızla gelişen ve birbirine bağlı dünyasında gerekli olan pratik beceriler ve güçlü bir etik temel kazanmaları da bekleniyor. Müfredatın teorik öğrenme ve pratik uygulamayı harmanlaması, farklı geçmişlere sahip öğrenciler için erişilebilir ve ilgi çekici olacak

şekilde tasarlanmıştır ve herkes için kapsayıcılık ve eşit öğrenme fırsatları sağlar.

Öğrenciler için Öğrenme Hedefleri

Tüm eğitim kaynaklarını ve etkinliklerini kapsayarak öğrenciler:

- ✓ Ekonomi ve toplumdaki rolü ve etkisi de dahil olmak üzere girişimciliğin temel ilkelerini ve dinamiklerini anlayacaklar.
- ✓ Sorun çözme ve fırsat belirleme konusunda proaktif bir yaklaşımın yanı sıra yaratıcılık, yenilikçilik, esneklik ve uyum sağlama ile karakterize edilen girişimci bir zihniyet geliştirecekler.
- ✓ İşletmelerde sürdürülebilirliğin önemini kavrayarak, girişimci faaliyetlerin çevrenin korunmasına ve sürdürülebilir uygulamalara nasıl katkıda bulunabileceğini öğrenecekler.
- ✓ Başarılı girişimlerin vaka çalışmaları da dahil olmak üzere, sosyal sorunların ele alınmasında sosyal girişimcilik kavramı ve rolü hakkında bilgi edinecekler.
- ✓ Yeterince temsil edilmeyen ve dezavantajlı gruplar arasında girişimciliğe yönelik zorlukların ve fırsatların farkına varacak, iş uygulamalarında empati ve kapsayıcılığın önemini benimseyecekler.
- ✓ Fikir oluşturma, iş planlaması, pazar analizi ve iş fikirlerinin uygulanması gibi pratik girişimcilik becerilerini geliştirecekler.
- ✓ Bu becerileri iş senaryolarını, sürdürülebilirlik sorunlarını ve pratik projeleri değerlendirmek için uygulayarak eleştirel düşünme ve problem çözme yeteneklerini geliştirecekler.
- ✓ Etkili ekip çalışmasına ve liderlik gelişimine odaklanarak iş bağlamında iletişim ve işbirliği becerilerini geliştirecekler.
- ✓ İş kararlarının etik sonuçlarını ve girişimcilikte sosyal sorumluluğun önemini anlayacaklar.
- ✓ Girişimcilik faaliyetlerinin sosyal ve çevresel etkilerini değerlendirerek teorik bilgiyi gerçek dünya senaryolarına uygulayacaklar.

Bu hedeflere ulaşarak öğrenciler yalnızca girişimci girişimlere değil, aynı zamanda küresel toplulukta sorumlu vatandaşlığa da iyi hazırlanacaklar. Başka bir deyişle, iş başarısını sosyal ve çevresel yönetimle uyumlu bir şekilde harmanlayacak şekilde yaratma, yenilik yapma ve liderlik

etme araç ve zihniyetiyle donatılacaklar.

1. Girişimciliğin Temelleri

1.1. Genel Bakış

Bu modül, öğrencilere girişimciliğin temel ilkeleri ve uygulamaları konusunda kapsamlı bir temel sağlamak için titizlikle tasarlanmıştır. Modül, girişimci bir zihniyeti geliştirmeyi ve iş fırsatlarını etkili bir şekilde belirlemek ve kullanmak için gerekli becerileri kazandırmayı amaçlamaktadır.

Bu modülün süresi boyunca öğrenciler, girişimciliğin tanımı, girişimcinin kişisel özellikleri, girişimcilerin rolleri, işletme sahibinin çalışanları ile ilişkileri vb. dahil olmak üzere bir dizi kritik konu ile ilgileneceklerdir. Müfredat değer yaratmayı vurgulamaktadır. inovasyon yoluyla ve hem teorik hem de pratik bakış açısıyla kendi girişimini kurmanın ve sürdürmenin karmaşıklıklarını yönetmeye yönelik içgörüler sağlar.

Öğretim yaklaşımı, teorik çerçeveleri pratik uygulamalarla birleştirerek derslerden, vaka çalışmalarından, işbirlikçi projelerden ve uzmanların görüşlerinden yararlanır. Bu çok yönlü metodoloji, öğrencilerin yalnızca girişimciliğin temellerinin teorik temellerini anlamalarını değil, aynı zamanda pratik beceriler ve gerçek dünya deneyimi kazanmalarını da sağlar.

Bu modülün sonunda öğrenciler, hedefleri ister kendi işini kurmak, ister bir girişimcilikte bulunmak veya mevcut bir organizasyonda inovasyonu teşvik etmek olsun, girişimcilik başarısı için kapsamlı bir araç seti ile donatılmış olacaklardır. Öğrenciler, girişimcilik isteklerini uygulayabilir ve sürdürülebilir girişimlere dönüştürmeye hazır olan bu entelektüel yolculuğa katılmaya davet ediliyor.

Öğrenme Hedefleri

Bu modülün sonunda öğrenciler;

- ✓ Girişimciliği tanımlayabilecek ve modern ekonomideki önemini kavrayacak.
- ✓ Çeşitli girişimcilikler, girişim türleri ve bunların toplum üzerindeki etkileri arasında ayrım yapabilecekler.
- ✓ Başarılı girişimcilik için gerekli olan kişisel özellikleri ve becerileri belirleyebilecek ve geliştirebilecekler.

- ✓ Yaratıcı ve yenilikçi düşünme yeteneğini gösterebilecekler.
- ✓ Girişimcilerin iş geliştirmedeki temel rollerini ve sorumluluklarını açıklayabilecekler.
- ✓ Etkin liderlik ve yönetimi vurgulayarak işletme sahipleri ile çalışanları arasındaki ilişkiyi değerlendirebilecekler.
- ✓ Bir işi kurmanın ve sürdürmenin karmaşıklıkları hakkında hem teorik hem de pratik açıdan fikir edinebilecekler.
- ✓ Girişimcilik yolculuğundaki zorlukları ve fırsatları ele almak için stratejik düşünmeyi kullanmayı öğrenebilecekler.
- ✓ Teorik bilgiyi gerçek dünya senaryolarına uygulamak için vaka çalışmaları ve ortak projelere dahil olabilecekler.
- ✓ Pratik anlayışı ve girişimcilik becerilerini geliştirmek için uzman görüşlerinden yararlanabilecekler.

1.2. Girişimciliğin Tanımı

Girişimcilik kavramı, yeni girişimler yaratma ve büyütme fırsatlarını tanımlamayı ve yakalamayı içerir. Tarihsel olarak girişimcilik, ilk ticaret yollarından Sanayi Devrimi'ne ve günümüzün teknoloji odaklı start-up'larına kadar ekonomik büyümeyi ve yeniliği yönlendirmiştir. Temel girişimcilik özellikleri arasında esneklik, yaratıcılık ve hesaplanmış riskler alma isteği yer alır. Girişimciler, sürekli öğrenen ve değişen koşullara uyum sağlayan, büyüme zihniyetine sahip olmalıdır. Genellikle tutkuları, ısrarları ve başkalarına ilham verme ve liderlik etme yetenekleriyle karakterize edilirler. Başarılı girişimciler vizyoner düşünceyi pratik uygulamayla dengeler, zorlukların üstesinden gelerek fikirleri sürdürülebilir işlere dönüştürürler.

1.2.1. İçerik ve Tarihsel Perspektif

Girişimciliğin çok sayıda tanımı bulunmaktadır. Bunlardan en çok alıntı yapılanlardan biri Shane ve Venkataraman (2000) tarafından girişimciliğin “gelecekteki mal ve hizmetleri yaratma fırsatlarının nasıl, kim tarafından ve hangi etkilerle keşfedildiği, değerlendirildiği ve kullanıldığı” olarak ifade edilmiştir. (s.218)”

Ratten (2023) girişimcilik tanımlarını girişimciliğin türüne göre sınıflandırmaktadır. Bir sonraki tabloda girişimciliğin çeşitli türleri ve tanımları sunulacaktır.

Tablo 1: Girişimcilik türlerinin tanımları

Tip	Tanım	Kaynak
Zanaatkar	Yüksek derecede manuel girdi sonucu farklı bir sanatsal değere sahip ürün veya hizmetler üreten ve satan kişiler	Ratten (2022)
Piramidin tabanı	Düşük gelirli veya kaynak kıtlığı olan insanlar arasında ortaya çıkan girişimcilik olarak tanımlanır.	Ratten (2023)
Kurumsal	Bir bireyin veya bir grup bireyin mevcut bir kuruluşla birlikte yeni bir kuruluş oluşturması veya bu kuruluş içinde yenilenmeyi veya yeniliği teşvik etmesi süreci	Sharma and Chrisman (1999)
Zanaat	ürün ve hizmet üretmek için zanaata dayalı yöntemleri kullanma süreci	Ratten (2022)
Yaratıcı	yaratıcı ve farklı bir şekilde yapılan her türlü iş davranışı	Ratten (2023)
Kültürel	kültürel bağlantı içeren ticari faaliyet	Ratten (2023)
Dijital	Geleneksel ortamlarda fiziksel olanların bir kısmının veya tamamının dijital medya ve teknolojilerin kullanımına dayalı olarak dijitalleştirildiği girişimciliğin alt kategorisi	Elia et al. (2020)
Eğitim	eğitim sektörünü içeren yenilikçi bir ticari faaliyet	Ratten (2023)
Girişimcilik ekosistemi	potansiyel müşteriler ve tedarikçiler, üniversiteler ve araştırma merkezleri, sosyal ve kültürel operatörler, kurumlar ve politika yapıcılar, büyük şirketler, yenilikçi start-up'lar ve girişimciler, uzmanlar ve profesyoneller, yatırımcılar ve yetenekli insanlardan oluşan bir havuz dahil olmak üzere girişimci aktörler kümesi	Elia et al. (2020)
Çevresel	Bir tür çevresel refah girişimini içeren proaktif iş faaliyeti	Ratten (2023)
Ailevi	bir tür bağa sahip bir grup insan arasında girişimcilik	Ratten (2023)
Kadın	Bir iş kuran, yönetsel kararlara katılan ve işin çoğunluğuna sahip olan kadınlar	Ratten (2017)
Tutumlu	kişinin (a) kaynakları koruma ve (b) kaynakların elde edilmesinde ekonomik bir mantık uygulama (yani yeni elde edilen kaynakların fırsat maliyetini değerlendirme) yönündeki genel tercihini yansıtan bireysel bir özellik.	Michaelis et al. (2020)
Cinsiyet	girişimcinin cinsiyetine dayalı yenilikçi iş faaliyeti	Ratten (2023)

Resmi	girişimci inovasyona dayalı hükümetle ilgili politika ve prosedür	Ratten (2023)
Sağlık	Sağlık sektöründe risk alma ve yenilik	Ratten (2023)
Miras	bir tür miras unsuru içeren girişimcilik	Ratten (2023)
Göçmen	ikamet ettikleri ülke dışında doğan kişileri içeren girişimcilik	Ratten (2023)
Uluslararası	ulusal sınırları aşan ve kuruluşlarda değer yaratmayı amaçlayan yenilikçi, proaktif ve risk arayan davranışların bir kombinasyonu	McDougall & Oviatt (2000)
Azınlık	ana akım topluma özgü olmayan ve bu nedenle azınlık sıfatıyla tanımlanabilecek bir kişi tarafından yönetilen serbest meslek kuruluşu	Dana & Vorobeve (2021)
Yoksulluk	düşük gelirli girişimcilere yardım	Ratten (2023)
Küçük işletme	50'den az çalışanı olan işletmeleri kapsayan yenilikçi ticari faaliyet	Ratten (2023)
Sosyal	Temel insan ihtiyaçlarını sürdürülebilir bir şekilde karşılayarak sosyal değişimi katalize etmeyi amaçlayan, fırsatları keşfetmek ve kullanmak için kaynakların yenilikçi kullanımı ve kombinasyonundan oluşan bir süreç	Mair and Marti (2004)
Sportif	iş bağlamında yenilikçi bir şekilde hareket eden sporla ilgili bir kuruluş	Ratten (2010)
Sürdürülebilir	Ekonomik, sosyal ve çevresel değişime uzun vadeli bir bakış açısı getiren girişimcilik.	Ratten (2023)
Teknolojik	teknolojiyi içeren yenilikçi iş faaliyeti	Ratten (2023)
Girişim finansmanı	yeni iş girişimlerine yapılan yatırımlara harcanan para	Ratten (2023)

Kaynak: Ratten'e (2023) göre yazarların uyarlaması

Girişimcilik, spesifik tanımı ne olursa olsun, birçok ortak özelliği paylaşmaktadır. Yenilikçi ürünler, hizmetler veya süreçler aracılığıyla değer yaratma fırsatlarının belirlenmesini ve kullanılmasını içerir. Girişimciler bu fırsatları takip etmek için genellikle kendi kaynaklarına yatırım yaparak önemli riskler alırlar. Girişimciler sorunları çözmek veya ihtiyaçları benzersiz yollarla karşılamak için çabaladıkça, yaratıcılık ve yenilikçilik merkezi bir öneme sahiptir. Ayrıca girişimcilik, bir işi kurmak ve büyütme için güçlü liderlik ve yönetim becerileri gerektirir. Girişimciler uyum sağlayabilmeli, belirsizlikle başa

çıkabilmeli ve zorluklar karşısında dirençli olmalıdır. Sonuçta girişimcilik ekonomik büyümeyi sağlamayı ve toplumsal kalkınmaya katkıda bulunmayı amaçlamaktadır.

1.2.2. Temel Girişimcilik Özellikleri ve Girişimcilik Altyapısı

Teoride, girişimciliğin temel özelliklerinin, zihniyetinin ve motivasyon faktörlerinin neler olduğunu çeşitli girişimcilik teorileri aracılığıyla açıklayan bir yaklaşım vardır (Raimi, 2015):

- **Klasik iktisat teorisi:** Bu teori, girişimciliği, başta toprak, emek ve sermaye olmak üzere diğer tüm üretim faktörleri için bir katalizör ve itici güç olarak görür. Kâr elde etmek için mal üreterek veya yeniden satmak üzere mal satın alarak risk almayı ve belirsizliği yönetmeyi içeren girişimciliğin 'ekonomik işlevi'ni vurgular. Say, **yaratıcı ve anlayışlı bir bireyi, bir tahminciyi, bir yenilikçiyi, bir proje değerlendiricisini ve bir risk alıcıyı** tanımlamak için 'girişimci' terimini icat etti. Bu benzersiz nitelikler girişimcileri ekonomik teorinin merkezine yerleştirir. Sürdürülebilir ekonomik büyüme girişimcilerin varlığına bağlıdır.
- **Neo-klasik ekonomi teorisi:** Neo-klasik teori, piyasa sistemindeki girişimciliğin temel itici güçleri olarak **bilgiyi, yeniliği ve yaratıcılığı** öne çıkarır. Bu unsurlar bir araya geldiğinde, ekonomiyi statik bir dengeden ekonomik büyümeyi teşvik eden daha ileri bir aşamaya geçirmeyi amaçlayan yeni ürünlerin, süreçlerin, teknolojilerin, pazarların ve işletmelerin geliştirilmesine yol açarlar. Bu dinamik süreç 'Schumpeter'in yaratıcı yıkımı' olarak biliniyor.
- **Kirzner'in teorisi:** Neo-klasik yaratıcı yıkım teorisinin aksine Kirzner'in teorisi farklı bir yaklaşım benimsiyor. Girişimciliği '**uyanıklık**' veya **bilişsel potansiyelle**, yani piyasadaki ekonomik fırsatları tanıma ve bunlardan yararlanma yeteneğiyle eşitler. Kârlar veya finansal getiriler, girişimcilerin sergilediği bu özenli uyanıklığın ödülü olarak görülüyor.
- **Fırsat temelli teori:** Peter Drucker ve Howard Stevenson, Kirzner'in uyanıklık kavramını ve Schumpeter'in yaratıcı yıkımını fırsat temelli teoriye dönüştürdüler. Drucker, girişimcilerin sadece çevre içinde değişen fırsatlardan yararlandıklarını öne sürerken Stevenson, girişimcilerin, onları piyasa sistemindeki diğerlerinden ayıran bir özellik olan beceriklilikleri nedeniyle ekonomik fırsatları yakalama konusunda benzersiz bir konuma sahip olduklarını vurguladı.

- **İnsan sermayesi teorisi:** Teori temel olarak Schultz'un girişimciyi deneyim ve beceriler yoluyla toplumsal değişimi yönlendiren bir tür insan sermayesi olarak nitelendiren çalışmasına dayanmaktadır. Ekonomik büyüme, girişimcilik faaliyetleri ve teknolojik ilerleme için **eğitim, öğretim, beceri edinimi ve kapasite geliştirmenin** gerekli olduğunu savunur. Sonuç olarak, insan sermayesine yatırım yapmak verimliliği artırmak için değerli bir yatırım olarak görülüyor.
- **Kişilik özelliği teorisi:** Bu psikolojik teori, bazı bireylerin girişimci çabalarda başarılı olmalarını sağlayan doğuştan gelen özelliklere veya niteliklere sahip olduğunu öne sürer. Başarılı girişimciler olabilmek için **iyimserlik, zihinsel enerji, fırsat farkındalığı, yaratıcılık ve yenilikçilik, yönetim becerileri, iş zekası, sıkı çalışma, dürüstlük, vizyoner liderlik, rekabetçilik ve sürekli iyileştirme gayreti** gibi özelliklerin taklit edilmesi, örnek alınması veya öğrenilmesi gerekir.
- **Kontrol odağı teorisi:** Bu psikolojik teori, girişimcilik faaliyetlerindeki başarı veya başarısızlığın kişisel yeteneklerden (iç kontrol odağı) ve başkalarından alınan dış destek düzeyinden (dış kontrol odağı) etkilendiğini öne sürmektedir. İçsel kontrol odağı yüksek bireyler yaşam olaylarını kendi çıkarları doğrultusunda şekillendirebileceklerine inanırken, dışsal kontrol odaklı bireyler şans, kader gibi insanın kontrolü dışındaki dış güçlerin yaşam olaylarını yönlendirdiğine inanırlar.
- **Başarı ihtiyacı teorisi:** Bu teori, başarı ihtiyacı ile girişimcilik faaliyetleri yoluyla ekonomik kalkınma arasındaki ilişkiyi vurgular. Başarı ihtiyacından kaynaklanan girişimcilik çabalarının ekonomik büyümeye katkıda bulunduğunu ileri sürmektedir. Tersine, bireyler başarı arzularından dolayı girişimcilik arzularını sürdürmeye motive olurlar.
- **Risk alma teorisi:** Teori, girişimciliği, **bireyleri fayda veya kayıpla sonuçlanabilecek orta düzeyde veya hesaplanmış riskler almaya teşvik eden bir zihniyet** olarak ele alır. Potansiyel fayda akışı, önemli risk ve sorumlulukların üstlenilmesi için bir ödül görevi görür. Bireyler öncelikle mevcut ekonomik fırsatlar nedeniyle girişimcilikle ilgili risklere girmektedir.
- **Sosyolojik teoriler:** Bu teoriler, girişimci olma arzusunun veya girişimci davranış ve iş odaklı eylemler sergileme arzusunun, bireyin sosyo-ekonomik, kültürel ve çevresel koşullarından

önemli ölçüde etkilendiğini göstermektedir. Esasen, hakim ekonomik koşullar ve sosyal kültürler, insanların tutum ve inançlarını şekillendirerek toplumda girişimciliği yönlendirir ve bu da daha sonra girişimcilik görüşlerini, davranışlarını ve algılarını etkiler. Akademisyenler girişimcilik üzerindeki bu sosyo-kültürel ve çevresel etkileri sosyal kalkınma yöntemi, Schumpeter etkisi ve çaresizlik/mülteci etkisi gibi kavramlarla açıklamışlardır.

- **Antropolojik teoriler:** Bu teoriler girişimciliğin ağırlıklı olarak dört kümede yoğunluğu değişen kültürel faktörlerden etkilendiğini öne sürmektedir: güç mesafesi, bireyselliğe karşı kolektivizm, erkekliğe karşı kadınsılık ve belirsizlikten kaçınma. Temelde kültürler, bazı kültürlerin doğal olarak yüksek bireysellik, düşük belirsizlikten kaçınma, düşük güç mesafesi ve girişimciliği motive eden yüksek erkeklik sergilediği farklı girişimcilik kümelerini teşvik eder.

Özetlemek gerekirse, girişimciler başarılarına yön veren bir dizi ayırt edici özelliğe ve benzersiz bir zihniyete sahiptir. Temel özellikler arasında yaratıcılık, yenilikçilik, dayanıklılık ve güçlü bir vizyon duygusu yer alır. Girişimciler fırsatları belirleme ve yakalama konusunda ustadırlar ve genellikle yüksek düzeyde iyimserlik ve zihinsel enerji gösterirler. Belirsizliği kucaklayan, zorlukların üstesinden gelmek için becerikliliklerinden ve yönetim becerilerinden yararlanan, risk alan kişilerdir. Rekabetçi bir ruh ve sürekli iyileştirme taahhüdü de yaklaşımlarının merkezinde yer alıyor. Proaktif bir tutum ve iç kontrol odağı ile karakterize edilen bu zihniyet, girişimcilerin çevrelerini etkilemelerine ve hedeflerine ulaşmalarına olanak tanır ve sonuçta ekonomik büyümeye ve toplumsal ilerlemeye katkıda bulunur.

1.3. Girişimcilikte Roller ve Sorumluluklar

Girişimcilikte roller ve sorumluluklar çeşitlidir ve başarı için kritik öneme sahiptir. Girişimciler genellikle yenilikçi çözümler aracılığıyla iş fırsatlarını belirler ve yakalar. Riskler üstlenirler ve girişimlerini kurmak ve büyütmek için finans, personel ve zaman gibi kaynakları yönetirler. Girişimciler hedefler belirledikleri ve bu hedeflere ulaşmak için yöntemler geliştirdikleri için stratejik planlama ve karar verme temel sorumluluklardır. Üretken ve dinamik bir çalışma ortamını teşvik ederek ekipleri yönetir ve motive ederler. Ayrıca girişimcilerin değişen piyasa koşullarına ve müşteri ihtiyaçlarına uyum sağlamaları ve işletmelerinin rekabetçi kalmasını sağlamaları gerekmektedir. Sonuçta ekonomik büyümeyi teşvik ederler ve girişimci çabalarıyla toplumsal ilerlemeye katkıda bulunurlar.

1.3.1. İşletme Sahipleri ve Çalışanları Olarak

İşletme sahipleri, çalışanların işletmeyi başarıya doğru sürüklediği gerçeğiyle karşı karşıya kaldı. Bu nedenle takip edilecek kilometre taşlarını aşağıdaki şekilde tanımladılar (Raghava, 2021):

Organizasyon içinde dostane bir işyeri kültürü yaratmak – Girişimciler, çalışanlarını ortak olarak görür ve bizim için inanılmaz derecede önemlidir. Müşterilerin gelir elde etmesi gibi, çalışanlar da şirketin büyümesine ve sürdürülebilirliğine katkıda bulunur. Bunu yapabilmek için girişimcilerin destekleyici, aile odaklı bir kültür geliştirmesi önemlidir. Aşırı baskı ve stresin iş için en iyi motive edici faktörler olmadığı sonucuna varılmıştır. Bilgi çalışanlarına saygı ve nezaketle davranılmalı, fikirleri ve katkıları takdir edilmeli ve bunu yaparken onlara yardımcı olunmalıdır. İstihdam edilenler, işleri yapmanın daha iyi ve daha etkili yollarını önerebilecek en iyi kişilerdi. Sonuç olarak, iş yerimizin gerçekten samimi bir atmosfere sahip olmasını garanti altına alacak sistemlerin kurulması şarttır. Dostça bir işyeri kültürü oluşturmak için yapılabilecek uygulamalardan bazıları; tüm çalışanların yöneticilerin ofislerine girebildiği açık ofis, rastgele çalışanlarla düzenli (haftada bir kez) açık ev, ekip gezileri, yıllık gün kutlamalarıdır. Birkaç haftaya yayılan birikim, danışmanlık hizmetleri, ekip çalışması ve paylaşım kültürü, insanların bilgi ve deneyimlerini paylaşmalarının teşvik edilmesi vb. çalışanlarla samimi olmak, işlerine ilgi göstermek ve onların önerileri doğrultusunda hareket etmek - bunların hepsi çok önemliydi ve hepsi hiçbir masraf gerektirmeden gerçekleşti.

Sürekli eğitim yoluyla operasyonel mükemmelliği ve büyümeyi sürdürmek – Girişimciler bilgi alanında çalışırlar. Bilgiyle uğraşan işletmeler, çalışanların mevcut düzeyde alan, beceri ve kişilik

gelişimi bilgisini sürdürdüğü bir prosedüre ihtiyaç duyar. Tüm girişimcilerin, ekipler arasında bilgi alışverişini teşvik eden prosedürleri uygulayarak öğrenen bir organizasyon oluşturmak için çaba göstermesi gerekir. Çalışanlar, ister genel ister kendi çalışma alanlarına özel olsun, çevrimiçi kurslara kaydolmaya ve daha fazla yeterlilik belgesi almaya motive edilmelidir. Girişimcinin vurgulaması gereken öncelikli değer, her çalışanın kişisel gelişimidir.

Sorumlu ve etik bir kurumsal vatandaş olmak – Girişimciler her zaman iyi bir kurumsal vatandaş olmak ve büyüklükleri göz önüne alındığında topluma verebildikleri kadarını vermek için çaba harcamalıdır. Bu, finansal kaynakların kullanılması anlamına mı geliyordu (hem bireysel hem de şirket olarak katkıda bulunabilecekleri birçok doğal afette olduğu gibi) ya da çalışanların topluma hizmet eden faaliyetlere katılmak üzere izin almalarına izin verilmesi anlamına geliyordu. İş yapan kişinin (bizim örneğimizde bilgi çalışanının) bir süreci nasıl geliştireceğini veya daha iyi hizmet sunacağını gerçekten anlaması önemlidir ve bu nedenle onlara şirketi önemli ölçüde etkileme şansı verilmelidir. Bu katkı takdir edilmeli ve ödüllendirilmelidir.

Dostça bir işyeri kültürü oluşturmak, bir şirketin büyümesi ve sürdürülebilirliği için çok önemlidir. Girişimciler, çalışanlarını ortakları olarak görmeli ve onlara saygı, nezaket ve takdirle davranmalıdır. Aşırı baskı ve stres etkili motivasyon kaynakları değildir; bunun yerine destekleyici, aile odaklı bir ortamın teşvik edilmesi çok önemlidir. Açık ofisler, düzenli açık toplantılar, ekip gezileri, ekip çalışması ve bilgi paylaşımı kültürü gibi uygulamalar bunun başarılmasına yardımcı olabilir. Girişimciler, çalışanlara karşı samimi davranarak, onların işlerine ilgi göstererek ve onların tavsiyelerine göre hareket ederek üretkenliği ve yenilikçiliği artıran gerçekten samimi bir atmosfer yaratabilirler.

1.3.2. Örnek Olay İncelemeleri: Çeşitli Girişimcilik Yolculukları

Adi Dassler - Adidas

Günümüzün önde gelen markalarından bazıları mütevazı kökenlerle yola çıktı ve Adidas'ın kurucusu Adolf "Adi" Dassler bu yolculuğa örnek teşkil ediyor. Dassler ayakkabıcılık kariyerine Almanya'nın küçük bir Bavyera kasabasında annesinin tuvaletinde başladı. Burada sporcular için en iyi spor ayakkabıları yaratma hedefiyle ayakkabı tasarlamaya ve üretmeye başladı. O zamanlar çok sayıda ayakkabıcı olmasına rağmen Dassler, sporculardan ayakkabı tercihleri, sıkıntılı noktalar ve ilk tasarımlarıyla ilgili görüşler hakkında geri bildirimler alarak öne çıktı. Bu değerli geri bildirim, Dassler'in son derece saygın bir atletik ayakkabı geliştirmesini sağladı ve 1949 yılında 49 yaşındayken

"Adi Dassler Adidas Sportschuhfabrik"i tescil ettirerek güvenilirlik sağladı. Aynı yıl, ikonik Adidas üç şeritli ilk ayakkabı tescil edildi. Dassler'in sporcular için üstün ayakkabılar üretme vizyonu, 1954'te Alman milli futbol takımının Adidas kramponları giyen Macaristan'a karşı Dünya Kupası finalini kazanmasıyla doğrulandı. Adidas'ın web sitesi, bu olağanüstü zaferin dünya çapında onlarca yıldır yankı bulduğunu, Adidas'ı ve kurucusunu futbolun önde gelen isimleri olarak güçlendirdiğini belirtiyor. O günden bu yana Adidas, yüksek kaliteli atletik giyimiyle tanınan küresel bir markaya dönüştü. Dassler'in hikayesi, müşterilerin isteklerini, ihtiyaçlarını ve zorluklarını dinlemenin önemini altını çiziyor. Adidas'ın web sitesinde "Adi Dassler'in başarının anahtarı kişisel bir dokunuş içeriyordu: Sporcularla etkileşimde bulundu, dikkatle dinledi ve onların ihtiyaçlarını karşılamak için sürekli iyileştirmeler veya yenilikler aradı", diyor Adidas'ın web sitesi. "En başından beri, en iyi sporcular Adidas'a ve kurucusuna güvendi".

Steve Jobs - Apple

Steve Jobs, başarılı girişimcileri şekillendiren biçimlendirici deneyimlerin ve engellerin altını çiziyor. Sınırlı kaynaklarla veya zor koşullar altında büyümek çoğu zaman girişimcilik için önemli özellikler olan dayanıklılık ve becerikliliği geliştirir. Örneğin, finansal kısıtlamalar yenilikçi düşünceyi ve etkili başlangıç stratejilerini yönlendirebilir. Benzer şekilde, kişisel zorluklar veya geçmişteki başarısızlıklar, azim ve uyum sağlama konusunda kritik dersler verir. Bu erken zorluklar, girişimcilik içgüdülerinin ve belirsizlikle başa çıkma yeteneğinin geliştirilmesinde etkilidir. Bu deneyimleri öğrenme fırsatları olarak gören girişimciler, girişimlerinde ilerlemelerini sağlayan farklı bir bakış açısı kazanırlar. Dinamik teknoloji endüstrisinde Apple, sürekli inovasyonuyla ünlüdür. Şirketin başarısı, sürekli iyileştirmeye ve ileriye düşünmeye odaklanan girişimci bir zihniyete dayanmaktadır. Apple, çığır açan teknolojileri benimsiyor, sektör normlarına meydan okuyor ve kullanıcı odaklı tasarıma öncelik veriyor. Yaratıcılık ve risk alma kültürünü teşvik ederek pazarları yeniden tanımlayan dönüştürücü ürünler sundular. Girişimciler trendlerin önünde kalarak, değişimi benimseyerek ve kullanıcı deneyimine öncelik vererek Apple'ın yaklaşımından öğrenebilirler. Başarı çevikliği, büyük düşünmeyi ve olasılıkların sınırlarını sürekli zorlamayı gerektirir.

Ole Christiansen - Lego

Lego, 20. yüzyılın başlarında Ole Christiansen tarafından ahşap oyuncak üreticisi olarak kuruldu. Yıkıcı bir atölye yangınının ardından şirket, odağını yalnızca plastik oyuncaklara kaydırды ve 1950'lerde artık

ünlü olan Lego tuğlasını piyasaya sürdü. Ole ve oğlu Godtfried tarafından patenti alınan bu birbirine kenetlenen tuğlalar, Lego'nun yenilikçi oyun sisteminin temelini oluşturdu. Lego, 1980'lerde ve 1990'ların başında önemli bir büyüme yaşadı. Çok yönlü Lego parçası, sonsuz yaratıcı olanakları nedeniyle hem çocukların hem de yetişkinlerin hayran olduğu evlerin vazgeçilmezi haline geldi. Şirketin başarısı tema parklarına, video oyunlarına, TV şovlarına ve giyim ve saat gibi ürünlere genişleyerek daha da arttı. Lego'nun çeşitli ürünlere yayılması, Lego tuğla şekillerinin ve renklerinin sayısında artışa yol açtı. Bu, Lego deneyimini genişletirken aynı zamanda üretim ve tedarik zinciri yönetiminde artan karmaşıklıkları ve maliyetleri de beraberinde getirdi. 1990'ların sonlarında artan rekabet ve endüstride dış kaynak kullanımıyla karşı karşıya kalan Lego, mali zorluklarla karşılaştı. Jorgen Knudstorp liderliğindeki Lego'nun geri dönüş stratejisi, kurumsal yeniden yapılanma ve stratejik yeniden yönlendirmenin örnek bir örneği olarak hizmet ediyor. Artan mali kayıplar ve operasyonel verimsizliklerle karşı karşıya kalan Knudstorp ve ekibi, kârlılığı yeniden sağlamak ve uzun vadeli başarıyı güvence altına almak için kapsamlı bir yaklaşım geliştirdi ve uyguladı.

Jack Ma – AliExpress

Jack Ma, Çin tarihinin en etkili girişimcilerinden biri olarak öne çıkıyor. Karizması ve ileri görüşlü yaklaşımı küresel çapta ilgi topladı. Peki bir İngilizce öğretmeni nasıl Çin'in en iyi iş liderlerinden biri haline geldi? Bu yeni mezunlar serisinde, çoğu şu anda tek boynuzlu at şirketlerini (değeri 1 milyar dolar veya daha fazla olan özel şirketler) yöneten CKGSB'nin en etkili mezunlarını ön plana çıkarıyoruz. Dünyanın milyar dolarlık özel şirketlerine ilişkin güncel bilgilerin önde gelen platformu CB Insights'a göre Çin, 2017'den 2021'e kadar 217 tek boynuzlu şirket üretti. Bu şirketlerin 39'unun (%18) CKGSB mezunları yönetiyor. Buna CKGSB mezunları tarafından kurulan veya ortak kurulan 35 şirket ve mezunların başkan, CEO veya başkan gibi roller üstlendiği 4 şirket dahildir. 1999 yılında Jack Ma, Alibaba'yı kurmak için memleketi Hangzhou'ya döndü. 18 arkadaşla ortak bir dairede başlayan bu girişim, sonunda e-ticaret ortamını dönüştürecek. Jack Ma'nın Alibaba'ya yönelik iş modeli hem basit hem de çığır açıcıydı. Alibaba, alıcılardan ücret almak yerine satıcılara üyelik ücreti uygulayarak çok sayıda küçük ve orta ölçekli işletmenin gelişmesine olanak sağladı. Çin'de istikrarlı bir işletmeler arası (B2B) pazar kurduktan sonra Ma, odağını müşteriden müşteriye (C2C) pazara kaydırды. 2003 yılında, girişimcilerin ve küçük işletmelerin Çinli tüketicilere ulaşması için bir platform sağlayan bir Alibaba yan kuruluşu olan Taobao'yu kurdu. Taobao, işlem ücreti almayarak, bunun yerine çevrimiçi reklamlardan gelir elde ederek eBay gibi rakiplerini geride bıraktı. Alibaba'nın büyümesi hızlı oldu.

2003 yılında çevrimiçi ödemelerdeki potansiyeli fark eden Ma, üçüncü taraf bir ödeme hizmeti olan Alipay'i kurdu. 2005 yılına gelindiğinde Yahoo, Alibaba'nın %40 hissesini satın aldı ve 2007 yılında şirket, Hong Kong'daki ilk halka arzında 1,7 milyar ABD doları topladı. 2007 yılına gelindiğinde Taobao %67 pazar payı elde etti ve tek boynuzlu at statüsünü güvence altına aldı. Alibaba'nın Eylül 2014'teki halka arzı, 21,8 milyar ABD doları toplayarak ABD tarihindeki en büyük halka arz oldu. Bu süre zarfında Alipay, Ant Group olarak yeniden markalandı ve bir milyardan fazla kullanıcıya hizmet veren Çin'in en büyük dijital ödeme ve para piyasası şirketi haline geldi. Alibaba, 2020 yılında Çin'deki COVID-19 salgınıyla mücadeleyi desteklemek için 3 milyar RMB katkıda bulundu. Ayrıca Jack Ma Vakfı, Alibaba Vakfı ile birlikte test kitleri ve yüz maskeleri de dahil olmak üzere salgın önleme malzemeleri için 200 milyon RMB bağışladı. Forbes, Jack Ma'yı 2020'de Çin'in en hayırsever girişimcisi olarak tanıdı.

1.4. İnteraktif Tartışma Kuralları

Aşağıdaki bölümlerde girişimciliğe ilişkin yapılandırılmış sınıf tartışması ve grup etkinliklerine yönelik talimatlar sunulacaktır.

1.4.1. Yapılandırılmış Sınıf Tartışma Konuları

Öğrencileri üç gruba ayırın ve onlara tartışmanın nasıl yürütüleceği talimatlarını verin. İki grup katılımcıları tartışacak. Tartışmanın ardından takımlar bir tur daha tutumlarını daha genel bir şekilde sonuç konuşması olarak savunmaya devam edecekler. Üçüncü grup ise seçmenlerden oluşacak ve girişimci girişim kurma konusundaki tartışmayı hangi grubun kazanacağına oy çokluğuyla karar verecekler.

Adım 1: İki grup öğrenciye, girişimcilik girişiminin ve kariyer olarak girişimciliğin olumlu ve olumsuz argümanlarının bir listesini yazmaları için 10 dakika verin. Bir grup lehte argümanlar yazmalı, ikinci grup ise aleyhte argümanlar yazmalıdır.

Adım 2: İki takım argümanlarını kimin sunacağını seçecek. Diğer ekip üyeleri daha katılımcı ve organize bir sınıf tartışması için farklı bakış açıları ve öneriler sunacaklardır.

Adım 3: Grup görüşü sunumu

Birinci Takım - 10 Dakika - Girişimci girişimin "olumlu/olumlu" veya "Argümanlarının" sunumu

İkinci Takım - 10 Dakika - Girişimci girişime "Olumsuz/Olumsuz" veya "Aleyhte Argümanlar" sunumu

Adım 4: Takımların Tartışma Dönemi - 5 Dakika

Bu süre, takımların karşı takımın belirttiği argümanlara cevaplarını hazırlamaları için kullanılır.

Adım 5: Karşı grubun argümanlarına grup yanıtı

Birinci Takım - 5 Dakika - Girişimci girişimin "olumlu/olumlu" veya "Argümanları"nın yanıtı veya çürütülmesi

İkinci Takım - 5 Dakika - Girişimci girişimin "Olumlu/olumsuz" veya "Karşı argümanlar"a yanıtı veya çürütülmesi

Adım 6: Tüm Grupların Tartışması – 5 dakika

Tartışmanın sonunda her iki grup da kendi görüş ve argümanlarının neden kazanması gerektiğiyle ilgili son açıklamalarda bulunacak. Girişimci girişim ve kariyer olarak girişimcilik hakkında daha genel bir şekilde konuşacaklar.

Adım 7: Hangi takımın en ikna edici argümanları sağladığını belirlemek için üçüncü öğrenci grubu oy kullanacak. 10 dakika

Eğitmenler (eğitimciler) için ipuçları:

- Öğrencilere, sınıftaki tartışmaların amacının kimin kazanıp kimin kaybettiğini belirlemek değil, daha ziyade bir ekibin kendi durumunu ne kadar iyi hazırladığını ve girişimci bir girişimin karşıt bakış açısını destekleyen potansiyel destekçilere nasıl sunduğunu belirlemek olduğunu söyleyin.
- Öğrencilerin tartışmaya hazırlanmalarına yardımcı olacak kurallar ve yönergeler oluşturun.
- Tartışmaya hazırlanmaları için onlara bir süre tanıyın ve kanıtlarını nasıl sunmaları gerektiğini belirtin.
- Tartışma yapmayan öğrencilerin, meslektaşlarının performanslarını objektif bir şekilde nasıl

değerlendireceklerini öğretmek amacıyla hakem olarak görev yapmalarına izin verin.

- Münazaraya katılmayan öğrencilerin oy kullanıp kullanamayacağına karar verin.
- Öğrencilerin, tartışmalar ve tartışmaların nasıl yapılandırıldığı hakkında onlara bilgi verecek materyallere erişmelerini sağlayın.
- Öğrencilerin prosedürü anlamalarına yardımcı olmak için bir girişimciye ev sahipliği yapmayı düşünün.
- Öğrencilere, münazara süreci hakkında ne hissettiklerini ve ekiplerinin konular üzerinde nasıl bir anlaşmaya varabildiğini kapsayan kısa "pozisyon belgeleri" yazma görevi vermek iyi bir fikir olabilir.
- Canlı ve enerjik sınıf tartışmalarını teşvik etmek için başarılı girişimcilerin tartışmalı, trend ve düşündürücü vakalarını araştırın. Öğrenciler ilgili olabilecekleri bir konuyu tartıştıklarında samimi olma olasılıkları daha yüksektir.
- Tartışma gününde önceden belirlenen tartışma prosedürünü gözden geçirin ve gerekli tüm araştırmaları veya açıklamaları yapın.
- Tartışma başlamadan önce derecelendirme başlıklarını hazırlayın ve seçmenlerden oluşan üçüncü gruba verin.
- Tartışmaya başladığınızda çocuklara mümkün olduğunca fazla özgürlük tanıyın.
- Tartışmanın ardından sınıf tartışmasını yönetin ve süreç hakkında bilgilendirme yapın.
- Tartışma "kızışır" ve öğrenciler tartışmak yerine tartışmaya başlarsa, bir yedek plan hazırlayın.

1.4.2. Grup Etkinlikleri ve Düşünme Egzersizleri

Sınıf moderatörü öğrencilerin girişimci girişim ve girişimci zihniyeti hakkındaki tartışmalarını organize etmelidir.

Her öğrenciye yukarıda sunulan yansıtıcı soruları içeren bir kağıt verilmeli ve tüm yanıtlar için kavram notları yazılmalıdır.

Bir sonraki adımda öğrenciler her soruyla ilgili görüşlerini belirtmelidir.

Sınıf moderatörü not almalı ve oturumun sonunda son açıklamalarda bulunmalıdır.

Öğrenciler ve sınıf moderatörü tarafından tartışılacak sorular:

1. Bir vizyon veya fikir hakkında tutkulu hissettiğiniz bir zamanı düşünün. Bu tutku eylemlerinizi

- ve kararlarınızı nasıl etkiledi ve başarınız veya büyümeniz üzerinde ne gibi bir etkisi oldu?
2. Bir sorunu çözmek veya bir ihtiyacı (yani pazar ihtiyacını) karşılamak için yeniliği benimsediğiniz bir durumu düşünün. Sınırları zorlama ve benzersiz çözümler arama isteğiniz sonucu nasıl etkiledi ve bu deneyimden hangi dersleri öğrendiniz?
 3. Bazı kişilerin (yani müşterilerin) ihtiyaçlarını onlar daha farkına bile varmadan başarıyla öngördüğünüz ve karşıladığınız bir örneği düşünün. Bu müşteri odaklı yaklaşım müşteriyle ilişkinizi ve ürün veya hizmetinizin genel başarısını nasıl etkiledi?
 4. Öğrencinizin yolculuğunda (yani girişimcilik yolculuğunda) yaşadığınız önemli bir başarısızlığı düşünün. Bu başarısızlığı nasıl bir öğrenme fırsatına dönüştürdünüz ve bu durum sonraki stratejilerinizi ve sonuçlarınızı nasıl etkiledi?
 5. Yetenekli bir ekibi kurduğunuz veya bu ekibin parçası olduğunuz zamanı düşünün. Ekip üyelerinin farklı becerileri ve tutkuları işbirliğine ve yeniliğe nasıl katkıda bulundu ve bunun hedeflerinize ulaşmada nasıl bir etkisi oldu?
 6. Karmaşık bir ürün veya hizmeti daha erişilebilir hale getirmek için basitleştirdiğiniz bir örneği hatırlayın. Bu basitleştirme, kullanıcı tabanınızı ve genel başarınızı nasıl etkiledi ve bu süreçte hangi zorluklarla karşılaştınız?
 7. Mükemmelliğin peşinde koştuğunuz ve işinizde sıradanlıkla yetinmeyi reddettiğiniz bir zamanı düşünün. Bu aralıksız mükemmellik arayışı sürekli iyileştirmeye nasıl yol açtı ve bu kadar yüksek standartları korumanın sonuçları veya faydaları nelerdi?

2. Daha Yeşil Bir Gezegen için Girişimcilik

2.1. Genel Bakış

Bu modül, girişimciliğin sürdürülebilirliğe, doğal çevreye duyarlı olmaya ve iklim değişikliğiyle mücadeleye nasıl katkıda bulunabileceğine dair teknik ve uygulamaları içermektedir.

Modern tarihin başka hiçbir döneminde çevresel zorluklar bu kadar yoğun olmamıştı. Ortam krizde. İklim değişikliği, doğal kaynakların tükenmesi, çölleşme, biyoçeşitliliğin kaybı ve su kaynaklarının kirlenmesine ilişkin giderek artan küresel kaygılar, "kalkınma mı çevre mi" ikilemini yeni bir temele oturtuyor. Çevrenin korunması, Avrupa ve küresel politikaların öncelikleri arasındadır ve aynı zamanda sürdürülebilir kalkınmaya yönelik çoğu ulusal politikanın formüle edilmesinde de önemli bir

rol oynamaktadır.

Bu girişim, çevresel boşluklardan, pazar başarısızlıklarından veya pazar fırsatlarından kaynaklanan girişimcilik fırsatlarının yaratılması ve kullanılmasıyla ilgilenen çok düzeyli bir süreç olarak tanımlanabilir. Ekolojik sorunlara girişimci çözümler sunma fikri, sırasıyla toplum ve çevre için ekonomik ve ekonomik olmayan avantajlar yaratan ekonomik ve çevresel değer yaratır. Sürdürülebilir girişimcilerin kâr, toplumsal fayda ve çevre koruma yörüngesinde faaliyet gösterdiği söylenebilir.

Sürdürülebilir girişimcilik konusunda yapılan çalışmalar esas olarak eko-sektörde faaliyet gösteren yeni kurulan şirketlerin ve küçük işletmelerin karşılaştığı zorluklara odaklanmıştır. Örneğin eko-girişimciler, ekonomik finansman alan büyük işletmelerle karşılaştırıldığında dikkate değer ölçüde inovasyon zorluklarıyla karşı karşıyadır (Demirel ve diğerleri, 2019; Schick ve diğerleri, 2002).

Böylece öğrenciler bu modül aracılığıyla çevre etiğini iş dünyasına entegre etmeyi hedefleyen sürdürülebilir bir işletmenin nasıl kurulacağını ve yönetileceğini öğreneceklerdir.

Öğrenme Hedefleri

Bu modelin sonunda, öğrenciler:

- ✓ Yıllar içinde gelişen sürdürülebilirliği tanımlayabilecek.
- ✓ Çeşitli ekolojik sorunları farklı açılardan inceleyerek komplikasyonlarını kavrayabilecek.
- ✓ Yeşil işletme girişimleri aracılığıyla çözülebilecek kritik ekolojik sorunları tanımlamayı öğrenebilecek.
- ✓ İlerlemenin ele alınmasında girişimciliğin rolünün farkına varacak.
- ✓ İş araçlarını ve becerilerini stratejiye uygulayabilecek ve yeşil girişimcilik projelerini uygulayabilecek.
- ✓ Toplumsal sorunlara yenilikçi çözümler geliştirmek için yaratıcı düşünceleri teşvik edilecek.
- ✓ Okuldaki öğrenmeyi gerçek konulara yönlendirmede pratik deneyim sağlayan projelere katılmaya istekli olacak.
- ✓ Gruplar ve ortaklar içinde işbirliği yapma yetenekleri artacak.

2.2. İş Hayatında Sürdürülebilirlik

Girişimcilik

Girişimci, ilk fikri alıp onun etrafında bir iş geliştiren, işi yürüten, başarı veya başarısızlık riskini üstlenen kişi olarak tanımlanır. Bazı yorumcular, bir işletmeyi kuran ve yöneten herkesi kapsayan daha geniş bir tanım önerirken, bazıları da girişimcinin belirli bir alanda yenilik yapan ve liderlik eden kişi olduğunu öne sürüyor. Kârın bireyleri veya toplulukları sömüren veya onlara zarar veren uygulamalar aracılığıyla elde edilmesi durumunda, kâr peşinde koşmanın ve biriktirmenin etik ilke ve değerlerle uyumlu olup olmadığı konusunda etik kaygılar ortaya çıkar. Yeşil girişimciler iki boyuta göre dört geniş türe ayrılabilir: Kâr peşinde koşmaya karşı sosyal misyon ve yeni girişimlere karşı yerleşik firmalar. Her tür yeşil girişimcinin farklı teşvikleri ve istenen sonuçları vardır (Nikolaou, vd., 2018).

Sürdürülebilirlik

Sürdürülebilirlik bir kavram olarak çeşitli çevresel, sosyal ve ekonomik zorluklara yanıt olarak gelişmiştir. İlk İnsan Toplulukları, geleneksel toplumlar sıklıkla, doğal kaynaklara yenilenmelerine izin verecek şekilde güvenerek, zorunluluktan dolayı sürdürülebilir yaşamı uyguladılar. Avcılık ve toplayıcılık, ürün rotasyonu ve su tasarrufu gibi uygulamalar yaygındı. Geniş orman arazileri tarım için kullanılmış veya yerleşim yerleri oluşturmak için açılmıştır. Ormanlar bozuldu ve değiştirildi. Enerji kaynağı olarak yoğun kullanım ve inşaat amaçlı çöp atma, eski ormanları tamamen ortadan kaldırmıştı. Ağaçlar onlarca yıldır onarılmadan kesiliyordu.

Ormancılıkta sürdürülebilirlik kavramını kapsamlı bir şekilde formüle eden ilk kişi Hans Carl von Carlowitz'di. 1713 yılında yerli ağaçların yetiştirilmesiyle ilgili bir rehber, o zamanın orman yönetimi bilgilerinin bir derlemesi olan ünlü “Sylvicultura Oeconomika” makalesini yazdı. Neredeyse 300 yıl önce Leipzig'de yayımlandı.

Carlowitz ahşabın dikkatli kullanılmasını önerdi. Ahşabı “günlük ekmek kadar önemli” olarak tanımladı. Kereste eksikliğine uzun vadeli bir çözüm sağlamak amacıyla pratik öneriler, faydalı ağaç çeşitlerinin tanımlarıyla birleştirildi. Ağaç dikmek, büyütme ve hasat etmek arasında bir denge kurulabileceğini ve bunun faydalarından sürekli olarak yararlanılabileceğini fark etti.

Sanayi Devrimi, hızlı ekonomik büyümeye yol açan, aynı zamanda çevresel bozulma ve sosyal eşitsizliklere yol açan sanayileşme ve kentleşmeye doğru önemli bir değişime işaret etti. Fosil

yakıtların artan kullanımı, ormansızlaşma ve kirlilik büyük endişeler haline geldi.

Koruma hareketi (19. yüzyılın sonlarından 20. yüzyılın başlarına kadar) doğal kaynakların tükenmesine ve biyolojik çeşitlilik kaybına tepki olarak ortaya çıktı. Çevre korumacılar vahşi alanların, milli parkların ve yaban hayatı habitatlarının korunmasını savunurken, Çevre Hareketi 20. yüzyılın ortalarında kirlilik, habitat tahribatı ve halk sağlığına ilişkin endişelerin körüklediği ivme kazandı. Rachel Carson'un "Sessiz Bahar" (1962) kitabının yayınlanması ve 1970 yılındaki ilk Dünya Günü gibi önemli olaylar, çevre sorunları hakkında farkındalığın artmasına yardımcı oldu.

Sürdürülebilir kalkınma kavramı, 20. yüzyılın sonlarında Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu'nun 1987 yılında Brundtland Raporu'nu yayınlamasıyla ön plana çıkmıştır. gelecek nesillerin kendi ihtiyaçlarını karşılamaları". Uluslararası Anlaşmalar ve Girişimler: Birleşmiş Milletler, Gündem 21'in kabul edilmesine ve Birleşmiş Milletler İklim Çerçeve Sözleşmesinin oluşturulmasına yol açan Rio de Janeiro'daki Dünya Zirvesi (1992) gibi girişimler yoluyla sürdürülebilirliğin desteklenmesinde merkezi bir rol oynamıştır. Değişim (UNFCCC). Kyoto Protokolü (1997) ve Paris Anlaşması (2015) gibi daha sonraki anlaşmalar, iklim değişikliğini ele almayı ve küresel ölçekte sürdürülebilir kalkınmayı teşvik etmeyi amaçladı. Çevresel baskılar yoğunlaştıkça toplumlar daha sürdürülebilir bir yaşam tarzı arayışına giriyor. Yeşil ürün ve hizmetlere olan talep artıyor ve küresel pazarlar iklim dostu işletmeler ve teknolojiler arıyor. Örneğin, Paris Anlaşması, 2016 ile 2030 yılları arasında gelişmekte olan piyasalarda tahmini 23 trilyon ABD doları tutarında yatırım fırsatına yol açmıştır (IFC 2016).

Son yıllarda işletmelerin sürdürülebilirliği geliştirmede oynadıkları rol giderek daha fazla kabul görmeye başladı. Pek çok şirket, sera gazı emisyonlarını azaltma, kaynakları koruma ve toplumsal kalkınmayı destekleme taahhütleri de dahil olmak üzere kurumsal sosyal sorumluluk çabalarının bir parçası olarak sürdürülebilirlik uygulamalarını benimsemiştir.

Sürdürülebilirlik Bilimi ve Teknolojisindeki Gelişmeler: Bilim ve teknolojiye ileriye adımlar, sürdürülebilirlik anlayışımıza katkıda bulunmuş ve çevresel zorluklara yenilikçi çözümler sağlamıştır. Yenilenebilir enerji, yeşil kimya, sürdürülebilir tarım ve döngüsel ekonomi gibi alanlar, daha sürdürülebilir uygulamaları ve sistemleri teşvik etmek için ortaya çıktı.

Sürdürülebilirlik, tarih boyunca değişen sosyal, ekonomik ve çevresel bağlamlarla şekillenen, gelişen bir kavram olmuştur. Bugün, ekonomik refahı, sosyal eşitliği ve çevre yönetimini mevcut ve gelecek nesillerin yararına dengelemeyi amaçlayan bütünsel bir kalkınma yaklaşımını temsil etmektedir.

2.2.1. Sürdürülebilir Girişimciliğin İlkeleri

İşletmelerde sürdürülebilirlik, operasyonların gelecek nesillerin kendi ihtiyaçlarını karşılayabilme kabiliyetinden ödün vermeden, bugünün ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde yürütülmesi uygulamasını ifade etmektedir.

İş dünyasında sürdürülebilirliğin temel yönleri	
Çevresel Sürdürülebilirlik	Şeffaflık ve Hesap Verebilirlik
Sosyal Sürdürülebilirlik	Yenilik ve İşbirliği
Ekonomik Sürdürülebilirlik	Çalışan Güçlendirmesi ve Refahı
Paydaş Katılımı	Müşteri Bağlılığı ve Değer Yaratımı
Döngüsel Ekonomi	Mevzuata Uyum ve Risk Yönetimi

İşletmeler, kaynak tüketimini azaltarak, kirliliği ve atıkları en aza indirerek, enerji ve su tasarrufu yaparak ve biyolojik çeşitliliği koruyarak çevresel etkilerini en aza indirmeye çalışmaktadır. Bu, yenilenebilir enerji kaynaklarının benimsenmesini, yeşil teknolojilerin uygulanmasını ve tedarik zincirlerinin karbon emisyonlarını ve diğer çevresel kirleticileri en aza indirecek şekilde optimize edilmesini içerebilir.

İşletmeler toplum üzerindeki etkilerinin farkındadır ve çalışanlar, topluluklar ve diğer paydaşlar için olumlu sosyal sonuçlar yaratmaya çalışırlar. Bu, adil işgücü uygulamalarının sağlanmasını, çeşitliliğin ve katılımın teşvik edilmesini, yerel toplulukların desteklenmesini ve eğitim, sağlık hizmetleri ve sosyal refah programlarına yatırım yapılmasını içerebilir.

Sürdürülebilir işletmeler, hissedarlar, çalışanlar ve bir bütün olarak toplum için değer yaratırken uzun vadeli ekonomik sürdürülebilirliğe ulaşmayı amaçlar. Bu, kısa vadeli finansal hedefleri uzun vadeli stratejik hedeflerle dengelemeyi, yenilik ve büyüme fırsatlarına yatırım yapmayı ve riskleri ve dışsallıkları en aza indirirken pozitif getiri sağlayan iş modellerini benimsemeyi içerebilir.

Sürdürülebilir bir işletme, çalışanlar, müşteriler, tedarikçiler, yatırımcılar, hükümetler ve topluluklar dahil olmak üzere geniş bir yelpazedeki paydaşlarla aktif olarak etkileşime girer. Bu paydaşların ihtiyaçlarını, endişelerini ve beklentilerini anlamaya ve ele almaya, güven inşa etmeye ve karşılıklı yarar sağlayan ilişkileri geliştirmeye çalışırlar.

İşletmeler, malzemelerin yeniden kullanılmasını, geri dönüştürülmesini veya yaşam döngülerinin sonunda yeniden üretilmesini sağlayan ürünler, süreçler ve sistemler tasarlayarak israfı en aza

indirmeyi ve kaynak verimliliğini en üst düzeye çıkarmayı amaçlayan döngüsel ekonominin ilkelerini benimsiyor. Bu, ürünün yeniden tasarlanması, yeniden üretilmesi ve kapalı döngü geri dönüşümü gibi uygulamaların benimsenmesini içerebilir.

Sürdürülebilir işletmeler çevresel, sosyal ve ekonomik performansları konusunda şeffaftır, ilgili bilgileri paydaşlara açıklar ve eylemlerinden kendilerini sorumlu tutar. Bu, karbon emisyonları, enerji kullanımı, çeşitlilik ve katılım ölçümleri ve topluluk katılımı çabaları gibi temel sürdürülebilirlik ölçümlerinin raporlanmasını içerebilir.

İşletmeler sürdürülebilirliğin itici güçleri olarak yenilikçiliği ve işbirliğini benimsiyor. Sürdürülebilirliği teşvik eden yeni teknolojilerin, ürünlerin ve iş modellerinin araştırılmasına ve geliştirilmesine yatırım yaparlar ve karmaşık sürdürülebilirlik sorunlarını çözmek için diğer işletmeler, hükümetler, STK'lar ve akademik kurumlarla işbirliği yaparlar. Çevresel, sosyal ve ekonomik performansla ilgili yürürlükteki yasa, düzenleme ve standartlara uyarlar ve sürdürülebilirlik hususlarını risk yönetimi süreçlerine entegre ederler. Bu, çevresel ve sosyal etki değerlendirmelerinin yapılmasını, risklerin tanımlanmasını ve azaltılmasını ve endüstri standartlarına ve en iyi uygulamalara uygunluğun sağlanmasını içerebilir.

Sürdürülebilir bir işletme, çalışanlarının sağlığına, güvenliğine ve refahına öncelik verir ve bağlı ve motive çalışanların sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşmak için gerekli olduğunu kabul eder. Bu, mesleki gelişim fırsatları sağlamayı, iş-yaşam dengesini teşvik etmeyi ve kapsayıcılık, işbirliği ve yenilikçilik kültürünü teşvik etmeyi içerebilir.

Sürdürülebilir işletmeler, müşterilerinin sürdürülebilirlik tercihlerini ve önceliklerini anlamak için onlarla etkileşime geçer ve çevresel ve sosyal etkileri en aza indirirken değer sağlayan ürünler, hizmetler ve deneyimler yaratmak için yenilik yapar. Bu, sürdürülebilir tasarım ilkelerini birleştirmeyi, çevre dostu alternatifler sunmayı ve müşterileri sürdürülebilirliğin yararları konusunda eğitmeyi içerebilir.

İşletmeler, sürdürülebilirliği operasyonlarının tüm yönlerine entegre ederek paydaşlar için uzun vadeli değer yaratabilir, riskleri azaltabilir, itibarı artırabilir ve toplum ve gezegen için daha sürdürülebilir ve eşitlikçi bir geleceğe katkıda bulunabilir.

2.2.2. Çevre Etiği ve İşletme

İşletmelerde çevre etiği, şirketlerin çevreye karşı sahip olduğu ahlaki sorumlulukları ele alır.

İşletmelerin doğal dünyayı etkileyen kararlar alırken dikkate alması gereken etik hususları, ahlaki yükümlülükleri ve sorumlulukları kapsar. Çevre etiği ile iş dünyasının kesişimine ilişkin kilit noktalar arasında sürdürülebilirlik, sosyal sorumluluk, işbirliği, şeffaflık, çevre yönetimi, yenilikçilik ve yeşil teknolojiler yer almaktadır.

Çevre etiği ve iş	
Doğal Kaynaklar	Doğal Kaynaklar
Sosyal Sorumluluk	Sosyal Sorumluluk
Biyçeşitlilik	Biyçeşitlilik
Yenilik	Yenilik

İşletmeler, gelecek nesiller için çevreyi koruma ve koruma sorumluluğunun bilincinde olarak yönetim kavramını benimsemelidir. Bu, doğal kaynakların akılcıca yönetilmesini, kirliliğin ve israfın en aza indirilmesini ve biyolojik çeşitliliğin korunmasını, belirli bir faaliyetin potansiyel çevresel etkileri hakkında bilimsel belirsizliğin olduğu durumlarda önleyici tedbirlerin alınmasını ifade eden ihtiyatlılık ilkesini benimsemeyi içerir. Bu, işletmeleri faaliyetlerinin çevresel maliyetlerini içselleştirmeye ve daha temiz ve daha sürdürülebilir uygulamaları benimsemeye teşvik eder.

Birçok işletme, çevresel hedef ve taahhütleri içeren ve çevresel hususları kurumsal sosyal sorumluluk girişimlerine entegre eden Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS) girişimlerini benimser. Bu, sera gazı emisyonlarının azaltılmasını, su ve enerjinin korunmasını, atıkların en aza indirilmesini ve çevre koruma çabalarının desteklenmesini, yenilenebilir enerji projelerine yatırım yapılmasını içerebilir. KSS programları bir şirketin çevre etiğine olan bağlılığını gösterir.

İşletmeler, kuruluş içindeki çevresel riskleri ve fırsatları sistematik olarak tanımlamak, izlemek ve yönetmek için ISO 14001 gibi çevre yönetim sistemlerini (ÇYS) uygulamalıdır. Ayrıca, ürünlerin ve süreçlerin ham madde çıkarılmasından imhasına kadar çevresel etkilerini değerlendirmek için yaşam döngüsü değerlendirmeleri de yapmalıdırlar. Bu bilgi, iyileştirme fırsatlarını belirlemek ve daha sürdürülebilir seçimler yapmak için kullanılabilir.

Diğer işletmelerle, devlet kurumlarıyla, STK'larla ve akademik kurumlarla işbirliği, çevresel zorlukların toplu olarak ele alınmasını ve yerel, ulusal ve küresel düzeylerde çevrenin korunmasını ve sürdürülebilirliğini destekleyen politika ve düzenlemelerin teşvik edilmesini kolaylaştırır. Çevresel performans ve etkiler konusunda şeffaflık, ilgili bilgilerin paydaşlara açıklanması ve paydaşların bilinçli

kararlar almasına olanak sağlanması.

Çevre etiği, iş dünyasında yeniliği teşvik edebilir ve daha çevre dostu yeni teknolojilerin ve uygulamaların geliştirilmesine yol açabilir. Yeni teknolojilere ve uygulamalara yönelik inovasyona, araştırmaya ve geliştirmeye yatırım yapmak, çevresel etkileri azaltabilir ve sürdürülebilirliği teşvik edebilir. Bu, yenilenebilir enerji teknolojilerini, yeşil kimyayı, sürdürülebilir tarımı ve döngüsel ekonomi çözümlerini içerebilir. Çevre etiğine öncelik veren şirketler, çevre sorunlarına sürdürülebilir çözümler bulmak için yeşil teknolojilerin araştırma ve geliştirilmesine yatırım yapabilir veya diğer kuruluşlarla işbirliği yapabilir.

Çevresel performansta sürekli iyileştirme için çaba gösterin, iddialı hedefler ve hedefler belirleyin, ilerlemeyi izleyin ve çevre politikalarını, stratejilerini ve uygulamalarını düzenli olarak gözden geçirip güncelleyin. Şirketler, çevre etiğini ticari faaliyetlerine entegre ederek olumsuz çevresel etkileri en aza indirebilir, daha sürdürülebilir bir ekonomiye geçişe katkıda bulunabilir ve hem toplum hem de hissedarlar için uzun vadeli değer yaratabilir.

2.3. Yeşil İş Modelleri

Yeşil iş modelleri, ekonomik açıdan uygulanabilir olmakla birlikte çevresel sürdürülebilirliğe öncelik verecek şekilde tasarlanmıştır. Bu modeller, çevre dostu uygulamaları ürün tasarımı, üretim süreçleri, tedarik zinciri yönetimi ve müşteri katılımı dahil olmak üzere iş operasyonlarının çeşitli yönlerine entegre eder. Yeşil geçiş için özel sektör çabalarının yanı sıra hükümet politikaları da hayati önem taşıyor. Anderson (1998) iş sektörünü, tüketimi ve hükümet politikasını ekonomik sistemdeki ana güçler ve çevrenin korunması için belirleyici faktörler olarak tanımlamaktadır. Çevreye verilen zararın azaltılması, halk sağlığının güvence altına alınması, piyasaların geliştirilmesi ve daha yeşil teknolojiler ile hizmetlerin sağlanması için hükümet önlemlerinin alınması gerekmektedir. Bu politikalar doğru uygulansa bile yeni teknolojilerin geliştirilmesine yatırım yapmak başlangıç aşamasındaki işletmeler için pahalı ve riskli olabilir. Diğer alanlarda olduğu gibi, yeni yeşil teknolojilerin geliştirilmesini ve yayılmasını engelleyen piyasa başarısızlıklarının ele alınması için inovasyon politikası paketinden özel önlemler alınması gerekebilir.

Yeşil iş modelleri	
Döngüsel Ekonomi	Döngüsel Ekonomi
Ekonomiyi ve Ürünü Hizmet Olarak Paylaşmak	Ekonomiyi ve Ürünü Hizmet Olarak Paylaşmak
Sürdürülebilir Tedarik Zincirleri	Sürdürülebilir Tedarik Zincirleri
Enerji Verimliliği ve Yenilenebilir Enerji	Enerji Verimliliği ve Yenilenebilir Enerji

Döngüsel Ekonomi: İşletmeler, malzemelerin yeniden kullanılmasını, geri dönüştürülmesini veya yenilenmesini sağlayan ürün ve süreçler tasarlayarak israfı en aza indirmeyi ve kaynak verimliliğini en üst düzeye çıkarmayı amaçlayan döngüsel bir ekonomi modelini benimsiyor. Bu, geri dönüştürülmüş malzemelerden yapılmış ürünler sunmayı, kullanım ömrü sonundaki ürünler için geri alma programlarını uygulamayı veya ürünlerin ömrünü uzatmak için yeniden üretmeyi içerebilir.

Ekonomiyi ve Ürünü Hizmet Olarak Paylaşmak (PaaS): Şirketler ürünleri doğrudan satmak yerine, dayanıklılığı, onarılabilirliği ve yeniden kullanımı teşvik eden bir hizmet olarak sunar. Örneğin şirketler, hizmetin bir parçası olarak bakım ve iyileştirmeler sağlayarak müşterilere güneş panelleri, enerji tasarruflu cihazlar veya elektrikli araçlar kiralayabilir. Şirketler, bireyler veya işletmeler arasında mal ve hizmetlerin paylaşımını veya kiralınmasını kolaylaştırarak sahiplik ihtiyacını azaltır ve kaynak paylaşımını teşvik eder. Örnekler arasında araba paylaşım hizmetleri, bisiklet paylaşım programları ve

ortak çalışma alanları yer almaktadır.

Sürdürülebilir Tedarik Zincirleri: İşletmeler, malzemeleri çevre dostu tedarikçilerden temin ederek, nakliye emisyonlarını azaltarak ve atık ve kirliliği en aza indirerek tedarik zincirleri boyunca sürdürülebilirliğe öncelik veriyor. Bu, çevresel ve sosyal standartlara bağlı tedarikçilerle ortaklık kurmayı, sürdürülebilir paketleme çözümlerini uygulamayı ve karbon emisyonlarını azaltmak için lojistiği optimize etmeyi içerebilir.

Enerji Verimliliği ve Yenilenebilir Enerji: İşletmeler, karbon ayak izini ve enerji maliyetlerini azaltmak için enerji verimliliğini artırmaya ve yenilenebilir enerji kaynaklarına geçmeye odaklanıyor. Bu, LED aydınlatma ve akıllı bina sistemleri gibi enerji açısından verimli teknolojilere yatırım yapmayı ve güneş panelleri veya rüzgar türbinleri gibi yerinde yenilenebilir enerji üretimi kurmayı içerebilir.

Yeşil Ambalaj ve Atıkların Azaltılması: İşletmeler, çevresel etkiyi en aza indirmek için biyolojik olarak parçalanabilen malzemeler, kompostlaştırılabilir ambalajlar veya yeniden kullanılabilir kaplar gibi sürdürülebilir ambalajlama çözümlerini benimsiyor. Ayrıca atık depolama alanlarına gönderilen atıkları en aza indirmek için kaynak azaltma, geri dönüşüm ve kompostlama gibi atık azaltma stratejilerini de uyguluyorlar.

Karbon Dengeleme ve Emisyonların Azaltılması: İşletmeler, yeniden ağaçlandırma, yenilenebilir enerji veya metan yakalama gibi sera gazlarını azaltan veya ayrıştıran projelere yatırım yaparak karbon emisyonlarını dengeler. Ayrıca enerji verimliliğini artırmak, ulaşım lojistiğini optimize etmek ve evden çalışmayı teşvik etmek gibi emisyonları dahili olarak azaltmaya yönelik önlemler de uyguluyorlar.

Yerel ve Organik Ürünler: İşletmeler, çevresel etkiyi azaltmak ve yerel ekonomileri desteklemek için ürünleri yerel olarak tedarik etmeye ve/veya organik içerikleri kullanmaya odaklanır. Bu, yerel çiftçiler ve üreticilerle ortaklık kurmayı ve organik ve adil ticaret sertifikalarını teşvik etmeyi içerebilir. Bu, enerji ve kaynak kullanımını önemli ölçüde azaltabilir, karbon emisyonlarını azaltabilir ve aynı zamanda işletmenin kârını artırabilir, çünkü kâr, işletme giderleri de dahil olmak üzere tüm maliyetlerin toplamdan düşülmesinden sonra elde edilen mali kazançtır.

Sürdürülebilir tarım: Sürdürülebilir tarıma özel bir atıf yapılmalıdır. Birincil sektör ayrıca daha yeşil yöntemlerin uygulanmasına yönelik birçok fırsat sunabilir. Sürdürülebilir tarım, gıda üretimine çevre yönetimini, ekonomik sürdürülebilirliği ve sosyal sorumluluğu dengeleyen bütünsel bir yaklaşım

sunar. Sürdürülebilir tarım uygulamalarını benimseyerek ve tarımsal ekolojiyi ve yenileyici tarımı teşvik eden politikaları destekleyerek gelecek nesiller için daha yeşil, daha sürdürülebilir bir gelecek için çalışabiliriz.

Sürdürülebilir tarım uygulamaları, toprağı, suyu ve havayı kirletebilecek kimyasal gübreler, pestisitler ve herbisitler gibi sentetik girdilerin kullanımını en aza indirir. Sürdürülebilir tarım, ürün rotasyonu, örtü ekimi ve entegre haşere yönetimi gibi teknikleri kullanarak çevresel bozulmayı azaltır ve toprak sağlığını, su korumasını ve biyolojik çeşitliliği destekler. Tozlaşma ve tozlaştırıcıların korunması konusuna özel olarak değinilmelidir. Şirketler su kullanımını en aza indirmek, su kalitesini korumak ve ekosistemleri korumak için su tasarrufu önlemleri uyguluyor ve sürdürülebilir tarım uygulamalarını teşvik ediyor. Bu, damla sulama sistemlerinin kullanılmasını, yağmur suyu toplama tekniklerinin uygulanmasını ve yoğun su kullanan mahsullerin azaltılmasını içerebilir.

İşletmeler, müşterilerini ve paydaşlarını çevresel sürdürülebilirliğin önemi konusunda eğitir ve yeşil ekonomiyi teşvik eden politika ve girişimleri savunur. Bu, farkındalık kampanyalarının başlatılmasını, çevresel kuruluşların desteklenmesini ve sürdürülebilirliğe odaklanan endüstri birliklerine katılmayı içerebilir. Şirketler yeşil iş modellerini benimseyerek çevresel ayak izlerini azaltabilir, itibarlarını artırabilir, çevreye duyarlı müşterileri çekebilir ve toplum ve gezegen için daha sürdürülebilir bir geleceğe katkıda bulunabilir.

2.3.1. Başarılı Yeşil İşletmelere İlişkin Örnek Olay İncelemeleri

Son yıllarda çevre dostu ürün ve hizmetlere yönelik artan talepten yararlanan birçok başarılı yeşil işletme ortaya çıktı. Bu şirketler, diğer işletmelere daha çevre dostu uygulamalar benimseme konusunda ilham vererek kârlılık ve sürdürülebilirliğin el ele gidebileceğini gösteriyor. Bu örnekler, yeşil işletmelerin çeşitli sektörlerde sahip olabileceği farklı yaklaşımları ve önemli etkileri göstermektedir. Yenilikçi teknolojilere odaklanarak, yatırımları güvence altına alarak ve stratejik ortaklıklara girerek bu şirketler daha sürdürülebilir bir geleceğe giden yolda öncülük ediyor.

Nespresso

Nespresso'nun sürdürülebilirlik girişimleri, sorumlu kaynak kullanımı ve geri dönüşümden çevrenin korunmasına ve toplumsal kalkınmaya kadar operasyonlarının çeşitli yönlerini kapsamaktadır. Devam eden zorluklar ve iyileştirilecek alanlar olsa da Nespresso'nun sürdürülebilirliğe olan bağlılığı, şirketler arasında çevresel ve sosyal açıdan daha sorumlu iş uygulamalarına yönelik daha geniş bir eğilimi

yansıtır. Nespresso, kahve çekirdeklerini sorumlu bir şekilde tedarik etmeye kendini adanmıştır. Sürdürülebilir tarım uygulamalarını teşvik ederken kahve kalitesini, çiftlik verimliliğini ve çiftçilerin geçim kaynaklarını iyileştirmeyi amaçlayan AAA Sürdürülebilir Kalite™ Programı aracılığıyla doğrudan kahve çiftçileriyle çalışıyorlar. Bu program çiftçilere teknik yardım, eğitim ve mali destek sağlayarak onların çevre dostu tarım yöntemlerini uygulamalarına ve sosyal ve ekonomik koşullarını iyileştirmelerine yardımcı oluyor.

Tesla, Inc.

Tesla, 2003 yılında Elon Musk tarafından kurulan lider bir elektrikli araç (EA) üreticisidir. Şirketin misyonu dünyanın sürdürülebilir enerjiye geçişini hızlandırmaktır. Tesla'nın elektrikli arabaları, yenilikçi teknolojileri, uzun menzilli yetenekleri ve şık tasarımları nedeniyle yaygın bir popülerlik kazandı. Elektrikli araçların yanı sıra güneş panelleri ve enerji depolama çözümleri de üreten Tesla, fosil yakıtlara olan bağımlılığı azaltmayı amaçlayan kapsamlı bir ürün paketi sunuyor.

Patagonia

Bu outdoor giyim markası, çevresel sürdürülebilirliğe olan bağlılığıyla ünlüdür. Patagonia, ürünlerinde geri dönüştürülmüş malzemeler kullanıyor, çevresel nedenleri savunuyor ve tüm operasyonlarında sürdürülebilir iş uygulamalarını uyguluyor. Şirketin "Eskimiş Aşınma" programı, müşterilerini kullanılmış ürünleri satın almaya teşvik ederek ekipmanlarının ömrünü uzatıyor ve israfı azaltıyor. Şirketin sürdürülebilirliğe odaklanması tüketicilerde yankı buldu ve hem marka sadakatini hem de kârlılığı artırdı.

IKEA Group

İsveçli mobilya perakendecisi IKEA, sürdürülebilirliği iş modelinin temel ilkesi olarak benimsemiştir. Şirket, 2020 yılına kadar tüm ahşabını daha sürdürülebilir veya geri dönüştürülmüş kaynaklardan elde etmek ve 2030 yılına kadar iklim açısından olumlu hale gelmek de dahil olmak üzere iddialı sürdürülebilirlik hedefleri belirledi. IKEA, yenilenebilir enerjiye, enerji verimli aydınlatma ve cihazlara ve sürdürülebilir ormancılık uygulamalarına yatırım yaptı. Ayrıca IKEA, ürünleri için geri dönüşüm ve geri alma programları sunarak müşterilerini atıkları azaltmaya ve mobilyaların ömrünü uzatmaya teşvik ediyor.

Unilever

Unilever uzun süredir kurumsal sürdürülebilirlik alanında lider konumdadır. Şirketin Sürdürülebilir Yaşam Planı, olumlu sosyal etkisini artırırken büyümesini çevresel ayak izinden ayırmayı amaçlıyor. Unilever, sera gazı emisyonlarını azaltma, su kullanım verimliliğini artırma ve sürdürülebilir kaynak kullanımını teşvik etme konusunda önemli ilerlemeler kaydetti. Örneğin, 2020 itibarıyla Unilever'in tarımsal hammaddelerinin %67'si sürdürülebilir kaynaklardan sağlanıyordu.

Yukarıda bahsedilen vaka çalışmalarının tümü, çevresel sürdürülebilirliğin iş uygulamalarına entegre edilmesinin, finansal performansın artması, marka itibarının artması ve olumlu toplumsal etki de dahil olmak üzere uzun vadeli başarıya yol açabileceğini göstermektedir.

2.3.2. Sınıf Etkinlikleri: Yeşil Bir İş Planı Tasarlamak

Yeşil girişimcilik eğitimi geleneksel süreç bakış açısıyla değil, oyun, empati, yaratma ve denemeyi içeren çeşitli uygulamalar kullanılarak uygulamaya dayalı bir yaklaşımla yapılmalıdır. Böyle bir faaliyet için önerilen taslak, Yeşil İş'e bir giriş ve pazar analizi, mali projeksiyonlar, sürdürülebilirlik ve operasyon planları ve risk yönetimi tarafından dikkate alınması gereken iş planı geliştirme hakkında bir beyin fırtınası oturumunu içermektedir. Yeşil bir iş planı tasarlamak, girişimcilik, çevresel sürdürülebilirlik ve eleştirel düşünme unsurlarını birleştiren ilgi çekici ve eğitici bir sınıf etkinliği olabilir.

Yukarıdaki kavramlara (bilgi, beceri, tutum) yaklaşan öğrenme alanında en yaygın ve yaygın olarak kullanılan sınıflandırmalardan biri, Bloom ve diğerleri tarafından önerilen eğitim hedefleri tipolojisidir. (1956). Bloom'un Taksonomisi, eğitim amaçlarını, hedeflerini ve etkinliklerini karmaşıklık ve özgüllük düzeylerine göre sınıflandırmak için kullanılan bir çerçevedir. Alt düzey düşünme becerilerinden üst düzey düşünme becerilerine doğru ilerleyen altı seviyeden oluşur:

- Hatırlamak
- Anlamak
- Uygulama
- Analiz etme
- Değerlendirme
- Oluşturma

Öğrenciler bu sınıf etkinliğine katılarak girişimcilik, eleştirel düşünme ve çevresel sürdürülebilirlik konularında değerli deneyimler kazanacak ve aynı zamanda iş planlaması ve sunumunda pratik beceriler geliştireceklerdir.

Adım 1. Hatırlamak

Etkinliğe, çevresel sürdürülebilirliğin önemini, üçlü kârlılık yaklaşımını (insan, gezegen, kâr) ve başarılı yeşil işletme örneklerini içeren yeşil iş kavramlarına kısa bir giriş yaparak başlayın.

Bilgi Kartları	Gerçekleri, terimleri ve temel kavramları (ekoloji, sürdürülebilirlik, girişimcilik) hatırlamak için bilgi kartları kullanın.
Testler	Gerçek hafızaya odaklanan kısa sınavlar yapın.
Liste oluşturma	Öğrencilerden bir derste veya okuma materyalindeki önemli noktaları listelemelerini isteyin.
Eşleştirme Egzersizi	Terimler ve tanımları için eşleştirme alıştırmaları oluşturun.

Adım 2. Anlama

Özetleme	Öğrencilere ilgili konular (iklim değişikliği, kaynak tüketimi, atık, sürdürülebilirlik) hakkındaki bir metni veya dersi kendi sözleriyle özetlemelerini sağlayın
Grup Tartışması	Öğrencilerin kavramları birbirlerine açıkladıkları grup tartışmalarını kolaylaştırın. Öğrencileri küçük gruplara ayırın ve onları yeşil işletmeler için beyin fırtınası yapmaya teşvik edin. Yaratıcılığı ve yenilikçiliği teşvik edin ve öğrencilere iş fikirlerinin çevresel, sosyal ve ekonomik yönlerini dikkate almalarını hatırlatın.
Soru-Cevap Oturumları	Anlamayı sağlamak için soru-cevap oturumları düzenleyin.
Özetleme	Öğrencilerden bir metnin paragraflarını veya bölümlerini özetlemelerini isteyin.

Adım 3. Uygulama

Gruplar bir iş fikri seçtikten sonra ayrıntılı bir iş planı geliştirmelerini sağlayın. İş fikrine ve bunun potansiyel çevresel ve sosyal etkisine genel bir bakış sunun.

Problem Çözme	Bir iş fırsatı olabilecek gerçek dünyadaki çevre sorunlarını sunun. İşin nasıl yapıldığını özetleyen bir sürdürülebilirlik planı geliştirin. çevresel etkiyi en aza indirecek, kaynakları koruyacak ve toplumsal refaha katkıda bulunacaktır.
Simülasyonlar / Rol Oynama	Simüle edilmiş senaryolarda bilgiyi uygulama pratiği yapmak için rol yapma etkinliklerini kullanın. İcra Kurulu Başkanı, Finans Direktörü, pazarlama direktörü ve dış katılımcılar gibi ayrıntılı profiller geliştirin. Üretim süreçleri, tedarik zinciri yönetimi ve kaynak kullanımı da dahil olmak üzere işletmenin günlük operasyonlarını detaylandırın.
Laboratuvar Faaliyetleri	Öğrencilerin teorileri pratik deneylere (geri dönüşüm, döngüsel ekonomi) uyguladığı deneyler yapın.
Vaka Çalışmaları	Yeşil İşletmelere ilişkin vaka çalışmalarını analiz edin.

Adım 4. Analiz Etme

Sürdürülebilirlikle ilgili müşteri ihtiyaçları, rakipler ve pazar eğilimleri dahil olmak üzere hedef pazar hakkında araştırma yapın. Sunulan yeşil ürün veya hizmeti açıklayın, çevresel faydalarını ve benzersiz satış noktalarını vurgulayın.

Karşılaştırma ve Kontrast	Öğrencilerin iki kavramı veya fikri karşılaştırmasını sağlayın.
Zihin Haritaları	Bir kavramı bileşenlerine ayırmak için zihin haritalarını kullanın.
Tartışmalar	Öğrencilerin farklı bakış açılarını analiz etmeleri gereken tartışmalar düzenleyin.

Veri Analizi	Öğrencilerin bulguları analiz etmeleri ve yorumlamaları için veri kümeleri sağlayın. Markalaşma, reklamcılık ve dağıtım kanalları da dahil olmak üzere yeşil işletmeyi teşvik etmek için pazarlama ve satış stratejilerinin ana hatlarını çizin. Yeşil işletmenin karşı karşıya olduğu potansiyel riskleri ve zorlukları belirleyin ve bunları hafifletmek için stratejiler geliştirin.
---------------------	---

Adım 5. Değerlendirme

Sürdürülebilirliğe olan bağlılığını vurgulayarak yeşil işletmenin misyonunu ve vizyonunu açıkça ifade edin. Gelir tahminleri, başlangıç maliyetleri, işletme giderleri ve potansiyel finansman kaynakları dahil olmak üzere finansal projeksiyonlar hazırlayın.

Akran Değerlendirmeleri	Öğrencilerin birbirlerinin çalışmalarını değerlendirdiği ödevlerin akran değerlendirmelerini kolaylaştırın.
Değerlendirme Tablosuna Dayalı Değerlendirme	Öğrencilerin ayrıntılı bir değerlendirme tablosu kullanarak çalışmalarını değerlendirmelerini sağlayın.
Eleştirel Denemeler	Öğrencilerin bir argümanı veya bir çalışmayı değerlendirmeleri gereken eleştirel makaleler atayın.
Grup Projeleri	Öğrencileri, birbirlerinin katkılarını eleştirmelerini gerektiren grup projelerine dahil edin.

Adım 6. Yaratıcılık

Yaratıcı Yazarlık	Öğrencileri, öğrendiklerini sentezleyen hikayeler veya denemeler yazmaya teşvik edin.
Multimedya Sunumları	Öğrencilerin anladıklarını göstermek için sunumlar veya videolar hazırlamalarını sağlayın. İş planları tamamlandıktan sonra her grubun yeşil iş fikirlerini sınıfa sunmasını sağlayın. Öğrencileri, işletmelerinin çevresel ve sosyal faydalarının yanı sıra finansal başarı potansiyelini açıklamaya teşvik edin.

Geribildirim ve Tartışma	Her sunumun ardından öğrencilerin yeşil iş planları hakkında geri bildirimde bulunabilecekleri ve sorular sorabilecekleri bir tartışma başlatın. Yapıcı eleştiriyi teşvik edin ve iyileştirme için öneriler sunun.
Yansıtma	Etkinliği, öğrencilerin deneyimlerden öğrendiklerini tartışabilecekleri bir yansıtma oturumuyla sonlandırın. Yeşil bir iş planı tasarlamamanın zorlukları ve fırsatlarının yanı sıra girişimcilikte sürdürülebilirliğin önemi üzerinde düşünmelerini sağlayın.

2.4. Çevre Dostu Uygulamalar ve İnovasyon

Çevre dostu uygulamalar ve inovasyon, çeşitli endüstrilerde sürdürülebilirliğin desteklenmesinde el ele gidiyor. Bu sektörlerdeki girişimcilere yönelik destek mekanizmaları, eko-inovasyonu benimsemek için önemli bir finansal motivasyon sağlayarak yeşil start-up'lar için daha fazla pazar kesinliği yaratır (Ball & Kittler, 2019).

Çevre Dostu Uygulamalar ve İnovasyon Sektörleri		
Sürdürülebilir Tarım	Yenilenebilir Enerji	Tedarik Zinciri
Döngüsel Ekonomi	Atık Yönetimi	Su Yönetimi
İzlenebilirlik	Yapı Malzemeleri	Yeşil Kimya

Sürdürülebilir Tarım Uygulamaları: Tarımsal inovasyon, organik tarım, tarımsal ormancılık ve yenilenebilir tarım gibi çevre dostu uygulamaların teşvik edilmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Hassas tarım, dikey tarım ve hidroponik gibi teknikler, kimyasal girdileri ve toprak bozulmasını en aza indirirken su ve toprak gibi kaynakların verimli kullanılmasını sağlar.

Yenilenebilir Enerji Teknolojileri: Güneş, rüzgar ve hidroelektrik enerji gibi yenilenebilir enerji teknolojilerindeki yenilikler, fosil yakıtlara olan bağımlılığı önemli ölçüde azalttı ve iklim değişikliğinin hafifletilmesine yardımcı oldu. Güneş paneli verimliliği, rüzgar türbini tasarımı ve enerji depolama çözümlerindeki ilerlemeler, yenilenebilir enerjiyi daha uygun maliyetli ve ölçeklenebilir hale getirdi.

Yeşil Yapı Malzemeleri: İnşaat sektörü, enerji tüketimini ve çevresel etkiyi azaltan çevre dostu yapı malzemelerinin geliştirilmesine tanık olmuştur. Yenilikler arasında bambu, geri dönüştürülmüş çelik ve geri dönüştürülmüş ahşap gibi sürdürülebilir malzemelerin yanı sıra enerji tasarruflu yalıtım, pencereler ve çatı kaplama malzemeleri yer alıyor.

Döngüsel Ekonomi Çözümleri: Döngüsel ekonomideki yenilikler, malzemelerin yeniden kullanılmasını, geri dönüştürülmesini veya yenilenmesini sağlayan ürünler ve süreçler tasarlayarak kaynak verimliliğini ve atık azaltımını destekler. Bu, sökme, yeniden üretim ve kapalı döngü geri dönüşüm için ürünün yeniden tasarlanması gibi girişimlerin yanı sıra kaynak ve malzemelerin paylaşımına yönelik dijital platformları da içerir.

Akıllı Mobilite Çözümleri: Ulaşımındaki yenilikler, emisyonları ve trafik sıkışıklığını azaltan akıllı mobilite çözümlerinin geliştirilmesine yol açmıştır. Buna elektrikli araçlar (EV'ler), otonom araçlar, araç

paylaşım hizmetleri ve yürümeyi, bisiklete binmeyi ve toplu taşımayı teşvik eden çok modlu ulaşım sistemleri dahildir.

Atık Yönetimi Teknolojileri: Anaerobik sindirim, kompostlaştırma ve atıktan enerjiye dönüşüm gibi gelişmiş atık yönetimi teknolojileri, organik atıkların çöp alanlarından uzaklaştırılmasına ve sera gazı emisyonlarının azaltılmasına yardımcı olur. Geri dönüşüm ve malzeme geri kazanımındaki yenilikler aynı zamanda değerli kaynakların atık akışlarından geri kazanılmasını da sağlar.

Su Tasarruf Teknolojileri: Su tasarrufu teknolojilerindeki yenilikler, su kıtlığının giderilmesine ve sürdürülebilir su yönetimi uygulamalarının desteklenmesine yardımcı olur. Buna akıllı sulama sistemleri, suyu verimli kullanan cihazlar ve armatürler ile su geri dönüşümü ve tuzdan arındırma teknolojileri dahildir.

Yeşil Kimya: Yeşil kimya alanı, geleneksel kimyasal işlemlere ve ürünlere çevre dostu alternatifler geliştirmeye odaklanmaktadır. Yenilikler arasında biyo bazlı malzemeler, toksik olmayan solventler ve kirliliği ve israfı en aza indiren çevre dostu temizleme ve üretim süreçleri yer alıyor.

İzlenebilirlik ve Tedarik Zinciri Şeffaflığı: Blockchain teknolojisi, tedarik zincirlerinde daha fazla şeffaflık ve izlenebilirlik sağlayarak etik kaynak kullanımını ve sürdürülebilir üretim uygulamalarını kolaylaştırır. Blockchain, işlemlerin ve ürün menşelerinin değişmez kayıtlarını sağlayarak tüketicilerin bilinçli seçimler yapmasına ve şirketlerin çevresel ve sosyal etkilerinden sorumlu tutulmasına yardımcı olur.

İşbirlikçi İnovasyon Platformları: İşbirlikçi inovasyon platformları, karmaşık çevresel sorunlara sürdürülebilir çözümler oluşturmak için işletmeler, hükümetler, akademi ve sivil toplum dahil olmak üzere çeşitli paydaşları bir araya getirir. Bu platformlar bilgi paylaşımını, sektörler arası işbirliğini ve ortak sürdürülebilirlik hedeflerine yönelik kolektif eylemi teşvik ediyor.

Sürdürülebilir tarım ve tozlaşma: Tozlaşmaya özel bir atıf yapılmalıdır. Sürdürülebilir tarım ve tozlaşma derinden iç içe geçmiş durumda. Tozlaşma, gezegeni yeşil yapan işlem olarak tanımlanabilir ve bu ilişkinin vurgulanması gerekir.

Sürdürülebilir tarım ve Tozlaşma arasındaki ilişkiyi vurgulayın

Tozlaşmanın Önemi	Tozlayıcı Gözlemi
Arıcılık Gösterisi	Saha gezileri

Mümkünse, yerel bir arıcının sınıfı ziyaret etmesini ve arıcılık tekniklerini göstermesini sağlayın. Öğrenciler arıların yaşam döngüsünü, tozlayıcı olarak bal arılarının önemini ve sürdürülebilir tarımda arıcılığın rolünü öğrenebilirler.

Bu aktiviteler, öğrencileri sürdürülebilir tarım ve tozlaşma arasındaki ilişkiye dair anlayışlarını derinleştiren uygulamalı öğrenme deneyimlerine yönlendirir. Bu konular hakkında merak ve farkındalığı teşvik ederek öğrenciler çevre yönetimi ve biyolojik çeşitliliğin korunması konusunda savunucular haline gelebilirler.

İşletmeler ve kuruluşlar, yeniliği teşvik ederek ve çevre dostu uygulamaları benimseyerek çevresel ayak izlerini azaltabilir, operasyonel verimliliği artırabilir ve hem toplum hem de gezegen için değer yaratabilir.

2.4.1. Sınıf Etkinlikleri: Fikirden Çevre Dostu Ürün/Hizmete

Çevre dostu uygulamalara ilişkin sınıf etkinlikleri, farklı sınıf seviyelerine, konulara ve öğrenme hedeflerine uyacak şekilde özelleştirilebilir ve öğrencileri çevrenin bilgili ve aktif koruyucuları olma konusunda güçlendirebilir. Öğrencilere yeşil girişimciliği sunarak, onlara sorunu anlama ve çözüm bulma becerisi sunuyoruz. Bu uygulamalar, öğrencilerin belirli bir iş ve çevre sorunuyla ilgili fırsatlar yaratmak, bulmak ve bunlardan yararlanmak için girişimci bir şekilde düşünme ve hareket etme yeterliliğini geliştirmelerine yardımcı olur. Bunlar başlangıç için sadece birkaç fikir.

Çevre dostu uygulamalara ilişkin sınıf etkinlikleri	
Atık İncelemeleri	Enerji Tüketimi – Karbon Ayak İzi
Bahçe Projeleri	Saha gezileri
Geri Dönüşüm Atölyeleri	Çevresel tartışmalar
Çevre Kampanyaları	Topluluk Etkinlikleri ve Kampanyalar

Atık İncelemeleri: Uygulamalı Öğrenme! Öğrencilerin okullarında üretilen atık türlerini ve miktarlarını analiz ettikleri atık incelemeleri gibi etkileşimli etkinlikler oluşturun. Bu, tüketim alışkanlıkları ve israfın azaltılmasının önemi hakkında farkındalığı artırabilir.

Bahçecilik Projeleri: Öğrencilerin sürdürülebilir tarım, kompostlama ve biyolojik çeşitliliğin önemi hakkında bilgi edinebilecekleri bir okul bahçesi oluşturun. Yerli türleri ekebilir, bahçenin bakımını

yapabilir ve ekosistemlerin birbirine bağılılığını gözlemleyebilirler. Öğrenciler arılar, kelebekler ve kuşlar gibi polen taşıyıcıları çeken yerli bitki türlerini araştırabilirler. Daha sonra, okulları veya toplulukları için tozlayıcı bir bahçe tasarlayıp planlamalarını sağlayın. Bu aktivite öğrencilere tarımda tozlaştırıcıların önemini ve yerli türlerin ekiminin biyolojik çeşitliliği ve ekosistem sağlığını nasıl destekleyebileceğini öğretir.

Enerji Tasarrufu Zorlukları: Öğrencilerin sınıflarda ve ortak alanlarda enerji tüketimini azaltmak için yarıştığı enerji tasarrufu yarışmaları düzenleyin. Enerji kullanımını izleyebilir, enerji tasarrufu stratejileri uygulayabilir ve enerji tüketiminin çevresel etkileri hakkında bilgi edinebilirler.

Geri Dönüşüm ve İleri Dönüşüm Atölyeleri: Öğrencilerin geri dönüşüm süreci, geri dönüştürülebilir malzemelerin nasıl düzgün şekilde sınıflandırılacağı ve malzemeleri yeniden değerlendirmenin yaratıcı yolları hakkında bilgi edindiği geri dönüşüm ve ileri dönüşüm üzerine atölye çalışmaları düzenleyin. Onları geri dönüştürülmüş malzemelerden sanat projeleri veya işlevsel öğeler yaratmaya teşvik edin.

Çevresel Tartışmalar ve Tartışmalar: İklim değişikliği, ormansızlaşma veya kirlilik gibi çevresel konulardaki tartışmaları veya tartışmaları kolaylaştırın. Öğrencileri araştırmaya ve farklı bakış açıları sunmaya teşvik ederek eleştirel düşünme ve iletişim becerilerini geliştirin.

Çevre Dostu Sitelere Saha Gezileri: Geri dönüşüm merkezleri, yenilenebilir enerji tesisleri veya koruma alanları gibi çevre dostu sitelere saha gezileri düzenleyin. Bu, uygulamalı öğrenme deneyimleri sağlar ve öğrencileri sürdürülebilirliğin gerçek dünyadaki uygulamalı örnekleriyle tanışır.

Topluluk Temizleme Etkinlikleri: Yerel parklar, plajlar veya mahallelerdeki çöpleri temizlemek için öğrencilerin ve öğretmenlerin birlikte çalıştığı topluluk temizleme etkinliklerini koordine edin. Bu, toplumu güzelleştirirken çevresel yönetim ve sivil sorumluluk duygusunu da beraberinde getirir.

Çevresel Kampanyalar: Farkındalığı artırmak ve çevre dostu davranışları teşvik etmek için okul topluluğu içinde çevre kampanyaları başlatın. Bu, et tüketimini azaltmak için "Etsiz Pazartesiler", enerji tasarrufu için "Işıkları Kapatın" veya plastik atığı azaltmak için "Kendi Şişenizi Getirin" gibi girişimleri içerebilir.

Konuk Konuşmacılar ve Uzmanlar: Sürdürülebilirlik alanındaki konuk konuşmacıları ve uzmanları, bilgi ve deneyimlerini öğrencilerle paylaşmaya davet edin. Bu, değerli bilgiler ve ilham sağlar ve öğrencileri çevre bilimi, koruma veya sürdürülebilirlik alanlarındaki potansiyel kariyer yollarıyla

tanıştırır.

Proje Tabanlı Öğrenme: Öğrencileri, gerçek dünyadaki çevresel zorluklara yönelik araştırma ve çözüm geliştirebilecekleri proje tabanlı öğrenme etkinliklerine dahil edin. Bu, çevre dostu ürünler tasarlamayı, bilinçlendirme kampanyaları oluşturmayı veya çevre sorunlarına yönelik politika değişiklikleri önermeyi içerebilir.

Çevre dostu uygulamalara ilişkin sınıf etkinliklerinin öğrencilere, eğitimcilere ve çevreye çok sayıda faydası olabilir. Fikirleri çevre dostu ürün veya hizmetlere dönüştürmek, yaratıcılığı, eleştirel düşünmeyi ve çevre bilincini teşvik eden heyecan verici ve eğitici bir sınıf etkinliği olabilir. Çevre sorunları, iklim değişikliği ve sürdürülebilir kalkınma çağımızın en acil kaygılarından bazılarıdır. Böyle bir faaliyet için önerilen taslak, çevre dostu yeniliğe girişle başlar ve diğerlerinin yanı sıra beyin fırtınası oturumunu, pazarlama araştırmasını, sürdürülebilirlik planını, geri bildirim ve tartışmayı içerir. Eğitimsel Vaka çalışmaları bir Öğretim Notu içermelidir (Caffrey ve diğerleri, 2020). Etki açısından bunlar önemlidir çünkü konunun sınıfa aktarılmasına yardımcı olur.

Bir sınıf etkinliği örneği - Çevre Dostu Bir Ürün Tasarlamak

Öğrenciler bu sınıf etkinliğine katılarak fikir üretme, yenilikçilik, sürdürülebilirlik ve girişimcilik konularında değerli deneyimler kazanacak ve aynı zamanda proje planlama, tasarım ve sunum konularında pratik beceriler geliştireceklerdir.

Gerekli Malzemeler:

- Poster panoları veya büyük kağıt sayfaları
- Keçeli kalem, renkli kalem ve diğer çizim malzemeleri
- Geri dönüştürülmüş malzemeler (karton, plastik şişeler, kumaş artıkları vb.)
- Makas, yapıştırıcı ve bant
- Araştırma için internet erişimi olan bilgisayarlar/tabletler
- Sürdürülebilirlik kavramlarına ilişkin bildiriler

Süre: 2-3 ders saati (45-60 dakika)

Yönergeler:

1. Gün: Çevre Dostu Ürünlere Giriş

Sürdürülebilirliğe Giriş (15 dakika)

Sürdürülebilirlik ve bunun neden önemli olduğu hakkında kısa bir dersle başlayın.

3R kavramını tartışın: Azaltın, Yeniden Kullanın, Geri Dönüştürün. Yeniden kullanılabilen su şişeleri, biyolojik olarak parçalanabilen ambalajlar ve güneş enerjisiyle çalışan aletler gibi çevre dostu ürünlerin örneklerini gösterin.

Beyin Fırtınası Oturumu (30 dakika)

- Öğrencileri küçük gruplara ayırın (grup başına 3-4 öğrenci).
- Beyin fırtınası çalışma sayfaları dağıtın ve her gruptan günlük olarak kullandıkları ortak ürünler ve bunların nasıl daha çevre dostu hale getirilebileceği hakkında düşüncelerini isteyin.
- Onları malzemeleri, enerji tüketimini ve atık azaltımını dikkate almaya teşvik edin.

Fikir Seçimi (15 dakika)

Her grup en iyi üç fikrini sınıfa sunar. Bir tartışmayı kolaylaştırın ve her grubun daha da geliştirmek için bir fikir seçmesine yardımcı olun.

2. Gün: Araştırma ve Tasarım

Araştırma Aşaması (30 dakika)

Öğrencilerin kendi fikirlerine benzer materyalleri, tasarım ilkelerini ve mevcut çevre dostu ürünleri araştırmak için bilgisayar/tablet kullanmalarına izin verin. Ürünlerinin üretimden imhaya kadar olan yaşam döngüsünü dikkate almalarını isteyin.

Tasarım Aşaması (30 dakika)

Poster panoları ve çizim malzemeleri sağlayın. Her grup, eskizleri, malzeme listesini ve nasıl kullanılacağını içeren ürünlerinin ayrıntılı bir tasarımını oluşturur. Onları çevre dostu olmasını sağlayarak markalama ve ambalajlama hakkında düşünmeye teşvik edin.

3. Gün: Sunum ve Geri Bildirim

Ürün Prototipi Oluşturma (30 dakika)

Geri dönüştürülmüş malzemeleri kullanarak her grup, ürünlerinin basit bir prototipini oluşturur. Bu, ürün fikrinin karmaşıklığına bağlı olarak bir model veya işlevsel bir prototip olabilir.

Sunum Hazırlığı (15 dakika)

Gruplar ürünlerini, faydalarını ve sürdürülebilirliğe nasıl katkı sağladığını açıklayan kısa bir sunum (3-5 dakika) hazırlar. Ayrıca tasarım sürecinde karşılaştıkları zorlukları da tartışmalıdırlar.

Sunumlar ve Geribildirim (15 dakika)

Her grup ürettiği ürünü sınıfa sunar. Her sunumun ardından sınıf ve öğretmen, güçlü yönleri ve geliştirilecek alanlara odaklanarak yapıcı geri bildirimde bulunur.

Yansıma (15 dakika)

Öğrencilerin çevre dostu ürünler ve sürdürülebilirliğin önemi hakkında neler öğrendiklerini tartışın. Bu ilkeleri günlük yaşamlarında nasıl uygulayabileceklerini düşünün.

Değerlendirme

- Beyin fırtınası ve tasarım aşamalarında katılım ve ekip çalışması.
- Ürün tasarımının yaratıcılığı ve pratikliği.
- Sunumun kalitesi ve netliği.
- Geri bildirim ve yansıtma oturumları sırasında katılım.

Uzantı Etkinliği

Öğrencilerin çevre dostu ürünlerini diğer sınıflara, öğretmenlere ve velilere sergileyebilecekleri, okul çapında bir çevre fuarı düzenleyin. Yerel girişimcileri veya sürdürülebilirlik uzmanlarını projeleri değerlendirmeye ve ek geri bildirim sağlamaya davet edin.

Bu aktivite, öğrencileri yalnızca sürdürülebilirlik konusunda eğitmekle kalmaz, aynı zamanda gerçek dünyadaki sorunları çözme konusunda yaratıcı ve eleştirel düşünmelerini de sağlar.

Çevre Dostu İnovasyona Giriş: Etkinliğe, çevre dostu inovasyon kavramına ve bunun çevresel sorunların çözümündeki önemine bir giriş yaparak başlayın. Çevre dostu ürün ve hizmet örneklerini ve bunların çevre üzerindeki olumlu etkilerini tartışın.

Çevre dostu bir hizmet tasarlamak

Beyin Fırtınası Oturumu: Öğrencileri küçük gruplara ayırın ve onlara çevre dostu hizmetler için beyin fırtınası yapma fırsatı verin. Öğrencileri yaratıcı düşünmeye ve enerji verimliliği, atık azaltma ve kaynak tasarrufu gibi sürdürülebilirliğin farklı yönlerini düşünmeye teşvik edin.

Fikir Geliştirme: Gruplar bir konsept seçtikten sonra fikirlerini çevre dostu hizmetlere yönelik ayrıntılı planlara dönüştürmelerini sağlayın. Bu şunları içermelidir:

Hizmet Açıklaması	Özellikleri, faydaları ve hedef kitlesi de dahil olmak üzere çevre dostu hizmeti açıkça tanımlayın.
Çevresel Faydalar	Hizmetin, karbon emisyonlarının azaltılması, kaynakların korunması veya atıkların en aza indirilmesi gibi çevresel sürdürülebilirliğe nasıl katkıda bulunduğunu açıklayın.
Tasarım ve İnovasyon	Yeni malzemeler, teknolojiler veya çevre dostu olma özelliğini artıran süreçler gibi hizmetin yenilikçi yönlerini tanımlayın.
Pazar araştırması	Ürün geliştirme ve pazarlama stratejilerini bilgilendirmek için sürdürülebilirlikle ilgili hedef pazarı, rakipleri ve tüketici tercihlerini araştırın.
İş Modeli	Gelir akışları, dağıtım kanalları ve fiyatlandırma stratejileri de dahil olmak üzere çevre dostu hizmeti pazara sunmaya yönelik iş modelinin ana hatlarını çizin.
Sürdürülebilirlik Planı	İşletmenin çevresel etkiyi nasıl en aza indireceğini özetleyen bir sürdürülebilirlik planı geliştirin.
Satış Konuşması Sunumu	Her grubun kendi çevre dostu ürün veya hizmetini sınıfa sunmasını sağlayın. Öğrenciler fikirlerinin çevresel faydalarını, yenilikçi özelliklerini ve pazar potansiyelini aktarmalıdır. Sunumlar sırasında yaratıcılığı ve etkili iletişim becerilerini teşvik edin.
Geribildirim ve Tartışma	Her sunumun ardından öğrencilerin çevre dostu hizmetler hakkında geri bildirimde bulunabilecekleri ve sorular sorabilecekleri bir tartışma başlatın. Yapıcı eleştiriyi teşvik edin ve iyileştirme için öneriler sunun.

Yansıtma ve Yeni Adımlar	Etkinliği, öğrencilerin deneyimlerden öğrendiklerini tartışabilecekleri bir yansıma oturumuyla sonlandırın. Öğrencileri, fikirlerini hayata geçirmenin fizibilitesini düşünmeye ve daha fazla geliştirme veya uygulama fırsatlarını keşfetmeye teşvik edin.
---------------------------------	---

Çevre dostu ürün ve hizmet örnekleri

Yeniden Kullanılabilir Su Şişeleri: Paslanmaz çelik, cam veya BPA içermeyen plastik gibi malzemelerden yapılan yeniden kullanılabilir su şişeleri, tek kullanımlık plastik atıkların azaltılmasına yardımcı olur. İnsanları tek kullanımlık plastik su şişeleri satın almak yerine şişelerini yeniden doldurup yeniden kullanmaya teşvik ederek plastik kirliliğini azaltıyorlar.

Güneş Panelleri: Güneş panelleri, elektrik üretmek için güneşten gelen enerjiyi kullanır ve fosil yakıtlara yenilenebilir ve sürdürülebilir bir alternatif sunar. Bireyler evlere veya işyerlerine güneş panelleri kurarak şebeke elektriğine olan bağımlılıklarını azaltabilir ve karbon ayak izlerini azaltabilirler.

Bitki Bazlı Et Alternatifleri: Burger, sosis ve soya, bezelye proteini veya mantar gibi malzemelerden yapılan nugget gibi bitki bazlı et alternatifleri, geleneksel ete kıyasla daha sürdürülebilir bir seçenek sunuyor. Bu ürünler genellikle arazi kullanımı, su tüketimi ve sera gazı emisyonları açısından daha düşük çevresel etkiye sahiptir.

Kompostlama Hizmetleri: Kompostlama hizmetleri, evlerden veya işyerlerinden organik atıkları toplar ve bunları besin açısından zengin kompost haline getirir. Bu, organik atıkları, güçlü bir sera gazı olan metan gazı üretecekleri çöplüklerden uzaklaştırır. Kompost daha sonra toprak sağlığını zenginleştirmek ve bitki büyümesini teşvik etmek için kullanılabilir.

Yeniden Kullanılabilir Alışveriş Çantaları: Kanvas veya geri dönüştürülmüş plastik gibi dayanıklı malzemelerden üretilen yeniden kullanılabilir alışveriş çantaları, tek kullanımlık plastik poşet tüketiminin azaltılmasına yardımcı olur. Tüketiciler, yeniden kullanılabilir poşetleri markete veya markete getirerek plastik atıklarını en aza indirebilir ve sürdürülebilir uygulamaları destekleyebilir.

Yeşil Enerji Sağlayıcıları: Yeşil enerji sağlayıcıları rüzgar, güneş, hidroelektrik veya jeotermal enerji gibi yenilenebilir kaynaklardan üretilen elektriği sunar. Tüketiciler bir yeşil enerji planı seçerek



WP3: “Sürdürülebilir bir dünya için sanal girişimcilik” müfredatı



Co-funded by
the European Union



Co-funded by
the European Union

yenilenebilir enerji altyapısının genişletilmesini destekleyebilir ve karbon ayak izlerini azaltabilirler.

Bisiklet Paylaşımı ve Scooter Paylaşımı Hizmetleri: Bisiklet paylaşımı ve scooter paylaşım hizmetleri, kentsel alanlardaki kısa yolculuklar için uygun ve çevre dostu ulaşım seçenekleri sunmaktadır. Bireyler, araba kullanmak veya araba çağırma hizmeti almak yerine bu hizmetleri kullanarak trafik sıkışıklığını ve hava kirliliğini azaltabilir.



3. Sosyal Değişim için Girişimcilik

3.31. Genel Bakış

Bu modül, sosyal ihtiyaçları karşılamak için çözümler geliştirmeye ve uygulamaya odaklanan, girişimciliğin bir alt kümesi olan, hızla büyüyen sosyal girişimcilik alanını araştırıyor. Genellikle kâr maksimizasyonu odaklı geleneksel girişimciliğin aksine sosyal girişimcilik, sosyal değer yaratmaya ve gıda, barınma, eğitim ve sağlık gibi uzun vadeli toplumsal ihtiyaçları karşılamaya odaklanır.

Bu modül, birçok farklı alana değinen sosyal girişimciliğin farklı yönlerini araştırıyor. Sosyal girişimciliğin farklı tanımlarına ve bunu bireylere ve topluma fayda yaratmak için nasıl kullanabileceğimize bakıyor. Modülün bir diğer önemli kısmı, genellikle değişim ajanları olarak adlandırılan ve düzeltilmesi gereken sosyal sorunlara yeni çözümler sunan başarılı sosyal girişimcilerin özelliklerini ve uygulamalarını öğrenmektir. Materyal, öğrencilerin topluluğa dahil olması ve problem çözüme projelerine katılmasıyla hem teoriyi hem de pratik tarafı kapsamaktadır.

Öğrenciler, toplumun refahını artırmayı, sosyal adaletsizliklerle mücadele etmeyi ve gelecek nesiller için çevresel sürdürülebilirliği sağlamayı amaçlayan sosyal girişimleri kurmanın ve yürütmenin zorluklarını ve ödülleri öğrenecekler. Bu, öğrencilere etkili ve sürdürülebilir iş modelleri oluşturmak için iş ve sosyal hedefleri entegre etmek için ihtiyaç duydukları bilgiyi verecektir.

Öğrenme Hedefleri

Bu modülün sonunda öğrenciler:

- ✓ Sosyal girişimciliği tanımlar ve geleneksel girişimcilikten ayırır.
- ✓ Toplumsal zorlukların çözümünde sosyal girişimciliğin rolünün farkına varır.
- ✓ Girişimci çözümler yoluyla çözülebilecek acil sosyal sorunları tanımlar.
- ✓ Çeşitli sosyal sorunları çeşitli perspektiflerden analiz ederek karmaşıklıklarını anlar.
- ✓ Sosyal girişimcilik projelerini planlamak ve yürütmek için iş araçlarını ve tekniklerini kullanır.
- ✓ Toplumsal sorunlara yenilikçi çözümler geliştirmek için yaratıcı düşünür.
- ✓ Sınıftaki bilgilerin gerçek dünya sorunlarına uygulanmasında pratik deneyim sağlayan hizmet-öğrenme projelerine katılır.
- ✓ Sosyal girişimlere rehberlik etmek için gerekli liderlik becerilerini geliştirir.

- ✓ Ekipler içinde ve topluluk ortaklarıyla işbirliği içinde çalışma becerilerini geliştirir.

3.2. Sosyal Girişimciliğin Tanımı

Sosyal Girişimcilik Nedir?

Girişimciliğin bir alt disiplini olan sosyal girişimcilik, son yıllarda girişimcilik akademisyenleri tarafından giderek daha fazla ilgi görmektedir. Sosyal girişimcilik, inovasyon, teknoloji, kamu politikası, topluluk gelişimi, sosyal hareketler ve kar amacı gütmeyen kuruluşlar gibi birçok farklı sektörü içeren yeni ama hızlı büyüyen bir alandır.

Sosyal girişimciliği anlamak, geniş ölçüde değişen tanımlarıyla başlar. Her ne kadar birçok tanım benzerlik gösterse de, sosyal girişimciliği tanımlamanın pek çok farklı yolu olduğu görülmektedir. Bu tanımlardan bazıları oldukça benzer ancak her biri sosyal girişimciliğin farklı yönlerine odaklanıyor ve onu bu yönleri göre tanımlamaya çalışıyor. Sosyal girişimciliğin bireysel ve toplumsal faydalarına farklı açılardan bakmak farklı disiplinlerin ilgisini çekiyor olabilir.

Sosyal girişimcilik, kişisel veya hissedar zenginliği değil, toplumun temel ve uzun süredir devam eden ihtiyaçları olan sosyal değer yaratan fırsatların tanınması, değerlendirilmesi ve kullanılmasıyla ilgilidir. Sosyal değer fikrinin kârla pek ilgisi yoktur. İhtiyaç duyanlara yiyecek, su, barınak, eğitim ve tıbbi hizmetlerin sağlanması gibi temel ve uzun vadeli ihtiyaçların karşılanmasıyla ilgilidir (Austin ve diğerleri, 2006).

Sosyal girişimciliğin temel hedefleri yoksulluğu ve cehaleti azaltmak, toplum refahını artırmak, sosyal adaletsizliklerle mücadele etmek ve gelecek nesiller için çevreyi korumaktır. Sosyal girişimciler becerilerini ve kaynaklarını kullanarak toplum üzerinde büyük bir etki yaratabilirler. Başka bir deyişle sosyal girişimcilik, girişimcilerin sadece para kazanmaktan ziyade, sosyal değer yaratmak için becerilerini kullanmalarıyla ilgilidir. Bunu sıklıkla sosyal bir misyonla hareket ettikleri ve çok çalışmaya istekli oldukları için yaparlar. Sosyal girişimci, fark yaratma konusunda gerçek bir tutkuya sahip olan ve aynı zamanda iş hayatında başarılı olmak için disipline, yenilikçiliğe ve kararlılığa sahip olan kişidir.

Peki sosyal girişimci kimdir?

Çoğu araştırmacı, büyük bir sosyal girişimcinin nasıl olması gerektiği ve nasıl olması gerektiği hakkında konuşuyor. Robert Theobald sosyal girişimciliği ilk tanımlayanlardan biridir. Onların insanlara,

gruplara ve kuruluşlara yeni fikirler sunmak için risk alan "değişim ajanları" olduklarını söylüyor. Ayrıca sosyal girişimciliğe geniş bir perspektiften bakıyor ve risk almanın ve yenilikçi olmanın sosyal girişimcilerin temel özellikleri olduğuna dikkat çekiyor.

Leadbeater ve Goss (1998), sosyal girişimciliğin tamamen toplum odaklı eylemle ilgili olduğunu vurgulamaktadır. Sosyal girişimcilerin, aksi halde boşa gidecek kaynakları kullanarak topluluğun ihtiyaçlarını karşılamaya yardımcı olmak için ihtiyaç sahibi topluluklarda veya yaratıcı gönüllü kuruluşlarda çalışan kişiler olduğunu öne sürüyorlar.

Glancey ve McQuaid (2000) sosyal girişimcilerin yenilikçi olduklarını ve az kullanılan kaynakları diğer insanların tanımladığı şekilde kullandıklarını ileri sürmektedir. Onlara göre sosyal girişimciler sosyal sorunlara yeni çözümler üretiyor ve kaynakları yerel topluluğa fayda sağlayacak şekilde kullanıyor. Ayrıca bu tanım, sosyal girişimcilerin devlet, kar amacı gütmeyen kuruluşlar veya iş dünyası da dahil olmak üzere tüm sektörlerde çalışabileceğini söylüyor.

Bornstein (2004) sosyal girişimcinin fark yaratan kişi olduğunu söylemektedir. Temel sorunlara yönelik yeni fikirler geliştirir ve hedeflerine ulaşana kadar daima çalışır.

Sosyal girişimcinin çeşitli tanımlarına gerçekten baktığınızda, araştırmacıların sosyal girişimciliğin karakter özelliklerini, çalışma alanlarını, amaçlarını ve sonuçlarını farklı şekillerde değerlendirdikleri açıkça ortaya çıkıyor. Sonuç olarak, sosyal girişimcinin ne olduğuna dair geniş bir tanım yelpazesine sahibiz. Tüm bu tanımlar dikkate alındığında bir sosyal girişimcinin yenilikçi, risk almaya istekli, yaratıcı, toplumsal sorunları gözlemleyen, toplumsal sorunlara sürdürülebilir çözümler geliştirebilen, çalışan ve yetenekli olması gerektiği görülmektedir.

Özetle, sosyal girişimcilik ile diğer girişimcilik biçimleri arasında dört temel fark vardır. Sosyal girişimciler (Bacq ve Janssen, 2011):

1. bir misyon tarafından yönlendirilen kişilerdir. Hepsi, en çok ihtiyaç duyanlar üzerinde sosyal etki yaratma misyonlarına hizmet etmek için vardır.
2. Kendisini diğer girişimci türlerinden ayıran özelliklerin birleşimiyle girişimci olarak hareket eder (bkz. Tablo 1).
3. Güçlü bir yenilikçilik ve açıklık kültürüne sahip girişimci organizasyonlar bünyesinde faaliyet gösterebileceklerdir.

4. Kazanılan gelir stratejilerini planlayan ve uygulayan bağımsız kuruluşlarla çalışın. Buradaki fikir, finansal açıdan bağımsız kalarak amaçlanan sosyal değeri sunmaktır. Bu, kendi kendine yeterli hale gelmek, bağışlara ve devlet finansmanına olan bağımlılığı azaltmak ve önerilen sosyal değer dağıtımını genişletme potansiyelini artırmak için sosyal ve kâr odaklı faaliyetleri birleştirerek yapılır.

Tablo 1. Kâr amacı güden ve sosyal girişimcilerin ayırt edici ve ortak özellikleri (Abu-Saifan, 2012)

Kâr amacı güden girişimcilerin ayırt edici özellikleri	Her iki türün ortak özellikleri	Sosyal girişimcilerin ayırt edici özellikleri
Yüksek başarı Risk taşıyıcısı Organizatör Stratejik düşünür Değer yaratıcısı Bütünsel Arbitrajcı	Yenilikçi Özel İnisiyatif sahibi Lider Fırsat uyarısı Israrıcı Bağlılık	Görev lideri Duygusal olarak yüklü Temsilciyi değiştir Fikir lideri Sosyal değer yaratıcısı Sosyal olarak uyanık Müdür Vizyoner Son derece sorumlu

3.2.1. Sosyal Sorunlar ve İş Çözümleri

Herkesin girişimci olabileceğini söylemek mümkündür. Her birey girişimciliği yaşam boyu deneyim kazanarak öğrenir ve doğru becerileri geliştirerek girişimcilik becerilerini geliştirir. Bu durumda bir birey girişimci olmak istiyorsa ilk adım, ona gerekli girişimcilik becerilerini kazandıracak ve geliştirecek doğru eğitimi almaktır.

Aynı doğrultuda sosyal girişimci olmak da her kariyer gibi eğitimle başlar. İşletme, ekonomi ve sosyal bilimler gibi konuları incelediğinizde sadece para ve piyasalar hakkında bilgi sahibi olmazsınız; toplumumuzdaki sorunları nasıl tanımlayacağınızı ve bunları düzeltmenin yollarını nasıl

keşfedeceğinizi öğrenirsiniz. Örneğin, ekonomi hakkında bilgi edinmek bazı toplulukların neden daha az kaynağa sahip olduğunu anlamana yardımcı olabilir ve sosyal bilimler okumak size farklı grupların karşılaştığı zorluklar hakkında bilgi verebilir.

Ancak eğitim sadece sınıfta oturmaktan ibaret değildir. Gerçek dünya deneyimi de aynı derecede önemlidir. Bu, belki yerel barınaklarda gönüllü olarak, çevre temizliğine katılarak veya toplum hizmetine odaklanan okul kulüplerine katılarak topluluğa adım atmayı içerir. Bu deneyimler sınıfta öğrendiğiniz konuları ilk elden görmenize olanak tanıyarak ne yapılması gerektiği ve nasıl yardımcı olabileceğiniz konusunda size daha net bir fikir verir.

Bilgi ve deneyimle donanmış olarak, bu sosyal sorunları çözmek için iş tekniklerini uygulayabilirsiniz. Örneğin, sürdürülebilir malzemelerden uygun fiyatlı konutlar inşa eden, evsizliğin giderilmesine yardımcı olurken aynı zamanda çevreyi koruyan küçük bir işletme kurabilirsiniz. Diğer bir fikir ise satılan her ürün için bir başkasının ihtiyaç sahibi bir çocuğa bağışlandığı okul malzemeleri satan bir iş kurmaktır.

Birçok genç girişimci, işi toplumsal fayda için kullanmanın yenilikçi yollarını buldu. Örneğin, plastik atıkları azaltmak için yeniden kullanılabilir metal pipetler üreten bir şirket kuran bir gencin hikayesini ele alalım. Bu küçük adım sadece çevreye yardımcı olmakla kalmıyor, aynı zamanda kirlilik konusunda farkındalığı da artırıyor. Başka bir genç girişimci, restoranlardan gelen fazla yiyecekleri yerel gıda bankalarıyla buluşturan çevrimiçi bir platform kurarak daha az yiyeceğin israf edilmesini ve daha fazla insanın ihtiyaç duyduğu öğünleri almasını sağladı.

3.2.2. Nasıl sosyal girişimci olunur?

Şu anda yerel ve küresel topluluklarımız birçok karmaşık sosyal sorunla karşı karşıyadır. Bu konularda, olumlu, uzun süreli bir etki yaratmak için yeni yollar bulan yaratıcı ve azimli insanlara ihtiyaç vardır. Sosyal girişimciler, topluluklar içindeki sorunları tespit edebilen ve kâr getiren işletmeler kurabilen, aynı zamanda bu sorunlara değinen ve sosyal değişimi destekleyen kişilerdir. Yani sosyal girişimciler büyük yüreklidir. Bir fark yaratma konusunda tutkuludurlar. Kârdan daha fazlasını önemsiyorlar.

Ancak sosyal girişimci olmak kolay değil. Başarılı olmak için harika bir fikirden daha fazlasına ihtiyacınız var. Dünyayı değiştirmek ve bunu yaparak para kazanmak istiyorsanız yolculuğunuzu

planlamanız gerekir. Aşağıda başarılı bir sosyal girişimci olmak isteyen herkesin izlemesi gereken bazı önemli adımlar yer almaktadır.

Her şey net bir misyon beyanıyla başlar. Başka bir deyişle kime, nerede ve nasıl yardım etmek istediğinize karar vermeniz gerekir. Kimin yanı sıra, kuruluşunuzun sunacağı hizmet veya ürün aracılığıyla bu hedef kitle (hedef grup) için çözmek istediğiniz sorun konusunda da aynı derecede net olmanız gerekir. Üstesinden gelmeye çalışacağınız doğru sorunu bulmak için elbette kendi tercihlerinizi, doğal yeteneklerinizi, güçlü yönlerinizi, mesleki becerilerinizi ve eğitiminizi ve emrinizde olan kaynakları göz önünde bulundurmanız gerekir. Başlamanıza yardımcı olacak bazı basit soruları düşünün. Ne yapacaksınız? Bunu nasıl yapacaksınız? Bunu kimin için yapacaksınız? Hangi değeri sağlayacaksınız? Sizi yönlendiren değer ve ilkeler nelerdir? Bu sorular misyon beyanınızı oluşturmanıza yardımcı olacaktır.

Bir sonraki önemli adım, odaklanmayı seçtiğiniz alanı/yönü araştırmaktır. Faaliyet göstermek istediğiniz sosyal iş ortamının yanı sıra dünyayı kimin yönlendirdiğini ve değiştirdiğini mümkün olduğunca anlamalısınız. Tekerleği yeniden icat etmenize gerek yok. Bir sosyal girişimcinin tam olarak sizin başarmak istediğiniz şeyi yaptığını görürseniz, bunu kendi benzersiz amaca yönelik teklifinizi geliştirmek için motivasyon ve yakıt olarak kullanın. Mevcut iyi uygulamalar her zaman çabalarımızı geliştirmek ve geliştirmek için kullanılabilir.

Elinizde size yardımcı olabilecek bir araç var. Google, çok sayıda alakalı bilgi, örnek, en iyi uygulamanın yanı sıra rakip veya işbirlikçi olarak değerlendirebileceğiniz uygulamaları bulmak için burada olan arkadaşınızdır. Şunu düşünün: Sunmak istediğiniz bir şirket/kuruluş teklifiyle yer almak isteseydiniz, internette ne arardınız? Tam olarak hangi terimleri kullanırsınız? Kendinizi ideal müşteriniz veya yararlanıcınız olarak düşünün, ardından internette bu mercekten arama yapın. Bu alıştırma, projenizi yardım etmeyi hedeflediğiniz kişilerin bakış açısından görmenize yardımcı olacak ve çabalarınızın hedefe yönelik ve etkili olmasını sağlayacaktır.

Ayrıca profesyonel ağlarla bağlantı kurmanın önemini de göz ardı etmeyin. Sosyal girişimcilik forumlarına, LinkedIn gruplarına ve yerel veya ulusal derneklere katılın. Bu gruplar genellikle girişiminizi geliştirirken rehberlik ve destek sağlayabilecek değerli kaynaklara ve ağ oluşturma fırsatlarına ev sahipliği yapar. Üyelerin kim olduğunu ve yönettikleri sosyal girişim türlerini anlamak, size sektördeki standartlar ve beklentiler hakkında fikir verecektir.

Ayrıca ilgi alanınızla ilgili sektör konferanslarına ve seminerlerine katılmayı düşünün. Bu etkinlikler deneyimli uzmanlardan bilgi edinmek, yeni fikirlerle tanışmak ve pratik tavsiyeler ve hatta muhtemelen ortaklıklar sunabilecek potansiyel mentorlarla tanışmak için muazzam fırsatlardır.

Artık yeterli bilgiye sahip olduğunuza göre kendi benzersiz teklifinizi tasarlamaya hazırsınız. Sosyal girişiminizi neyin diğerlerinden farklı kıldığını düşünmeniz size çok yardımcı olacaktır. Başkalarının halihazırda yaptığından farklı bir şeyi nasıl yapabilirsiniz? Ne yapmak istediğinizi ve bunu nasıl yapmayı planladığınızı ne kadar ayrıntılı anlatırsanız, sosyal girişiminiz de o kadar belirgin olacaktır.

Bir sosyal girişim için beyin fırtınası yapmak ve fikirlerinizi geliştirmek için yapışkan notlar kullanmak etkili bir araç olabilir. Her yapışkan notun üzerine projenizin hedeflerinin önemli bir yönünü yansıtan anahtar bir kelime yazın. Bu notları, fikirleriniz geliştikçe yeniden düzenleyebileceğiniz duvar veya pencere gibi görünür yüzeylere yerleştirin.

İlerledikçe, yapışkan notlarınızı sürekli olarak kuruluşunuz için yeni anlayışları ve yönleri yansıtacak şekilde uyarlayın. Girişiminizi neyin öne çıkardığına veya hedef topluluğunuzun ihtiyaçlarına özel olarak nasıl hitap ettiğine odaklanın. Mevcut manzaraya hangi benzersiz açıyı veya değeri getirebileceğinizi düşünün.

Konseptinizin tamamen benzersiz olmasına gerek yok; halihazırda alanda bulunan diğer kişilerin çalışmalarını nasıl geliştirebileceğinizi veya tamamlayabileceğinizi düşünebilirsiniz. Yerleşik kuruluşlarla işbirliği yapmak, daha önce düşünmediğiniz etki yaratmanın yeni yollarını açabilir. Bu yaklaşım yalnızca boşlukların doldurulmasına yardımcı olmakla kalmıyor, aynı zamanda mevcut çabaların güçlü yönlerini de geliştirerek potansiyel olarak daha önemli değişikliklere ve başarılarla yol açıyor.

Ancak sosyal girişimciliğin sadece kar elde etmekten daha fazlası olduğunu unutmamak önemlidir. Aynı zamanda olumlu bir sosyal etki yaratmakla da ilgilidir. Bu nedenle, ilerlemenizi ölçmek için kâr gibi geleneksel iş ölçümlerinin yanı sıra sosyal etki ölçümlerini de kullanmak iyi bir fikirdir. Bu önlemler, girişimlerinizin etkinliğini değerlendirmenize ve sonuçları paydaşlarınıza etkili bir şekilde aktarmanıza yardımcı olacaktır.

Sosyal misyonunuzu iş hedeflerinizle dengelemek çoğu zaman zordur ancak sosyal girişimci olmanın en ödüllendirici yanlarından biridir. Yaptığınız işin merkezine sosyal misyonunuzu koyarak ve onu benzersiz bir satış noktası olarak kullanarak, hem sosyal hem de iş hedeflerinizi gerçekleştirdiğinizden

emin olabilirsiniz.

Sosyal girişimcilikte kariyere giden yolun bir varış noktası değil, aşamalı bir yolculuk olduğunu unutmayın. Sosyal etki yaratmak çok fazla özveri, coşku ve güçlü bir bağlılık gerektirir. Yol boyunca öğrenmeye ve yeni bilgilere uyum sağlamaya devam etmek iyidir. Bu kişisel olarak büyümenize yardımcı olur ve aynı zamanda işletmenizin daha başarılı olmasını sağlar.

Elbette bu heyecan verici yolculuğa yalnız çıkmanıza gerek yok. Geri bildirim ve destek için ekip üyelerine ulaşın. Bir ekip üyesinin ortak veya çalışan olması gerekmez; görev odaklı girişiminizin sadık bir destekçisi olabilirler. Bu kişi, çabalarınızı sürekli olarak teşvik eden ve destekleyen bir aile üyesi, bir arkadaş, hatta bir iş ortağı olabilir. Başarmaya çalıştığınız şeye inanan birinin yanınızda olması, ilerlerken paha biçilemez bir teşvik ve rehberlik sağlayabilir. Ek olarak, bu tür destekçilerden oluşan bir ağ oluşturmak, kaynaklarınızı ve bakış açılarınızı genişleterek başarılı olma yeteneğinizi artırabilir.

Dışarıdan destek toplamak için halihazırda hayatınızda ve kariyerinizde olan ve güvenilir akıl hocaları ve danışmanlar olarak gördüğünüz kişilere ulaşın. Ya da alanı araştırırken karşılaştığınız rakipler ve ortaklardan bazıları ya da düşündüğünüz ilgili meslek kuruluşlarının üyeleri olabilir. Aynı zamanda bir fark yaratmak isteyen veya bunu zaten yapmış olan benzer düşüncelere sahip ruhlar da olabilirler.

Grup üyeleri, özgürce ve açıkça fikir alışverişinde bulunabileceğiniz, geri bildirim ve tavsiye isteyebileceğiniz kişilerdir. Daha önce sizin yerinizde olan ve başarıya ulaşmanıza yardımcı olabilecek, ideal olarak sizi ileriye taşımak için ağırlarını ve kaynaklarını açabilecek kişiler.

Destekçilerinize ve mentorlarınıza misyon beyanınızı sunun ve bunun hakkında ne düşündüklerini görün. Bunu yaparken kalın bir cilde sahip olmanız gerekir çünkü bazıları sizi çok sert bir şekilde eleştirebilir. Ekip üyelerinizin muhtemelen iyi niyetli olduklarını ve başarılı olduğunuzu görmek istediklerini unutmayın.

Elbette sosyal girişiminiz için net ve detaylı bir iş modeli geliştirmek çok önemli. Bir iş modeli, işletmenizin nasıl gelir elde edeceğinin ana hatlarını çizen bir plan görevi görür. Hizmetlerinizin veya ürünlerinizin kapsamını göz önünde bulundurun. Küçük ölçekte faaliyet göstererek yerel bölgenizdeki müşterilere doğrudan tek mal sahibi olarak hizmet vermeyi mi planlıyorsunuz? Veya etkiyi en üst düzeye çıkarmak için operasyonlarınızı genişletmeyi, personel almayı ve daha geniş bir kitleye ulaşmayı mı düşünüyorsunuz?

Sosyal girişiminizin finansal hedeflerini açıkça tanımlayın. Operasyonu sürdürmek, kendinize ve tüm

çalışanlara tazminat ödemek ve potansiyel olarak gelecekteki büyümeye olanak sağlamak için ne kadar gelire ihtiyaç duyulduğunu belirleyin. Hangi iş modeli arzu ettiğiniz kârlılığa ulaşmanızı sağlayacak?

Ayrıca, hizmetleriniz veya ürünleriniz için kimin ödeme yapacağını düşünün. Ödeme yapanlar işletmenizin doğrudan faydalanıcıları mı olacak, yoksa bir grup müşterinin ödediği ve diğerinin fayda sağladığı bir model mi uygulayacaksınız? Örneğin, TOMS Shoes, sosyal girişimcilikte yaygın bir yaklaşım olan, alıcıların ihtiyaç sahipleri için ücretsiz ayakkabılara fon sağladığı bire bir modeli kullanıyor.

Başka bir model, yararlanıcıların kredileri faiziyle geri ödeyen müşteriler olduğu mikro kredi işletmelerinde görülmektedir. Bu faiz, yalnızca kredilerin maliyetini karşılamakla kalmaz, aynı zamanda kar sağlar ve daha sonraki borç verme faaliyetlerine fon sağlar.

Sosyal girişiminiz için en uygun iş modelini seçtikten sonra modelinizi yerel sosyal girişim yarışmalarında paylaşmayı ve test etmeyi düşünün. Bu etkinlikler, yaklaşımınızı geliştirmek için kritik geri bildirimler ve fırsatlar sunabilir ve iş modelinizin mümkün olduğunca etkili olmasını sağlayabilir.

Kuruluşunuzu/girişiminizi kurmak için ihtiyaç duyacağınız tutarı hesapladıktan sonra finansman kaynaklarını aramanız gerekecektir. Başlamak için gereken fonları toplamamanın farklı yollarını düşünmeniz gerekecek.

Birkaç seçeneği düşünebilirsiniz. Örneğin, imkanınız varsa işletme kredisi alabilir veya projenizi finanse etmek için kendi birikimlerinizi kullanabilirsiniz. Başka bir olasılık da arkadaşlarınıza ve ailenize size biraz borç verip veremeyeceklerini sormak veya sizinki gibi yeni girişimlere yardım etmekle ilgilenen yatırımcıları arayabilirsiniz.

Kitle fonlaması başka bir seçenektir. Burası Kickstarter veya Indiegogo gibi web sitelerini kullanarak birçok insandan projenizi desteklemek için küçük miktarlarda para isteyeceğiniz yerdir. Projenizi bilen ve yardım etmek isteyen çok sayıda insan varsa kitlesel fonlamanın en iyi sonucu verdiğini unutmayın; dolayısıyla henüz büyük bir destekçi grubunuz yoksa çok fazla para toplayamayabilir.

Hangi yoldan fon almayı seçerseniz seçin, size para veren kişilerin projenizle ne yapmak istediğini anladığından ve desteklediğinden emin olun. Sadece para kazanmayı değil, hedeflerinizi önemsemeleri önemlidir.

Üstelik yukarıda bahsedilenlere ek olarak ayrıntılı bir eylem planı geliştirmeli ve elbette girişimcilik yolculuğunuz boyunca buna bağlı kalmalısınız. Etkili bir eylem planı yalnızca sosyal girişiminizi başlatmak ve büyütme için yapılandırılmış bir yaklaşımın temelini oluşturmakla kalmaz, aynı zamanda günlük kararlarınızı ve eylemlerinizi yönlendiren dinamik bir araç olarak da hareket eder.

Eylem planınızı geliştirirken açık ve eyleme dönüştürülebilir hedefler tanımlayarak başlayın. Örneğin, sosyal girişiminiz okuryazarlığı geliştirmeyi hedefliyorsa eylem planınız okullarla ortaklıklar kurmak, eğitim materyalleri tasarlamak ve gönüllüler için eğitim oturumları planlamak gibi belirli görevleri içerebilir. Her hedefin karşılık gelen bir dizi faaliyeti, sorumlu tarafları ve son tarihleri bulunmalıdır.

Girişiminizin gelişiminde, ilk finansman turlarının tamamlanması, pilot programın başlatılması veya belirli sayıda yararlanıcıya ulaşılması gibi önemli aşamaları işaret eden kilometre taşlarını ekleyin. İlerlemeyi ölçmek ve eylemlerinizin istenen sonuçları sağladığından emin olmak için bu kilometre taşlarına temel performans göstergelerini (KPI'ler) ekleyin.

Eylem planınızın ilerleyişini gözden geçirmek için düzenli aralıklarla (örneğin aylık veya üç aylık) ayarlayın. Bu inceleme, geri bildirimlere, zorluklara veya pazardaki değişikliklere yanıt olarak stratejinizi ayarlamaya olanak tanır. Ayrıca ekibinizi motive eden başarıları kutlamak için de bir fırsattır.

Günlük veya haftalık görevleri mümkün olduğunca ayrıntılı bir şekilde parçalayın. Örneğin, "pazarlama üzerinde çalışmak" gibi belirsiz bir görev yerine, "yaklaşan okuryazarlık etkinliği için taslak blog yazısı" veya "son çalıştaylardan elde edilen başarı öyküleriyle sosyal medyayı güncelleme"yi belirtin.

Planınızı raydan çıkarabilecek potansiyel riskleri veya engelleri tahmin edin. Girişiminizi hızlı bir şekilde yönlendirip ilerlemeye devam edebilmenizi sağlamak için, finansman açıkları veya ortaklıktan çekilme gibi kritik risklere yönelik acil durum stratejilerini ekleyin.

Her faaliyete tahsis edilen kaynakları (zaman, para, personel) açıkça belirtin. Bu, kaynak kıtlığının önlenmesine yardımcı olur ve önemli görevlerin başarılı olması için yeterli desteğe sahip olmasını sağlar.

Eylem planınızı mümkün olduğunca ayrıntılı ve yapılandırılmış hale getirerek yalnızca izlenecek net bir yol belirlemekle kalmaz, aynı zamanda sosyal girişiminizin gelişen ihtiyaçlarına uyum sağlayabilecek bir çerçeve de oluşturursunuz. Bu kapsamlı yaklaşım, vizyonunuzu somut ve etkili bir gerçekliğe

dönüştürmek için gereklidir.

3.3. Toplumsal Değişim İçin Tasarlamak

3.3.1. Çalıştay: Toplumsal Sorunların ve Çözümlerinin Belirlenmesi

Öğrencilere sosyal problemleri çözmeyi öğrettiğinizde, bu temelde onlara matematik gibi diğer konularda problem çözmeyi öğretmekle aynı şeydir. Öğretmen öğrencilere sosyal problem çözme sürecinin her bir bölümünü göstererek başlayabilir ve bunu sık sık tekrarlayabilir.

Sosyal sorunları çözmeyi nasıl öğrendiğimize daha yakından bakalım. Sosyal problem çözme, sosyal sorunlarla başa çıkmamıza yardımcı olan bilişsel-davranışsal bir süreçtir. Bu süreçte beş ana adım vardır (education.ufl.edu, tarih belirtilmedi):

1. Sorunu tanımak: Çözülmesi gereken sorunu belirlemek.
2. Sorunun tanımlanması: Sorunun adlandırılması ve tanımlanması.
3. Çözüm üretmek: Soruna birkaç olası çözüm bulmak.
4. Çözümlerin değerlendirilmesi ve seçilen çözümün uygulanması: Sorunu çözmek için hangisinin en iyi olduğunu görmek için olası her çözüme bakmak ve ardından onu uygulamaya koymak.
5. Sonucun değerlendirilmesi: Sorunun çözülüp çözülmediğinin kontrol edilmesi. Eğer varsa tekrar yapılmasına gerek yoktur. Eğer olmadıysa veya başka bir sorun ortaya çıkarsa baştan başlamanız gerekebilir.

Bununla birlikte, sosyal sorunların karmaşıklığını derinlemesine incelemenin zor olabileceğini unutmayın: etkilerini değerlendirmekten, rekabet eden toplumsal çıkarlara kadar, bu endişeleri anlamak dikkatli bir dikkat gerektirir. Sosyal sorunları araştırmanın zor olmasının nedenlerinden bazıları şunlardır (O'Donoghue, tarihsiz):

- Çoklu bakış açıları: Farklı insanlar, neyin toplumsal bir sorun oluşturduğuna dair farklı fikirlere sahip olabilir ve bu, kendi değerlerinden, deneyimlerinden ve kökenlerinden etkilenebilir.
- Çoklu faktörler: Sosyal sorunların çeşitli kökleri ve nedenleri olabilir, bu da sorunun ana nedeninin veya nedenlerinin belirlenmesini zorlaştırır.

- Dinamik doğa: Sosyal sorunlar çoğunlukla duygusaldır ve zaman içinde dalgalanır, bu da herhangi bir değişikliğin net bir şekilde tanımlanmasını ve izlenmesini zorlaştırır.
- Veri eksikliği: Bazı sosyal sorunların, veri veya araştırma eksikliğinden dolayı anlaşılması ve karakterize edilmesi zor olabilir.
- Öznellik: Bazı sosyal sorunlar özeldir ve yorumlanmaya açıktır, bu da onları evrensel olarak kabul edilmiş bir şekilde karakterize etmeyi zorlaştırır.

Sosyal Sorun Çözme Atölyesi

Bu kılavuz, öğretmenlere sosyal girişimcilik fikirlerine odaklanan bir Sosyal Sorun Çözme Çalıştayı düzenlemelerinde yardımcı olmayı amaçlamaktadır. Atölye, öğrencilerin sosyal zorluklara dair anlayışlarını ve yenilikçi çözümler tasarlama ve uygulama becerilerini artırarak onları güçlendirmeyi amaçlıyor. Atölye deneyimini geliştirmek için öğretmenlerin bu belgedeki tüm materyallerin yanı sıra Yeşil ve Sosyal StartUps projesinin ek çıktılarından da yararlanmaları teşvik edilmektedir.

Adım 1: Hedefleri tanımlayın

Atölyeyi düzenlemeye başlamadan önce net, ölçülebilir hedefler belirlemelisiniz. Bunlar şunları içerebilir:

- Öğrencilerin hem yerel hem de küresel toplumsal sorunlara ilişkin farkındalıklarının artırılması.
- Eleştirel düşünme ve yaratıcı problem çözme becerilerini geliştirmek.
- Öğrencilere sosyal girişimciliğin temellerini tanıtmak.
- Öğrencileri gerçek dünyadaki sorunlara sürdürülebilir, etkili çözümler düşünmeye teşvik etmek.

Adım 2: Atölye materyallerini hazırlayın

Atölye sırasında sorunsuz bir iş akışı sağlamak için gerekli tüm malzemeleri önceden toplayın. Bu şunları içerir:

- Sosyal girişimciliğe ilişkin eğitim içeriği (Yeşil ve Sosyal StartUps projesi tarafından sağlanır).
- Başarılı sosyal girişimleri vurgulayan örnek olay çalışmaları (Yeşil ve Sosyal Girişimler projesi tarafından sağlanır).
- Yapışkan notlar, işaretleyiciler ve beyaz tahtalar gibi beyin fırtınası araçları.
- Araştırma ve sunumlar için bilgisayarlara, projektörlere ve internete erişim dahil dijital

kaynaklar.

Adım 3: Çalıştayın düzenlenmesi

Çalıştayın ana noktalarına ilişkin aşağıdaki önerilen organizasyon kullanılabilir. Elbette öğretmen tüm aşamaları 1 günde düzenlemek veya birkaç güne bölmek, önerilen süreleri değiştirmek, konuyla ilgili başka etkinlikler eklemek veya önerilenlerden bazılarını çıkarmak gibi değişiklikler yapabilir.

- Sosyal Girişimciliğe Giriş (30 dakika):

Sosyal girişimciliğin ne olduğuna dair temel bir girişle başlayın. Başarılı işletmeleri ve yarattıkları etkiyi göstermek için Yeşil ve Sosyal StartUps projesinden örnekleri kullanın.

- Sosyal Sorunların Belirlenmesi (45 dakika):

Öğrencileri acil sosyal sorunları belirlemeye yönlendirin. Bu oturum, bu sorunların neden var olduğu ve neden önemli olduğu konusundaki tartışmaları içermeli ve öğrencileri bu sorunların kökleri hakkında derinlemesine düşünmeye teşvik etmelidir.

- Beyin Fırtınası Oturumu (1 saat):

Öğrencilerin tartışılan sorunlara ilk çözümler önerebilecekleri dinamik bir beyin fırtınası oturumu yönetin. Onları yaratıcı düşünmeye ve fikirlerinin uygulanabilirliğini düşünmeye teşvik edin.

- Grup Çalışması (1 saat):

- Öğrencilerden küçük ekipler oluşturarak bir ön iş planı (bir şablon bölüm 5.1.2'de bulunabilir ve ayrıca projemizin web sitesine ayrı bir düzenlenebilir belge olarak yüklenmiştir) veya belirlenen sosyal sorunlardan birini ele alan bir proje teklifi geliştirmelerini isteyin. Misyon, hedef kitle, potansiyel ürün veya hizmetler ve temel finansal bilgiler gibi hususları dikkate almalıdırlar.

- Sunum ve Geri Bildirim (1 saat):

Her grup kendi iş planını veya proje teklifini sınıfa sunar. Önerilen çözümlerin güçlü, zayıf yönlerini ve potansiyel etkilerini tartışarak her sunum hakkında yapıcı geri bildirim sağlayın.

Katılımı artırmak için ipuçları İlginç bir fikir, yerel sosyal girişimcileri deneyimleri hakkında konuşmaya davet etmektir. Gerçek dünyadaki içgörülerini değerli bir öğrenme sağlayacak ve öğrencilere kendi

fikirlerinin peşinden gitmeleri için ilham verebilir. Ayrıca, etkileşimli etkinliklerin yerleştirilmesi öğrencilerin ilgisini artırabilir. Örneğin, öğrencilerin bir işletmeyi yönetmenin farklı yönlerini anlamak için varsayımsal bir sosyal girişimde farklı roller üstlendikleri bir rol yapma oyunu ekleyebilirsiniz. Bir rol oyunu düzenlemek için daha fazla fikir bir sonraki alt bölümde bulunabilir. Ayrıca, problem çözme oyunları oldukça eğlencelidir çünkü sosyal bağlamlarda gerçek hayattaki problem çözme simüle ederek öğrencilerin gezinmesi gereken senaryolar oluşturabilirsiniz. Bir başka ilginç etkinlik de bir satış konuşması etkinliği düzenlemektir (bir şablon bölüm 5.3'te bulunabilir ve ayrıca proje web sitemize ayrı bir düzenlenebilir belge olarak yüklenir).

3.3.2. Rol Yapma: Sosyal İşletme Zorluklarını Müzakere Etme

Rol yapma alıştırmaları, özellikle bir sosyal girişimi yönetmenin karmaşıklığını ve dinamik doğasını göstermek için etkili bir öğretim yöntemidir. Bu alıştırma, öğrencileri bir sosyal girişimde çeşitli paydaşların rollerine adım atmaya, bir dizi zorlukla yüzleşmeye ve çözümleri müzakere etmeye davet ediyor. Senaryolar, karlı bir işi sürdürmek ile sosyal hedeflere ulaşmak arasındaki dengeyi vurgularken, müzakere, iletişim ve stratejik düşünme gibi kritik becerileri geliştirmek için tasarlanmıştır.

Bu rol oyununun temel amacı, öğrencileri bir sosyal girişimi yönetmenin pratik zorluklarına daldırmaktır. Sosyal, ekonomik ve etik ikilemler karşısında problem çözme becerilerini geliştirmeyi ve yenilikçi düşünmeyi teşvik etmeyi amaçlar.

Adım 1: Hazırlık

- **Karakter profilleri ve senaryolar oluşturun:** CEO, CFO, pazarlama direktörü, topluluk irtibat görevlisi gibi bir sosyal girişimde yer alan çeşitli paydaşlar ve yatırımcılar ve yerel topluluk liderleri gibi dış paydaşlar için ayrıntılı profiller geliştirin.
- **Tasarım zorluğu senaryoları:** Sosyal girişimlerin karşılaşılabileceği zorluklara ilişkin çeşitli senaryolar oluşturun. Bunlar arasında finansman kısıtlıkları, etik ikilemler, paydaş anlaşmazlıkları, tedarik zinciri kesintileri ve topluluk tepkileri yer alabilir.
- **Malzemeleri dağıtın:** Öğrencilere, rol oynamaya hazırlanmaları için rolleri ve zorlukları

hakkında önceden karakter profilleri ve arka plan bilgileri sağlayın.

2. Adım: Uygulama

Yine aşağıdaki yönergeler önerilmekte olup, öğretmen istediği değişiklikleri yapabilir.

- **Senaryoya Giriş (30 dakika)**

Çalıştay, sosyal işletme bağlamına kısa bir giriş ve senaryolara genel bir bakış ile başlamalıdır. Her öğrenciye veya öğrenci grubuna bir karakter atanır ve profillerini ve karşılaşacakları zorlukları gözden geçirmeleri için zaman verilir. Bu hazırlık aşaması, rol oynama için zemin hazırladığı ve öğrencilerin rollerini tam olarak yaşamalarına izin verdiği için kritik öneme sahiptir.

- **Rol Yapma Oturumu (1 saat 30 Dk):**

Brifing: Her öğrenci karakterinin amaçlarını, motivasyonlarını ve kaynaklarını gözden geçirir. Senaryo içerisinde hedeflerine nasıl ulaşacaklarına dair stratejilerini hazırlarlar.

Etkileşim: Öğrenciler, sunulan zorluklara çözüm bulmak için diğer karakterlerle etkileşime girerek rol oyununa girerler. Onları diyalog, ikna ve müzakere taktiklerini kullanmaya teşvik edin.

Meydan Okuma Turları: Öğrencilerin kendiliğinden yanıt vermesi gereken ve müzakere sürecine karmaşıklık katan "etkinlik kartları" aracılığıyla yeni, beklenmedik zorluklar tanıtın.

Etkinlik kartı örnekleri:

- Teknoloji Kesintisi: Mevcut ürününüzü eski hale getirebilecek yeni bir teknoloji piyasaya sürüldü. Ürün yelpazenizi yenilemek veya döndürmek için teknoloji geliştiricilerle pazarlık yapın.
- Pazar Rekabeti: Bir rakip benzer bir ürünü daha düşük bir fiyata piyasaya sürdü. Değer teklifinizi geliştirmek veya fiyatlandırma stratejinizi yeniden gözden geçirmek için pazarlama ekibinizle strateji oluşturun.
- Fikri Mülkiyet Sorunu: Başka bir şirket, yeni ürününüzün patentini ihlal ettiğini iddia

ediyor. Bir anlaşmaya varmak veya tasarım alternatiflerini keşfetmek için hukuk danışmanlarıyla görüşün.

- Beklenmeyen İstifa: Önemli bir ekip üyesi, ürün geliştirmenin kritik bir aşamasında beklenmedik bir şekilde istifa eder. Sorumlulukları yeniden dağıtmak ve proje son teslim tarihini karşılamak için teşvikleri tartışmak için kalan ekip üyeleriyle görüşün.
- Finansman Kilometre Taşı: Yatırımcılarınız, bir sonraki finansman turunu serbest bırakmak için önümüzdeki çeyrekte karşılanması gereken kritik bir kilometre taşı belirledi. Bu dönüm noktasına ulaşmak için stratejiler planlayın ve uygulayın.
- Veri İhlali: Hassas şirket verileri saldırıya uğradı ve müşteri güvenini riske attı. Sonuçları yönetmek ve paydaşlara güven vermek için halkla ilişkiler ve BT ile birlikte çalışın.
- Ortaklık İkilemi: Potansiyel bir ortak, dağıtım ağıınızı artırabilir ancak şüpheli etik değerlere sahiptir. Ortak olup olmayacağınıza ve etik kaygıları nasıl azaltacağınıza karar verin.
- Topluluk Tepkisi: Yerel topluluk, projenizin dış paydaşlara yerel nüfustan daha fazla fayda sağladığına dair endişelerini dile getirdi. Bu endişeleri gidermek ve projenizin hedeflerini toplumun ihtiyaçlarıyla yeniden düzenlemek için bir belediye binası toplantısı düzenleyin.
- Ölçeklendirme Zorlukları: Çözümünüzü başka bir bölgeye ölçeklendirme fırsatınız vardır, ancak yerel gelenekler ve düzenlemeler önemli ölçüde farklılık gösterir. Sosyal misyonunuzdan ödün vermeden operasyonlarınızı bu yeni koşullara uyarlamak için bir plan oluşturun.
- Sosyal Projeler için Finansman Kesintisi: Ana sosyal projeniz için devlet finansmanı kesildi. Alternatif finansman çözümlerini müzakere edin veya operasyonları sürdürülebilir bir şekilde azaltın.
- Sürdürülebilirlik Gerilemesi: Çevre dostu malzeme tedarikçisi iflas eder. Çevresel değerlerinizden ödün vermeden yeni tedarikçiler bulmak için çabalayın.
- Mevzuat Değişiklikleri: Yeni mevzuat, iş gücünüzün çoğunu oluşturan yarı zamanlı işçi çalıştırmanın maliyetlerini artırmaktadır. İş gücü istikrarını korurken artan

maliyetlerle başa çıkmak için bir strateji geliştirin.

- **Bilgilendirme ve Yansıtma (1 saat):**

Alıştırmayı, her grubun müzakere teknikleri ve karar verme süreçleri hakkında bilgi verebileceğiniz bir geri bildirim oturumu ile sonlandırın. Öğrencilerden, kararlarının işletmenin sosyal misyonu ile nasıl uyumlu olduğunu ve neleri farklı yapabileceklerini düşünmelerini isteyin. Stratejilerinin gerçek dünyadaki etkilerini ve iş ihtiyaçlarını sosyal hedeflerle dengelemenin önemini tartışın. Bu son aşama, atölye derslerini pekiştirmek ve öğrencilerin bu içgörülerini gerçek dünya ortamlarında uygulayabilmelerini sağlamak için çok önemlidir.

3.3.3. Hizmet-Öğrenme Projeleri: Planlama ve Uygulama

Hizmet ederek öğrenme, genel olarak, topluma bir hizmetin fiilen sağlanmasının müfredata entegre edildiği bir deneyimsel eğitim biçimi olarak tanımlanır. Hizmet ederek öğrenme iki temel unsur içerir: toplumla etkileşim (hizmet) ve bu katılım üzerine düşünme (öğrenme) (Preradovic, 2015). Bu unsurlar, öğrencilerin belirlenen toplum ihtiyaçlarına cevap veren organize bir hizmet faaliyetine katılmaları ve ders içeriğini daha iyi anlamalarını, konunun daha geniş bir şekilde değerlendirilmesini ve gelişmiş bir sosyal sorumluluk duygusu kazanmasını sağlayacak şekilde hizmet faaliyeti üzerinde düşünecekleri beklentisiyle dengelenmelidir (Bringle & Hatcher, 1995).

Özetle, hizmet ederek öğrenme, akademik hedefleri toplum hizmetiyle birleştirmenin bir yoludur. İlgili topluluk konularıyla ilgili dersler, öğrenmeyi daha ilgi çekici ve alakalı hale getirmek için mevcut kurs içeriğiyle birleştirilir. Aynı zamanda, öğrenciler toplum sorunlarını ele almak ve olumlu bir değişim yaratmak için hizmet projeleri yaparak pratik deneyim kazanırlar.

Bu nedenle, hizmet-öğrenme projeleri, öğrencilere sosyal girişimcilik değerlerini öğretmenin harika bir yoludur. Öğrenmeyi toplum hizmetiyle birleştiren projeler yaparak, öğrenciler sadece bazı temel şeyleri öğrenmek ve bazı beceriler geliştirmekle kalmaz, aynı zamanda toplumda nasıl bir fark yaratabileceklerini de anlarlar. Bu projeler, öğrencilerin akademik bilgilerini gerçek dünyadaki sorunları çözmek için kullanmalarını sağlar, bu da kendilerini sorumlu ve toplumla ilgili hissetmelerine yardımcı olur.

Sosyal girişimcilik üzerine hizmet-öğrenme projelerini etkili bir şekilde uygulamak için öğretmenlerin

öncelikle organize bir metodoloji geliştirmeleri gerekir. Gerçek dünyadaki sosyal zorlukları ele alan önemli müfredat hedeflerini seçerek başlayın. Ardından, çocuklara öğrenme fırsatları sunarken aynı zamanda misyonlarını ilerleten projelere katılmaya hazır yerel gruplarla ortaklıklar kurmak için topluluğa erişim sağlayın.

Gerekli bir aşama, girişi öğrenciler ve topluluk ortaklarıyla birlikte tasarlamaktır. Bu, net hedefler belirlemeyi, sorumlulukları tanımlamayı ve gerekli kaynakları belirlemeyi içerir. Projelerin öğrencilerin zaman dilimleri ve becerileri dahilinde yapılabilir olmasını ve aynı zamanda toplum için gerçekten değerli olmasını sağlamak çok önemlidir.

Ayrıca, öğretmenler proje sırasında ve sonrasında yansıtma oturumları düzenlemelidir. Bu yansımalar, öğrencilerin deneyimlerini daha derin öğrenmeyi ve kişisel gelişimi teşvik eden daha kapsamlı sosyal girişimcilik ilkelerine bağlamalarına olanak tanır. Ayrıca, hem öğrenme çıktıları hem de elde edilen sosyal etkiyi ölçmek için değerlendirmeler projeye entegre edilmelidir.

Sosyal girişimcilik üzerine ilginç proje fikirleri sunarken, bir öğretmenin hizmet-öğrenme projelerini nasıl organize edebileceğini daha derinlemesine inceleyelim.

Adım 1: Müfredat Entegrasyonu ve Hedef Belirleme

İlk adım, hizmet ederek öğrenmeyi müfredata entegre etmektir. Öğretmenler, mevcut müfredatta sosyal girişimcilik kavramlarını doğal olarak içerebilecek alanları belirlemelidir. Bu, sosyal bilgiler, ekonomi veya çevre bilimi gibi konuları içerebilir. Amaç, eğitim içeriği ile toplumun ihtiyaçlarını karşılayan pratik hizmet faaliyetleri arasında sinerji bulmaktır.

Adım 2: Topluluk Ortaklığı ve Proje Tasarımı

Etkili hizmet ederek öğrenme, ilgili sosyal alanlarda aktif olan yerel kuruluşlarla ortaklıklar kurmayı gerektirir. Öğretmenler, olası işbirliğini tartışmak için kar amacı gütmeyen kuruluşlar, yerel işletmeler ve devlet kurumlarıyla iletişime geçebilir. Önemli olan, bu kuruluşların yalnızca hedeflerine ulaşmalarına yardımcı olmakla kalmayıp aynı zamanda eğitim hedefleriyle de uyumlu projeler tasarlamaktır. Örneğin, odak noktası çevrenin korunması ise, yerel bir park veya topluluk bahçesi ile ortaklık kurmak öğrenciler için uygulamalı fırsatlar sağlayabilir.

3. Adım: Öğrenci Katılımı ve Rol Tanımı

Projenin çerçevesi belirlendikten sonra, öğrencileri planlama sürecine dahil edin. Bu, sahiplenmeyi

teşvik eder ve motivasyonlarını artırır. Projenin ihtiyaçlarına ve öğrencilerin güçlü yönlerine göre roller atayın - bazıları saha faaliyetleri, diğerleri veri toplama veya proje raporlaması üzerinde çalışabilir. Örneğin, yerel bir hayvan barınağına yardım etme projesinde, bazı öğrenciler yiyecek sürücülerini idare ederken, diğerleri farkındalığı artırmak için tanıtım kampanyaları geliştirebilir.

Adım 4: Eylem Planı ve Kaynak Tahsisi

Zaman çizelgeleri, gerekli kaynaklar ve belirli öğrenci sorumlulukları dahil olmak üzere projenin her aşamasını özetleyen ayrıntılı bir eylem planı geliştirin (bir şablon bölüm 5.1.1'de bulunabilir ve ayrıca projemizin web sitesine ayrı bir düzenlenebilir belge olarak yüklenir). Öğrencilerin akademik iş yükünü ve mevcut kaynakları göz önünde bulundurarak planın gerçekçi olduğundan emin olun. Bu, okul saatleri içinde etkinlikler planlamayı veya bunları belirli sınıf oturumlarına entegre etmeyi içerebilir.

Adım 5: Yürütme ve Sahada Öğrenme

Projeyi eylem planına göre yürütün. Öğretmenler öğrencileri denetlemeli ve desteklemeli ve bu alanda öğrenme fırsatlarını kolaylaştırmalıdır. Örneğin, yerel geri dönüşüm oranlarını iyileştirmeye yönelik bir proje sırasında, öğrenciler topluluk üyeleri için eğitim atölyeleri düzenleyebilir, aynı zamanda sürdürülebilir uygulamalar hakkında bilgi edinebilir ve öğretebilir.

Adım 6: Yansıtma ve Değerlendirme

Düzenli düşünme seansları çok önemlidir. Öğrencilerin deneyimlerini, çalışmalarının etkisini ve çalışmalarlarıyla nasıl ilişkili olduğunu analiz ettikleri grup tartışmaları, bireysel makaleler veya sunumlar olarak yapılandırılabilirler. Bu yansıma, sosyal girişimcilik ve etkisi hakkındaki anlayışlarını derinleştirmeye yardımcı olur. Başarıyı ve iyileştirme alanlarını ölçmek için hem proje sonuçlarını hem de öğrenci öğrenimini değerlendirin.

7. Adım: Raporlama ve Kutlama

Projeyi, öğrencilerin okul topluluğuna ve dış paydaşlara sunabilecekleri resmi bir raporla sonuçlandırın. Bu, neyin başarıldığını ve öğrenme çıktılarını özetlemelidir. Projeyi kutlamak sadece öğrencilerin sıkı çalışmasını takdir etmekle kalmaz, aynı zamanda ele alınan sosyal konular hakkında farkındalık yaratır.

Sosyal Girişimcilik Üzerine Hizmet-Öğrenme Proje Fikirleri

- **Çevre Dostu Girişim:** Bu projede öğrenciler, plastikten çevre dostu, biyolojik olarak parçalanabilen ambalaj çözümlerine geçişi teşvik etmek için yerel işletmelerle etkileşime giriyor. Proje, öğrencilerin alternatif ambalaj malzemelerini araştırmaları ve yerel tedarikçileri belirlemeleri ile başlar. Daha sonra yerel işletme sahiplerine ulaşarak, yalnızca çevre için değil, aynı zamanda çevre bilincine sahip tüketicileri çekmek için de sürdürülebilir seçeneklere geçmenin faydalarını sunarlar. Bu alternatiflerin etkinliğini ve maliyet etkilerini göstermek için çalıştaylar veya sunumlar düzenlenebilir. Öğrenciler ayrıca, çevre dostu uygulamaları taahhüt eden ve daha geniş topluluk katılımını teşvik eden işletmeleri halka açık bir şekilde öven bir tanıma programı başlatabilirler.
- **Finansal Okuryazarlık Seferberliği:** Öğrenciler, imkanları kısıtlı bölgelerde finansal okuryazarlığı geliştirmeyi amaçlayan bir dizi atölye çalışması düzenleyebilirler. Bu, öncelikle bütçeleme, tasarruf veya krediyi anlama gibi belirli topluluk ihtiyaçlarını belirlemek için anketler veya odak grupları yürütmeyi içerir. Bu atölyelerin müfredatı, katılımcıların günlük yaşamlarına uygunluğu sağlayacak şekilde erişilebilir ve pratik olacak şekilde tasarlanacaktır. Öğrenciler, programa katılmak veya sponsor olmakla ilgilenebilecek yerel finans uzmanları veya bankalarla ortaklık kurabilirler. Bu proje sadece topluluk üyelerinin finansal becerilerini geliştirmekle kalmayacak, aynı zamanda öğrencilere gerçek dünya öğretimi ve organizasyonel deneyim sağlayacaktır.
- **İyilik için Teknoloji:** Bu projede öğrenciler, kullanılmış bilgisayarları topluyor, yeniliyor ve yaşlılara ve dezavantajlı gençlere yeniden dağıtıyor. Girişim, bir donanım toplama sürüşü ile başlar, ardından öğrencilerin ekipmanı yenilemek için çalıştıkları ve bu süreçte teknik beceriler öğrendikleri bir dönem izler. Donanım yerleştirildikten sonra, öğrenciler temel bilgisayar becerilerini, internet güvenliğini ve çevrimiçi kaynakların nasıl kullanılacağını öğretmek için eğitim programları geliştirirler. Bu proje, dijital uçurumun kapatılmasına yardımcı olur ve alıcılar için yeni fırsatlar yaratırken, öğrenciler değerli teknik ve eğitimsel deneyimler kazanır.
- **Sosyal Bilinçlendirme Sürüşü:** Bu proje, evsizlik veya ruh sağlığı gibi yerel sosyal sorunlara

yönelik çözümler için farkındalık yaratmaya ve savunuculuk yapmaya odaklanmaktadır. Öğrenciler, seçilen konunun nedenlerini ve etkilerini anlamak için araştırma yapacak ve daha sonra bunu ele almak için çok yönlü bir kampanya geliştireceklerdir. Bu, halka açık konuşmalar düzenlemeyi, topluluk etkinliklerinde bilgi standları kurmayı ve farkındalığı artırmak için bir sosyal medya kampanyası başlatmayı içerebilir. Proje aynı zamanda yerel STK'lar veya devlet kurumlarıyla birlikte çalışmayı, öğrencilerin politikayı etkilemeleri veya topluluk çabalarını yönlendirmeleri için bir platform sağlamayı da içerebilir.

- **Kültürel Miras Projesi:** Öğrenciler, sözlü tarihleri, geleneksel uygulamaları, yerel mutfak veya el sanatlarını içerebilecek yerel kültürel mirası belgelemek ve korumak için bir proje üstlenirler. Bu, topluluk yaşlıları veya kültür koruyucularıyla röportaj yapmayı, yerel arşivleri araştırmayı ve hatta belki de kültürel eserlerin görsel veya yazılı belgelerini oluşturmayı içerebilir. Nihai hedef, bu mirası daha geniş bir topluluk ve gelecek nesiller için erişilebilir kılan bir dijital arşiv veya fiziksel sergi oluşturmak olabilir. Bu proje, önemli kültürel bilgilerin korunmasına yardımcı olmanın yanı sıra, öğrencilerin araştırma ve proje yönetimi becerilerini de geliştirecektir.
- **Toplum Sağlığı Savunucusu Programı:** Öğrenciler, sağlık taramaları, fitness dersleri ve beslenme atölyeleri düzenleyerek yetersiz hizmet alan topluluklarda sağlık sonuçlarını iyileştirmek için çalışabilirler. Bu proje, kaynak ve uzmanlık sağlamak için yerel sağlık klinikleri ve spor salonlarıyla ortaklık kurabilir. Amaç, sakinleri sağlıklarını korumak için bilgi ve araçlarla donatmak ve böylece sağlık eşitsizliklerini azaltmak olacaktır.
- **Sürdürülebilir Kentsel Bahçecilik Girişimi:** Öğrencileri yerel işletmeler veya belediye alanları tarafından sağlanan alanlarda kentsel bahçelerin kurulmasını ve bakımını içeren bir proje oluşturun. Amaç, yerel gıda üretimini ve sürdürülebilir yaşam uygulamalarını teşvik etmek olacaktır. Öğrenciler ayrıca topluluk üyeleri için kentsel bahçeciliğin faydaları, kendi bahçelerini nasıl başlatacakları ve kentsel ortamlarda sürdürülebilirliğin önemi hakkında eğitim oturumları düzenleyebilirler.



WP3: “Sürdürülebilir bir dünya için sanal girişimcilik” müfredatı



Co-funded by
the European Union

Co-funded by
the European Union

- **Gençlik Mentorluğu ve Girişimcilik Merkezi:** Öğrencilerin kendi işlerini kurmaları için rehberlik, kaynak ve destek sağlamak üzere genç yerel girişimcilerle eşleştirildiği bir mentorluk programı geliştirin. Bu proje, yerel gençler arasında girişimci bir ruhu teşvik etmek için iş planlaması, pazarlama ve finansal yönetim üzerine atölye çalışmaları içerebilir. Proje, genç girişimcilerin iş planlarını yerel iş liderlerine ve potansiyel yatırımcılara sundukları bir 'sunum günü' ile sonuçlanabilir.



4. Kapsayıcı Girişimcilik

4.1. Genel bakış

Bu bölüm, kendi işini kurmak isteyen kişilerin önüne çıkabilecek engel türlerini göstermektedir. Girişimcilik, ekonomik büyüme, yenilikçilik ve toplumsal kalkınmanın hayati bir itici gücüdür ve bireylere fikirleri başarılı işletmelere dönüştürme, istihdam yaratma ve topluluklarına olumlu katkıda bulunma şansı sunar. Bununla birlikte, girişimcilik başarısına giden yol genellikle bir dizi engel ve engelle engellenir. Bu zorluklar, cinsiyet, engellilik, coğrafi konum, engellilik, finansal durum ve deneyim düzeyi gibi faktörlere bağlı olarak önemli ölçüde değişebilir ve her biri hevesli girişimciler için benzersiz engeller sunar.

Kadın girişimciler için toplumsal cinsiyete dayalı zorluklar, toplumsal normlar ve beklentilerden finansman ve mentorluğa sınırlı erişime kadar değişebilir. Kırsal alanlarda, girişimciler genellikle yetersiz altyapı, pazarlara sınırlı erişim ve kaynak kıtlığı gibi benzersiz zorluklarla karşı karşıyadır. Finansal kapasiteye rağmen, bazı kişiler düzenleyici engeller, iş bilgisi eksikliği ve yetersiz ağlar gibi finansal olmayan engellerle karşılaşır. Girişimci olmak isteyen engelli bireyler, erişilebilirlik sorunları, ayrımcılık ve özel destek hizmetlerinin eksikliği ile karşı karşıyadır. Ek olarak, daha önce iş deneyimi olmayan kişiler, bir iş kurmanın ve yönetmenin karmaşıklıklarıyla, dik öğrenme eğrileriyle ve güven eksikliğiyle karşı karşıya kalarak mücadele edebilir.

Bu çeşitli engelleri tanımak ve anlamak, kapsayıcı girişimciliği teşvik eden destekleyici ekosistemler oluşturmak için çok önemlidir. Bu zorlukların üstesinden gelerek, cinsiyet, konum, finansal durum, engellilik veya deneyimden bağımsız olarak tüm bireylerin gelişme ve başarılı olma fırsatına sahip olmasını sağlayarak daha adil ve dinamik bir girişimcilik ortamı oluşturabiliriz.

Öğrenme hedefleri

Bu modülün sonunda öğrenciler:

- ✓ Çeşitli engelleri belirler ve anlar .
- ✓ Toplumsal cinsiyete dayalı zorlukları analiz eder.
- ✓ Kırsal girişimcilik engellerini değerlendirir .
- ✓ Finansal olmayan ve finansal engelleri anlar.
- ✓ Engelli girişimciler için zorlukları inceler.



WP3: “Sürdürülebilir bir dünya için sanal girişimcilik” müfredatı



Co-funded by
the European Union



Co-funded by
the European Union

- ✓ deneyimsiz girişimciler için zorlukları ele alır.
- ✓ kapsayıcı stratejiler ve politikalar geliştirir.
- ✓ Ortaya çıkan sorunlarla nasıl başa çıkılacağını öğrenir.
- ✓

Bu öğrenme hedeflerine ulaşarak, öğrenciler girişimcilikteki çok yönlü zorlukları anlamak ve yönlendirmek için daha donanımlı olabilir ve tüm girişimciler için daha kapsayıcı ve destekleyici bir ortamı teşvik edebilir.



4.2. Farklı Bağlamlarda Girişimcilik

4.2.1. Engel Türleri ve Engeller

Girişimcilik genellikle yeniliğe, ekonomik büyümeye ve kişisel tatmine giden bir yol olarak kutlanır. Bununla birlikte, birçok hevesli girişimci, ilerlemelerini engelleyebilecek çeşitli engellerle karşı karşıyadır. Bu engeller çok yönlüdür ve cinsiyet, coğrafi konum, finansal kaynaklar, engellilik ve deneyim gibi faktörlerden etkilenebilir. Bu bölüm, girişimcilikteki çeşitli engelleri tanımlamayı ve anlamayı, bunların farklı grupları nasıl etkilediğine ve etkilerini azaltmak için neler yapılabileceğine dair içgörüler sunmayı amaçlamaktadır. Kendi işini yürütmek isteyen bir kişi, mevcut engellerin farkında olmalı, ancak bunlardan vazgeçmemeli, ancak bunların üstesinden gelmeyi ve bunlarla başa çıkmayı öğrenmelidir.

Bir Engel Olarak- Cinsiyet

Toplumsal beklentiler ve geleneksel cinsiyet rolleri, girişimcilik isteklerini ve fırsatlarını önemli ölçüde etkileyebilir. Örneğin kadınlar genellikle işletmeleri yönetme ve yönetme yeteneklerini sorgulayan klişelerle karşı karşıya kalırlar. Bu önyargılar ağlara, mentorlara ve yatırımcılara erişimlerini sınırlandırabilir.

Ülkeye ve toplumun kadına karşı tutumuna bağlı olarak, kadınların mesleki gelişimi daha kolay veya daha zor olur. Kadın girişimciliği, "kişisel, ailevi ve sosyal yaşamına ayak uydurarak işletmeyi başlatarak, kurarak ve yürüterek başkaları için istihdam olanakları yaratan, bireysel veya işbirliği içinde kendi ekonomik bağımsızlığını elde edebilen, kendine güvenen, yenilikçi ve yaratıcı bir kadın" olarak tanımlanabilir (Sharma, 2013).

Kadın girişimciler, erkek meslektaşlarına kıyasla finansman sağlamada genellikle daha büyük zorluklarla karşılaşılırlar. Bu, yatırımcılar tarafından sahip olunan önyargılı algıların yanı sıra teminat ve kredi geçmişi eksikliğinden kaynaklanabilir.

Finansal kaynakların edinimi konusunda erkeklerle karşılaştırıldığında, düşük büyüme ve düşük sermaye yoğun işletmelerde başarı olasılıklarının daha yüksek olduğuna inanan kadınlar, genellikle resmi kaynaklardan ziyade ağlarından gelen finansal kaynakları tercih etmektedir. Kadın girişimciler, finansal teşvikler yoluyla temel kaynakları (çalışanlar ve tedarikçiler gibi) çekmede erkeklerle rekabet etmekte zorlanabileceğinden, farklı ve gelişmiş İK uygulamalarını benimseyerek ilişki kurmaya ve ilişki

kurmaya odaklanma eğilimindedirler.

Bir Engel Olarak Coğrafi Koşullar

Geleneksel olarak kırsal alanlar, tarım ve ormancılık gibi belirli kaynak temelli ekonomik faaliyetlerin yanı sıra bozkırlar ve dağlar gibi açık alanlarla karakterize edilmiştir. Alternatif olarak, kırsal alanlar, nüfus yoğunlukları ve büyük şehirlere yakınlık dahil olmak üzere sosyo-mekansal özelliklere dayalı olarak tanımlanabilir. Bununla birlikte, son yaklaşımlar, "kırsal" ı daha çok sosyal bir yapı olarak tanımlamakta ve insanların günlük yaşamlarında kırsal bir ideali nasıl takip ettiklerini ve somutlaştırdıklarını vurgulamaktadır. Bununla birlikte, kırsal alan artık tarımsal faaliyetler ve arazi kullanımları ile sınırlı kalmamakta, çok sektörlü faaliyetleri içerecek şekilde genişletilmektedir. Kırsal hinterlandına entegre olmuş küçük ve orta ölçekli kasabalar, kırsal alanlara dahil edilmeye uygundur (Labrianidis, 2003). Kırsallığın belirli özellikleri - küçük işgücü ve çıktı piyasaları ve kentsel ortamlara kıyasla daha az gelişmiş altyapı gibi - mevcut fırsat yapılarını sınırlar. Ek olarak, kırsal alanlardaki zorluklarla yüzleşmeye ve fırsatları yakalamaya istekli potansiyel girişimcilerin arzı garanti edilmemektedir. Girişimci rolleri üstlenmesi beklenebilecek birçok kişi, genellikle daha çekici kentsel alanlara ilk göç edenlerdir. Bu nedenle, kırsal alanlar için en önemli ekonomik zorluk, az sayıda girişimci bireyin dış çevrelerinin özelliklerine nasıl uyum sağlayabileceği ve bunlardan nasıl yararlanabileceğidir.

Kırsal alanlardaki girişimciler genellikle yüksek hızlı internet, güvenilir ulaşım ve modern altyapı gibi temel kaynaklara sınırlı erişimle mücadele ediyor. Bu sınırlamalar, verimli bir şekilde çalışma ve daha geniş pazarlara ulaşma yeteneklerini engelleyebilir.

Kırsal girişimciler, kentsel alanlarda genellikle daha erişilebilir olan iş ağları, mentorlar ve destek hizmetleriyle bağlantı kurmayı zor bulabilir. Bu izolasyon, kritik bilgi, destek ve işbirliği fırsatlarının eksikliğine yol açabilir.

Kırsal alanlardaki daha küçük ve daha az çeşitli müşteri tabanı, girişimciler için pazar fırsatlarını kısıtlayabilir. Bu, işletmeleri ölçeklendirmeyi ve sürdürülebilir büyüme elde etmeyi zorlaştırabilir.

Bir Engel Olarak Ekonomik Koşullar

İlk finansmanı güvence altına almak, birçok girişimci için ortak bir zorluktur. Yeterli sermaye olmadan bir iş kurmak ve büyümek zor olabilir. Geleneksel borç verenler genellikle teminat ve birçok yeni

girişimcinin sahip olmadığı güçlü bir kredi geçmişi gerektirir. Kurucunun serveti, doğası gereği işin başarısına bağlıdır ve uygun sistemler kurulmazsa karışık bir finansal ağ oluşturur.

Hevesli birçok girişimci, mali durumlarını etkin bir şekilde yönetmek, gerçekçi bütçeler oluşturmak ve uygulanabilir iş planları geliştirmek için gereken finansal okuryazarlıktan yoksundur. Bu, kötü finansal kararlara ve iş başarısızlığına yol açabilir. İşletmelerin, geçici nakit akışı boşluklarını kapatmak, hammadde satın almak veya büyüme veya genişleme fırsatlarını değerlendirmek için genellikle periyodik olarak borç para almaları gerekir. Finansman ihtiyacının ortaya çıkmasını beklemek yerine, önceden plan yapmak ve finansmanı önceden güvence altına almak daha akıllıca olacaktır.

Bir işletmeyi yönetmenin temel finansal kurallarından biri, iş ve kişisel finansmanın her zaman ayrı tutulması gerektiğidir. Ticari ve kişisel finansmanı birleştirmek, çeşitli finansal zorluklara neden olabilir. Birincisi, kişisel harcamalar ile işletme geliri ve giderleri arasında ayırım yapmak zorlaştığı için nakit akışının izlenmesini zorlaştırır. Bu netlik eksikliği, doğru finansal raporlama ve planlamayı engelleyebilir.

Engelli Bireylerin Karşılaştığı Engeller

Engelli girişimciler, işyerlerine, ağ oluşturma etkinliklerine ve işle ilgili diğer ortamlara erişim yeteneklerini engelleyen fiziksel engellerle karşılaşabilir. Yetersiz konaklama, girişimcilik faaliyetlerine tam olarak katılma yeteneklerini sınırlandırabilir.

Engelli bireylerin yetenekleri ile ilgili önyargılar ve yanlış anlamalar önemli engeller oluşturabilir. Bu önyargılar, finansman sağlama, müşteri kazanma ve ortaklıklar kurma yeteneklerini etkileyebilir. Engelli bir kişi olarak bir işe başlamak da benzersiz bir zorluk teşkil edebilir. İşyerinde engellilerin dahil edilmesi ve çeşitliliği konusunda artan farkındalığa rağmen, engelli girişimciler başarılı bir iş kurma veya yürütme çabalarını engelleyebilecek benzersiz engellerle karşılaşmaya devam ediyor. Bu engeller arasında fiziksel ve sosyal engeller, sistemik ayrımcılık ve finansman ve kaynaklara erişim eksikliği yer alır. Ayrıca potansiyel müşteriler, yatırımcılar veya ortaklar tarafından damgalanma ve ayrımcılıkla karşı karşıya kalabilirler. Engelli insanlar, kendilerini gerçekleştirme ihtiyaçlarının yanı sıra, engellerinden kaynaklanan daha az gelire ve daha yüksek masraflara sahip oldukları için esas olarak hayatta kalma ihtiyaçlarını üstlenirler (Martínez-León, vd., 2019)

Finansal zorluklar, engelli girişimciler için önemli bir engel teşkil etmekte ve tüm bireylerin gerekli

kaynaklara erişimde karşılaştığı daha geniş zorlukları yansıtmaktadır (Martínez-León ve diğerleri, 2019). Engelli girişimciler, geleneksel finansman kaynaklarına sınırlı erişim, konaklama ve yardımcı teknolojilerle ilişkili daha yüksek maliyetler ve borç verme ve yatırımda ayrımcı uygulamalar dahil olmak üzere çeşitli faktörler nedeniyle belirgin finansal engellerle karşılaşmaktadır.

Yeterli finansal kaynakları güvence altına almak, engelli girişimciler için özellikle zordur. Geleneksel borç verenler ve yatırımcılar, engelliliklerle ilişkili algılanan riskler veya uyarlanabilir teknolojilere ve erişilebilirlik gereksinimlerine aşinalık eksikliği nedeniyle kredi veya finansman sağlama konusunda isteksiz olabilir. Bu isteksizlik genellikle engelli bireylerin iş bağlamlarındaki yetenekleri hakkındaki önyargılardan ve yanlış anlamalardan kaynaklanmaktadır.

Ayrıca, engelli girişimciler için gerekli olan konaklama ve yardımcı teknolojilerle ilgili ek maliyetler sınırlı finansal kaynakları zorlayabilir. Bu masraflar, tümü daha yüksek başlangıç ve işletme maliyetlerine katkıda bulunan çalışma alanlarında, özel ekipmanlarda ve ulaşım kolaylıklarında yapılan değişiklikleri içerir.

Engelli girişimciler için genellikle özel destek hizmetleri ve kaynakları eksikliği vardır. Bu, erişilebilir eğitim programlarını, finansman fırsatlarını ve özel ihtiyaçlarını ve zorluklarını ele alan mentorluğu içerir.

Deneyim Engelleri

Birçok yeni girişimci, temel iş bilgisi ve deneyiminden yoksundur. Bu, piyasa dinamiklerini, yasal gereklilikleri ve etkili yönetim uygulamalarını anlamayı içerebilir. Bu bilgi olmadan, bir işletmeyi yönetmenin karmaşıklıklarında gezinmek için mücadele edebilirler. Belirli bir sektördeki deneyim, girişimcilik başarısı için çok önemli olabilir. Sektör deneyimi olmayanlar, pazar trendlerini, müşteri ihtiyaçlarını ve rekabet ortamlarını anlamakta zorlanabilirler.

Mentorluk, yeni girişimciler için değerli rehberlik ve destek sağlayabilir. Bununla birlikte, deneyimli mentorlara erişim, özellikle iş toplulukları içinde iyi bağlantıları olmayan bireyler için her zaman hazır değildir.

Girişimciliğin önündeki çeşitli engelleri anlamak, kapsayıcı ekonomik büyümeyi teşvik eden etkili destek sistemleri ve politikaları geliştirmek için çok önemlidir. Bu engelleri tanıyarak ve ele alarak, her

kökenden bireyin başarılı olmasına olanak tanıyan daha adil bir girişimcilik ortamı yaratabiliriz.

Çabalar, girişimciliğin herkes için uygulanabilir ve ödüllendirici bir yol olarak kalmasını sağlamak için kaynaklara erişimi artırmaya, hedefli destek sağlamaya ve toplumsal önyargılara meydan okumaya odaklanmalıdır.

Kültürel Engeller

Girişimciliğin önündeki kültürel engeller, gruplar veya bölgeler arasındaki kültürel normlar, değerler, uygulamalar ve beklentilerdeki farklılıklardır. Bu engeller, işletmelerin farklı pazarlarda nasıl faaliyet gösterdiğini ve algılandığını etkiler. Örneğin, bir kültürel bağlamda başarılı olan bir pazarlama stratejisi veya iş uygulaması, farklı sosyal normlar ve tüketici davranışları nedeniyle başka bir kültürel bağlamda çalışmayabilir. Bu farklılıklar, işletmelerin müşterilerle nasıl iletişim kurduğunu, pazarlık yaptığını, yönettiğini ve hizmet verdiğini etkileyebilir.

Bu kültürel engellerin aşılması, işlerini farklı coğrafi konumlara genişletmeyi hedefleyen veya çok kültürlü ortamlarda çalışan girişimciler için çok önemlidir. Beklentilerdeki yanlış anlamalar veya uyumsuzluklar çatışmalara, fırsatların kaçırılmasına ve potansiyel olarak bir markanın itibarına zarar verebilir. Buna ek olarak, kültürel engeller, özellikle farklı kültürel bakış açılarının karar verme ve inovasyonu zenginleştirebileceği veya karmaşıklatabileceği çeşitli ekiplerde, bir şirket içindeki ekip dinamiklerini ve işbirliğini de etkileyebilir. Bilgilendirilmiş stratejiler ve uyarlanabilir iş uygulamaları yoluyla bu farklılıkları tanımak ve bunlara saygı duymak, bu engellerin üstesinden gelmek, etkili iletişimi sağlamak, uyumlu bir çalışma ortamını teşvik etmek ve küresel bir pazarda iş başarısı elde etmek için hayati önem taşır. Bu, faaliyet göstermeyi düşündükleri bölgelerdeki insanların kültürel normlarını, değerlerini ve beklentilerini anlamak anlamına gelir. Örneğin, bir ülkede kabul edilebilir olan iş uygulamaları, iletişim, müzakere veya formalitelerdeki kültürel farklılıklar nedeniyle başka bir ülkede hoş karşılanmayabilir. İşinizi etkileyebilecek kültürel nüansları anlamak için kapsamlı bir pazar araştırması yapın. Bu, iletişim tarzı tercihlerini, satın alma davranışını ve hizmet beklentilerini içerir. Bu yönleri anlamak, iş modelinizi yerel tercihleri ve beklentileri daha iyi karşılayacak şekilde uyarlamana yardımcı olabilir. Ürünlerinizi veya hizmetlerinizi yerel kültürlere uyarlamak, pazar kabulünü önemli ölçüde artırabilir. Bu, kültürel uyumluluğu sağlamak için pazarlama stratejilerini değiştirmeyi, ürün özelliklerini ayarlamayı ve hatta iş modelinizi değiştirmeyi içerebilir. Örneğin, küresel gıda zincirleri genellikle menülerini yerel mutfakları ve yemek tercihlerini yansıtacak şekilde uyarlar.

4.2.2. Cinsiyet, coğrafi ve sosyo-ekonomik engellerin üstesinden gelmek

Bir işe başlamak, özellikle aşılmaz görünebilecek çok sayıda potansiyel engelle karşı karşıya kalındığında hem heyecan verici hem de göz korkutucu olabilir. Cinsiyet klişeleri, coğrafi kısıtlamalar, finansal sınırlamalar, engellilikle ilgili zorluklar, deneyim eksikliği ve kültürel farklılıklar, hevesli girişimcilerin karşılaşabileceği engellerden sadece birkaçıdır. Bununla birlikte, bu engellerin her biri aynı zamanda büyüme ve yenilik için bir fırsatı temsil eder. Hedeflenen stratejileri benimseyerek, dayanıklılığı geliştirerek ve mevcut kaynakları ve ağı kullanarak bu zorlukların üstesinden etkili bir şekilde gelebilirsiniz. Aşağıda, bu engellerin üstesinden gelmenizi sağlayacak ve başarılı ve tatmin edici bir girişimcilik kariyerinin yolunu açacak özel taktikleri ve yaratıcı çözümleri keşfediyoruz.

Girişimcilik yolculuğunuzda cinsiyet engellerini aşmak

Cinsiyet engelleri, hedefleriniz üzerinde önemli bir etkiye sahip olabilir, ancak proaktif bir yaklaşım bunların üstesinden gelmenize yardımcı olabilir. Bu zorlukların üstesinden başarıyla gelen kadın girişimcilerin başarılarını ve stratejilerini vurgulayan araştırmaları ve vaka çalışmalarını keşfedin. Bu bilgi, müzakere becerileri veya tekliflerinizi ağırlıklı olarak erkek yatırımcı gruplarına etkili bir şekilde sunmanın yolları gibi eyleme geçirilebilir stratejiler sağlayabilir.

İş dünyasında kadınları destekleyen ağlar oluşturun ve/veya bu ağlara aktif olarak katılın. Bu ağlar mentorluktan daha fazlasını sunar - projeler üzerinde işbirliği yapma, kaynakları paylaşma ve kadın liderliğindeki işletmeleri desteklemekle ilgilenen yatırımcılara erişim sağlama fırsatları sağlayabilir. Genellikle bu ağlar tarafından düzenlenen liderlik ve girişimcilik geliştirme atölyelerine ve seminerlerine katılmak, becerilerinizi ve güveninizi büyük ölçüde artırabilir.

Kadınları iş dünyasında teşvik etmek için tasarlanmış yarışmalara katılın. Bu faaliyetler ve bağlantılar yalnızca iş planınızı ve sunum becerilerinizi geliştirmenize yardımcı olmakla kalmayacak, aynı zamanda sizi medyaya maruz kalma, mentorluk ve hatta finansmana kapı açabilecek bir izleyici kitlesine maruz bırakacaktır. Bu tür etkinlikleri kazanmak ve hatta katılmak, işletmenize güvenilirlik ve görünürlük katabilir.

Geleceğin Girişimcileri Olarak Coğrafi Engelleri Aşmak

Coğrafi sınırlamaların üstesinden gelmek için teknolojinin potansiyelinden kolayca yararlanabilirsiniz. Küresel bir kitleye kolayca ulaşmak için dijital pazarlama stratejilerini kullanın. Bu, entegre bir çevrimiçi mağaza oluşturmayı, görünürlüğü artırmak için SEO stratejilerini kullanmayı ve sosyal

medya platformlarında düzenli içerik aracılığıyla müşterilerle etkileşim kurmayı içerir.

Ayrıca, bölgenizde daha iyi iş altyapısını savunmak için yerel ittifaklar oluşturabilirsiniz. Daha iyi internet bağlantısı veya ulaşım hizmetleri gibi iyileştirmeler için diğer yerel işletmelerle birlikte çalışın. Bu iyileştirmeler yalnızca işinize fayda sağlamakla kalmaz, aynı zamanda yerel ekonomiyi de canlandırır.

Coğrafi izolasyonu bir satış noktasına dönüştürerek yerel benzersizlikten yararlanın. Örneğin, işletmeniz kırsal bir bölgede bulunuyorsa, ürünlerinizi el yapımı ürünler, yerel el sanatları veya organik ürünler gibi şehir merkezlerinde bulunamayacak benzersiz ürünler olarak tanıttırın. Bu yaklaşım, niş bir pazar yaratabilir ve otantik ve geleneksel deneyimler veya ürünler arayan müşterileri çekebilir.

Finansal Engellerle Başa Çıkmak

Hedefli eğitim yoluyla finansal becerilerinizi geliştirin ve iyileştirin - finansal yönetim kursları alın, öz sermaye ve borcun temellerini anlayın, nakit akışını nasıl yöneteceğinizi öğrenin ve yeni başlayanların karşılaştığı finansal zorluklarla nasıl başa çıkacağınızı öğrenin. Bu bilgi, yatırımcılara yaklaşırken hayati önem taşır, çünkü paralarının nasıl kullanılacağını ve beklenen yatırım getirisini açıklamamız gerekecektir.

Önyüklemeyi işinizi başlatmanın ve büyütmenin bir yolu olarak düşünün. Bu yöntem, genel giderlerinizi en aza indirmeyi ve işletme kendi nakit akışında kendi kendini idame ettirene kadar faaliyet göstermenin uygun maliyetli yollarını bulmayı içerir. Ücretsiz veya düşük maliyetli işletme yönetimi, pazarlama ve iletişim araçlarını kullanın. Çevrimiçi olarak ücretsiz veya düşük maliyetli bu tür çok sayıda araç bulabilirsiniz - bir uzman kiralamaya kıyasla paradan tasarruf etmenizi sağlar.

Ayrıca topluluk temelli finansman seçeneklerini de keşfedebilirsiniz. Örneğin, topluluk üyelerinin bölgeye değer katan işletmeleri desteklediği yerel kitle fonlaması etkinlikleri. Ayrıca, girişimcilere küçük krediler sağlama konusunda uzmanlaşmış yerel bankalar veya çevrimiçi platformlar aracılığıyla sunulan mikrofinans seçeneklerini de göz önünde bulundurmalısınız.

Engelli Girişimcilerin Karşılaştığı Engelleri Aşmak

Her durumda, işinizin her alanında erişilebilirliğe öncelik vermek önemlidir. Tekrarlı sandalye kullanıcılarının erişebileceği fiziksel konumlardan, web sitenize ve görme veya işitme engelli kişiler

için kullanımı kolay çevrimiçi kaynaklara kadar. Ekran okuyucular, metinden sese ve uyarlanabilir arayüzler gibi teknolojiler, işinizi yürütme şeklinizde büyük bir fark yaratabilir.

Yapabileceğiniz en faydalı şeylerden biri, engelli işletme sahipleri için özel olarak tasarlanmış hibeler ve finansal destek aramaktır. Bu fonlar, işletmenizi erişilebilir hale getirme veya özel ekipman satın alma ile ilgili ek maliyetleri karşılamaya yardımcı olabilir. Engelli hakları ve girişimciliğe odaklanan kuruluşlarla ağ kurmak sizi bu tür finansman fırsatlarına yönlendirebilir.

Ayrıca, herhangi bir engellilik yaşıyorsanız, günlük olarak karşılaştığınız zorlukların farkındasınızdır. Bu nedenle, atölye çalışmaları düzenleyerek, etkinliklerde konuşarak ve aktif bir çevrimiçi varlık sürdürerek bu olumsuz deneyimlerden yararlanabilir ve engelli girişimcilerin potansiyeli hakkında farkındalık yaratabilirsiniz. Bu sadece sosyal algıları değiştirmeye yardımcı olmakla kalmaz, aynı zamanda diğer engelli girişimcileri de atılım yapmaya ve kendi işlerini kurmaya teşvik eder.

Girişimcilikte Deneyim Boşluklarını Kapatmak

Deneyim eksikliği ile ilgili sorun ve zorlukların üstesinden gelmek için, girdiğiniz sektörde deneyimi olan bir mentor arayabilir ve onunla ilişki kurabilirsiniz. Bu kişi yalnızca gerçek dünya deneyimlerine dayalı tavsiye ve rehberlik sunmakla kalmaz, aynı zamanda ağ oluşturma fırsatları sunabilir ve muhtemelen sizi yatırımcılar veya ortaklarla tanıştıracaktır.

Ayrıca, herhangi bir girişimcilik yolculuğuna çıkmadan önce staj, yarı zamanlı pozisyonlar veya gönüllülük yoluyla sektörde doğrudan deneyim kazanmak her zaman iyi bir fikirdir. Bu uygulamalı deneyim paha biçilmezdir, endüstrinin zorlukları ve talepleri hakkında bilgi sağlar ve kendi işinizi yönetmenize yardımcı olacak pratik beceriler geliştirmenize yardımcı olur.

Elbette, atölye çalışmalarına, seminerlere ve ilgili ticaret fuarlarına katılarak sektörünüzdeki en son trendleri ve teknolojileri her zaman takip etmelisiniz. Bu etkinlikler aynı zamanda endüstri liderleri ve potansiyel müşterilerle ağ kurmak için harika fırsatlardır ve bu da ortaklıklara ve yeni iş fırsatlarına yol açabilir.

Kültürel Engelleri Aşmak

Hem kendi iş kültürünüzü hem de hedef pazarınızın kültürünü dikkate alan entegre bir zihniyet benimsemek, kültürel farklılıkların üstesinden gelmenin en iyi yoludur. Bu yaklaşım, iş uygulamalarınızın ve yerel kültürel beklentilerinizin kesiştiği ortak bir zemin bulmayı, marka

kimliğinizi korurken kültürel normlara saygı duyan bir sinerji yaratmayı içerir.

Kültürün dinamik olduğunu ve bugün işe yarayan şeyin yarın işe yaramayabileceğini her zaman unutmayın. Sürekli öğrenme zihniyetini koruyun ve kültürler geliştikçe uyum sağlamaya hazır olun. Bu, devam eden araştırmalar veya yerel müşterilerden ve ortaklardan gelen geri bildirimler yoluyla kültürel eğilimleri takip etmek anlamına gelebilir.

Yeni bir pazara girerken, kültürel manzara hakkında derin bir anlayışa sahip yerel şirketler veya danışmanlarla çalışın. Mevcut iş modelinizi empoze etmek yerine, kültürel olarak saygılı ve ticari olarak uygulanabilir yaklaşımlar geliştirmek için birlikte çalışın. Bu işbirlikçi yaklaşım yalnızca pazara girişi kolaylaştırmakla kalmaz, aynı zamanda markanızın itibarını ve kabulünü de artırabilir.

Son olarak, kültürel açıdan farklı bir ekip oluşturmak, kültürel hataları önleyen içgörüler ve fikirler sağlayabilir. Farklı geçmişlere sahip ekip üyeleri, düşünmemiş olabileceğiniz bakış açıları sunarak daha bilinçli kararlar almanıza ve kapsayıcı bir iş ortamına yol açabilir.

Bu alt bölümü sonuçlandırırken, girişimciliğin önündeki engelleri aşmak için bu stratejik önlemlerin uygulanmasının proaktif bir yaklaşım, esneklik ve sürekli uyum sağlama ve öğrenme isteği gerektirdiğini belirtmek önemlidir. Ağlara aktif olarak katılarak, teknolojiyi kullanarak, finansal okuryazarlığı geliştirerek ve kapsayıcılığı ve erişilebilirliği teşvik ederek, yalnızca kendi başarınızın önünü açmakla kalmayacak, aynı zamanda daha adil ve dinamik bir iş ortamına da katkıda bulunacaksınız. Bu yolculuğa çıkarken, üstesinden geldiğiniz her zorluğun geleceğin girişimcileri için bir emsal oluşturduğunu ve başkalarının takip etmesinin önünü açmaya yardımcı olduğunu unutmayın. Büyümek, liderlik etmek ve yenilik yapmak için bu fırsatları kucaklayın, bu engellerin üstesinden gelme çabalarınızın yalnızca girişimcilik hayallerinizi gerçekleştirmekle kalmayacağını, aynı zamanda başkalarına da aynı şeyi yapmaları için ilham vereceğini ve olanak sağlayacağını bilin. Kararlılık ve doğru stratejilerle, potansiyel engelleri iş mükemmelliğine ulaşmak ve topluluğunuzda ve ötesinde anlamlı bir etki yaratmak için basamak taşlarına dönüştürebilirsiniz.

4.3. Kurumsal Güçlendirme

21. yüzyılda beceriler arasında önemli bir yere sahip olan girişimciliğin eğitim ortamında paylaşımının korunması ön plana çıkmıştır. Öğrencilere girişimcilik öğretilirken girişimci olarak adlandırılan kişilerde aranan becerilerin kazandırılması kaçınılmazdır. WP2’de yaptığımız anketler sonucunda bu

beceriler belirli kategoriler altında birleştirildi. Aşağıda en temel becerileri listeledik:

Risk Alma / Cesaret	Problem Çözme Becerileri
Yaratıcılık ve Yenilikçilik	İkna Yeteneği
İletişim Becerileri	Yeniliklere ve öğrenmeye açıklık
Sabırlı olmak	Özgüven

Yukarıda saydığımız özellikler de göstermektedir ki bir insanın girişimci olmasını belirleyen en önemli özellik bireysel özelliklerdir. Sınıf ortamında farklı bireysel özelliklere sahip birçok öğrenci de yer almaktadır. Bu nedenle sınıf ortamında gerçekleştirilecek etkinliklerin farklı bireysel özellikleri destekleyecek nitelikte ya da çeşitlilikte olması kapsayıcılık açısından oldukça önemlidir.

Bireylerin doğuştan sahip oldukları özellikler ya da içinde bulundukları kültür ve yetiştiği çevre aracılığıyla onlara aktarılan özellikler, kimi zaman girişimcilik faaliyetlerinin önünde engel teşkil edebilmektedir. Örneğin Türkiye’de erkeklerin kadınlardan daha fazla iş kurduğu bir gerçektir. Gözlemler, kadın girişimcilerin kurdukları işletmelerin görece daha küçük olduğunu ve büyüme eğilimlerinin düşük olduğunu göstermektedir. Toplumsal cinsiyet rolleri nedeniyle kadınlar iş hayatında sıklıkla ayrımcılığa maruz kalmakta ve özellikle üst düzey yönetici pozisyonlarına gelmeleri engellenmektedir (Güneş ve Şekerdil,2021).

Güven (2022) yaptığı çalışma sonucunda iyi eğitilmiş nüfusun toplam nüfusa oranının ve nüfus yoğunluğunun girişimciliği etkilediğini tespit etmiştir. Başka bir deyişle, bireylerin sahip oldukları sosyal çevre, bir bireyin girişimcilik faaliyetleri için destekleyici bir fırsat olabileceği gibi, dezavantajlı bir durum da olabilir.

Bir diğer dezavantajlı grup olan engelli bireylerle yapılan çalışmalar incelendiğinde, engellilikten kaynaklanan fiziksel sorunların, engellilere yönelik ayrımcı tutumların, fiziksel erişimle ilgili sorunların ve devlet desteğinin eksikliğinin girişimcilik faaliyetlerini etkilediği ortaya çıkmıştır (Durak, 2021).

Bireyin girişimciliğini etkileyen bir diğer faktör de finansal faktörlerdir. Finansal unsurlar denildiğinde sadece sermayeyi düşünmek yanıltıcı olabilir. Girişimci bireyin finansal bilgi ve finansal okuryazarlığa sahip olması da alabileceği riskleri değerlendirmesi açısından önemlidir. Finansal bilgi ve finansal okuryazarlık konusunda yeterli altyapıya sahip olmamak da bireyi girişimcilik nitelikleri açısından dezavantajlı duruma düşürmektedir. Başka bir deyişle, finansal okuryazarlık, finansal bilgi ve finansal

tutum düzeyleri azaldıkça bireylerin risk alma eğilimi ve belirsizliğe karşı toleransı da azalmaktadır (Kıran ve Bozkurt, 2020).

Bu bölüm, dezavantajlı durumlarda girişimciliği aktarırken kullanılabilecek çeşitli sınıf etkinliklerini içerir. Dezavantajlı öğrencilere girişimciliği öğretmek, onların ekonomik ve sosyal koşullarını iyileştirme potansiyeline sahip önemli bir girişimdir. Bu süreçte izlenebilecek bazı adımlar ve yöntemler şunlardır:

1. **İhtiyaç Analizi Yapmak:** Dezavantajlı öğrencilerin ihtiyaç ve ilgi alanlarının belirlenmesi eğitim programını daha etkili hale getirir. Bu analiz ile hangi konuların ve becerilerin ön planda tutulduğu tespit edilebilir.
2. **Uygun Eğitim Materyal ve Yöntemlerinin Kullanılması:** Girişimcilik eğitimi teorik bilginin yanı sıra pratik uygulamaları da içermelidir. Öğrencilerin interaktif dersler, atölye çalışmaları ve simülasyonlar kullanarak öğrenmeyi deneyimlemeleri sağlanabilir.
3. **Rol Modeller ve Mentorluk Programları:** Başarılı girişimcilerle tanışma ve hikayelerini dinleme fırsatı sunmak öğrencilere ilham verebilir. Ek olarak, mentorluk programları aracılığıyla öğrenciler mentorlardan destek alabilirler.
2. **İşbirlikleri ve Ağ Oluşturma:** Yerel işletmeler, STK'lar ve eğitim kurumları ile işbirlikleri kurularak öğrencilerin daha geniş bir destek ağına erişimi sağlanabilir. Bu ağlar, kaynaklara ve fırsatlara erişim için önemlidir.
3. **Providing Practical Experience:** Opportunities such as internship programs, project work and establishing micro businesses can be offered to enable students to gain real-life work experience. These experiences help them develop entrepreneurial skills.
4. **Financial Literacy Education:** As part of entrepreneurship education, basic financial management skills should be taught. Topics such as budgeting, cost calculation and financial planning may be covered.
5. **Destekleyici Bir Öğrenme Ortamı Yaratmak:** Öğrencilerin kendilerini ifade edebilecekleri, hata yapmaktan korkmadıkları, yaratıcı düşüncelerini özgürce paylaşabilecekleri bir öğrenme ortamı yaratmak önemlidir.
6. **Takım Çalışması ve Liderlik Becerileri:** Girişimcilikte başarılı olmak için gerekli olan takım çalışması ve liderlik becerileri konusunda da eğitim verilmelidir. Bu, grup projeleri ve işbirlikleri yoluyla teşvik edilebilir.
7. **Teknoloji Kullanımı ve Dijital Beceriler:** Günümüzde dijital beceriler girişimcilik için çok

önemlidir. Öğrencilere temel teknoloji kullanımı, dijital pazarlama ve e-ticaret gibi konularda eğitim verilmelidir.

8. **Motivasyon ve Özgüvenin Artırılması:** Dezavantajlı öğrencilerin motivasyonunu ve özgüvenini artıracak etkinlikler düzenlemek, girişimcilik yolunda daha cesur adımlar atmalarını sağlar.

Bu yöntemler, dezavantajlı öğrencilerin girişimcilik alanında başarılı olma potansiyellerini ortaya çıkarmalarına yardımcı olabilir ve onlara sürdürülebilir bir gelecek sağlayabilir.

4.3.1. Sınıf Etkinlikleri: Güven ve Girişimcilik Becerileri Oluşturma

Faaliyet 1:

Materyaller: Çalışma Sayfası- Kendimi Değerlendirme

- ✓ "Kendimi değerlendiriyorum" çalışma sayfası öğrencilere dağıtılır (aşağıda bulabilirsiniz).
- ✓ "Sevgili öğrenciler, bugün sizlerin özelliklerini girişimcilik deneyimi açısından değerlendireceğiz. Hepimizin bizi özel kılan farklı özellikleri var. Sahip olduğumuz bu özellikler bazı işleri yapmamızı kolaylaştırırken bazı işlerde ise sıkıntı yaşamamıza neden olabilir. Şimdi, size verdiğim çalışma sayfalarında, kendi özellikleriniz hakkında düşünmenizi ve girişimci olmanıza yardımcı olacak güçlü yönlerinizi ve girişimci olmanız için sizi zorlayacak zayıf yönlerinizi belirlemenizi istiyorum. Daha sonra çevrenizdeki koşulları göz önünde bulundurarak ve girişimci olmanızı engelleyebilecek tehditleri ve sizi destekleyecek fırsatları belirleyerek çalışma kağıtlarınızı doldurmanızı istiyorum." yönergesi öğrencilere okunur.
- ✓ Öğrencilere çalışma yapraklarını doldurmaları için 15 dakika süre verilir.
- ✓ 15 dakika sonra gönüllü öğrenciler SWOT analizlerini sınıfla paylaşırlar.

Paylaşım tamamlandıktan sonra tüm öğrencilere aşağıdaki sorular sorulur:

1. Girişimci olmak için yeterli güçlü yönleriniz olduğunu düşünüyor musunuz?
2. Girişimci olurken zayıf olduğunu düşündüğünüz özellikleri değiştirmenin yolları var mı?
3. Eğer zayıf yönlerinizi değiştirmeniz mümkün değilse, bu yönlerle ilgili destek alabileceğiniz kişi/kurumlar olduğunu düşünüyor musunuz?

Etkinlik sonunda genç girişimcilerin girişimcilikleri sırasında bireysel özelliklerinden ya da yaşadıkları çevreden kaynaklanan bazı sorunlarla karşılaşabilecekleri ancak bu sorunların üstesinden gelmenin mümkün olduğu öğrencilerle paylaşılıyor.

Bu sorunları aşmak için genç girişimcilere yönelik öneriler şu şekilde sıralanabilir:

- Girişimcilerin en büyük sorunlarından biri sermaye bulmaktır. Sermaye bulmak için borçlanmaktan kaçınılmalı, bunun yerine devlet teşvik/destek programları araştırılmalıdır.
- Bir işletme kurarken, bugün yaptığımız iş gibi kurulacak işletme ile ilgili bir SWOT analizi yapılmalıdır. Pazar araştırması da bu analize dahil edilmelidir.
- Yapmayı düşündüğünüz iş için gerekli tüm bilgi ve becerilere sahip olmayabilirsiniz. Bu nedenle bu bilgi ve beceriye sahip kişilerle iş birliği yapmak/ekip oluşturmak yükünüzü hafifletecek ve sizi başarıya götürecektir.
- İşinizi işbirliği yoluyla yürütebilerseniz de, işinizin finansal aşamalarına hakim olmak için finansal okuryazar olmak önemlidir. Finansal okuryazarlık konusunda gelişmenize yardımcı olacak kurslara/eğitime katılabilirsiniz.
- Günümüz dünyasında teknoloji (e-ticaret) aracılığıyla kendinize küresel bir pazar yaratmanız mümkün. Bu sayede daha az sermaye ile büyük kazançlar elde edebilirsiniz. Bunun için teknolojik bilgi ve tecrübenizi artırmanız ve dijital okuryazar - dijital vatandaş olmanız yeterli.

Çalışma Sayfası: Kendimi Değerlendirme

GÜÇLÜ YÖNLERİM	ZAYIF YÖNLERİM
FIRSATLAR	TEHDİT

Faaliyet 2: Girişimcilik Simülasyonu

Amaç: Öğrencilere işletme yönetimi ve karar verme süreçlerini öğretmek.

Malzemeler: Kağıt, kalem, bilgisayar (simülasyon yazılımı varsa).

- ✓ Öğrenciler küçük gruplara ayrılır ve her grup doğaya dost olan veya sosyal bir soruna (örneğin kadın istihdamı) çözüm sunan kendi işini kurar.
- ✓ İşletme türünü seçerler (örneğin kafe, mağaza, hizmet sağlayıcı).
- ✓ İşletme için başlangıç sermayesini, ürün veya hizmet fiyatlarını, maliyetleri ve diğer iş planı detaylarını belirlerler.
- ✓ Her grup belirli bir süre (örneğin 4 hafta) için işlerini yönetir ve kararlar alır (örneğin reklam bütçesi, çalışan maaşları, ürün fiyatları).
- ✓ Grupların finansal durumları haftalık olarak değerlendirilir ve kararlarının sonuçları analiz edilir.

Bu aktivitenin Çıktıları:

- Öğrenciler işletme yönetimi ve karar verme süreçlerini deneyimler.
- Öğrencilerin finansal okuryazarlık ve stratejik düşünme becerileri gelişir.

Faaliyet 3: Pazar Araştırması Projesi

Amaç: Öğrencilere hedef kitle analizi ve ürün/hizmet geliştirme süreçlerini öğretmek.

Materyaller: Anket formları, internet erişimi.

- ✓ Öğrenciler gruplara ayrılır ve belirli bir ürün veya hizmeti seçerler (Bu ürün veya hizmetin çevre dostu olmasını ve/veya toplumsal sorunlara çözüm sunan bir ürün/hizmet olmasını tercih ederler).
- ✓ Bu ürün veya hizmet için hedef kitlenin kim olduğunu belirlemek için pazar araştırması yaparlar.
- ✓ Hedef kitlenin ihtiyaç ve beklentilerini anlamak için anketler hazırlar ve yürütürler.
- ✓ Anket sonuçlarını analiz ederler ve ürün veya hizmetlerinde iyileştirmeler yaparlar.
- ✓ Sonuçları sınıfta sunarlar ve geri bildirim alırlar.

Bu aktivitenin Çıktıları:

- Öğrenciler pazar araştırması yapma ve verileri analiz etme becerilerini geliştirirler.
- Müşteri odaklı düşünme ve inovasyon becerileri artar.

Aktivite 4: Mini Bir İş Kurmak

Amaç: Öğrencilere gerçek bir iş deneyimi kazandırmak.

Malzemeler: Başlangıç sermayesi (okul veya sponsorlar tarafından sağlanabilir), ürün veya hizmet için ihtiyaç duyulan malzemeler.

- ✓ Öğrenciler küçük gruplara ayrılır ve her grup küçük bir işletme kurar (örneğin limonata standı, el yapımı ürünler satmak).
- ✓ İşletme için bir iş planı hazırlarlar (maliyetler, fiyatlar, hedef kitle, pazarlama stratejisi).
- ✓ Ürünlerini veya hizmetlerini belirli bir süre için (örneğin 1 hafta) satarlar.
- ✓ Satış sonuçlarını analiz ederler ve karlılıklarını değerlendirirler. Deneyimlerini sınıfta paylaşırlar ve tartışırlar.

Bu Aktivitenin Çıktıları:

- Öğrenciler gerçek dünyada iş yapma deneyimi kazanırlar.
- Müşteri ilişkileri, satış ve pazarlama becerileri gelişir.
- Öğrenciler (özellikle ekonomik olarak dezavantajlı olanlar) sermayeye erişmenin yollarını değerlendirir.

Etkinlik 5: İş Fuarı

Amacı: Öğrencilerin işletme sahipleri, dernekler ve sivil toplum kuruluşları ile iletişim kurmasını sağlamak.

Bireyselleşmenin hızla geliştiği günümüzde, güven en büyük ihtiyaçlardan biri haline gelmiştir. Özellikle yolculuğun başında ve zor durumlarla karşı karşıya kaldıklarında destek alabilecekleri bir ortamın olması girişimcilere güç verecektir. Bu nedenle girişimcilerin işleri başarısız olmadan önce güvenebilecekleri bir ortam yaratmaları hayati önem taşır. İş fikri için sermaye arayan girişimci için etkili ilişkiler artık paradan daha öncelikli. İş dünyasında birçok kişinin meslek birliklerine ve sivil toplum kuruluşlarına katılmasının sebebi ise; bir araya gelmek, işbirliği yapmak ve topluma faydalı projeler üretmektir (Belen, 173).

- ✓ Çevredeki işletme sahiplerinden, derneklerden ve sivil toplum kuruluşlarından temsilciler davet edilerek, okul bünyesinde iş fuarı düzenlenir.
- ✓ Öğrenciler, katılımcı işveren ve temsilcilerle bir araya gelerek onların girişimcilik hikayelerini dinler.
- ✓ Katılımcılardan kendi ilgi alanları ve yetenekleri doğrultusunda kartvizit toplarlar.

Bu Aktivitenin Çıktıları:

- Öğretmenler başarı için işbirliği odaklı bir ortam yaratabilirler.

4.3.2. Akran Öğrenimi: Deneyimlerin ve Stratejilerin Paylaşılması

Etkinlik 1:

- ✓ Öğrenciler sınıf mevcuduna göre iki veya üç kişilik gruplara ayrılır.
- ✓ Çevrelerindeki girişimci kadınlarla bir araya gelerek bu kurumların genel özellikleri ve iş hayatında karşılaştıkları sorunlar hakkında bilgi toplarlar.
- ✓ Bir sonraki derste her gruptan bir lider sınıf ortamında topladıkları bilgileri paylaşırlar.

Daha sonra öğrencilere şu sorular sorulur:

1. Grup içinde yapılması gereken çalışmaları paylaşıırken nelere dikkat ettiler?
2. Çevrelerindeki girişimci kadınlara nasıl ulaştılar?
3. Bu aktiviteyi gerçekleştirirken onları en çok zorlayan konular nelerdi? Yaşadıkları zorlukları nasıl aştılar?

Bu aktivitenin Çıktıları:

- Öğrenciler takım halinde çalışır ve işbirliği yapar.
- Kadınların iş dünyasında karşılaştıkları sorunlar hakkında bilgi toplar.
- Karşılaştıkları sorunları çözmek için kullandıkları yöntemleri değerlendirir.

Etkinlik 2:

- ✓ Öğrenciler sınıf büyüklüğüne bağlı olarak üç veya dört kişilik gruplara ayrılır.
- ✓ Farklı engel alanlarına sahip öğrenciler varsa, aynı grupta olmamalarına özen gösterilir.
- ✓ Öğrencilerden, yakın çevrelerinde kendi işlerini kuran ve işleten girişimcilere uygulanmak üzere Google formları aracılığıyla bir anket oluşturmaları isteniyor. Bu anketin oluşturulması ve uygulanması sırasında, görevlerin grup içindeki öğrencilerin bireysel özelliklerine göre dağıtılmasının önemi vurgulanmaktadır.
- ✓ Çalışmada farklı türdeki anketlerden yararlanabilirler.

Bu ankette;

- ✓ Bir girişimcinin sahip olması gereken özellikler,
- ✓ Kendi işini kurmanın bir kişi için avantajları,
- ✓ Bir kişinin kendi işini kurarken karşılaştığı zorluklar,
- ✓ İşinizi kurmak için gerekli sermayeye nasıl ulaşacağınız,
- ✓ Girişimcinin yaptığı işle ilgili daha önce edindiği bilgilere ilişkin soruları yanıtlayabilecekleri öğrencilerle paylaşılıyor.

Anketler uygulandıktan sonra öğrencilere aşağıdaki sorular sorulur:

1. Bu faaliyetin yürütülmesi sırasında nasıl bir yol izlediler?
2. Ne gibi zorluklarla karşılaştılar? Bu zorlukların üstesinden nasıl geldiler?
3. Girişimciliği etkileyen faktörleri belirli kategorilerde toplasaydık bu kategoriler neler olurdu?
4. Anket sonuçlarına bakıldığında girişimciliği etkileyen faktörler nelerdir?
5. Girişimciliği etkileyen faktörler bireyin avantajlı olabileceği bir duruma dönüştürülebilir mi?
6. Girişimci bir bireyin ekonomik zorlukları aşmak için destek alabileceği kurum ve kuruluşlar var mı?

Bu aktivitenin Çıktıları:

- Öğrenciler takım halinde çalışır ve işbirliği yapar.
- Girişimci insanların özellikleri hakkında bilgi toplayın.
- Belirli bir konuda veri toplayın ve verileri analiz edin. Bireyin girişimcilik özellikleri ile diğer kavramlar arasındaki ilişkiyi anlar.

5. Yeşil ve Sosyal Girişimcilik Simülasyon Aktiviteleri

Girişimci bir zihniyet geliştirme, yeşil girişimcilik, sosyal girişimcilik ve girişimcilik yolculuğunun başında ve sırasında kapsayıcılık yolları hakkında yukarıda belirtilen tüm materyallerle birlikte, öğretmenin öğrencilerle yakın işbirliği içinde, gerçek yaşam çerçevesinin simülasyonunda kendi işlerini geliştirmelerine nasıl yardımcı olabileceğine dair adım adım talimatlar içeren yararlı ve ayrıntılı bir kılavuz burada.

Esasen, öğretmen bu belgedeki tüm materyalleri kullanabilecektir. Bununla birlikte, girişimci zihniyet eğitimi, yeşil girişimcilik, sosyal girişimcilik ve girişimcilik yolculuğundaki olası engellerin üstesinden gelme konularını ele alan 1-4 modülleri ile başlanması önerilmektedir. Bu belgenin ilk kısmı, öğrencilere hem teorik bağlamda hem de dahil edilen ilgi çekici etkinlikler aracılığıyla pratik bağlamda ilgili tüm kavramları keşfetme ve netleştirme fırsatı sağlayabilir. Daha sonra, ilgili tüm kavramlar keşfedildikten ve tüm öğrencilerin soruları cevaplandıktan sonra, öğretmen yeşil ve sosyal girişimcilik etrafında bir eğitim bağlamında simülasyon etkinliklerini ele alan bu bölümde yer alan materyali kullanmaya geçebilir. Yine, öğretmenin alt bölümlerin önerilen sırasını takip etmesi önerilir, çünkü bu, öğrencilere geçmeleri gereken aşamalar hakkında yapılandırılmış bir düşünme yolu sağlayabilir.

Simülasyon çerçevesinin gerçek bir iş açmakla ilgili olmadığını belirtmekte fayda var. Açıkçası, öğrencilerin kendi gerçek işlerini kurmaları mümkün değildir. Bununla birlikte, aşağıdaki prosedürlerin uygulanması, yukarıdaki tüm modüllerin paralel öğretimi ile, iş dünyasının gerçek koşullarını ve kendi işini açmak isteyen bir kişinin nasıl düşündüğünü ve hareket ettiğini simüle edebilir, ancak basitleştirilmiş bir versiyonda ve korumalı bir bağlamda, böylece her şey ilköğretim ve ortaokul öğrencileri tarafından anlaşılabilir, aynı zamanda ilgili bir bilgi birikimine sahip olmayan ilköğretim ve ortaokul öğretmenleri tarafından da kullanılmaktadır.

Böylece, girişimci zihniyet, yeşil ve sosyal girişimcilik ile ilgili terimlerin netleştirilmesinden başlayarak, yeşil ve sosyal girişimler için fikir geliştirmeye yönelik beyin fırtınası faaliyetleri ve girişimcilik yolculuğu sırasında olası engellerin nasıl aşılabacağına dair önerilerle sona ererek, korumalı okul ortamında öğrencilerin sanal işletmeler geliştirmesine yönelik uygulamalı eğitim faaliyetleri takip ediyor. Aşağıdaki etkinlik sırasını takip ederek, öğretmenler ve öğrenciler, yeni bir girişimcinin benimsemesi gereken zihniyet ve ilk gerekli süreçler hakkında derinlemesine bir anlayış kazanabileceklerdir. Aşağıdaki etkinlikler hem ayrıntılı yönergeleri hem de kullanışlı kullanıma hazır

şablonları içerir.

5.1. İş Fikri Üretme ve Geliştirme

5.1.1. Yaratıcı Fikirler için Beyin Fırtınası Oturumları

En başarılı işletmelerin nasıl başladığını hiç bilmek istediniz mi? Her şey tek bir basit şeye bağlı: yaratıcı düşünme! Fikir üretme, işletmelerin akıllı fikirler üretmek ve hayata geçmek için kullandıkları parlak ve pratik bir yöntemdir. Yeni fikirlerin gerçekten parlayabileceği bir yaratıcılık laboratuvarı! İş başarısına ekstra özel bir lezzet katan gizli bileşendir!

Şunu hayal edin: bir iş kurmak isteyen bir girişimcisiniz. Bazı belirsiz fikirleriniz olabilir, ancak sağlam bir eylem planınız olmayabilir. Girişimci beyin fırtınasının devreye girdiği yer burasıdır. Yaratıcı meyve sularınızın akmasını sağlamanın ve birkaç dakika içinde bir sürü fikir üretmenin bir yoludur.

Beyin fırtınasının neyle ilgili olduğunu anlamak için, neleri içerdiğine dair temel bir anlayışa sahip olmak faydalı olacaktır. Bir kişinin veya ekibin bir projeye veya bir soruna çözüm bulduğu yaratıcı bir süreçtir. Beyin fırtınası genellikle, genellikle bir projenin başlangıcında bir fikir listesi oluşturmayı içerir.

Bu durumda amaç, bir iş kurma fırsatlarını keşfetmek veya mevcut bir iş fikrini geliştirmektir. Bu, sonuçlara yol açabilecek birçok fikir bulmak anlamına gelir. Beyin fırtınası, iyi olup olmadıkları konusunda endişelenmeden birçok fikir üretmenizi sağlayan bir düşünme şeklidir. Amaç, mümkün olduğu kadar çok fikir bulmak ve daha sonra en iyilerini seçmektir.

Neden İş Fikirleri Üzerinde Beyin Fırtınası Yapmalısınız?

İş dünyası her zaman değişiyor, bu nedenle işletmelerin güncel kalması gerçekten önemli. Bunu yapmanın bir yolu beyin fırtınasıdır. İşletmelerin ve girişimcilerin piyasada neler olup bittiğini takip etmelerine ve yeni ürün ve hizmetler düşünmelerine yardımcı olur. Rakipler oraya varmadan önce büyüme ve bunlardan en iyi şekilde yararlanma şanslarını tespit edebilecekler.

Dahası, beyin fırtınası yeni şekillerde düşünmenize ve normalde düşünmeyeceğiniz fikirlerle yaratıcı olmanıza olanak tanır. Fikirlerin özgürce aktığı bir alan yaratır ve yeniliği teşvik eder. Bir takım ortamında, farklı bakış açılarını bir araya getirerek oldukça etkileyici sonuçlara yol açar.

Beyin fırtınası sırasında ortaya çıkan türünün tek örneği fikirler sizi rekabette öne geçirebilir. Yenilik

yapmaya devam ederseniz, dinamik pazarlarda öne çıkacaksınız. Ayrıca yeni trendleri benimsemeye ve yolda ortaya çıkan engellerin üstesinden gelmeye hazır olmalısınız. Proaktif bir yaklaşımla, yeni trendleri herkesten önce tespit edebilir ve bunlara hızla uyum sağlayabilirsiniz.

İş ideolojiniz, pazardaki kullanılmayan fırsatları tespit etmenin anahtarıdır. Yeni alanlar ve müşteri gruplarının yanı sıra, aksi takdirde fark edilmeyebilecek potansiyel ortaklıkları keşfedebileceksiniz. Bu fırsatları ortaya çıkarmak, işleri yapmanın yeni yollarını belirlemenize yardımcı olacaktır.

Beyin fırtınalarının sadece bir kerelik olaylar değil, genellikle devam eden bir şey olduğunu da söylemekte fayda var. Sürekli büyüme ve iyileştirme kültürünü teşvik ederler. Düzenli olarak iş fikirleri üzerinde beyin fırtınası yaptığınızda, bu sizi daha uyumlu ve işleri yapmanın yeni yollarını bulmaya kararlı kılar.

Fikir Üretme Sürecinin Adımları Başlamadan Önce,

Bir dizi adımı takip etmekten daha fazlası olduğunu unutmayın. **Zamanla gelişen yaratıcı bir süreçtir.**

Şimdi, inovasyonu nasıl teşvik edebileceğinize ve işletmeniz için harika sonuçlar elde edebileceğinize dair ayrıntılara girelim:

- 1. Hedefinizi Belirleyin:** İlk olarak, tam olarak neyi başarmak istediğinize karar verin. İster bir sorunu çözmeye, ister bir şeyi daha iyi hale getirmeye veya tamamen yeni bir şey yaratmaya çalışıyor olun, hedefinizi bilmek tüm fikirlerinize rehberlik etmeye yardımcı olur.
- 2. Bir Takım Oluşturun:** Masaya farklı beceriler ve görüşler getiren bir grup arkadaş toplayın. İnsanların bir karışımına sahip olmak, daha ilginç fikirlere ve bir şeyler yapmanın yollarına yol açabilir, bu da harika çözümler bulmayı daha da eğlenceli hale getirir.
- 3. Bir Beyin Fırtınası Alanı Oluşturun:** Herkesin fikirlerini haykırırken kendini rahat hissettiği özel bir yer oluşturun. Bu, sınıfın bir köşesi veya hatta hepinizin düşüncelerini özgürce yazabileceğiniz bilgisayarında bir sohbet olabilir.
- 4. Çok Fazla Fikir Düşünün:** Beyin fırtınası yaparken, hiçbir fikrin çok aptalca olmadığını unutmayın. Mümkün olduğu kadar çok fikir düşünmeye çalışın. Şu anda, her şey miktarla ilgili - ne kadar çok fikir, o kadar iyi!
- 5. Birlikte Çalışın:** İyi fikirler, arkadaşlarınızdan gelen önerilerle birleştiğinde harika fikirlere

dönüşebilir. Birlikte çalışmak, gerçekten harika bir şey ortaya çıkarmak için farklı fikirleri karıştırmanıza olanak tanır.

6. En İyi Fikirleri Seçin: Birçok olasılığı düşündükten sonra, hangilerinin en iyisi olduğunu bulmak için biraz zaman ayırın. Hangi fikirlerin yapılabilir olduğunu, en büyük sıçramayı yapabileceğini ve hedefinize ulaşmanıza gerçekten yardımcı olabileceğini düşünün.

7. Fikirlerinizi Daha İyi Hale Getirin: En iyi fikirlerinizi seçtikten sonra, onları daha da iyi hale getirmenin zamanı geldi. Ayrıntıları planlayın, neyin yanlış gidebileceğini ve fikrinizin başarmaya çalıştığınız şeye nasıl uyduğunu düşünün.

8. Fikirlerinizi Test Edin: Fikrinizi herkese göstermeden önce, küçük bir şekilde deneyin. Birkaç kişiye ne düşündüklerini sorun, böylece gerekirse değişiklik yapabilirsiniz. Bu, fikrinizin işe yaradığından ve diğer insanların da bunun havalı olduğunu düşüneceğinden emin olmanıza yardımcı olur.

9. Göreyim Seni: Artık fikrinizi gerçekleştirmeye hazırsınız. Nasıl gittiğine bir göz atın ve gerekirse bazı şeyleri değiştirmeye hazır olun. Bu şekilde öğrenir ve daha iyi olursunuz.

10. Kutlayın ve Öğrenin: Fikrinizi gerçeğe dönüştürdüğünüzde, ekibinizle kutlamak için biraz zaman ayırın! Ayrıca, neyin iyi gittiğini ve bir dahaki sefere neyi daha iyi yapabileceğinizi düşünün. Yaptıklarınızdan ders çıkarmak, gelecekte daha da iyisini yapmanıza yardımcı olur.

Eylem Planı Şablonu

Fikirlerini düzenlemek ve yaklaşımlarını yapılandırmak için, öğrenciler bir eylem planı için aşağıdaki genel şablonu kullanabilirler. Bu şablon, bir iş oluşturarak çözmek istedikleri sorunu tanımlama ve bunu etkili bir şekilde ele almak için stratejiler geliştirme konusunda onlara rehberlik edecektir. Öğrenciler, aşağıdaki tekniklerden birini veya birkaçını kullanarak eylem planlarının kapsamlı, iyi düşünülmüş ve uygulanabilir olmasını sağlayabilirler. Bu yapılandırılmış yaklaşım, öğrencilerin iş hedeflerini, hedef kitlelerini, gerekli kaynakları ve planlanan kilometre taşlarını net bir şekilde belirlemelerine yardımcı olacak ve girişimcilik girişimleri için sağlam bir temel sağlayacaktır.



WP3: “Sürdürülebilir bir dünya için sanal girişimcilik” müfredatı



Co-funded by
the European Union



Co-funded by
the European Union



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



İş Fikirleri Beyin Fırtınası Yapma Yöntemleri

1. Beyin Fırtınası Kartları

Beyin fırtınası oturumunuz için bir zaman sınırı belirleyerek başlayın. Genellikle, eldeki sorunun karmaşıklığına bağlı olarak 15 ila 60 dakika iyi çalışır. Bu, herkesin motive olmasına ve yolunda gitmesine yardımcı olur.

Ardından, hedefi net bir şekilde tanımlayın. Herkesin tam olarak neyi başarmaya çalıştığını bilmesi ve bu özel sorunu çözmenin yollarını tartışmaya yakından bağlı kalması önemlidir. Birlikte geçirdiğiniz zamanı en iyi şekilde değerlendirmek için konuya bağlı kalmak önemlidir.

Beyin fırtınası yaparken, herkesin birbirini yargılamaktan veya eleştirmekten kaçınmayı kabul ettiğinden emin olmak önemlidir. Buna olumsuz yorumlar ve hatta olumsuz beden dili de dahildir. Ne kadar sıra dışı veya dışarıda görünürse görünsün tüm fikirlere açığız. Aslında, herkesin en yaratıcı veya çılgın düşüncelerini paylaşmasını sağlayın - bazen en iyi fikirler kulağa biraz çılgınca gelmeye başlar!

Buradaki amaç, mümkün olduğu kadar çok fikir bulmaktır. Dedikleri gibi, ne kadar çok fikriniz olursa o kadar iyidir. En iyilerini seçmek için daha sonra tüm önerilere bakacaksınız, bu nedenle ne kadar çok fikir bulabilirsiniz o kadar iyi.

Herkesin birbirinin fikirleri üzerine inşa etmesini sağlayın. Her şey, oldukça beklenmedik ve yenilikçi çözümlere yol açabilecek bağlantılar kurmak ve fikirleri genişletmekle ilgilidir. Birinin düşüncesini durdurabilecek "ama" demek yerine, başka birinin fikrini geliştirmek için "ve" kullanın. İşleri bu şekilde yapmak, herkesin birlikte çalışmasına yardımcı olur ve birçok farklı düşünce ve bakış açısının fikirlerin daha iyi hale gelmesine yardımcı olmasını sağlar.



Her şeyi görsel tutmak iyi bir fikirdir. Diyagramlar, Post-It'ler veya diğer görsel yardımcılar kullanmak, fikirleri hayata geçirmeye gerçekten yardımcı olabilir. Ayrıca herkesin kavramları farklı şekillerde görmesini kolaylaştırır ve bu da daha fazla fikri ateşleyebilir.

Son olarak, aynı anda yalnızca bir kişinin konuştuğundan emin olun. Bu, oturumun yolunda gitmesini sağlar ve konuşmacının fikirlerine saygı gösterir. Beyin fırtınası oturumunuzdan bazı sağlam sonuçlar aldığınızdan emin olmak için gerçekten önemlidir.

2. Mavi Gökyüzü Düşüncesi

Bu yöntemde, katılımcılardan hayal güçlerini serbest bırakmaları ve sınırlar olmadan düşüncelerini teşvik edilir. Yaratıcılığı ve yeniliği vurgulayarak her şeyin mümkün olduğu mükemmel senaryoları görselleştirmeye davet edilirler. Bu strateji, öğrencileri farklı düşünmeye ve alışılmadık kavramları benimsemeye teşvik ederek çok sayıda fikir üretmenin önemini vurgulamaktadır. Odak noktası, ilk başta fikirlerin fizibilitesi değil, inovasyonun olağan sınırların ötesine geçerek geliştiği bir ortamı teşvik eden çok sayıda olasılıktır. Öğrenciler yeni bölgeleri keşfetmeye ve zorluklar hakkında yaratıcı bir şekilde düşünmeye motive olurlar, bu da bunu problem çözme becerilerini geliştirmek ve genç öğrenciler arasında büyüme zihniyetini teşvik etmek için mükemmel bir egzersiz haline getirir.

3. İlk İlkeler

Bu fikir üretme yöntemi, bir sorunu temel parçalarına ayırmaya, varsayımları eleştirel olarak incelemeye ve temelden çözümler üretmeye odaklanır. Temel adımlar şunları içerir:

Yapısöküm: Bir problemin veya senaryonun temel bileşenlerini belirleyin ve parçalayın.

Varsayımlara Meydan Okuyun: Yeni bakış açılarını teşvik etmek için sorunu çevreleyen mevcut inançları eleştirel bir şekilde sorgulayın.

Yeniden yapılandırma: Temel yönlerin yeniden değerlendirilmesinden elde edilen içgörülerini kullanarak, genellikle yaratıcı ve yenilikçi sonuçlarla sonuçlanan çözümler geliştirin.

Bu yaklaşım, zorlukların kapsamlı bir şekilde anlaşılmasını geliştirir ve temel gerçeklere dayanan çözümler geliştirerek yaratıcı problem çözme teşvik eder. Analitik ve yaratıcı düşünme becerilerini geliştirmek için özellikle etkilidir, çünkü katılımcıları yüzeysel anlayışın ötesine bakmaya ve temel ilkelerden çözümleri yeniden yapılandırmaya iter.

4. Rol Oynama

Bu fikir üretme stratejisi, ekip üyelerinin benzersiz bakış açıları benimsemesine ve yaratıcılığı artırmaya yardımcı olmak için rol oynamayı kullanır. İşte nasıl çalıştığı:

Rol Atama: Her ekip üyesi, eldeki sorun veya senaryo ile ilgili belirli bir rol üstlenir. Bu roller, zorluk bağlamında farklı bakış açılarını kapsayacak şekilde tanımlanır.

Perspektif Benimseme: Katılımcılar, kendileriyle birlikte gelen düşünceleri, bakış açılarını ve duyguları

kucaklayarak rollerine tam olarak katılırlar. Bu derin daldırma, sorunu yeni açılardan görmeye yardımcı olur.

Etkileşimli Diyalog: Ekip üyeleri rolleri dahilinde etkileşime girip tartıştıkça, doğal olarak yeni fikirler ve içgörüler ortaya çıkarmaya başlarlar. Bu süreç genellikle geleneksel bir beyin fırtınası oturumunda ortaya çıkmayabilecek yaratıcı ve alışılmadık çözümlere yol açar.

Yansıtma ve İnovasyon Çıkarma: Rol oynamadan sonra herkes deneyim üzerinde düşünmek ve ortaya çıkan yenilikçi fikirleri belirlemek için bir araya gelir. Bu adım, yaratıcı rol oynamayı eyleme geçirilebilir çözümlere dönüştürmek için çok önemlidir.

Rol oynama, katılımcıları olağan düşünme biçimlerini aşmaya teşvik ederek problem çözmeye canlı ve deneyimsel bir yaklaşım geliştirir. Ekip üyeleri, farklı kimlikleri ve bakış açılarını keşfederek beklenmedik çözümler keşfedebilir ve bu tekniği özellikle grup ortamlarında yaratıcılığı ve dinamik düşünmeyi teşvik etmek için etkili hale getirir.

5. SCAMPER Tekniği

Bu, mevcut fikirleri, kavramları veya süreçleri değiştirmenin harika bir yoludur. Scamper'in arkasındaki fikir, en iyi sonucu elde etmek için mevcut fikirde veya süreçte belirli değişiklikler yapmaktır. SCAMPER, şu anlama gelen bir kısaltmadır: Değiştirme, Birleştirme, Uyarlama, Değiştirme/Büyütme, Amaç, Ortadan Kaldırma/Küçültme ve Yeniden Düzenleme/Tersine Çevirme.

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

Her adımın içerdiği yerler:

Değiştirme: Farklı olasılıkları ateşlemek için mevcut bir fikrin parçalarını alternatiflerle değiştirmeyi düşünün. Bu, bu değişikliklerin nasıl yeni çözümler sunabileceğini görmek için materyalleri, yöntemleri ve hatta sonuçları değiştirmeyi içerebilir. "X'i Y ile değiştirirsem ne olur?" diye sorabilirsiniz.

Birleştirin: Farklı fikirlerden öğeler alın ve bileşik bir çözüm oluşturmak için bunları bir araya getirin. Bu hibrit yaklaşım, çeşitli kavramların güçlü yönlerini entegre ederek yenilikçi sonuçlara yol açabilir. "X ve Y'yi birleştirirsem ne olur?" diye sorabilirsiniz.

Uyum sağlayın: Belirli sorunları daha iyi ele almak için mevcut fikirlerde ayarlamalar yapın. Özelliklerde veya süreçlerde ince ayar yapmak, çözümleri sorunun ihtiyaçlarına daha yakın hale getirebilir. "Planı farklı bir bağlama uyarlamak için neyi değiştirmeliyim?" diye sorabilirsiniz.

Değiştir: Çeşitli versiyonları ve geliştirmeleri keşfetmek için bir fikrin boyutu, şekli veya rengi gibi fiziksel özelliklerini değiştirmeyi deneyin. Bu, yeni olasılıkları ve uygulamaları görselleştirmeye yardımcı olabilir. "Bu planda daha fazla değer yaratmak için neleri değiştirebilirim?" diye sorabilirsiniz.

Başka Bir Amaca / Kullanıma Koyun: Mevcut bir fikir için farklı uygulamaları veya kullanımları düşünün. Bir konsepti yeniden tasarlamak, beklenmedik yeniliklere yol açabilir ve kullanılabilirliğini artırabilir. "Projenin başka ne gibi kullanımları olabilir?" diye sorabilirsiniz.

Ortadan kaldırın: Gereksiz veya gerekli olmayan öğeleri kaldırarak bir fikri kolaylaştırın. Bu basitleştirme genellikle daha verimli ve odaklanmış bir çözüme yol açar. "Projeyi daha basit hale getirmek için neleri kaldırabilirim?" diye sorabilirsiniz.

Ters Çevir/Yeniden Düzenle: Bileşenlerini tersine çevirerek veya adımlarını yeniden düzenleyerek fikre farklı bir açıdan bakın. Bu, gizli kusurları veya fırsatları ortaya çıkararak potansiyel iyileştirmeler hakkında yeni bilgiler sağlayabilir. "Planı daha etkili hale getirmek için nasıl yeniden tasarlayabilirim?" diye sorabilirsiniz.

Bu adımların her biri, kavramları çeşitli şekillerde yeniden yapılandırarak, iyileştirerek ve yeniden hayal ederek yaratıcı problem çözme kolaylaştırarak mevcut fikirlerin dinamik bir şekilde yeniden düşünülmesini teşvik eder. Bu teknik, projeniz hakkında yeni yollar düşünmenize yardımcı olur. Her

soru, sorun hakkında daha derin düşünmenizi ve yeni olasılıkları düşünmenizi sağlar. Örneğin, bir yürüyüş pusulası yapmak istiyorsanız, kendinize "Çevre dostu malzemeler kullansaydım ne olurdu?" diye sorabilirsiniz.

6. Görsel Senaryo Taslağı

Fikir edinmenin harika bir yolu görsel bir hikaye oluşturmaktır. Bu yaklaşımda ekip, fikrin adım adım nasıl ortaya çıkacağını gösteren görsel bir hikaye oluşturmak için birlikte çalışır. Bu görsel eşleme, bir fikrin zaman içinde nasıl geliştiğini ve değiştiğini keşfetmenizi sağlar. Bir konsepti görsel olarak ortaya koyduğunuzda, ekibin işbirliği yapması, iyileştirmesi ve sunulan fikirlerin netliğini ve etkisini geliştirmesi daha kolaydır. Bu teknik, soyut düşünceleri somut görsel temsillere dönüştürerek, ortak bir görsel anlatı oluşturma sürecinin kolektif çabasıyla gelişen ve daha somut hale gelen yaratıcı fikirler bulmayı kolaylaştırır.

7. Varsayımları sorgulamak

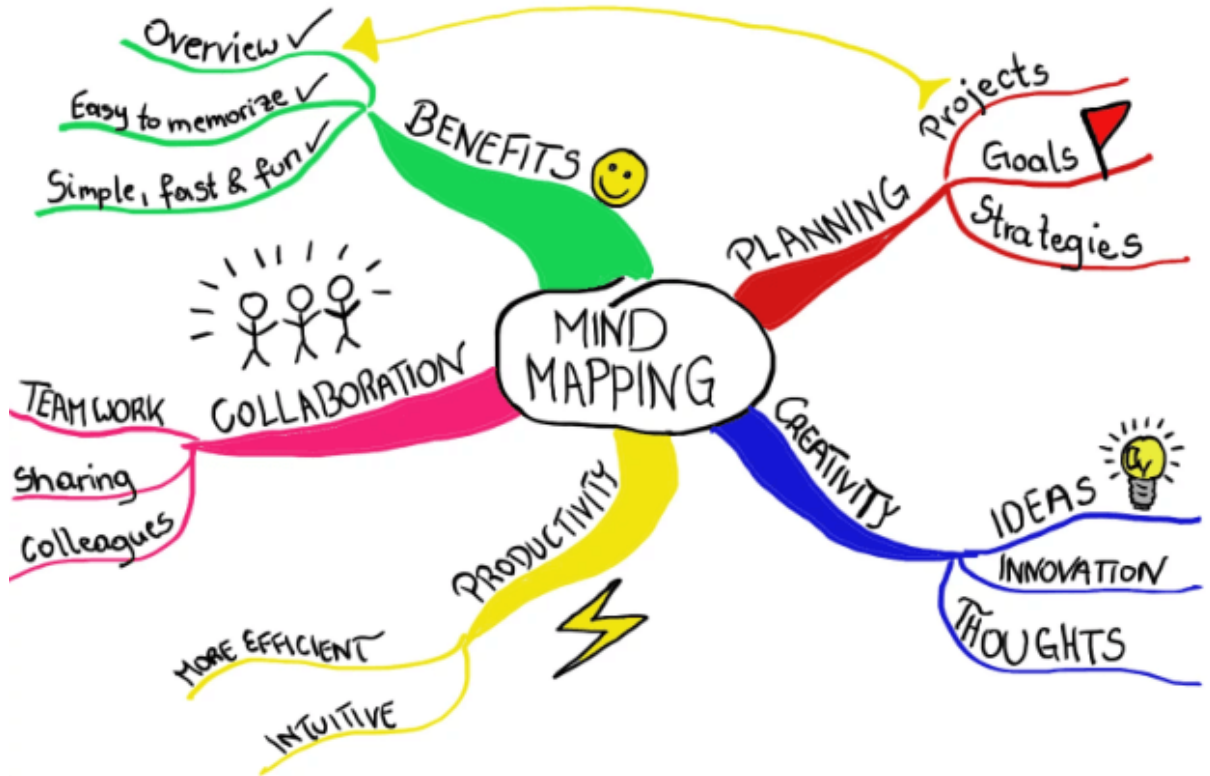
Bu teknik, olaylara bakmanın yeni yollarını bulmak için bildiklerinizi yeniden düşünmek ve sorgulamakla ilgilidir. Bir sorun veya durumla ilgili olağan fikirleri kabul etmek yerine, bu yaklaşım sizi şüphe etmeye ve bu fikirlere yakından bakmaya teşvik eder. Bu inançları sorguladığınızda, zorlukları veya sorunları görmenin yeni yollarını bulabilir ve yaratıcı çözümler bulabilirsiniz. Bakış açısındaki bu değişim genellikle kaçırmış olabileceğiniz şeyleri görmenize yardımcı olur. Süreç sadece daha fazla anlamınıza yardımcı olmakla kalmaz, aynı zamanda yeni yollarla düşünmenizi de sağlar.

8. Fikir Yarışması

Bu yöntem, ekiplerin veya bireylerin yeni şekillerde düşünmesini sağlamak için yapılandırılmış bir rekabet kullanır. Bu rekabetçi ortamda, katılımcılar belirli bir zorluk veya hedefin üstesinden gelmek için çözümler veya fikirler bulmaya teşvik edilir. Fikirlerini bulmaları ve sunmaları için belirli bir süre verilir, bu da onların hızlı düşünmelerini ve çok çalışmalarını sağlar. Rekabet, kendilerini zorlamalarını ve yeni şekillerde düşünmelerini sağlayarak, zorluğun nasıl üstesinden gelineceğine dair birçok farklı fikre yol açar. "Fikir Yarışması" tekniği, insanları yaratıcı hale getirmek için rekabetin heyecanını kullanır, onları kalıpların dışında düşünmeye ve belirlenen süre içinde orijinal çözümler bulmaya teşvik eder.

9. Zihin Haritalama

Bu teknik, fikirleri merkezi bir tema etrafında gruplandırmak için görsel bir yaklaşım kullanır. Bir ana fikirle başlar ve daha sonra diğer kavramlara yol açar. Bu kavramlar daha sonra anahtar kelimelerle doldurulmuş alt fikirlere ayrılır. Bu yöntem, farklı görsel öğeler kullanarak, yaratıcı düşünmeyi teşvik eden ve farklı fikirleri birbirine bağlayan doğrusal olmayan bir düzen oluşturur. Görsel bir araç olarak, insanların daha dinamik bir şekilde düşünmelerine yardımcı olur, bu da yeni fikirler bulmayı ve sorunları çözmeyi kolaylaştırır.



Bir zihin haritası oluşturmak için, geliştirmeyi hedeflediğiniz çözümü veya çözmek istediğiniz sorunu beyaz tahtanızın veya kağıt parçanızın ortasına not ederek başlayın. Örneğin, hedefinizin çevre dostu bir ürün grubu piyasaya sürmek olduğunu varsayalım. Ortasına "Çevre Dostu Ürünler" yazın. Bu ana fikrin etrafına, göz önünde bulundurmanız gerekenleri açıklayan ilgili terimler veya öğeler ekleyin. Örnekler arasında "sürdürülebilir malzemeler", "yerel tedarikçiler" ve "biyolojik olarak parçalanabilen ambalajlar" yer alabilir.

Zihin haritanızın ilk katmanını oluşturduktan sonra, bu yönlerin her birinin üstesinden nasıl gelebileceğinizi araştıran ikinci bir katman ekleyerek daha da genişletin. "Sürdürülebilir malzemeler"

için "bambu" veya "geri dönüştürülmüş plastikler" gibi dallar ekleyebilirsiniz. "Yerel tedarikçiler"in yanında, potansiyel yerel işletmeleri veya bunları seçme kriterlerini listeleyebilirsiniz.

Daha fazla eylemi, olası zorlukları ve çözümleri detaylandıran daha fazla katman ekleyerek zihin haritanızı geliştirmeye devam edin. Bu yöntem, projenizin karmaşıklıklarını sistematik olarak ortadan kaldırarak, çevre dostu bir ürün serisi başlatma yaklaşımınızı yaratıcı ve etkili bir şekilde planlamanıza olanak tanır. Zihin haritalama, özellikle başlangıçta bunaltıcı veya sıradan görünebilecek bir projeyi, paketini açmak ve düzenlemek için mükemmel bir araçtır.

10. Karşıt/Ters Düşünme

Fikir üretmenin bu yolu, yaratıcılığı ateşlemek için normalde düşündüğünüzün veya yaptığının tam tersini bilinçli olarak düşünmeyi içerir. İnsanları alışlagelmiş düşünme biçimlerinin ötesine geçmeye zorlar. İnsanlar bunu denediklerinde, genellikle her zamanki gibi düşündüğünüzde gözden kaçabilecek alışılmadık ve yenilikçi çözümler bulurlar. Bu yaklaşım, bakış açısında tam bir değişimi teşvik eder ve genellikle harika fikirlere ve yeni problem çözme stratejilerine yol açar.

Diyeim ki yeni bir ürün veya hizmeti tanıtmak istiyorsunuz. Bir pazarlamacı olarak, haberi yaymak için kullanabileceğiniz birçok farklı kanalınız var. Ancak nereden başlayacağınızı bilmiyor olabilirsiniz. Tersine beyin fırtınasında, açılış sayfasına bağlantılar eklemekten kaçınmaya, sosyal medyada bu konuda paylaşım yapmaktan kaçınmaya ve özelliklerini eleştirmeye karar verebilirsiniz.



Ardından, promosyon kampanyanız için bazı mükemmel başlangıç noktaları bulmak için bu stratejilerin tersini keşfedeceksiniz. Bu, ürünü veya hizmeti birkaç blog gönderisine entegre etmeyi, bunun etrafında bir Instagram kampanyası başlatmayı ve en büyüleyici özelliklerini vurgulamayı içerir. Bu yaklaşım, geleneksel tanıtım taktiklerini tersine çevirerek kampanyanızın öne çıkmasını ve hedef kitlenin ilgisini etkili bir şekilde çekmesini sağlayarak yeni bir bakış açısı sağlar.

11. Sosyal Dinleme

Buradaki fikir, insanların bir marka, ürün veya sektör hakkında ne söylediğini anlamak için çevrimiçi platformlara çok dikkat etmektir. İşletmelerin, insanların farklı çevrimiçi platformlarda markaları, ürünleri veya sektörleri hakkında neler söylediğine dikkat etmesi gerçekten önemlidir. Buna sosyal medya, forumlar, bloglar ve diğer çevrimiçi topluluklar dahildir. Daha sonra, duygu analizi adı verilen bir şey aracılığıyla bu konuşmaların genel havasına bakarlar. Bu, müşterilerin kendileri, ürünleri veya genel olarak sektörleri hakkında ne düşündüklerini anlamalarına yardımcı olur. Ayrıca, müşterilerinin neye ihtiyaç duyduğunu veya ne istediğini ve sundukları ürün veya hizmetler hakkında ne hissettiklerini belirlemelerine yardımcı olur. Bu bilgiyle şirketler, müşterilerinin kendilerinden beklentilerine daha iyi uyum sağlamak için stratejilerinde değişiklikler yapabilir.

12. Analoji Düşüncesi

Bu teknik, insanların normalde ilişkili görünmeyen şeyler arasında bağlantılar kurarak fikir üretmelerine yardımcı olur. Takımlar, üzerinde çalıştıkları zorluğa veya fikre bakarak ve tamamen farklı şeyler hakkında düşünerek başlar. Ardından, bu diğer alanlardan elde edilen içgörüler ve çözümleri orijinal soruna geri getirirler. Farklı düşünme alanları arasındaki bağlantıları kullanmak, insanların tanıdık olanı tanıdık olmayanla bağlayarak şeyleri ve fikirleri görmenin yeni yollarını bulmalarına yardımcı olur ve böylece potansiyel çözümlerin kapsamını genişletir.

13. Altı Düşünme Şapkası

Altı Düşünme Şapkası yöntemi Edward de Bono tarafından geliştirilmiştir. Benzersiz bir rol oynama sistemi aracılığıyla beyin fırtınası ve karar verme için yapılandırılmış bir yaklaşım sunar.

Altı Perspektif: Bu teknik, katılımcılara farklı "şapkalar" atamayı içerir ve her şapka farklı bir düşünme biçimini sembolize eder: Beyaz nesnel gerçeklere odaklanır, Kırmızı duyguları ve hisleri keşfeder, Siyah potansiyel tuzakları inceler, Sarı olumlu yönleri ve faydaları vurgular, Yeşil yaratıcı düşünme için kullanılır ve Mavi genel düşünme sürecini denetler ve düzenler.

Sıralı Odaklanma: Katılımcılar, her seferinde bir şapka takarak sorunun veya kararın bir yönüne odaklanabilirler. Bu sıralı yaklaşım, Kırmızı şapka ile duygusal etkileri keşfetmeye geçmeden önce Beyaz şapka altında somut veri toplamakla başlayabilir.

Rol Temelli Düşünme: Her şapka, kullanıcının düşünce sürecini belirli bir yöne yönlendirir, bu da

konunun veya kararın birden fazla perspektiften kapsamlı bir şekilde incelenmesini sağlar. Bu rol tabanlı yaklaşım, bir sorunun veya fırsatın farklı yönlerini ortaya çıkarmaya yardımcı olur.

Azaltılmış Çatışmalar: Altı Düşünme Şapkası yöntemi, iletişimi kişisel duruşlardan ziyade belirli düşünme rolleri etrafında yapılandırarak kişisel çatışmaları azaltmaya yardımcı olur. Bu, daha yapıcı tartışmaları teşvik eder ve daha dengeli ve çok yönlü karar verme sonuçlarına yol açar.



14. Ürün Trend Yaklaşımı

Pazar trendlerini takip etmek, yeni fikirler edinmenin ve inovasyon sürecini başlatmanın harika bir yoludur. Ürün Trendi Yaklaşımı, ürün geliştirme stratejilerinin tüketicilerin şimdi ve gelecekte istedikleriyle eşleşmesini sağlamakla ilgilidir. İşletmeler nabzını tutar ve müşterilere odaklanırsa, yeni fikirler üretme ve sürekli değişen pazara uyum sağlama konusunda daha iyi olacaklardır. Bu yöntem, tüketicilerin ne istediğine ve nasıl davrandıklarına bağlı olarak ürünlerini her zaman geliştirdiklerinden emin olarak şirketlerin alakalı ve rekabetçi kalmasına yardımcı olur.

15. Evet ve...

Bu teknik, başkalarıyla birlikte çalıştığınız durumlarda gerçekten etkilidir ve insanların yeni şekillerde düşüncelerine yardımcı olan olumlu ve teşvik edici bir atmosfer yaratır.

Katılımcılar, fikirlere veya ifadelerle "Evet" diyerek başlarlar ve gemide olduklarını gösterirler.

Ardından, yeni fikirler veya bilgiler ("ve") ekleyerek sohbeti geliştirirler.

Bu yaklaşım herkesin desteklendiğini hissetmesini sağlar, böylece herkesin fikirleri duyulur. İnsanların özgürce fikir alışverişinde bulunabilmeleri ve çözümler üretebilmeleri için yargıdan uzak, sorunsuz bir yaratıcı düşünce akışını teşvik eder.

16. 5N'ler ve 1K

5N ve 1K tekniği, ayrıntılı bilgi toplamak ve herhangi bir durum veya sorun hakkında derin bir anlayış kazanmak için kullanılan önemli bir sorgulama stratejisidir. Altı temel soruyu keşfetmeyi içerir:

Kim: Bu, kimin dahil olduğunu, ister bireyler ister gruplar olsun, bulmak ve senaryodaki paydaşların veya katılımcıların kim olduğunu bildiğimizden emin olmak anlamına gelir.

Ne: Bu soru tamamen konunun özüne inmekle ilgili. Tartışmanın kalbindeki konuyu veya eylemi net bir şekilde tanımlamamıza yardımcı olur ve tam olarak ne olduğuna dair basit bir açıklama yapar.

Nerede: Bu, olayların tam olarak nerede gerçekleştiğini ve oradaki fiziksel veya çevresel koşulların nasıl olduğunu belirlememize yardımcı olur.

Ne zaman: Zaman dilimini veya olayların ne zaman meydana geldiğini sormak, sırayı ve nedenselliği anlamamıza yardımcı olur.

Neden: Neden diye sormak, eylemlerin ardındaki nedenleri anlamamıza yardımcı olur.

Nasıl: Nasıl sorusunu sormak, kullanılan mekaniği veya teknikleri anlamamıza yardımcı olur.

Yeni iş fikirleri için beyin fırtınası yapmak için birkaç ipucu

Beyin fırtınası söz konusu olduğunda, birkaç iyi fikirden ziyade çok sayıda fikir edinmek daha iyidir. Bu, kalitenin önemsiz olduğu anlamına gelmez, ancak bu aşamada kalitede çıkmaza girmek sizi yeni fikirler bulmaktan alıkoyabilir. Bu nedenle, masaya mümkün olduğunca çok fikir alın, çünkü en iyi fikirler ileride daha da belirginleşecektir.

Gerçek ustalığı ve yaratıcılığı teşvik etmek istiyorsanız, beyin fırtınası sırasında insanların özgürce düşünmesine izin vermek en iyisidir. Bu, aptalca fikirlere ses vermek ve insanları yeni şekillerde düşünmeye teşvik etmek anlamına gelir. Bazen en iyi iş fikirleri, beklemediğiniz fikirlerdir.

Bir beyin fırtınası oturumunda kötü fikir yoktur. Unutmayın, mükemmel iş fikrini keşfetmek

güvenmeniz gereken bir süreçtir. İşe yaramayabilecek bir fikri düşünmek, işe yarayan bir fikir bulmaya doğru atılan bir adımdır. En iyi fikirleri ortaya çıkmaya zorlarsanız, sıkışıp kalırsınız. Bu yüzden şimdi özgürce düşünmeli ve yargıyı sonraya saklamalısınız.

Son olarak, yapabiliyorsanız, en az bir kişiyle beyin fırtınası yapmak her zaman iyi bir fikirdir. Hepimiz farklı düşünüyoruz, bu nedenle birkaç takım arkadaşından girdi almak faydalı olacaktır. Bu, kendi başınıza düşüneyeceğiniz fikirleri keşfetmenize yardımcı olur.

5.1.2. Bir İş Modeli Kanvası Oluşturma

Hangi çevresel ve/veya sosyal sorunu çözmeye çalışacağınıza karar verdikten sonra, başlatmak istediğiniz işletmenin faaliyetlerinin türünü ve içeriğini seçtikten ve faaliyetlerini net bir şekilde tanımladıktan sonra, iş modelinizin sürdürülebilirliğini değerlendirmek çok önemlidir. İş modeli kanvasının paha biçilmez olduğu yer burasıdır.

İş modeli kanvası, geleneksel iş planlarının anlaşılmasını kolaylaştıran basit bir çerçevedir. İşletmenizin en önemli kısımlarını belirlemenize ve bunları tek bir sayfada göstermenize yardımcı olur. Bu, değerinizden müşterilerinize ve nasıl para kazandığınıza kadar işletmenizdeki her şeyin nasıl bağlantılı olduğunu görmenizi kolaylaştırır.

Daha spesifik olarak, iş modeli kanvası, bir iş modeliyle ilgili tüm önemli bilgileri tek bir yerden almanıza yardımcı olan yapılandırılmış bir şablondur. Değer önerisi, iş modeli kanvasının kalbidir. Ürününüzün müşteriler için ne yaptığını açıklar. Bu, iş modelinizin yapı taşıdır. Buradan, ticari faaliyetleriniz ve hedef müşterileriniz hakkında daha fazla ayrıntı ekleyeceksiniz. Tuval üzerindeki girişler hipotezler gibidir: pazar ve müşterileriniz göz önüne alındığında, iş modeliniz işe yarayabilir mi? Tuvali kullanmak, iş fikrinizin uygulanabilir olup olmadığını hızlı bir şekilde değerlendirmenize yardımcı olur.

Dokuz standart unsurdan oluşur:

- Değer önerisi
- Kilit ortaklar
- Önemli faaliyetler
- Önemli kaynaklar
- Müşteri segmentleri
- Müşteri ilişkileri

- Kanallar
- Maliyet yapısı
- Gelir akışları

Sayfa kutulara bölünmüştür ve her zaman aynı şekilde düzenlenir. Solda iş altyapısı gibi şeyler var - yani ortaklar, faaliyetler, kaynaklar. Sağ tarafta, segmentleri, ilişkileri ve kanalları içeren müşteriyle ilgili öğeler gibi şeyler bulunur. En altta, finansal projeksiyonlar gibi finansla ilgili unsurlar bulunur. Merkezde, diğer her şeyi birbirine bağlayan değer önerisi var. Peki, iş modeli tuvalinizin her bir parçasına ne giriyor?

Değer Önerisi

Müşterilerinize ne sunuyorsunuz? Hangi sorunu çözmelerine yardımcı oluyorsunuz? Bunu olabildiğince açık ve kısa bir şekilde açıklamaya çalışın (sadece bir cümle hedefleyin!). Bu sizin değer önerinizdir. İş planınızın her bölümüne rehberlik etmelidir. Değer önerinizi kuzey yıldızınız olarak düşünün.

Kilit Ortaklar

İşinizin her bölümünü kendi başınıza halledebilmeniz nadirdir. Tedarikçiler, distribütörler veya diğer ortak türleri olsun, muhtemelen başkalarından yardıma ihtiyacınız olacaktır. Örneğin, bir mahalle limonata standını düşünün. Onu işleten çocuklar kendi limonlarını yetiştirmiyorlar; Onları bir marketten alıyorlar. Ayrıca ebeveynlerinden bir masa ve sürühi de kullanabilirler. Bu senaryoda, hem bakkal hem de ebeveynler kilit ortaklardır. Birinin kilit bir ortak olup olmadığını anlamak için şunu sorun: İş onlarsız da devam edebilir mi? Cevabınız hayırsa ve onların katkısı olmadan işler alt üst olarsa, o zaman kesinlikle kilit bir ortaklardır.

Önemli Faaliyetler

Temel faaliyetler, değer teklifinizi gerçeğe dönüştürmek için yapmanız gereken şeylerdir.

Limonata standı örneğine geri dönelim. Limonata standının çalışması için ne olması gerekiyor? Birinin limonata yapması, müşterilere servis etmesi ve parayı idare etmesi gerekiyor. Bu görevlerin tümü, standı çalıştırmak için gerekli oldukları için temel faaliyetlerdir.

Bir faaliyetin "anahtar" olup olmadığını anlamak için, o faaliyet yapılmadığı takdirde işletmenin

devam edip edemeyeceğini düşünün. Cevabınız hayır ise, o zaman bu önemli bir faaliyettir.

Önemli Kaynaklar

İşletmeniz için gereken kaynakları listelerken, yalnızca fiziksel şeylerin ötesinde düşünün. Ayrıca yardım edecek insanlara (insan kaynaklarına), bilgi veya uzmanlığa (entelektüel kaynaklar) ve her şeyi finanse etmek için paraya (finansal kaynaklar) ihtiyacınız olacak. İşletmenizin başarılı olmasına yardımcı olmak için önemli oldukları için tüm bu tür kaynakları göz önünde bulundurduğunuzdan emin olun.

Müşteri Segmentleri

Ürününüzü veya hizmetinizi kimin için yaratıyorsunuz? Örneğin, bir limonata standında çalışan biri muhtemelen yazılım mühendisleri için tasarlanmış bir ürün aramıyordur. Müşteri segmentleriniz, sunduğunuz ürün ve hizmetlerden yararlanabilecek tüm kişileri ve işletmeleri içerir. Bu kişilerin kim olduğunu daha iyi anlamak için, alıcı kişilikleri oluşturmak yardımcı olabilir - bunlar ideal müşterilerinizin ayrıntılı açıklamalarıdır.

Müşteri İlişkileri

Müşterilerinizin kim olduğunu öğrendikten sonraki adım, onlarla nasıl etkileşim kuracağınızı bulmaktır. Müşterilerinizle nasıl iletişim kuracaksınız? Sizden bir şey satın aldıktan sonra herhangi bir desteğe ihtiyaçları var mı? Bunu etkili bir şekilde yönetmek için bir müşteri yolculuğu haritası oluşturabilirsiniz. Bu araç, müşterinin deneyimini baştan sona görselleştirmenize yardımcı olarak temel etkileşimleri belirlemenize ve bu ilişkilerin zaman içinde nasıl geliştiğini görmenize olanak tanır.

Kanal

Potansiyel müşterilerle ilk olarak nasıl iletişime geçtiğinizi düşünün. Onlara sosyal medya, arama motoru optimizasyonu (SEO) veya belki de konferanslarda mı ulaşıyorsunuz? Bağlanmak için kullandığınız bu yöntemlere kanallarınız denir. Tipik olarak, satış ekipleri müşteri ilişkileri kurmak ve sürdürmek için çalışırken, pazarlama ekipleri genellikle kanalları yönetir.

Maliyet Yapısı

İşinizi yürütmek kesinlikle paraya mal olacak - genellikle beklediğinizden daha fazla. Temel faaliyetlerinizi, kaynaklarınızı ve ortaklıklarınızı sürdürmek için para harcamanız gerekecek. Bu,

çalışanlara ödeme yapmayı, malzeme satın almayı ve diğer masrafları içerir. Tüm bu maliyetler birlikte maliyet yapınız dediğiniz şeydir.

Gelir Akışları

Tabii ki, amaç sadece para harcamak değil, aynı zamanda kazanmaktır. İşletmenizin başarılı olması için para kazanmanız gerekir. Gelir akışlarınız, para kazanmanın farklı yollarıdır. Örneğin, müşterilerin düzenli olarak ödeme yaptığı bir abonelik hizmetiniz var veya ürününüz veya hizmetiniz için tek seferlik bir ücret alıyor olabilirsiniz. Para getirmenin tüm yollarını belirlemek ve listelemek önemlidir, çünkü finansal planlamanızda açık ve eksiksiz olmak çok önemlidir.



1 İş Modeli Kanvas Şablonu



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

Project partners



113



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?
	KEY RESOURCES What resources do our value propositions need?			CHANNELS How should we communicate with our customers?	
COST STRUCTURE What are the main costs in our business?			REVENUE STREAMS What price are customers willing to pay?		

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



Co-funded by
the European Union

5.2. Pazar Araştırması ve Planlama

5.2.1. Pazar Analizi için Araçlar ve Teknikler

İş fikrinizi kapsamlı bir şekilde analiz ettikten sonra, İş Modeli Kanvası aracılığıyla önemli boyutları incelediniz, ardından faaliyet göstermeyi düşündüğünüz pazarı ayrıntılı olarak incelemeniz gerekiyor. Bir piyasa hakkında daha fazla bilgi edinmenin en iyi yollarından biri **piyasa analizi** yapmaktır.

Piyasa analizi, gerçekten belirli bir pazara girdiğiniz ve onu derinlemesine incelediğiniz zamandır. Şirketlerin yeni bir ürünü piyasaya sürmeden önce pazar analizi yapması oldukça yaygındır. Bu pazarda başarılı olup olmayacağını veya insanlara satmaya başlamadan önce birkaç ince ayar yapması gerekip gerekmediğini anlamak istiyorlar. Bu tür bir analiz, bir şirketin yeni bir pazarda iş yapmaya başlamanın iyi bir fikir olup olmadığına karar vermesine de yardımcı olabilir. Onlara orada işlerin nasıl yürüdüğü ve hangi şirketlerin iyi gittiği hakkında bilgi verir.

Bir piyasa analizi yapmak için piyasanın çeşitli yönlerine bakabilirsiniz. Bu, orada kimin yaşadığını (demografik veriler), uzayda başka hangi şirketlerin olduğunu (rakipler hakkında bilgi) ve bu şirketlerin sayılarını aynı pazardaki diğer şirketlerle karşılaştırarak finansal olarak nasıl durumda olduklarını kontrol etmeyi içerir.

Pazar analizi, şirketler için gerçekten yararlıdır çünkü gelecekteki iş çabalarını ve pazarlama stratejilerini nereye odaklayacakları konusunda akıllı seçimler yapmalarına yardımcı olur. Örneğin, bir şirket mevcut pazarında yeni bir ürün piyasaya sürmek istiyorsa, pazar analizi, ürünün iyi performans gösterdiğinden ve müşterilerle gerçekten bağlantı kurduğundan emin olmanın en iyi yolunu bulmalarına yardımcı olabilir. Pazar analizi, yeni bir pazara girmeyi düşünen şirketler için de gerçekten önemlidir. Şirket liderlerine, o pazardaki rakiplerin nasıl performans gösterdiğine bakarak işlerinin nasıl yapabileceğine dair net bir resim verebilir. Bu şekilde, sağlam verilerle desteklenen bilinçli kararlar alabilirler.

Bunu yapmanın birçok farklı yolu vardır, böylece işletmeler kendilerine en uygun olanı seçebilirler. Böylece, iş fikriniz için pazarı analiz etmek için istediğiniz yöntemi seçebilirsiniz. Mümkün olduğu kadar çok bilgi toplamak için birden fazla yöntem bile kullanabilirsiniz!

1. Pazar araştırması anketleri

Pazar analizi yapmanın yaygın bir yolu, bilgi toplamak için anketler kullanmaktır. Anketler, bir işletme veya ürünle ilgili düşünceleri ve deneyimleri hakkında doğrudan müşterilerden bilgi edinmek için harika bir araçtır. Örneğin, bir pazar araştırması anketi insanlara alışveriş deneyimleri, bir ürünün kullanımının ne kadar kolay olduğu veya satın alma işlemlerinden ne kadar memnun oldukları hakkında sorular sorabilir. Bir şirketin yapabileceği birçok farklı anket türü vardır ve her tür gerçekten yararlı olabilecek birçok veri sağlar. Piyasayı analiz etmek için kullanabileceğiniz birkaç anket örneği:

- Yüz yüze anketler
- Telefon anketleri
- Posta anketleri
- Çevrimiçi anketler
- E-posta formu anketleri

2. Röportaj

Kişisel görüşmeler, pazar analizi yapmanın bir başka popüler yoludur, özellikle de bizim yaptığımız gibi simüle edilmiş bir ortamda kendi şirketinizi kurmaya çalışıyorsanız yararlıdır. Kişisel bir görüşmede bir şirket, düşünceleri ve deneyimleri hakkında daha fazla bilgi edinmek için tüketicilerle doğrudan konuşur. Bu röportajlar genellikle yaklaşık bir saat sürer ve genellikle kaydedilir, böylece daha sonra geri dönüp dinleyebilirsiniz. Yüz yüze, telefonla veya görüntülü aramalar yoluyla çevrimiçi olarak gerçekleştirilebilirler.

Bu görüşmeler sırasında, genellikle önceden hazırladığınız bir dizi özel soruyla başlarsınız. Bunların yanı sıra, belirli bir cevabı olmayan bazı açık uçlu sorular da sorabilir, bu da insanların düşüncelerini ve deneyimlerini özgürce paylaşmalarına olanak tanır.

Şirketler, birkaç tüketiciye aynı soruları sormak için kişisel görüşmeleri kullanır. Daha sonra, tüketicilerin söylediklerindeki ortak eğilimleri veya kalıpları tespit etmek için herkesin yanıtlarına bakarlar. Bu, neyin iyi çalıştığını ve yaklaşımlarında veya ürünlerinde nelerin değiştirilmesi gerekebileceğini anlamaya yardımcı olur.

3. Odak Grupları

Odak grubu, aynı anda birkaç tüketiciden pazar analizi bilgisi toplamak için başka bir etkili araçtır. Bir odak grubunda, bir grup tüketiciyi tarafsız bir yerde bir araya getirir ve belirli bir ürün veya hizmet hakkında bir tartışmaya öncülük edersiniz. Bu kurulum, müşterileri fikirlerini açıkça paylaşmaya ve benzer deneyimlere veya görüşlere sahip olabilecek diğer kişilerden öğrenmeye teşvik eder.

4. Müşterilerden gelen gözlemler

Tüketici gözlemleri, müşteri davranışını anlamana yardımcı olur. Bu yöntem, tüketicileri bir ürün satın aldıklarında veya kullandıklarında izlemeyi içerir. Müşterilerle etkileşimde olmadığınız için gözlem yaparak tarafsız bilgi toplayabilirsiniz. Bu size insanların gerçekte ne yaptıklarını gösterir, ne yaptıklarını söylediklerini değil. Bu genellikle duygularından veya başkalarının söylediklerinden etkilenir.

İşletmeler genellikle bir mağazadaki müşterileri gözlemlemek için video kullanır. Müşterilerin nasıl hareket ettiklerini, ne satın aldıklarını ve hatta ürünleri ne sıklıkla iade ettiklerini izlerler. Ardından, müşterilerini anlamalarına ve daha akıllı iş kararları almalarına yardımcı olan kalıpları ve davranışları tespit etmek için videoları incelerler.

5. Saha denemeleri

Saha denemeleri, özellikle bir şirket kurarken, yeni bir ürünün pazarda nasıl satılacağını anlamana yardımcı olur. Bu yöntem, müşterilerin bu konuda ne düşündüğünü görmek için yeni ürünü birkaç mağazaya yerleştirmeyi içerir. Ürünün gerçek hayatta nasıl satıldığını izleyerek faydalı bilgiler toplayabilirsiniz. Örneğin, ürünü kaç kişinin satın aldığını, hangi tür müşterilerin ilgilendiğini, fiyatlandırmanızın doğru olup olmadığını ve ürünün iyileştirilmesi gereken kısımları olup olmadığını öğrenebilirsiniz.

6. Sosyal medya katılımı

Sosyal medyayı izlemek, pazarı analiz etmenin modern bir yoludur. Sosyal medya dünya çapında büyük ve birçok kullanıcı farklı platformlarda ürünler ve markalar hakkında konuşuyor. İnsanların gönderilerinizle nasıl etkileşime girdiğini izlemek, hangi pazarlama çabalarının işe yaradığını ve insanların hangi ürünleri beğendiğini görmenize yardımcı olur. Bu geri bildirim, gelecekteki pazarlamayı planlamanıza ve işletmeniz çevrimiçi ortamda neleri iyi yaptığını görmenize yardımcı olur.

Sosyal medya etkileşimini takip etmek için sosyal medya hesaplarınızın analiz bölümünü kontrol edebilirsiniz. Bu, gönderilerinizle kaç kişinin etkileşime girdiğini, en çok hangi tür kullanıcıların etkileşimde bulunduğunu ve hangi sosyal medya platformlarının şirketinize en fazla trafik çektiğini gösterir. Bu bilgiler, hedef kitlenizle bağlantı kurmanıza ve şirketinizin çevrimiçi varlığını artırmanıza yardımcı olabilir.

7. Rekabet analizi

Rekabet analizi, müşterilerin ne dediği ile değil, diğer şirketlerin ne yaptığı ile ilgilidir. Bu süreç teknik ve karmaşık olabilir, bu nedenle birçok işletme, özellikle simüle edilmiş bir şirket kurarken, bu süreci ele almak için uzmanlar tutar. Rekabet analizi, benzer ürün veya hizmetlere ve bunları satan şirketlerin ne kadar iyi performans gösterdiğine bakmakla ilgilidir. Ne kadar iyi satış yaptıklarına, güçlü ve zayıf yönlerinin neler olduğuna ve öğrenebileceğiniz hangi stratejileri kullandıklarına bakarsınız. Bu, nasıl öne çıkabileceğinizi ve onlardan daha iyisini nasıl yapabileceğinizi anlamanıza yardımcı olur.

8. SWOT Analizi

SWOT analizi, işletmenizi, ürününüzü veya hizmetinizi anlamanıza yardımcı olur. Ürününüz veya hizmetinizle ilgili güçlü ve zayıf yönleri, fırsatları ve tehditleri belirlemek için kullanabilirsiniz. Başka bir deyişle, bir SWOT analizi, rekabete karşı nerede durduğunuzu görmenize yardımcı olabilir.

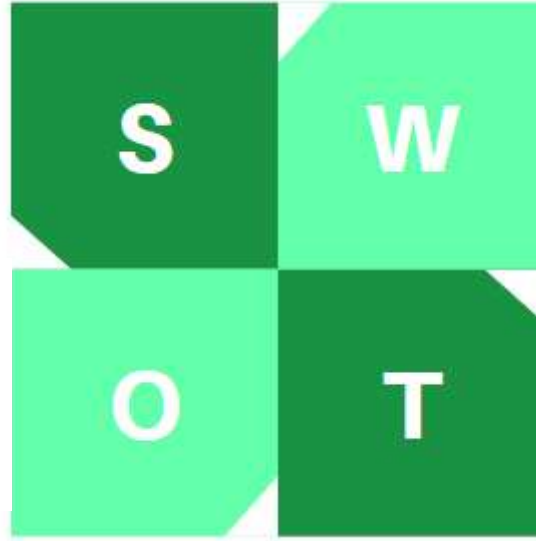
SWOT analizi yapmak için dört bölümden oluşan bir tablo oluştursunuz: güçlü yönler, zayıf yönler, fırsatlar ve tehditler. Her bölümü işletmeniz ve rakiplerinizi ilgili ayrıntılarla doldurursunuz. Bu, öğelere ve stratejilere öncelik vermenize yardımcı olur.

Güçlü Yönler:

Neyi iyi yapıyorsun?
Ürününüzü/hizmetinizi
özel kılan nedir?

Fırsatlar:

Hedefleriniz neler?
Talepler değişiyor mu?
Nasıl geliştirilebilir?



Zayıf Yönler:

Neyi daha iyi yapabilirsiniz?
Yeterli kaynağınız var mı?
Başkaları sizden daha iyi ne
yapabilir?

Tehditler

Engeller nelerdir?
Kontrolünüz dışındaki
faktörler nelerdir?

5.2.2. Uygulanabilir Bir İş Planı Geliştirme

Artık ticari faaliyetlerinizi dikkatlice düşündüğünüze ve bazı önemli konuları göz önünde bulundurduğunuza göre, iş girişiminizin tüm boyutlarını net bir şekilde ele alan bir iş planının geliştirilmesi ile ilerlemenin zamanı geldi.

Başka bir deyişle, bir iş planı, işletmenizin neyle ilgili olduğunu, nasıl para kazanmayı planladığını ve müşterilerinizin kim olduğunu özetleyen yazılı bir belgedir. Kendi simüle edilmiş şirketinizi kurarken, bir iş planı oluşturmak, hedefleriniz hakkında netleşmenize ve bu hedeflere ulaşmak için adımlarınızı düzenlemenize gerçekten yardımcı olabilir. Sağlam bir planınız olduğunu kanıtlamak için iş planınızı potansiyel yatırımcılara da gösterebilirsiniz.

Ancak unutmayın, iş planları kesin olarak belirlenmemiştir; Evrimleşmeleri gerekiyor. Özellikle yeni başlayanlar için, müşterileriniz ve gerçekten hangi ürün veya hizmetlere ihtiyaç duydukları hakkında daha fazla bilgi edindikçe iş planınızı sık sık güncelleniz yaygındır. Bu esneklik, işletmeniz büyüdükçe ve değiştikçe stratejilerinizi ayarlamaya yardımcı olabilir.

Bir iş planını bir araya getirmenin çok büyük bir görev gibi görünebileceğini biliyoruz, ancak fikirlerinizi kağıda dökmek ve gerçeğe dönüştürmeye başlamak için harika bir yoldur, özellikle de simüle edilmiş bir iş başlatmaya çalışan bir öğrenciyse. Kendi iş planınızı adım adım nasıl geliştirebileceğiniz aşağıda açıklanmıştır:

1. Yönetici Özeti:

Bir yönetici özeti ile başlayın. Bunu, tüm işinizin bir tür anlık görüntüsü olarak düşünün. İşletmenizin ne yaptığını ve neyi başarmayı umduğunuza dair hızlı bir genel bakış sunun. Önce gelse de, tüm detayları anladıktan sonra bu kısmı en son yazmak genellikle en kolaydır.

2. İş Tanımı:

Ardından, işletmenizin ayrıntılı bir açıklamasını sağlayın. Ne tür bir iş kurduğunuzda, hangi ürün veya hizmetleri sunacağınızı ve işletmenizi benzersiz kılan şeyleri açıklayın. İşletmenizin neyle tanınmasını istediğinizi ve hangi değerleri korumasını istediğinizi düşünün.

3. Pazar Analizi:

Potansiyel müşterilerinizi, rakiplerinizi ve bir bütün olarak pazarı tanıdığınız yer burasıdır. Ödevinizi yaptığınızı göstermek ve işletmenizin pazarda nereye uyduğunu anlamak önemlidir. Müşteri demografisi, pazar eğilimleri ve rakip analizi ile ilgili verileri dahil edebilirsiniz.

4. Organizasyon ve Yönetim:

İşletmenizin nasıl yapılandırılacağını ve kimin yöneteceğini bilmemiz gerekiyor. Bu bölüm, işletmenizin yasal yapısı hakkında (şahıs şirketi, ortaklık veya şirket olup olmadığı gibi) hakkında bilgi içermelidir. Ayrıca, kimin neyden sorumlu olduğunu gösteren bir organizasyon şeması oluşturun. Sadece sizseniz, çeşitli görevleri nasıl yerine getirmeyi planladığınızı açıklayın.

5. Hizmet veya Ürün Grubu:

Ne satıyorsunuz veya sunuyorsunuz? Ürünleriniz veya hizmetleriniz hakkında ayrıntılı bilgi verin. Sunduğunuz ürünün faydalarını açıklayın, ürün yaşam döngüsünü detaylandırın ve ilgili olabilecek araştırma ve geliştirme faaliyetlerini tartışın.

6. Pazarlama ve Satış Stratejisi:

Müşterileri nasıl çekecek ve elde tutacaksınız? Bu bölüm, pazara girme, ürün veya hizmetlerinizi fiyatlandırma, işletmenizi tanıtma ve satış yapma stratejilerinizi özetlemelidir. Sosyal medya, el ilanları veya e-posta kampanyaları gibi kullanacağınız pazarlama araçlarının türleri konusunda net olun.

7. Finansman Talebi:

Finansman almak istiyorsanız, önümüzdeki beş yıl içinde ne kadar paraya ihtiyacınız olacağını ve ne için kullanılacağını belirtin. Borca mı yoksa öz sermayeye mi ihtiyacınız olduğunu, uygulanmasını istediğiniz şartları ve finansman talebinizin kapsayacağı süreyi ana hatlarıyla belirtin.

8. Finansal Projeksiyonlar:

Okuyucularınızı işletmenizin finansal olarak başarılı olacağına ikna edin. Gelecekteki gelir tablolarını, bilançoları, nakit akış tablolarını ve sermaye harcama bütçelerini içeren finansal tahminler sağlayın. İş yürüttüğünüz birkaç aydan veya geçmiş girişimlerden herhangi bir veriniz varsa, tahminlerinizi desteklemek için buraya ekleyin.

9. Ek:

Bir ek isteğe bağlıdır, ancak ilgili destekleyici belgeleri yapıştırmak için kullanışlı bir yerdir. Planınızla ilgili olana bağlı olarak özgeçmişler, izinler, kiralamalar veya diğer yasal belgeleri dahil edebilirsiniz. Bir iş planı, işinizi yürütmenize ve potansiyel yatırımcılara veya borç verenlere neden başarılı olacağını göstermenize yardımcı olur. Ne söylediğiniz konusunda net olduğunuzdan ve hedeflerinizin gerçekçi olduğundan emin olun. İşletmeniz büyüdükçe bu plan değişebilir, bu nedenle ona geri dönebildiğinizden ve kolayca ayarlayabildiğinizden emin olun. Bu şekilde değişikliklere uyum sağlayabilir ve ilerlemeye devam edebilirsiniz. Önerilen bölümleri içeren bir dosya oluşturarak ve her bölümdeki soruları yanıtlamaya çalışarak aşağıdaki iş planı şablonunu kullanabilirsiniz.

İş Planı Şablonu

1. Yönetici Özeti

- İşletmenizin adı nedir?
- Hangi ürün veya hizmetleri sunuyorsunuz?
- Misyon beyanınız nedir?
- İş amaçlarınız ve hedefleriniz nelerdir?
- Kurucuları kimlerdir ve mesleki geçmişleri nedir?

2. Şirket tanımı

- Ne tür bir iş yapısı seçtiniz (şahıs şirketi, ortaklık, şirket)?
- İşletmeniz hangi ihtiyaçları karşılıyor?

- İşletmeniz neden başarılı olacak?
- Potansiyel müşterileriniz kimler?
- İş modeliniz nedir (nasıl para kazanacaksınız)?

3. Pazar Analizi

- Hedef pazarınız kim (yaş, konum, cinsiyet, gelir düzeyi)?
- Sektörünüzdeki güncel trendler nelerdir?
- Rakipleriniz kimler?
- Güçlü ve zayıf yönleri nelerdir?
- Potansiyel pazar payınız nedir?
- Kendinizi rakiplerinizden nasıl farklılaştıracaksınız?

4. Organizasyon ve Yönetim

- İşletmeniz organizasyon yapısı nedir?
- Kilit ekip üyeleri kimlerdir ve rolleri nelerdir?
- Her ekip üyesi işletmeye hangi ilgili deneyimi getiriyor?
- İlgili herhangi bir danışman veya danışman var mı?

5. Hizmet veya Ürün Grubu

- Satmayı planladığınız ürün veya hizmetlerin detayları nelerdir?
- Ürünlerinizin veya hizmetlerinizin müşteriye sağladığı faydalar nelerdir?
- Ürün yaşam döngüsü nedir?
- Herhangi bir patentiniz veya telif hakkınız var mı?
- Gelecekte planlanan ürünler veya hizmetler var mı?

6. Pazarlama ve Satış Stratejisi

- Müşterileri nasıl çekecek ve elde tutacaksınız?
- Pazarlama ve tanıtım stratejileriniz nelerdir?
- Hangi satış taktiklerini kullanacaksınız?
- Ürününüzü veya hizmetinizi pazarda nasıl konumlandıracaksınız?
- Müşterilerinize ulaşmak için hangi kanalları kullanacaksınız (online, mağaza önü, mail order)?

7. Finansman Talebi

- İşinizi başlatmak veya büyütmek için ne kadar finansmana ihtiyacınız var?

- Finansmanı ne için kullanacaksınız?
- Finansman hangi dönemde kullanılacak?
- Borç veya öz sermaye finansmanı mı arıyorsunuz?
- Geri ödeme koşullarınız nelerdir?

8. Finansal Projeksiyonlar

- Önümüzdeki 1-5 yıl için öngörülen gelirleriniz nelerdir?
- Önümüzdeki 1-5 yıl için öngörülen harcamalarınız nelerdir?
- Öngörülen gelir tablolarını, bilançoları, nakit akış tablolarını ve sermaye harcama bütçelerini dahil edin.
- Sürdürülebilir iş operasyonlarını sağlamak için nakit akışını nasıl yöneteceksiniz?

9. Ek

- İş planınızı desteklemeye yardımcı olacak tüm ek bilgileri ekleyin.
- Olası eklemeler: kilit ekip üyelerinin özgeçmişleri, yasal anlaşmalar, teknik çizimler, pazarlama materyalleri, ayrıntılı finansal tablolar.

5.3. Uygulama ve Yönetim

Artık bu işletmelerin her biri tam olarak kurulduğuna göre, faaliyetlerini uygulama zamanı geldi. Öğretmenler ve öğrenciler, gruplar ve ilgili şirketler içinde girişimcilik etkileşimini başlatmak için aşağıdaki önerilen teknikleri ve etkinlikleri uygulayabilirler.

5.3.1. Rol Yapma: Sanal Bir İşletme Yürütmek

Rol oynama, öğrencilerin belirli durumlarda problem çözerek bilgi, beceri ve yeteneklerini test etmelerini sağlayan etkili bir öğrenme yöntemidir. İletişimi geliştirmek, karmaşık kavramları anlamak ve karar vermek için paha biçilmez bir araçtır. Rol oynama, öğrencilerin somut durumlarda problem çözerek bilgi, beceri ve yeteneklerini test etmelerini sağlar. Ayrıca öğrencilerin güvenli bir ortamda pratik deneyim kazanmalarına olanak tanıyarak onları gerçek hayat senaryolarına hazırlar. Müşteri hizmetleri, satış, çatışma çözümü veya liderlik eğitimi olsun, rol yapma, öğrencilerin güvenli bir ortamda pratik deneyim kazanmaları ve onları gerçek hayat senaryolarına hazırlamaları için ilgi çekici bir yoldur(Gadson, 2024).

Teknikler ve Yaklaşımlar

Rol oynama çeşitli şekillerde uygulanabilir ve kullanılan teknikler ve yaklaşımlar farklı eğitim veya öğretim bağlamlarına uyacak şekilde uyarlanabilir. Daha fazla detay:

1. Yapılandırılmış Rol Oynama

Bu yaklaşım, kolaylaştırıcı olarak hareket eden öğretmen tarafından önceden tanımlanmış belirli rolleri ve senaryoları içerir. Her katılımcıya bir dizi hedef, arka plan bilgisi ve karşılaşılabilecekleri potansiyel zorluklarla birlikte gelen bir rol atanır. Senaryolar, işyerinde veya sosyal etkileşimlerde meydana gelebilecek gerçek yaşam durumlarını çoğaltmak için tasarlanmıştır. Bu yöntem, öğrencilerin müzakere, satış veya müşteri hizmetleri etkileşimleri gibi belirli becerileri uygulamaları için etkili bir yoldur.

2. Spontane Rol Yapma

Spontane rol yapma, hızlı düşünme becerilerini ve uyarlanabilirliği değerlendirmek ve geliştirmek için güçlü bir araçtır. Yapılandırılmış rol oynamanın aksine, önceden belirlenmiş senaryoları veya rolleri içermez. Bunun yerine, katılımcılara yerinde bir durum verilir ve önceden hazırlık yapmadan tepki vermeleri gerekir. Bu tür bir rol oynama, acil servisler veya müşteri şikayetleri gibi beklenmedik durumlarla başa çıkması gerekenler için paha biçilmezdir.

3. Ters Rol Yapma

Ters rol yapma, katılımcıların konfor alanlarının dışına çıkmalarına ve farklı bakış açılarını keşfetmelerine olanak tanıyan bir tekniktir. Başkalarıyla etkileşim kurmayı ve mükemmel müşteri hizmeti sunmayı içeren roller için gerekli olan empati kazanmanın etkili bir yoludur. Bir yöneticinin bir çalışan rolünü üstlendiğini veya bir müşteri hizmetleri temsilcisinin memnun olmayan bir müşteriyi oynadığını hayal edin. Bu şekilde, katılımcılar farklı bakış açılarını anlayabilir ve güçlü ilişkiler ve müşteri hizmetleri oluşturmak için gereken becerileri geliştirebilirler.

4. Rehberli Keşif Rol Yapma Oyunu

Bu yöntem, rol oynamayı rehberli yansıtıcı öğrenme ile karıştırır. Katılımcılar, doğrudan talimat vermeden tartışmayı ve keşfi yöneten kolaylaştırıcının minimum rehberliğiyle rolleri ve senaryoları keşfederler. Bu yaklaşım, öğrencileri rol oynama içindeki etkileşimleri ve deneyimleri aracılığıyla

davranışları ve çözümleri keşfetmeye teşvik eder ve bu da öğretilen dersleri daha iyi anlamalarına ve hatırlamalarına yardımcı olur.

5. Çok Aşamalı Rol Yapma

Çok aşamalı rol yapma, senaryoların zaman içinde, genellikle birkaç oturumda geliştiği bir tekniktir. Bu, katılımcıların aynı hikaye içinde bir rol geliştirmelerine ve değişen koşullara uyum sağlamalarına olanak tanır. Uzun vadeli sonuçları anlamayı ve zaman içinde stratejiler geliştirmeyi gerektiren karmaşık eğitimler için özellikle etkilidir.

6. Çevrimiçi Rol Yapma

Dijital eğitim platformları daha popüler hale geldikçe, çevrimiçi rol yapma öğrenmek için harika bir yol haline geldi. Katılımcılar, forumlar, video konferanslar veya sanal ortamları simüle eden özel yazılımlar aracılığıyla rol yapma oyunlarına katılabilirler. Çevrimiçi rol yapma, öğrencilerin yeni yollarla etkileşime girmesine olanak tanır ve farklı okullardan ve yerlerden öğrencileri dahil edebilir, bu da deneyimi daha da zengin hale getirir.

7. Değerlendirme Rol Oynama

Bu yaklaşım, öğrencilerin becerilerini, karar verme yeteneklerini ve bilgilerini pratik bir durumda ne kadar iyi uyguladıklarını değerlendirmenin bir yolu olarak rol oynamayı kullanır. Öğretmenler rol oyununu izler ve belirlenen kriterlere göre geri bildirimde bulunurlar. Bu yöntem genellikle performans incelemelerinin bir parçası olarak kullanılır.

Pratik Uygulama

Aşağıdaki alıştırma, öğrencileri yeşil veya sosyal girişimlere odaklanan sanal bir işletmenin yönetimine dahil etmeyi amaçlamaktadır.

Süre: Yaklaşık 3-4 saat, ideal olarak iki sınıf oturumunda gerçekleştirilir.

İhtiyaç duyulan malzemeler:

- Beyaz tahtalar ve işaretleyiciler.
- Her grup için internet erişimi olan bilgisayarlar.
- Sorumlulukları detaylandıran rol kartları (egzersizin açıklamasından sonra daha fazla ayrıntı bulabilirsiniz).

- İlk iş koşulları için senaryo sayfaları (alıştırmanın açıklamasından sonra daha fazla ayrıntı bulabilirsiniz).
- Değerlendirmeler için geri bildirim formları.

Kurulum Talimatları:

1. Takım Oluşturma ve Rol Atama:

Her grubun, öğrencilerin kurduğu şirketlere dayalı olarak ayrı bir sanal şirketin yönetim ekibi olarak hareket ettiğinden emin olun. İşletme, çevre dostu ürünler satmaya veya sosyal açıdan etkili hizmetler sunmaya odaklanabilir.

Bir işletmenin tüm yönlerinin kapsandığından emin olarak her grup içinde belirli roller atayın: CEO, Pazarlama Müdürü, Operasyon Müdürü, Müşteri Hizmetleri Temsilcisi, Sürdürülebilirlik veya Sosyal Etki Görevlisi ve potansiyel olarak bütçeleri ve tahminleri yönetmek için bir Finans Görevlisi.

2. Genişletilmiş Rol Tanımları:

- **CEO:** Genel stratejiyi denetler, ekibin işletmenin hedefleriyle uyumunu sağlar.
- **Pazarlama Müdürü:** Pazarlama stratejileri oluşturur, reklam ve sosyal medya katılımını yönetir.
- **Operasyon Müdürü:** Üretimi, envanteri ve lojistiği yönetir, tedarikçilerle pazarlık yapar.
- **Müşteri Hizmetleri Temsilcisi:** Müşteri sorularını ve geri bildirimlerini yönetir, yüksek memnuniyet seviyeleri sağlar.
- **Sürdürülebilirlik/Sosyal Etki Sorumlusu:** Şirketin etik misyonuna rehberlik eder, sürdürülebilir uygulamalar veya sosyal programlar önerir.
- **Mali İşler Sorumlusu:** Mali hesapları, bütçelemeyi ve ekonomik fizibilite çalışmalarını yönetir.

3. İlk Brifing:

Her ekibe, pazar performansı, müşteri geri bildirimi ve stratejik yanıtlar gerektiren zorlukların bir listesi dahil olmak üzere işletmelerinin mevcut durumunu özetleyen bir senaryo sayfası sağlayın.

Etkinlik Akışı:

1. Araştırma ve Strateji Geliştirme (60 dk):

Her ekip, iş türleriyle ilgili etkili uygulamaları ve pazar trendlerini araştırır. İlk senaryolarında sunulan zorlukları ele alan stratejik bir plan geliştirirler.

2. Detaylı Rol Yapma Simülasyonları (90 dakika):

Ekiplerin çeşitli simüle edilmiş iş senaryolarıyla karşılaştığı derinlemesine rol yapma oturumları düzenleyin:

- **Tedarik Zinciri Krizi:** Ani bir sürdürülebilir malzeme kıtlığı, ekipleri yeni tedarikçilerle pazarlık yapmaya veya alternatif çözümler geliştirmeye zorlar.
- **Müşteri Hizmetleri Zorluğu:** Bir ürün grubunun yaygın olumsuz geri bildirim aldığı, anında müşteri hizmetleri ve halkla ilişkiler yönetimi gerektiren bir senaryoyu ele alın.
- **Pazarlama Lansmanı:** Yeni bir ürün grubu tanıtın ve ürünün yeşil faydalarını veya sosyal etkisini vurgulayan bir pazarlama kampanyası tasarlayın.
- **Finansal İkilem:** Maliyet düşürücü önlemler, ek finansman talepleri veya stratejik pivotlar yoluyla beklenmedik finansal eksiklikleri ele alın.

Her üye rollerine göre hareket eder, kararlar alır ve müşteriler, tedarikçiler ve medya gibi simüle edilmiş paydaşlarla etkileşime girer.

3. Strateji Sunumu ve Akran Geri Bildirimi (60 dakika):

Gruplar iş stratejilerini sunar ve rol oynama senaryolarını nasıl ele aldıklarını tartışır. Her grup, yaratıcılık, etik uyum ve problem çözmeye dayalı olarak başka bir grubun performansı hakkında geri bildirim sağlar.

4. Bilgilendirme ve Yansıtma (30 dakika):

Hangi stratejilerin işe yaradığını, hangilerinin daha az etkili olduğunu ve etik iş uygulamaları hakkında öğrenilen dersleri tartışın.

Değerlendirme:

Ekipleri iş stratejilerinin fizibilitesine ve yaratıcılığına, rol oynama etkileşimlerinin etkinliğine ve sürdürülebilirliği veya sosyal kaygıları entegre etme yeteneklerine göre değerlendirin.

Uzantı:

Öğrenciler, geri bildirimlere dayalı olarak stratejilerini geliştirebilir ve kararlarının sonuçlarını dinamik olarak görmek için çevrimiçi bir iş simülasyonu aracı kullanarak daha fazla senaryoyu simüle edebilir.

Sanal İş Simülasyonu için Rol Kartları

Simülasyon başlamadan önce öğrencilere belirli görev ve sorumluluklarını öğrenmelerini sağlamak için aşağıdaki rol kartları dağıtılmalıdır. Öğrencileri rollerini tam olarak somutlaştırmaya teşvik edin, çünkü bu sorumlulukları anlamak ve yerine getirmek sanal işlerinin başarısı için kritik öneme sahip olacaktır.

1. CEO (İcra Kurulu Başkanı) - Sorumluluklar:

- Genel iş stratejisini ve operasyonlarını denetleyin.
- İşin tüm yönleriyle ilgili nihai kararları verin.
- Ekip toplantılarına liderlik edin ve tüm departmanların şirketin amaç ve hedefleriyle uyumlu olduğundan emin olun.
- Şirketi dış iletişimlerde ve paydaş toplantılarında temsil etmek.
- İşletmenin finansal sağlığını izleyin ve finansman fırsatları arayın.

2. Pazarlama Müdürü - Sorumluluklar:

- Marka bilinirliğini ve pazar payını artırmak için pazarlama stratejileri geliştirin ve uygulayın.
- Reklam kampanyalarını yönetin ve medya ile koordinasyon sağlayın.
- Sosyal medya varlığını denetleyin ve dijital pazarlama çabalarını yönlendirin.

- Pazar trendlerini analiz edin ve pazarlama stratejilerini buna göre ayarlayın.
- İhtiyaçlarını ve tercihlerini anlamak için müşterilerle etkileşim kurun.

3. Operasyon Müdürü - Sorumluluklar:

- İşletmenin günlük operasyonlarını yönetin.
- Üretim, envanter yönetimi ve tedarik zinciri operasyonlarını denetleyin.
- En iyi fiyatları ve koşulları güvence altına almak için tedarikçilerle pazarlık yapın.
- Tüm operasyonların yasal ve çevresel standartlara uygun olduğundan emin olun.
- Üretim süreçlerinde verimlilik iyileştirmeleri uygulayın.

4. Müşteri Hizmetleri Temsilcisi - Sorumluluklar:

- Müşteri sorularını ve şikayetlerini ele alın.
- Müşterilere ayrıntılı ürün ve hizmet bilgileri sağlayın.
- Mükemmel hizmet ile yüksek düzeyde müşteri memnuniyetini koruyun.
- Müşteri etkileşimlerinin ve işlemlerinin ayrıntılı kayıtlarını tutun.
- Müşteri geri bildirimlerini analiz edin ve ürün tekliflerini iyileştirmek için diğer ekiplerle koordinasyon sağlayın.

5. Sürdürülebilirlik veya Sosyal Etki Görevlisi - Sorumluluklar:

- Sürdürülebilir uygulamaları için tüm yönlerine dahil etmek için stratejiler geliştirin.
- İşletmenin sosyal etkisini izleyin ve raporlayın.
- Ürünlerin ve süreçlerin çevre dostu olmasını sağlamak için operasyon ekibiyle birlikte çalışın.
- Ekip üyelerini sürdürülebilirlik ve sosyal sorumluluk konusunda eğitin.
- Şirketin sosyal etkisini artırmak için topluluk kuruluşları ve girişimleriyle etkileşim kurun.

6. Mali İşler Sorumlusu - Sorumluluklar:

- Şirketin finansal hesaplarını ve bütçesini yönetin.

- Mali tablolar ve raporlar hazırlayın.
- Finansal verileri analiz edin ve maliyet azaltma ve gelir artırma için içgörüler sağlayın.
- Finansal düzenlemelere ve standartlara uygunluğu sağlayın.
- CEO'ya finansal planlama ve karar vermede yardımcı olun.

İlk iş koşulları için senaryo sayfası örnekleri

Aşağıdaki senaryolar örnek olarak kullanılabilir ve her grubun işi için bir zemin sağlayarak simülasyon sırasında karşılaşılabilecek zorluklar ve fırsatlar için zemin hazırlar.

- **Senaryo 1: Çevre Dostu Giyim Hattı**
- **İş Geçmişi:** Sürdürülebilir, çevre dostu giysiler üretmeye odaklanan bir girişimin yönetim ekibisiniz. Ürünleriniz organik pamuk ve geri dönüştürülmüş malzemelerden üretilmiştir.
- **Mevcut Durum:** İşletme bir yıldır faaliyet gösteriyor ve yerel bir popülerlik kazandı. Ancak, yüksek malzeme maliyetleri nedeniyle üretimi ölçeklendirmek ve karlılığı korumak için mücadele ediyorsunuz.
- **Zorluklar:**
 - Uygun fiyatlı, sürdürülebilir malzemeler bulmak.
 - Pazar erişimini yerel topluluğun ötesine genişletmek.
 - Kalabalık bir pazarda markanızı farklılaştırmak.

Senaryo 2: Güneş Enerjisiyle Çalışan Araçlar Mağazası

- **İş Geçmişi:** Şirketiniz, şarj cihazları, ışıklar ve küçük ev aletleri gibi güneş enerjisiyle çalışan cihazlarda uzmanlaşmıştır. Daha temiz, yenilenebilir enerji çözümlerini teşvik etmeyi hedefliyorsunuz.
- **Mevcut Durum:** Satışlar istikrarlı, ancak daha büyük elektronik üreticilerinin rekabeti yoğunlaşıyor. Güncel kalmak ve çevre bilincine sahip tüketicilere hitap etmek için yenilik yapmaya ihtiyaç vardır.

- **Zorluklar:**

Rekabette bir adım önde olmak için yenilikçi ürünler.

Tüketicileri güneş enerjisinin faydaları konusunda eğitmek.

Yüksek kaliteli güneş enerjisi bileşenleri tedarik ederken maliyetleri yönetmek.

Senaryo 3: Organik Gıda Abonelik Hizmeti

- **İş Geçmişi:** Taze ürünleri ve diğer organik ürünleri doğrudan tüketicilerin kapılarına teslim eden bir organik gıda abonelik hizmeti işletiyorsunuz.

- **Mevcut Durum:** Organik gıdalara artan bir ilgi olsa da, gıda dağıtımındaki lojistik zorluklar ve ürün tazeliğini korumak müşteri memnuniyetini etkiliyor.

- **Zorluklar:**

Ürün tazeliğini sağlamak için gıda teslimatının lojistiğini iyileştirmek.

Organik ürünleri ölçeklenebilir bir düzeyde tedarik etmek.

Sağlık bilincine sahip tüketicilerde yankı uyandıran bir marka oluşturmak.

Senaryo 4: Yeniden Kullanılabilir Ambalaj Şirketi

- **İş Geçmişi:** İşletmeniz, plastik atıkları azaltmayı amaçlayan yeniden kullanılabilir ambalaj çözümleri üretir. Ürünleriniz arasında yeniden kullanılabilir alışveriş çantaları, kaplar ve yeniden doldurulabilir dağıtıcılar bulunur.

- **Mevcut Durum:** Plastik kirliliği farkındalığı ürünlerinize olan ilgiyi artırıyor, ancak daha fazla kaynağa sahip daha büyük rakipler büyüyen pazar payınız için bir tehdit oluşturuyor.

- **Zorluklar:**

Daha büyük, daha köklü şirketlere karşı rekabet etmek.

Daha fazla tüketiciyi yeniden kullanılabilir seçeneklere geçmeye teşvik etmek.

Tüketici çekiciliğini artırmak için ürün tasarımlarında yenilik yapmak.

Senaryo 5: Sosyal Girişim Kafe

- **İş Geçmişi:** Evsiz bireyleri istihdam eden ve onlara hayatlarını yeniden inşa etme şansı veren bir kafe işletiyorsunuz. Kafede organik, adil ticaret kahvesi ve yerel kaynaklı hamur işleri servis edilmektedir.
- **Mevcut Durum:** Kafe bir topluluk merkezi haline geldi, ancak işletme maliyetleri yüksek ve finansman sınırlı. Sosyal misyon ve finansal sürdürülebilirlik arasında bir denge bulmanız gerekiyor.
- **Zorluklar:**

Sosyal misyonu karlılıkla dengelemek.

Devam eden finansman veya sponsorluğu güvence altına almak.

Kafenin topluluk içindeki erişimini ve etkisini genişletmek.

5.3.2. Karar Verme Alıştırmaları: Gerçek Dünya Senaryoları

Üzerinde anlaşmaya varılan her senaryo için öğrenciler, her üye farklı bir iş rolü veya paydaş perspektifi benimseyecek şekilde gruplara ayrılmalıdır. Konumlarını savunmak ve bir grup kararına doğru çalışmak için gerçekleri, araştırmayı ve yaratıcı düşüncüyü kullanmalıdırlar. Her grup daha sonra kararlarını ve gerekçelerini sınıfa sunmalı, çeşitli faktörleri nasıl dengelediklerini ve seçtikleri yolun potansiyel sonuçlarını vurgulamalıdır.

1. Sürdürülebilir Moda İkilemi

- **Durum:** Sürdürülebilir giyim markanız etik kaynak kullanımı konusunda gurur duymaktadır. Bir tedarikçi organik pamuğa önemli bir indirim sunuyor, ancak işçilik uygulamaları sorgulanabilir.
- **Görev:** Öğrenciler, her iki kararın da sonuçlarını değerlendirmelidir: etik standartları korumak veya karlılığı artırmak için maliyetleri düşürmek. Her seçimin marka itibarlarını, müşteri güvenini ve uzun vadeli sürdürülebilirliğini nasıl etkilediğini analiz etmelidirler. Öğrenciler, etik sorumluluk, finansal sağlık ve potansiyel medya tepkisi gibi faktörleri göz önünde bulundurarak artıları ve eksileri gruplar halinde tartışmalıdır.

2. Yenilenebilir Enerji Genişlemesi

- **Durum:** Yıldızlardan daha az çevre uygulamalarıyla tanınan daha büyük bir şirketle ortaklık kurarak önemli ölçüde genişleme fırsatına sahip bir güneş paneli kurulum şirketiniz var.
- **Görev:** Öğrenciler, hızlı iş büyümesi ile çevresel değerlere sadık kalma arasındaki ödünleşimleri değerlendirmelidir. Ortak olmayı seçerlerse olumsuz etkileri azaltmak için potansiyel stratejileri tartışmaları ve buna karşı karar verirlerse alternatif büyüme fırsatlarını keşfetmeleri gerekir. Öğrenciler, daha büyük şirketin uygulamalarını nasıl etkileyebileceklerini keşfetmek için müzakere senaryolarını canlandırabilirler.

3. Organik Kafe Büyüme Stratejisi

- **Durum:** Organik kafanız için uygun geri dönüşüm ve kompostlama tesislerinin bulunmadığı birinci sınıf bir alanda ikinci bir yer düşünüyorsunuz.
- **Görev:** Öğrenciler, konum ve sürdürülebilirlik uygulamalarını analiz etmelidir. Taşınabilir sürdürülebilirlik çözümlerine yatırım yapmak veya gerekli değişiklikler için mülk sahibiyle müzakere etmek gibi potansiyel uzlaşmaları keşfedebilirler. Yeni konumun karşılaması gereken kriterlerin bir listesini oluşturmalı ve operasyonları sürdürülebilirlik hedefleriyle uyumlu hale getirecek şekilde nasıl uyarlayabileceklerini önermelidir.

4. Ürün Paketleme Zorluğu

- **Durum:** Büyük bir perakendeci biyolojik olarak parçalanabilen pipetlerinize ilgileniyor ancak dağıtım amacıyla biyolojik olarak parçalanamayan ambalajlara ihtiyaç duyuyor.
- **Görev:** Öğrencilerin, ürünlerinin ambalajını değiştirmenin sonuçlarını tartışmaları gerekir. Ürünün çevresel faydalarından ödün vermeden perakendecinin gereksinimlerini karşılayabilecek alternatif ambalaj malzemelerini araştırmalı ve önermelidirler. Ek olarak, perakendeciye biyolojik olarak parçalanabilen ambalajlara bağlı kalmanın avantajları konusunda ikna etmek için bir satış konuşması geliştirebilirler.

5. Adil Ticaret Finansmanı

- **Durum:** Bir yatırımcı adil ticaret kahve işinizle ilgileniyor ancak resmi olarak adil ticaret sertifikası olmayan küçük ölçekli yetiştiricilerin kesilmesini gerektiriyor.

- **Görev:** Öğrenciler, sertifikalı olmayan yetiştiricileri dışlamanın etik ve ticari sonuçlarını göz önünde bulundurmalıdır. Sertifikasyonun önemini küçük yetiştiriciler üzerindeki etkisine karşı değerlendirmeli ve bu yetiştiricileri adil ticaret hareketine dahil etmenin yollarını araştırmalıdır. Rol yapma alıştırmaları, öğrencilerin bir uzlaşma bulmak için potansiyel yatırımcılarla pazarlık yapmalarına yardımcı olabilir.

6. Eko-Turizm Proje Riskleri

- **Durum:** Yerel vahşi yaşamı etkileyebilecek bir eko-turizm tesisi geliştirme fırsatınız var.
- **Görev:** Öğrenciler çevresel, ekonomik ve sosyal etkileri değerlendirmelidir. Ekonomik faydaları en üst düzeye çıkarırken çevresel zararı nasıl en aza indireceklerini düşünmeleri gerekir. Çevresel etki değerlendirmesi geliştirmeli ve yerel vahşi yaşamı koruyan sürdürülebilir turizm uygulamaları önermelidirler. Tartışmalar, yerel toplulukla nasıl ilişki kurulacağını ve onların ihtiyaç ve tercihlerini proje planlamasına nasıl dahil edileceğini içermelidir.

5.4. Sosyal ve Çevresel Etki Analizi

Son bölümde gördüğümüz gibi, bir iş yürütürken düşünmeniz gereken birçok risk ve şey var. Bunlardan bazılarının geldiğini görmek kolaydır, bazıları ise tahmin etmek daha zordur.

Bir işletmenin sosyal ve çevresel etkisini değerlendirmek ve raporlamak, bir şirketin operasyonlarının etrafındaki dünyayı nasıl etkilediğini anlamak ve artan kurumsal sorumluluk talebiyle uyum sağlamak için çok önemlidir. Bu süreç, bir işletmenin sosyal topluluklar ve çevre üzerindeki faaliyetlerinin hem olumlu hem de olumsuz sonuçlarının ayrıntılı bir analizini içerir. Öğretmenler, simüle edilmiş işletmelerinin çeşitli yönlerini izlemek için sistemler kurmalarına yardımcı olarak öğrencilere bu keşif boyunca rehberlik edebilir. Bu, su ve enerji gibi kaynak kullanımının izlenmesini, atık üretiminin değerlendirilmesini ve topluluk katılımı ve istihdam fırsatları gibi iş uygulamalarının sosyal etkilerinin değerlendirilmesini içerebilir.

Bu analizi öğrenciler için daha somut hale getirmek için, proje çıktılarının bir parçası olarak sürdürülebilirlik raporları veya sosyal etki beyanları oluşturmaya teşvik edilebilirler. Bu raporlar, veri toplamak için kullanılan metodolojileri vurgulamalı, verileri anlaşılır bir formatta sunmalı ve verilerin işletmenin etkisi açısından ne anlama geldiğini yorumlamalıdır. Öğrenciler ayrıca iş kararlarının uzun vadeli etkilerini göz önünde bulundurmalı ve olumlu sonuçları geliştirirken olumsuz etkileri azaltmak için stratejiler önermelidir.

Örneğin, bir öğrencinin sanal işi giysi üretmeyi içeriyorsa, malzemelerinin kaynağını, üretim tesislerindeki işgücü uygulamalarını ve nakliye yöntemlerinin karbon ayak izi açısından verimliliğini araştırabilir. Belki anketler, araştırmalar veya varsayımsal veri setleri kullanarak bu unsurlar hakkında veri toplayacak ve daha sonra bulgularını bir rapor halinde derleyeceklerdi. Bu rapor sadece mevcut uygulamaları değerlendirmekle kalmayacak, aynı zamanda sürdürülebilir kumaşlara geçiş veya adil ticaret işgücü uygulamalarının uygulanması gibi iyileştirmeler de önerecektir.

Öğrencilerin iş, sosyal ve çevresel etkileri değerlendirmeye ve raporlamaya ilişkin öğrenmelerine pratik teknikler ve uygulamalar entegre etmek, onlara somut beceriler ve içgörüler sağlayabilir. Öğrencilerin uygulayabileceği bazı ilgili teknikler ve uygulamalar şunlardır:

1. **Karbon Ayak İzi Hesaplamaları:** Öğrencilere, bir işletmenin doğrudan ve dolaylı olarak neden olduğu toplam sera gazı emisyonlarının miktarını belirlemeyi içeren bir işletme operasyonunun karbon ayak izini nasıl hesaplayacaklarını öğretin. Öğrenciler, sanal işleriyle

ilişkili enerji tüketimini, taşıma yöntemlerini ve malzeme üretim süreçlerini hesaba katan çevrimiçi hesap makinelerini veya formülleri kullanabilirler. Bu pratik beceri, farklı iş faaliyetlerinin çevresel yükünü anlamalarına ve emisyonları azaltmanın yollarını keşfetmelerine yardımcı olur.

Öğrencilerin cevaplamaı gereken sorular:

- İşletmeniz ayda ne kadar elektrik kullanıyor (kWh cinsinden)?
- Faaliyetlerinizde ne tür enerji kaynakları kullanılıyor (yenilenebilir veya yenilenemez)?
- İş faaliyetleriniz her ay araçla kaç kilometre seyahat etmeyi içeriyor?
- Ticari faaliyetler için ne tür araçlar kullanılır (örn. benzinli, dizel, elektrikli)?
- İşletmeniz tarafından her ay üretilen atık miktarını tahmin edin.

2. **Yaşam Döngüsü Değerlendirmesi (LCA):** Öğrencilere, ham madde çıkarmadan malzeme işleme, üretim, dağıtım, kullanım, onarım ve bakım ve bertaraf veya geri dönüşüme kadar bir ürünün ömrünün tüm aşamalarıyla ilişkili çevresel etkileri değerlendirmek için kullanılan bir teknik olan Yaşam Döngüsü Değerlendirmesini tanıtır. Öğrenciler, çevresel etkinin sıcak noktalarını ve iyileştirme fırsatlarını belirlemek için simüle edilmiş işlerinde bir ürün veya hizmet için basitleştirilmiş bir LCA yürütebilirler.

Öğrencilerin cevaplamaı gereken sorular:

- Ürününüzde/hizmetinizde hangi hammaddeler kullanılıyor?
- Bu malzemeler nereden geliyor?
- Ürününüzü üretme veya hizmetinizi sunma süreci nedir?
- Ürününüz nasıl paketleniyor ve dağıtılıyor?
- Ürününüzün veya hizmetinizin beklenen ömrü nedir?
- Ürün nasıl imha edilir veya hizmet nasıl sonlandırılır??

3. **Sürdürülebilirlik Denetimi:** Öğrencilere sanal işletmeleri için bir sürdürülebilirlik denetimi yürütme sürecinde rehberlik edin. Bu, enerji verimliliği, atık azaltma ve etik tedarik zinciri uygulamaları gibi belirli sürdürülebilirlik kriterlerini karşıladıklarından emin olmak için iş

uygulamalarının gözden geçirilmesini içerir. Öğrenciler, sürdürülebilir iş standartlarına dayalı kontrol listeleri oluşturabilir ve iş uygulamalarını bu kriterlere göre değerlendirebilirler.

Öğrencilerin cevaplamaı gereken sorular:

- İşletmenizin enerji verimliliği için bir politikası var mı?
- Tedarikçilerinizi sürdürülebilirlik uygulamaları için ne sıklıkla gözden geçiriyorsunuz?
- İşletmenizin bir geri dönüşüm programı var mı?
- Su kullanımını azaltmak için devam eden girişimler var mı?
- Çalışanlar sürdürülebilirlik uygulamaları konusunda eğitimli mi?

4. **Sosyal Etki Analizi:** Öğrencileri, iş yaratma, topluluk katılımı ve yerel ekonomilere katkılar gibi faktörleri göz önünde bulundurarak işlerinin sosyal etkisini analiz etmeye teşvik edin. Çalışan memnuniyeti, toplum yararları ve işçi hakları ihlalleri gibi olası sosyal konular hakkında veri toplamak için 'paydaşlarla' anketler veya varsayımsal görüşmeler yapabilirler.

Öğrencilerin cevaplamaı gereken sorular:

- İşletmeniz kaç iş yarattı?
- İş gücünüzün yüzde kaçını yerel topluluktan oluşturuyor?
- İşletmenizin herhangi bir topluluk sosyal yardım programı var mı?
- Faaliyetlerinizde adil iş gücü uygulamalarını nasıl sağlıyorsunuz?
- İşletmenizdeki sosyal konularla ilgili herhangi bir şikayet oldu mu?

5. **Sürdürülebilir Satın Alma Uygulamaları:** Öğrencilere, sürdürülebilir bir şekilde üretilen ve tedarik edilen ürün ve hizmetlerin seçilmesini içeren sürdürülebilir satın alma hakkında bilgi verin. Bu, etik kaynak bulma, yerel mallar satın alma ve güçlü çevresel ve sosyal kayıtlara sahip tedarikçileri seçme gibi hususları içerir. Öğrenciler, sürdürülebilirliğe öncelik veren simüle edilmiş işletmeleri için satın alma politikaları geliştirebilirler.

Öğrencilerin cevaplamaı gereken sorular:

- Satın alma kararları verirken yerel tedarikçilere öncelik veriyor musunuz?
- Satın aldığınız ürün/hizmetler sürdürülebilir bir şekilde üretiliyor mu?
- Tedarikçilerinizin çevresel ve sosyal uygulamalarını değerlendiriyor musunuz?

- Satın alma politikalarınızı ne sıklıkla gözden geçiriyorsunuz?
- Sürdürülebilir ürünleri seçmek için kriterleriniz var mı??

6. **Paydaş Katılım Etkinlikleri:** Öğrencilere, müşteriler, çalışanlar, tedarikçiler ve topluluk üyeleri de dahil olmak üzere işten etkilenen herkes gibi paydaşlarla nasıl etkileşim kuracaklarını gösterin. Öğrenciler, iş etkilerini sundukları ve uygulamalarını geliştirmek için geri bildirim topladıkları paydaş toplantılarını veya topluluk forumlarını planlayabilir ve simüle edebilir.

Öğrencilerin cevaplamaı gereken sorular:

- İşletmenizin kilit paydaşları kimlerdir?
- Paydaşlarınızla ne sıklıkla etkileşim kuruyorsunuz?
- Paydaşların katılımını sağlamak için hangi yöntemleri kullanıyorsunuz (anketler, toplantılar, forumlar)?
- Paydaşlardan çevresel veya sosyal konularda herhangi bir geri bildirim aldınız mı?
- İşletmeniz paydaş geri bildirimlerine nasıl yanıt veriyor?

7. **Sürdürülebilirlik Raporlarının Geliştirilmesi:** Öğrencilere, belirli bir süre boyunca ticari faaliyetlerinin çevresel ve sosyal etkilerini belgeleyen ve detaylandıran sürdürülebilirlik raporlarını derleme sürecinde rehberlik edin. Bu rapor, yukarıdaki faaliyetlerden toplanan verileri içermeli, analiz etmeli ve açık ve profesyonel bir şekilde sunulmalıdır. Onlara, işlerinin sürdürülebilirliğini artırmak için belirli adımları özetleyen bir eylem planı oluşturarak, bulgularına dayanarak iyileştirme hedefleri belirlemeyi öğretin.

Öğrencilerin cevaplamaı gereken sorular:

- Sürdürülebilirlik için hangi temel performans göstergelerini (KPI'lar) takip ediyorsunuz?
- Sürdürülebilirlik raporlarını ne sıklıkla yayınlamayı planlıyorsunuz?
- Sürdürülebilirlik verilerinin derlenmesinden ve analiz edilmesinden kim sorumludur?
- Geçmiş performansa dayalı olarak bir sonraki raporlama dönemi için hangi hedefleri belirleyeceksiniz?
- Sürdürülebilirlik başarılarınızı paydaşlarınıza nasıl ileteceksiniz?

5.3. Bir Pitching Etkinliği Organize Etmek

Bir satış konuşması etkinliği düzenlemek, öğrencilerin girişimcilik girişimleri için gerçek dünyadaki finansman ve destek arama sürecini deneyimlemeleri için mükemmel bir yoldur. İş fikirlerini ebeveynlere, yerel topluluk üyelerine ve paydaşlara sunarak, öğrenciler yalnızca değerli topluluk önünde konuşma deneyimi kazanmakla kalmaz, aynı zamanda projelerini ilerletmek için doğrudan geri bildirim alır ve potansiyel olarak sembolik finansal katkılar sağlar.

Aşağıda, bir Pitching Etkinliğinin nasıl organize edileceğine dair net talimatlar ve ardından kullanışlı bir şablon bulacaksınız.

1. Etkinlik Kurulumu:

- **Bir Konum Seçin:** Etkinliği, oditoryum - etkinlik salonu, kütüphane veya hedef kitlenizi rahatça ağırlayabilecek büyük bir sınıf gibi tanıdık bir okul ortamında düzenleyin. Alanın iyi bir akustiğe ve yeterli oturma alanına sahip olduğundan emin olun.
- **Etkinliği Planlayın:** Diğer okul etkinlikleri veya sınavlarıyla çakışmayan bir tarih seçin. Belki öğleden sonra geç saatlerde veya akşamın erken saatlerinde topluluğun maksimum katılımına izin veren bir zaman düşünün.

2. Öğrencilere Hazırlık:

- **İş Geliştirme:** Öğrenciler iş fikirlerini zaten geliştirdikleri ve pazar analizi, hedef demografi ve finansal planlar gibi kritik unsurları araştırdıkları için, bu bilgileri satış konuşmalarına etkili bir şekilde entegre ettiklerinden emin olun.
- **Satış Konuşması Şablonu:** Öğrencilere yapılandırılmış bir sunum şablonu sağlayın. Aşağıda önerilen şablonu kullanmak isteyebilirsiniz. Bu şablon, işlerini tanıtmak, sorunu ve çözümü açıklamak, pazar potansiyelini sergilemek ve iş modellerini detaylandırmak için bölümler de dahil olmak üzere sunumlarını mantıklı ve ikna edici bir şekilde nasıl düzenleyecekleri konusunda onlara rehberlik edebilir.
- **Prova:** Öğrencileri, güven kazanmak ve ilk geri bildirimi almak için meslektaşlarının veya öğretmenlerinin önünde sunumlarını yapmaya teşvik edin. Bu uygulama, sunumlarını iyileştirmelerine ve soruları tahmin etmelerine yardımcı olacaktır.

3. Etkinlik Sırasında:

- **Saha Sunumları:** Her satış konuşması için belirli bir süre ayırın, tipik olarak 5-7 dakika, ardından izleyicilerle 2-3 dakikalık bir soru-cevap oturumu yapın. Bu yapı, etkinliğin sorunsuz ilerlemesini sağlar ve her öğrenciye veya takıma acele etmeden fikirlerini sergilemek için yeterli zaman tanır.
- **Teknoloji Kurulumu:** Etkinlik başlamadan önce projektörler, mikrofonlar ve hoparlörler gibi gerekli tüm teknolojik ekipmanların düzgün çalıştığından emin olun. Teknik sorunlar olması durumunda bir yedekleme planınız olsun.

4. Topluluk Desteğini Teşvik Etmek:

- **Sembolik Finansal Katkılar:** Etkinlik sırasında, izleyicilerin öğrencilerin iş projelerini desteklemek için sembolik finansal katkılarda bulunma fırsatını vurgulayın. Bu katkılar mütevazı olsa da, öğrencilere fikirlerine ve çabalarına somut bir inanç göstererek pratik yardım ve motivasyon desteği sağlayabilir.
- **Katkı Mekanizması:** Katkı toplamak için basit ve şeffaf bir sistem kurun. Bu, izleyicilerin katkılarını bırakabilecekleri güvenli bir toplama kutusu ile mekanda belirlenmiş bir alan olabilir.
- **Katkıların Teşekkür Edilmesi:** Etkinlik sırasında, belki bir teşekkür notu veya kapanış konuşması sırasında bir söz ile tüm katkıda bulunanların kabul edildiğinden emin olun. Ayrıca, etkinlik sonrası kişiselleştirilmiş teşekkür mesajları göndermeyi veya desteklerini sürekli olarak takdir etmek için okulda görüntülenen bir 'Destekçiler panosu' oluşturmayı da düşünün.

5. İzleyici ile Etkileşim:

- **Geri Bildirim Formları:** İzleyicilere her sunumdan sonra doldurmaları için geri bildirim formları sağlayın. Bu formlar, sunumun netliği, iş fikrinin uygulanabilirliği ve satış konuşmasının ne kadar ilgi çekici olduğu hakkında sorular içerebilir. Bu geri bildirim, öğrencilerin sunumlarının etkisini ve iyileştirme alanlarını anlamaları için paha biçilmezdir.
- **Etkileşimli Oturumlar:** Tüm sunumlar tamamlandıktan sonra ağ oluşturma için zaman tanıyın. Bu oturum, öğrencilerin izleyici üyeleriyle bire bir etkileşim kurmasına, fikirlerini daha ayrıntılı olarak tartışmasına ve potansiyel olarak destekçiler veya mentorlar kazanmasına yardımcı olabilir.

6. Etkinlik Sonrası Aktiviteler:

- **Geri Bildirimi Gözden Geçirin:** Öğrencileri, güçlü yönleri ve geliştirilecek alanları belirlemek için toplanan geri bildirimleri gözden geçirmeye teşvik edin. Bu yansıma, girişimcilik konusunda sürekli öğrenmeleri ve gelişmeleri için çok önemlidir.
- **Katılım Sertifikası:** Tüm katılımcılara çabalarını takdir etmek ve girişimci ruhlarını teşvik etmek için sertifikalar verin.



Pitch Template

	
About	Problem
Your Team's Name:	Solution
Project/Company Name:	
One-sentence Pitch - Slogan:	
	Product/Service
	Market Analysis
Call to Action!	
	Why Us?
	Investment

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

Co-funded by
the European Union





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. Sanal İşletmeleri Hayata Geçirmek

Yukarıdaki etkinliklerin tümünü uyguladıktan sonra sanal işletmeleri gerçek hayata aktarma anı, öğrencilerin girişimcilik becerilerini ve iş fikirlerini gerçekçi bir ortamda test edebilecekleri heyecan verici bir aşama sunar. Bu geçişi kolaylaştırmak için öğrencilerin ürünlerini sergileyip satabilecekleri veya küçük jetonlar karşılığında hizmetlerini sunabilecekleri fuarlar ve yerel pazarlar düzenlemeyi düşünün. Bu yaklaşım yalnızca uygulamalı iş deneyimi sağlamakla kalmaz, aynı zamanda öğrencilerin toplulukla doğrudan etkileşime girerek sundukları teklifler hakkında ilk elden geri bildirim almalarına da olanak tanır.

Öğrenciler el sanatları, geri dönüştürülmüş ürünler veya dijital hizmetler gibi okul düzeyinde üretilebilecek çeşitli ürünler yaratmaya teşvik edilmelidir. Hizmetler özel ders, sanat gösterileri veya dijital tasarımı içerebilir. Öğrenciler okul fuarlarında veya yerel topluluk merkezlerinde stantlar kurarak gerçek müşterilerle etkileşime girebilir, her girişimci için hayati önem taşıyan satış ve müşteri hizmetleri becerilerini uygulayabilirler.

Ayrıca bilgilendirme günlerinin düzenlenmesi öğrenciler tarafından geliştirilen hizmetlerin tanıtılmasına yardımcı olabilir. Bu oturumlar sırasında öğrenciler iş modellerini sunabilir, hizmetlerinin sosyal ve çevresel faydalarını tartışabilir ve sunumlar ve canlı gösteriler aracılığıyla katılımcılarla etkileşime geçebilirler.

Bu faaliyetlerin eğitimsel ve sosyal etkisini artırmak için, bu etkinliklerden elde edilen gelirler yerel hayır kurumlarına bağışlanabilir veya toplumsal projelere fon sağlamak için kullanılabilir. Bu sadece öğrencilere sosyal sorumluluğun önemini öğretmekle kalmıyor, aynı zamanda işletmelerin toplumsal refaha nasıl olumlu katkıda bulunabileceğini de gösteriyor.

Öğrenciler bu etkinlikleri uygulayarak sıkı çalışmalarının ve yaratıcılıklarının somut sonuçlarını görebilir, bir işi yürütme konusunda güven ve gerçek yaşam deneyimi kazanabilirler. Bu deneyimsel öğrenme süreci, yalnızca iş dinamiklerinin anlaşılmasını geliştirmekle kalmayıp, aynı zamanda başarı ve topluluk katılımı duygusunu da aşıladığı için çok değerlidir.

Kaynaklar

- Abu-Saifan, A. (2012). Sosyal girişimcilik: Tanımı ve sınırları. Teknoloji Yenilik Yönetimi İncelemesi, 22-27.
- Anderson, A. (1998). Cennet Bahçesini Yetiştirmek: Çevreci girişimciler.
- Austin, J., Stevenson, H. ve Wei-Skillern, J. (2006). Sosyal ve ticari girişimcilik: Aynı mı, farklı mı, yoksa her ikisi mi? Girişimcilik Teorisi ve Uygulaması, 30(1), 1-22.
- Bacq, S. ve Janssen, F. (2011). Sosyal girişimciliğin çeşitli yönleri: Coğrafi ve tematik kriterlere dayalı tanımsal konuların gözden geçirilmesi. Girişimcilik ve Bölgesel Kalkınma, 373-403.
- Ball, C. ve Kittler, M. (2019). Destek mekanizmaları yoluyla çevresel pazar başarısızlığını ortadan kaldırmak: İngiliz, Fransız ve Alman enerji sektörlerindeki yeşil start-up'lardan bilgiler. Küçük İşletme Ekonomisi, 52(4), 831-844.
- Bloom, B. (1956). Eğitim hedeflerinin sınıflandırması: Kitap I: Bilişsel alan. New York: David McKay.
- Bringle, R.G. ve Hatcher, J.A. (1995). Fakülte için hizmet odaklı öğrenme müfredatı. Michigan Toplum Hizmeti-Öğrenim Dergisi, 112-122.
- Caffrey, E., Brady, L., Flynn, S., Higgins, J., McKenna, E.M., Newman, J. ve Nolan, P. (2020). FoodCloud: Dünyayı daha adil bir yer haline getirmeye yönelik nezaketi teşvik etmek – Her seferinde bir adım. Uluslararası Girişimcilik İncelemesi, 18(2), 279-306. (Öğretim Notu, s. 307-336).
- Dana, L.-P. ve Vorobeve, E. (2021). “Azınlık girişimciliği” terimini anlamak. T. M. Cooney (Ed.), Azınlık girişimciliğinin Palgrave el kitabı (s. 15-32). Palgrave Macmillan.
- Demirel, P., Li, Q.C., Rentocchini, F. ve Tamvada, J.P. (2019). Yeşil olmak için doğmuş: Yeşil girişimciliğin ekonomisine ve yönetimine yeni bakış açıları. Küçük İşletme Ekonomisi, 52(4), 759-771.
- Donovan, C. (2021). Girişimcilerin karşılaştığı 5 finansal zorluk. Finansal Planlama.
- Durak, H. (2021). Engelli bireylerin girişimcilik faaliyetlerinde karşılaştıkları sorunların belirlenmesine yönelik bir araştırma (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Sakarya Üniversitesi İşletme Enstitüsü, Sakarya.
- eğitim.ufl.edu. (tarih yok). Öğrencilere sosyal sorunları çözmeyi öğretmek.
<https://education.ufl.edu/behavior-management-resource-guide/2015/01/16/teaching-students-to-solve-social-problems/> adresinden alındı.
- Elia, G., Margherita, A. ve Passiante, G. (2020). Dijital girişimcilik ekosistemi: Dijital teknolojiler ve kolektif zeka girişimcilik sürecini nasıl yeniden şekillendiriyor? Teknolojik Tahmin ve Sosyal Değişim, 150, 119791.
- Eroğlu, N., & Dündar, Ş. (2021). *Ortaöğretim girişimcilik ders kitabı. Milli Eğitim Bakanlığı Yayınları, Ders Kitabı Serisi.*

- Fasci, M.A. ve Valdez, J. (1998). Erkeklerin ve kadınların sahip olduğu küçük muhasebe uygulamalarının performans karşıtlığı. *Küçük İşletme Yönetimi Dergisi*, 36(3), 1-7.
- Friedman, J. (1974; n.e. 2000). Gerçekleştirilebilir ütopyalar. Edition de l'éclat.
- Gadson, S.P. (2024, 4 Haziran). Rol oynamanın gücü: Engageli ile kurumsal eğitimde simülasyonlar. <https://www.engageli.com/blog/engaging-role-play-in-corporate-training-with-engageli> adresinden alındı
- Güneş, E. ve Şekerdil, R. (2021). Türkiye'de kadın girişimci ve yöneticilerin girişimcilik kariyerlerindeki durum ve ilerlemelerinin analizi. *Girişimcilik ve Gelişim Dergisi*, 16(1), 15-30.
- Güven, O. (2022). Finansal ekonomik ve sosyal çalışmaların araştırılması. *Finans Ekonomisi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(2).
- IFC. (2016). Gelişmekte olan pazarlarda iklim yatırımı fırsatları. Uluslararası Finans Komitesi.
- Kıran, F. ve Bozkurt Çetinkaya, Ö. (2020). Finansal okuryazarlık, risk alma eğilimi ve belirsizliğe tolerans arasındaki ilişki: Batı Akdeniz girişimcileri üzerine bir araştırma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15(3), 1203-1222.
- Labrianidis, L., Ferrao, J., Herdzina, K., Kalantaridis, C., Piasecki, B. ve Smallbone, D. (2003). Avrupa'nın kırsal çevresinin geleceği. Avrupa Komisyonu'na sunulan nihai rapor, Araştırma, Teknoloji ve Geliştirme Faaliyetleri 5. Çerçeve Programı.
- Mair, J. ve Marti, I. (2004). Sosyal girişimcilik: Neyden bahsediyoruz? Gelecekteki araştırmalar için bir çerçeve (No. D/546). IESE İşletme Okulu.
- Martínez-León, I., Olmedo-Cifuentes, I. ve Nicolás-Martínez, C. (2019). İspanya'da engelli kişilerin girişimciliği: Sosyoekonomik yönler. *Anlaşmaların Özeti*, 10(SPE22), 42-50.
- McDougall, P.P. ve Oviatt, B.M. (2000). Uluslararası girişimcilik: İki araştırma yolunun kesişimi. *Yönetim Akademisi Dergisi*, 43, 902-908.
- Michaelis, T.L., Carr, J.C., Scheaf, D.J. ve Pollack, J.M. (2020). Tutumlu girişimci: Becerikli girişimci davranışın öz düzenleyici bir perspektifi. *İşletme Girişimi Dergisi*, 35(4), 105969.
- Nikolaou, I., Tasopoulou, K. ve Tsagarakis, K. (2018). Kurumsal ve kaynak temelli görüşlere dayalı bir yeşil girişimci tipolojisi. *Girişimcilik Dergisi*, 27(1), 111-132.
- O'Donoghue, J. (t.y.). Toplumsal değişim için tasarlamak: Kısa bir kılavuz. <https://makeiterate.com/designing-for-social-change-a-quick-guide/> adresinden alındı
- Parasuraman, S. ve Simmers, C.A. (2001). İstihdam türü, iş-aile çatışması ve refah: Karşılaştırmalı bir çalışma. *Örgütsel Davranış Dergisi*, 22(5), 551-568.
- Prashar, S., Vijay, T.S. ve Parsad, C. (2018). Hindistan'da kadın girişimciliği: Engellerin ve motivasyon faktörlerinin gözden geçirilmesi. *Uluslararası Girişimcilik ve Yenilik Yönetimi Dergisi*, 22(3), 206-219.

- Preradović, N. (2015). Hizmet-öğrenme. M. Peters (Ed.), Eğitim felsefesi ve teorisi ansiklopedisi. Springer.
- Raghava, S. (2021). Strateji@Kapsam: Çalışan katılımı—Müşteri memnuniyetinin anahtarı. Girişimciliğin Temelleri (Bölüm 6, s. 47-58). Adaçayı.
- Raimi, L. (2015). Girişimcilik tanımları ve teorilerinin söylem analizi: Akademik araştırmaların güçlendirilmesine yönelik çıkarımlar. Uluslararası Girişimcilik ve Küçük İşletme Dergisi, 26(3), 368-388.
- Ratten, V. (2010a). Spora dayalı girişimcilik teorisinin geliştirilmesi. Yönetim ve Organizasyon Dergisi, 16(4), 557-565.
- Ratten, V. (2017). Cinsiyet girişimciliği ve küresel pazarlama. Küresel Pazarlama Dergisi, 30(3), 114-121.
- Ratten, V. (2022). Zanaatkar girişimciliği: Genel bir bakış. V. Ratten, P. Jones, V. Braga ve E. Parra-López (Ed.), Artisan girişimciliği (s. 1-12). Zümrüt Yayıncılık Limited.
- Ratten, V. (2022). Zanaat girişimciliği: Gelecek yönelimler. Yaratıcı el sanatlarında girişimcilikte (s. 101-116). Routledge.
- Ratten, V. (2023). Girişimcilik: Tanımlar, fırsatlar, zorluklar ve gelecekteki yönler. Küresel İş ve Organizasyonel Mükemmellik, 42(5), 79-90. <https://doi.org/10.1002/joe.22217>
- Schick, H., Marxen, S. ve Freimann, J. (2002). Yeni başlayan girişimciler için sürdürülebilirlik sorunları. Daha Yeşil Yönetim Uluslararası, 38(1), 59-70.
- Shane, S. ve Venkataraman, S. (2000). Bir araştırma alanı olarak girişimciliğin vaadi. Yönetim Akademisi İncelemesi, 25(1), 217-226. <https://doi.org/10.5465/amr.2000.2791611>
- Sharma, P. ve Chrisman, J.J. (1999). Kurumsal girişimcilik alanındaki tanımsal konuların uzlaştırılmasına doğru. Girişimcilik Teorisi ve Uygulaması, 23(3), 11-28.
- Sharma, Y. (2013). Hindistan'da kadın girişimci. IOSR İşletme ve Yönetim Dergisi, 15(3), 9-14. <https://www.niu.edu/citl/resources/guides/instructional-guide/classroom-debates.shtml>