

T.C.
BOLU ABANT İZZET BAYSAL ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
FELSEFE VE DİN BİLİMLERİ ANA BİLİM DALI



DİN EĞİTİMİNDE GİRİŞİMCİLİK BECERİSİNİN
KAZANDIRILMASINDA VAKA ÇALIŞMALARININ
KULLANIMI: UYGULAMA ÖRNEĞİ

FELSEFE VE DİN BİLİMLERİ YÜKSEK LİSANS TEZİ

SEMANUR BİNNETOĞLU

TEZ DANIŞMANI

Doç. Dr. Murat TARHAN

BOLU, OCAK – 2025

KABUL VE ONAY SAYFASI

Semanur BİNNETOĞLU tarafından hazırlanan “DİN EĞİTİMİNDE GİRİŞİMCİLİK BECERİSİNİN KAZANDIRILMASINDA VAKA ÇALIŞMALARININ KULLANIMI: UYGULAMA ÖRNEĞİ” adlı tez çalışması jürimiz tarafından Felsefe ve Din Bilimleri Ana Bilim Dalı Felsefe ve Din Bilimleri Programında Yüksek Lisans Tezi olarak oy birliği ile kabul edilmiştir. 03/01/2025

Jüri Üyeleri

İmza

Danışman

Doç. Dr. Murat TARHAN
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi

Üye

Doç. Dr. Seyid SANCAK
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi

Üye

Doç. Dr. Kâmil COŞTU
Bartın Üniversitesi

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Onayı

Prof. Dr. İbrahim KÜRTÜL

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Müdürü

ETİK BEYAN

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Tez Yazım Kılavuzu ve Şablonuna uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada;

- Tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- Tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- Tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi,
- Kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı,
- Bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu bildirir

aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

Teze ilişkin Turnitin adlı programında enstitü müdürlüğünce belirlenen filtrelemeler uygulanarak alınmış olan benzerlik raporuna göre, tezin benzerlik oranı %30'u geçmemektedir.

Bu çalışma için Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler İnsan Araştırmaları Etik Kurulu'ndan 2024/211 sayısı ile etik izin alınmıştır. YÖK'ün 6698 sayılı Kişisel Verileri Koruma Kanunu doğrultusunda almış olduğu karar gereği Etik Kurul Onay belgesi ekler kısmında yer almamaktadır.

.....

Semanur BİNNETOĞLU

ÖNSÖZ

Bu çalışma ile insanların yaşam mücadelesi içerisinde hayatlarını devam ettirebilmek amacıyla ortaya çıkan ihtiyaçlarının mevcut bir organizasyon içerisinde yenilik yapmak kaydıyla değer yaratmak için geliştirilmesi ve girişimcilik ruhunun oluşması adına katkı sağlamak amaçlanmıştır. Girişimcilik becerisi ile risk alabilmek, yenilikçi olmak, hayatı devam ettirebilmek ve yaşam kalitesini artırmak istenmiştir. Günlük yaşamda üreten ve sorumluluk sahibi bir toplumun inşasında girişimcilik becerisi önemli bir araç olmuştur. Doğduğu ilk günden itibaren bireyin kendisine güven duyabilmesi, yaratıcı/yenilikçi düşüncede olabilmesi, cesaretli olması ve toplum tarafından istenen/beklenen özelliklere sahip olması girişimcilik eğitiminin başlıca amaçlarından sayılmıştır.

Girişimciliğin artan önemi dikkate alındığında girişimsel özelliklerin geliştirilmesi amacı ile yapılan çalışmalar oldukça önemli görülmüştür. Bireyin tutum ve yetenekleri bağlamında yaş, cinsiyet, aile geçmişi vb. özelliklerinin başarı ihtiyacı, belirsizlik toleransı, risk alma eğilimi, özgüven, insan ilişkileri, bağımsız olma ve yenilikçilik gibi etkileri girişimci bireyler ile girişimci olmayan bireyleri ayırmada önemli etkenlerden olmuştur. Bu doğrultuda bireysel ve çevresel faktörlerin birleşimi ile oluşturulması hedeflenen girişimcilik bireyin başarmak amacı ile dikkatini çeken, deneyimini ve eylemlerini belirli bir hedefe yönlendiren bir zihin durumu olarak ifade edilebilir.

Bu bağlamda yapmış olduğum tez çalışmasının başta çalışmayı gerçekleştirdiğim öğrenciler olmak üzere topluma faydalı bireyler yetiştirme noktasında bu konuda çalışma yapacak kişilere yeni ve farklı düşünce pencereleri açacak olmasını temenni ediyorum. Tez danışmanım Doç. Dr. Murat TARHAN hocama öncelikle bende farklı düşünce perspektifleri oluşturması ve çalışmanın ortaya çıkma sürecinde yol gösterici olmasından dolayı teşekkür ediyorum.

SEMANUR BİNNETOĞLU

.....

ÖZET

**DİN EĞİTİMİNDE GİRİŞİMCİLİK BECERİSİNİN
KAZANDIRILMASINDA VAKA ÇALIŞMALARININ KULLANIMI:
UYGULAMA ÖRNEĞİ
YÜKSEK LİSANS TEZİ
SEMANUR BİNNETOĞLU**

**BOLU ABANT İZZET BAYSAL ÜNİVERSİTESİ LİSANSÜSTÜ EĞİTİM
ENSTİTÜSÜ
FELSEFE VE DİN BİLİMLERİ ANABİLİM DALI
(TEZ DANIŞMANI: DOÇ. DR. MURAT TARHAN)**

**BOLU, OCAK – 2025
XI - 169**

Bu araştırma ile Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi Dersinde girişimcilik becerisinin kazandırılmasına yönelik vaka çalışması örnekleri tasarlayarak uygulamak ve din eğitimi süreçlerinde girişimcilik becerisinin kazandırılmasında vakaların ne derece etkili olduğunu belirlemek amaçlanmıştır. Araştırmada veriler nitel araştırma yöntemlerinden vaka çalışması metodu kullanılarak elde edilmiştir. Verilerin analizinde gözlem ve görüşme, doküman analizi ve içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. Çalışmada girişimcilik eğitiminin kuramsal çerçevesi din eğitiminin unsurlarına göre uyarlanmıştır. Güncellenen öğretim programı kapsamında ön plana çıkarılan beceriler içerisinde yer alan ve Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi Öğretim Programı'nda da belirtilen Türk Milli Eğitiminin Genel Amaçları ve Temel İlkeleri doğrultusunda “inisiyatif alma ve girişimcilik” yetkinliğinin geliştirilmesine yönelik çalışmaların yetersiz olması ilgili tezin gerçekleştirilmesine imkân sağlamıştır. Bu doğrultuda DKAB öğretim programı amaçlarında belirtilen inisiyatif alma ve girişimcilik becerilerini gerçekleştirebilmek amacı ile disiplinlerarası çalışma yöntemi benimsenerek örnek vaka uygulamalarıyla girişimcilik eğitiminin ilgili becerileri kazandırılmaya çalışılmıştır. Çalışmada ilgili temalar bağlamında özgün bir tasarım ile hazırlanan örnek vaka uygulamaları ilgili sınıf kademesine uygulanmıştır. Bu uygulamalar ile vaka örneklerinin öğrencilerdeki girişimci faaliyetlere yönelik algı, bilinç ve beceri düzeylerinin hangi yönde etkilendiği ortaya konulmuştur. Girişimcilik eğitiminin belirlenen beş teması kapsamında (iş fikri, finansman, ürün tasarımı ve üretim, tanıtım ve pazarlama, yatırım ve sürdürülebilirlik) beş adet vaka örneğinin uygulanması neticesinde sınıflarda öğrencilerin duyuşsal olarak mutlu, özgür ve rahat hissettikleri; bilişsel açıdan ise yeni bilgileri öğrenme ve farklı alanları keşfetme başarısını yaşadıkları gözlenmiştir. Uygulama öncesi ve sonrasına ait elde edilen veriler kaydedilmiş, araştırmanın bulgular ve tartışma; sonuç ve öneriler kısmı bu bilgiler ışığında oluşturulmuştur.

ANAHTAR KELİMELER: Din eğitimi, Din, Girişimcilik eğitimi, Girişimcilik becerisi, Vakalarla öğrenme-vaka analizi.

ABSTRACT

THE USE OF CASE STUDIES IN GAINING ENTREPRENEURSHIP SKILLS IN RELIGIOUS EDUCATION: AN APPLICATION CASE

MASTER THESIS

SEMANUR BİNNETOĞLU

BOLU ABANT İZZET BAYSAL UNIVERSITY

INSTITUTE OF GRADUATE STUDIES

DEPARTMENT OF PHILOSOPHY AND RELIGIOUS SCIENCES

(SUPERVISOR: ASSOC. DR. MURAT TARHAN)

BOLU, JANUARY – 2025

XI - 169

With this research, it is aimed to design and implement case study examples for the acquisition of entrepreneurship skills in the Religious Culture and Moral Knowledge Course and to determine how effective the cases are in gaining entrepreneurship skills in religious education processes. In the study, the data were obtained by using the case study method, which is one of the qualitative research methods. In the analysis of the data, observation and interview, document analysis and content analysis methods were used. In the study, the theoretical framework of entrepreneurship education was adapted according to the elements of religious education. The inadequacy of the studies aimed at developing the competence of "taking initiative and entrepreneurship" in line with the General Objectives and Basic Principles of Turkish National Education, which are among the skills brought to the fore within the scope of the updated curriculum and also specified in the Religious Culture and Moral Knowledge Curriculum, allowed the realization of the relevant thesis. In this direction, in order to realize the initiative and entrepreneurship skills specified in the objectives of the DKAB curriculum, the interdisciplinary working method was adopted and the relevant skills of entrepreneurship education were tried to be gained with case studies. In the study, case studies prepared with an original design in the context of related themes were applied to the relevant grade level. With these applications, it was revealed in which way the perception, consciousness and skill levels of students towards entrepreneurial activities were affected by the case examples. As a result of the application of five case examples within the scope of the five themes of entrepreneurship education (business idea, financing, product design and production, promotion and marketing, investment and sustainability), students felt emotionally happy, free and comfortable in the classrooms; In terms of cognition, it has been observed that they have the success of learning new information and exploring different areas. The data obtained before and after the application were recorded, the findings and discussion of the research; The conclusion and recommendations section was created in the light of this information.

KEYWORDS: Religion education, Religious, Entrepreneurship education, Entrepreneurship skills, Learning with cases-case analysis.

İÇİNDEKİLER

Sayfa

İÇİNDEKİLER	vii
TABLO LİSTESİ	ix
KISALTMA VE SEMBOLLER LİSTESİ	x
TEŞEKKÜR.....	xi
1. GİRİŞ.....	1
1.1. Araştırmanın Problemi	1
1.2. Araştırmanın Amacı	3
1.3. Araştırmanın Önemi	4
1.4. Sınırlılıklar.....	5
1.5. Sayıtlar/Varsayımlar.....	6
1.6. Tanımlar	6
1.7. DKAB Öğretim Programında Girişimcilik Becerisi	9
1.8. 2023-2024 Yılları DKAB Öğretim Programında Girişimcilik Becerisi...	11
1.9. Vaka Temelli Öğretim.....	14
1.9.1.Vaka Analizi ile Öğretim : Vaka Analizi Aşamaları	15
1.9.2. Vaka Analizi ile Öğretim: Hazırlık Süreci	18
1.9.3. Vaka Analizi ile Öğretim: İlkeler	19
1.9.4. Vaka Analizi ile Öğretimin Özellikleri ve Sınırlılıkları	23
1.10. Girişimciliğin Kavramsal Çerçevesi.....	25
1.11. Girişimciliği Etkileyen Faktörler	28
1.12. Girişimcilik Çeşitleri	30
1.13. Girişimcilerin Özellikleri.....	33
1.14.Girişimcilik Eğitimi: Pedagojik Bir Çerçeve.....	36
1.15. Girişimcilik Eğitiminin Amacı Nedir?	38
1.16. İlgili Literatür	40
1.16.1. Yurt Dışı Araştırmalar	41
1.16.2. Yurt İçi Araştırmalar.....	46
1.16.3. Literatürün Değerlendirilmesi.....	47
2. MATERYAL ve YÖNTEM.....	49
2.1.Araştırma Modeli ve Araştırma Soruları.....	49
2.2.Problemin Belirlenmesi	53
2.3.Literatürün Taranması ve Yorumlanması.....	53
2.4.Eylem Planı Geliştirme/Hazırlama Süreci.....	54
2.5.Eylem Planının Uygulanması	55
2.6.Çalışma Grubu.....	56
2.7. Verilerin Toplanması.....	58
2.8. Verilerin Analizi.....	59
3. BULGULAR ve TARTIŞMA	60
3.1. İş Fikri Boyutuna Yönelik Bulgular ve Tartışma	61

3.2. Finansman Boyutuna Yönelik Bulgular ve Tartışma	74
3.3. Ürün Tasarımı ve Üretim Boyutuna Yönelik Bulgular ve Tartışma	85
3.4. Tanıtım ve Pazarlama Boyutuna Yönelik Bulgular ve Tartışma	98
3.5. Yatırım ve Sürdürülebilirlik Boyutuna Yönelik Bulgular ve Tartışma..	109
4. SONUÇ ve ÖNERİLER.....	122
4.1.SONUÇLAR	122
4.1.1.Birinci Temaya Yönelik Sonuçlar:	122
4.1.2.İkinci Temaya Yönelik Sonuçlar:	123
4.1.3.Üçüncü Temaya Yönelik Sonuçlar:	124
4.1.4.Dördüncü Temaya Yönelik Sonuçlar:	125
4.1.5.Beşinci Temaya Yönelik Sonuçlar:	125
4.2.ÖNERİLER	128
KAYNAKLAR.....	131
EKLER.....	140



TABLO LİSTESİ

Sayfa

Tablo 1.1. DKAB Öğretim Programında Girişimcilik Becerisi (2018).....	10
Tablo 1.2. 2023-2024 yılları DKAB Öğretim Programı.....	11
Tablo 2.1. Uygulama takvimi.....	55
Tablo 2.2. Çalışma grubunda yer alan öğrencilerin tanıtıcı bilgileri.....	56
Tablo 3.1. İş fikri boyutuna yönelik uygulama örneği planı.....	61
Tablo 3.2. İş fikri ile ilgili uygulamanın öğrenme alanı ve kazanımı.....	64
Tablo 3.3. İş fikri boyutuna yönelik meslek seçimleri.....	66
Tablo 3.4. İş fikri oluşturulurken dikkate alınanlar.....	71
Tablo 3.5. Finansman boyutuna yönelik uygulama örneği planı.....	74
Tablo 3.6. Finansman boyutu ile ilgili öğrenme alanı ve kazanımı.....	77
Tablo 3.7. Finansman ihtiyaçları.....	80
Tablo 3.8. İş fikrini hayata geçirecek finansman kaynakları.....	82
Tablo 3.9. Ürün tasarımı ve üretim boyutu uygulama örneği planı.....	86
Tablo 3.10. Ürün tasarım ve üretim ile ilgili öğrenme alanı ve kazanımı.....	88
Tablo 3.11. Tasarım kriterleri.....	91
Tablo 3.12. Ürün özellikleri.....	93
Tablo 3.13. Ürün tasarımlarının konuları.....	96
Tablo 3.14. Tanıtım ve pazarlama boyutu uygulama örneği planı.....	99
Tablo 3.15. Tanıtım ve pazarlama ile ilgili öğrenme alanı ve kazanımı.....	101
Tablo 3.16. Ürünlerin ayırt edici özellikleri.....	104
Tablo 3.17. Pazarlama stratejileri.....	106
Tablo 3.18. Yatırım ve sürdürülebilirlik uygulama örneği planı.....	110
Tablo 3.19. Yatırım ve sürdürülebilirlik öğrenme alanı ve kazanımı.....	112
Tablo 3.20. Yatırım fikirleri.....	115
Tablo 3.21. Yatırım fikrini oluştururken dikkate alınanlar.....	118

KISALTMA VE SEMBOLLER LİSTESİ

AR-GE: Araştırma Geliştirme

DKAB: Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi Dersi

İŞKUR: Türkiye İş Kurumu Genel Müdürlüğü

KOSGEB: Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme Dairesi Başkanlığı

MEB: Millî Eğitim Bakanlığı

TUBİTAK: Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu

ULAKBİM: Ulusal Akademik Ağ ve Bilgi Merkezi

UNESCO: Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü

UNESDOC: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
Dijital Library

YÖK: Yükseköğretim Kurulu

TEŞEKKÜR

Düşünceleri, bilgisi, çalışma hevesi ve çalışma ahlakıyla her zaman kendime rehber edindiğim; yolumu aydınlatan, çok yönlü bakış açısı ve nezaketiyle değerli görüşlerinden her daim istifade ettiğim, beni sürekli güler yüzüyle karşılayan, umutsuzluğa düştüğümde en güzel şekilde motive eden, saygı değer danışman hocam Doç. Dr. Murat TARHAN'a;

Tanıdığım ilk günden bu yana bana rehber olan, hayatımda ismini her zaman iyilikle yâd edeceğim, öğrencilik sürecim boyunca desteğini benden esirgemeyen, samimiyetini ve iyiliğini bizden eksik etmeyen, kıymetli hocam Doç. Dr. Seyyid SANCAK'a;

Tez izleme sürecimde yer alarak değerli görüşleri ile yardımlarını esirgemeyen ve tez savunma sınavıma katılarak kritik noktalarda yapıcı eleştirilerle çalışmanın şekillenmesinde rol alan değerli hocam Doç. Dr. Kâmil COŞTU'ya;

Hayatım boyunca benim için her türlü fedakârlığı yapan, hayatımın her evresinde bana destek olan aileme ve sevgili eşim Dr. Dt. Can BİNNETOĞLU'na; sonsuz teşekkürlerimi ve saygılarımı sunuyorum.

SEMANUR BİNNETOĞLU

Bolu, Ocak- 2025

1. GİRİŞ

Bu bölümde, araştırmaya ait araştırmanın problemi, araştırmanın amacı, araştırmanın önemi, sınırlılıklar ve tanımlara yer verilmiştir.

1.1. Araştırmanın Problemi

Yirminci yüzyıla dek dünya çeşitli sosyal, ekonomik ve kültürel değişim ve dönüşümler yaşamıştır. Var olan bu değişimler bireylerin hayatı boyunca içinde bulunduğu topluma ve yaşanan hızlı değişimlere ayak uydurabilmek için eğitim almasını gerekli/önemli kılmıştır. Bu bağlamda bireylerin günlük yaşamını topluma uyumlu sürdürebilmesi ve sosyal hayattaki gelişmeleri yakından takip edebilmesi de kendini sürekli yenilemesi ile mümkün olmuştur. Dünya sistemleri içerisinde gelişmiş ve girişimci özelliklere sahip bireylerin en iyi eğitim sistemleri ile yetiştirildiği görülmüştür.

Teknoloji hızla gelişirken toplumsal ihtiyaçlar da oldukça çeşitlenmiştir. İnsanlar arası etkileşimin arttığı, rekabet seçeneklerinin farklılaştığı bir dünyada girişimcilik eğitiminin yeterli düzeyde olması ve girişimcilik becerisinin kazandırılmasının önemi anlaşılmıştır. Bir ülkenin kalkınması yeniliğe açık, hayatta ne olursa olsun pes etmeyen, girişimci ruhu ile yeni yollar arayan, cesaretli bireylerin girişimcilik faaliyetlerini gerçekleştirebilmek için gerekli olan beceri, tutum ve davranışlarının geliştirilmesi ile sağlanmıştır.

Eğitim bireyin davranışlarını şekillendirirken girişimcilik eğitimi de bireyin toplumsal anlamda beceri ve kültür kazanmasında, bireyin sahip olması gereken yeni düşünceleri, bilgi teknolojilerini, kendine güven ve becerilerin yanı sıra fırsatları da görebilme yeteneğini kazandıran bir süreç olmuştur. Özellikle gençler arasında sorumluluk ve risk alma, bir işi yönetme, aktif yaşamdaki öğrenme deneyimleri kritik öneme sahip olmuş ve girişimcilik eğitimi ile bu fırsatlara nasıl erişileceği, bunların nasıl dönüştürülecekleri konusunda yetenek ve vizyon kazandırmada deneyim süreci gerekli görülmüştür. Son yıllarda özellikle girişimci kültürde bilgi ve becerilerin oluşmasında girişimcilik eğitiminin önemi anlaşılmıştır. Dolayısıyla bu eğitime sahip bireylerin çevrelerindeki değişimlere ayak uydurabilmek, yönelimlerini ve tutumlarını değiştirebilmek, yetenek ve

beceriler konusunda ortak bir değer oluşturabilmek adını şanslı oldukları gözlemlenmiştir (Tağraf ve Halis, 2008).

Girişimciliğin bir çatı kavram olduğu düşünüldüğünde girişimcilik eğitimi ile girişimcilik becerisinin kazandırılması ilk, orta ve yükseköğretim kademelerinde eğitim-öğretim faaliyetleri içerisine alınması ve bu bağlamda değerlendirilmesi önemli görülmüştür. Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi Dersi öğretiminde girişimcilik eğitimi farklı yaklaşımlar içerisinde ele alınmış ve spesifik olarak girişimcilik becerisi kavramı kullanılmasa da gerek peygamberlerin hayatı, gerek değerli İslam alimlerinin örnek davranışları ve ibret dolu hayatları bağlamında girişimci kişilerin hayatlarından yola çıkarak; öğrencilerde eleştirel düşünme, empati, karar verme, vatanseverlik, geçmişe saygı duyma, milletini sevmek, çoklu zeka kuramı becerileri, öğrenci merkezli öğrenme modeli, beceri temelli öğrenme yaklaşımı perspektifinde beceri ve değerlerin kazandırılması amaçlanmıştır (DKAB, 2018).

İlköğretim kademesinden itibaren öğrencilerin ilgi, beceri ve yetenekleri doğrultusunda eğitilmesi ve desteklenmesi, bu bağlamda ilgili beceri ve değerleri kazanmalarının sağlanması kendilerine güven duymalarına ve gelecek kaygısından kurtulmalarını sağlayabilir. Dolayısıyla hem toplumsal hem de bireysel açıdan üreten, kendine güvenen, sorumluluk sahibi ve gelecek kaygısı yaşamayan bireyler yetiştirilmiş olur. Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi Öğretim Programı'nın da bütüncül bir bakış açısıyla ele alınmış olması dikkate alındığında Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi Dersi öğretimi karakter kazandırma ve kişinin karakterini oluşturma da önemli etkenlerden olmuştur. DKAB öğretim programının karar verme, empati kurma, eleştirel düşünme, vatanseverlik, sevgili ve saygılı olma, sorumluluk sahibi olma gibi temel yeterlilikleri içerisinde barındırdığı göz önüne alındığında girişimcilik becerisi ile ortak bir zeminde bulunduğu da anlaşılmaktadır (Binnetoğlu vd., 2023).

Girişimcilik eğitiminde var olan birçok beceri ve değerler disiplinler arası ya da interdisipliner bir yaklaşım ile birçok farklı alanda ortak çalışma imkânı sunduğu anlaşılmıştır. Bu bağlamda DKAB öğretim programı içerisine entegre edilmiş olması ve programın yedi yetkinliğinden birinin 'inisiyatif alma ve girişimcilik' olması aynı zamanda DKAB öğretim programının amaçları kısmında 'girişimci vatandaşlar yetiştirme' ifadesinin bulunması da girişimcilik becerisinin disiplinler

arası kullanımının açık örneklerinden biri olmuştur. Bu noktalardan hareketle bu becerinin programlarda kazandırılması gerektiği ve bu eksikliğin giderilmesi gerekli görülmüştür. Neticede Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi derslerinde girişimcilik becerisinin yeterli ve istenen düzeyde kazandırılması, girişimcilik becerilerine yönelik kazanımların gerçekleştirilmesi ve bu beceri ile ilgili kazanımların programda daha fazla konu olması, bu becerinin Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi Dersi kapsamında etkili ve verimli bir şekilde kazandırılması gerekliliği anlaşılmıştır.

1.2. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı, yapılan çalışma ile öğrencilerin ilgi ve yeteneklerini geliştirerek onları hayata hazırlamak, milli ve evrensel kültür değerlerini tanımlamak, kendilerine, ailelerine, topluma ve çevreye olumlu katkılar yapmaları için uygun zemin hazırlamak, kendisi, ailesi ve çevresi ile barışık olma, iyi ilişkiler kurma, iş birliği içerisinde olma, bireysel ve toplumsal sorunları tanıma ve bu sorunlara çözüm yolları üretme alışkanlığı kazandırma, hoşgörülü olma, paylaşmayı bilen ve dürüst, erdemli ve mutlu vatandaşlar yetiştirmek ifadeleri bağlamında bilgiyi üreten, eleştirel düşünebilen, girişimci, kararlı, iletişim becerileri kuvvetli bireyler yetiştirilmesine katkı sağlamaktır (TTKB, 2018).

Araştırma kapsamında alan yazında var olan literatür incelenmiş, elde edilen bilgiler bağlamında girişimcilik eğitiminin kuramsal çerçevesi oluşturularak ilköğretim 5. Sınıf Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi Dersi kapsamında girişimcilik becerisinin etkili bir şekilde kazandırılması amacı ile vaka örneklerinin tasarlanması, bu örneklerin uygulanması ve vaka örneklerinin girişimcilik becerisi üzerindeki etkisinin belirlenmesi; girişimcilik becerisine yönelik bilgi, beceri ve değerlerin kazandırılması amaçlanmıştır.

Araştırmanın genel çerçevesi bağlamında aşağıdaki sorulara cevap aranmaya çalışılmıştır:

1. Girişimcilik becerisinin iş fikri boyutuna ait bilgi, beceri ve değerlerin Din Eğitimi sürecinde vaka analizi yöntemi ile kazandırılmasına ait bulgular nelerdir?

2. Girişimcilik becerisinin finansman boyutuna ait bilgi, beceri ve değerlerin Din Eğitimi sürecinde vaka analizi yöntemi ile kazandırılmasına ait bulgular nelerdir?
3. Girişimcilik becerisinin ürün tasarımı ve üretim boyutuna ait bilgi, beceri ve değerlerin Din Eğitimi sürecinde vaka analizi yöntemi ile kazandırılmasına ait bulgular nelerdir?
4. Girişimcilik becerisinin tanıtım ve pazarlama boyutuna ait bilgi, beceri ve değerlerin Din Eğitimi sürecinde vaka analizi yöntemi ile kazandırılmasına ait bulgular nelerdir?
5. Girişimcilik becerisinin yatırım ve sürdürülebilirlik boyutuna ait bilgi, beceri ve değerlerin Din Eğitimi sürecinde vaka analizi yöntemi ile kazandırılmasına ait bulgular nelerdir?

Araştırma yukarıda ifade edilen ana problem ve alt problemler doğrultusunda geliştirilmiş, çalışmaya konu olan örnek uygulamalar ve değerlendirilmeler bu doğrultuda gerçekleştirilmiştir.

1.3. Araştırmanın Önemi

DKAB öğretim programı Millî Eğitim Bakanlığınca belirlenen programlar çerçevesinde öğrencinin bilgiyi özümseyerek içselleştirmesi ve kendi zihninde yapılandırması, yapılandırmacı öğrenim modelini destekleyen çoklu zekâ, öğrenci merkezli öğrenme yaklaşımları ve beceri temelli öğrenme yaklaşımları temelinde hazırlanmıştır. Bu noktadan hareketle programda temel becerileri ön plana çıkaran, öğrenme sürecine aktif katılımı destekleyen, öğrencinin gelişim düzeyinin göz önüne alındığı, geleneksel öğretim yöntem ve uygulamalarından farklı olarak öğrenciyi öğrenmenin ve bilginin merkezine alan, problem çözebilme yeteneklerine katkı sunan, hazır bulunuşluklarını dikkate alan ve ön bilgilerinin harekete geçirilmesini sağlayan anlamlı öğrenme çıktılarına ulaşılması hedeflenmiştir (MEB, 2005).

Dünyada girişimcilik eğitimi ile ilgili en kapsamlı çalışmaların ABD, Kanada, Hollanda, İngiltere, Danimarka ve Belçika’da yapıldığı bilinmektedir. Ülkemizde ise girişimcilik eğitimi detaylı olarak işlenmemektedir. Nitekim ülkemizde yapılan en kapsamlı çalışmaların 2009 yılında yoğunlaştığı

görülmektedir. Öyle ki 2009 yılında Millî Eğitim Bakanlığı tarafından Girişimcilik Dersi Öğretim Programı bu alanda yapılan en kapsamlı ilk çalışmalardan biri olmuştur denilebilir. Fakat programda belirtilen girişimcilik dersi öğretimi yalnızca orta öğretim için hazırlanmıştır. Girişimcilik eğitiminin etkili ve faydalı olabilmesi için çocuğun ilk okul hayatından itibaren alması gereken bir eğitim olduğu dikkate alındığında bu eğitimin ilk, orta ve yükseköğretimde sürekliliği olacak şekilde bir program ile ele alınması gerekli görülmüştür. Bu noktadan hareketle ilköğretim ve ortaöğretim Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi Derslerinde din eğitimi verilirken girişimcilik becerisinin ve girişimcilik ruhunun kazandırılmasında kuramsal çerçevenin oluşturulabilmesi için bu vaka örneği uygulamalarının hazırlanması ve uygulanması önemli görülmüştür. Nitekim girişimcilik becerisi ile toplumsal değerlerin artırılması, girişimcilik becerisinin küçük yaşlardan itibaren kazandırılması ile birçok beceri ve değer kazanımının daha kolay olacağı ve bu kadar önemli bir beceri için de bir girişimcilik eğitimi programının olmaması bu eksikliğin kapatılması noktasında yapılan çalışmayı etkili kılmıştır (Alberti, Sciascia, vd., 2004).

Din kültürü ve ahlak bilgisi dersi ile gerçekleştirilen din eğitimlerinde kazandırılması hedeflenen beceriler içerisinde girişimcilik becerisinin olması ve bu becerilerin öğrencilere kazandırılması öğretim programlarının temel amaç ve felsefelerinin belirttiği şekilde kazanımların gerçekleştirilmesi önemli görülmüştür. Özellikle öğrenciyi sorgulayıcı, bilgiyi elde etme sürecinde aktif rol oynayan, öğrenmenin baş rolü ve keşfeden konumunda olan bireyler yetiştirilmesi noktasında tasarlanan vaka örnekleri ile pek çok genel amaç, beceri, kavram ve değerlerin kazandırılmasının sağlanabileceği düşünülmüştür. Ayrıca bu vaka örnekleri sayesinde hazırlanan çalışma yaprakları ile öğrencilerin eğlenerek öğrenmeleri ve becerilerini rahatça ifade etmelerinin daha kolay olabileceği öngörülmüştür.

1.4. Sınırlılıklar

Bu çalışma Din kültürü ve ahlak bilgisi dersi öğretim programı, Din kültürü ve ahlak bilgisi dersi, Girişimcilik Eğitimi ve Girişimcilik Becerisi ile ilgili elde edilen bulgular ve Bolu İmam Hatip Ortaokulu 5-C sınıfı öğrencileri ile sınırlandırılmıştır. Kolay ulaşılabilir örneklem kapsamında 5.sınıfların diğer sınıflara göre daha uygun veri çıktısını sunabileceği düşünülmüş ve araştırmaya

5.sınıflar konu edilmiştir. Öğrenciler için tanıtıcı ve tanımlayıcı bilgiler yöntem kısmında ifade edilmiştir.

1.5. Sayıtlar/Varsayımlar

Çalışmada kullanılan veri toplama araçları mevcut durumu ve konu ile ilgili görüşleri ortaya koymada yeterlidir. Uygulama öncesi ve sonrasında gerçekleştirilen görüşme ve değerlendirmelerde öğrencilerden samimi yanıtlar alındığı görülmüştür.

1.6. Tanımlar

Din: Arapça ‘**deyn**’ kökünden mastar veya isim olarak kabul edilen, başlıca dinin ‘âdet, durum’; ‘ceza, mükafat’ ve ‘itaat’ şeklinde tanımlanan kelimesidir. Semantik olarak önceleri ‘**belirli bir zamanda ödenmesi gereken borç**’ anlamına gelen **deyn** kavramı giderek ‘**örf ve âdet**’ anlamında, son olarakta ‘**Allah’ın hükmü ve yöntemi**’ anlamını almıştır. Kur’an-ı Kerim’de din kavramı doksan iki yerde geçmektedir. Nitekim din ile ilgili çeşitli tanımlamalar şöyledir: Otto, ‘Din kutsalın tecrübesidir’; Martineau, ‘Daima yaşayan bir Tanrı’ya, bir ilahi şuur ve iradenin kâinatı idare ettiğine ve insanlıkla manevi rabıtalrı elinde tuttuğuna inanıştır’; Sprencer, ‘Her şeyin bizim bilgimizin üstüne çıkan bir kudretin tezahürü olduğunu kabul etmek’; Müller ise ‘İnsanın çeşitli adlar ve değişen görünüşler altındaki sonsuzu kavramasını sağlayan zihni bir melekesi veya yeteneği’ şeklinde tarif etmişlerdir. Bu tanımlar çerçevesinde: Din, kaynağı vahye dayanan ve insanın mutluluğunu amaçlayan bir kurallar sistemidir denilebilir (Tümer, 1994).

Din Eğitimi: Din eğitimi çeşitli dini metinler, gelenekler ve uygulamalar üzerinden insanın kutsalı ile ilgili davranışlarının, varoluşundan bu yana getirdiği dini istidat ve kabiliyetlerini işleyerek geliştirebilmesi üzerine Allah’ı ve ilahi kelimı, bilgiler ve talepler uyarınca derlenip düzenlenmesidir. Bunun yanı sıra din eğitimi, insanın çeşitli eğitim araçları ile manevi olarak gelişmesi suretiyle davranışlarında yaşantılarından hareketle bilinçli ve istekli olarak Allah’ın emir ve yasaklarına boyun eğecek hale gelmesi ve konu ile ilgili gereken bilgileri öğrenip özümsemesi süreci olarak ifade edilebilir (Yavuz, 1988).

DKAB Öğretim Programı: Program, belirli bir amaca ulaşabilmek için yapılmış ve yapılacak aktivitelerin zamanı, nasıl yapılacağı ve yapılanların nasıl değerlendirileceğinin açıklanmasıdır. Kökeni Yunancaya dayanan program kelimesi yapılacak işin bölümlerini, sırasını ve zamanını gösteren tasarı olarakta tanımlanabilir.

DKAB Öğretim Programı ise Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi dersinde yapılması/kazanılması istenen hedeflere ulaşmak için elde olan imkanları düzenlemek, belirli bir hedefe ulaşmak için tasarım yapmak, öğretim hayatının kısa, orta ve uzun süreli hedeflerinin belirlenmesi olarak tanımlanabilir. Öğretim programları, bir öğretim basamağındaki ilkökul, ortaokul, lise, ön lisans, lisans vb. çeşitli derslerde okutulması belirlenen derslerin amaçlarını, haftada kaç saat okutulacağını, içeriğini, yöntem/tekniklerini, eğitim yaşantılarını ve değerlendirme süreçlerini gösteren kılavuzun genel adıdır (MEB, 2018).

Girişimcilik: Girişimcilik ekonomik ve toplumsal kalkınmada önemli bir rolü olan çok yönlü bir süreçtir. Yeni bir iş fikrini hayata geçirmek amacı ile tutku, enerji, vizyon, değişim ve yaratıcılık gibi duygu durumlarının bir araya gelmesi neticesinde oluşan ekonomik ve dinamik bir faaliyet başlatma sürecidir. Girişimciliğin yalnızca iş kurmak gibi bir katkı sağlaması değil aynı zamanda ekonomik büyüme, istihdam yaratma, toplumsal değişim, yenilikçi ürünler geliştirme, var olan süreçleri iyileştirme ve fırsatları değerlendirme gibi katkıları da bulunmaktadır (Yüksel, 2010).

Girişimcilik Becerisi: Bireylerin iş fikirlerini başarılı bir şekilde geliştirebilmesi için gerekli bazı bilgi, yetenek ve tutumların bütünüdür. Girişimcilik becerisini oluşturan bu bütünün parçaları olarak; kendine güven ve kararlılık, esneklik ve uyumluluk, iletişim ve müzakere, liderlik ve takım yönetimi, finansal yönetim, pazarlama ve satış teknikleri, planlama ve organizasyon, problem çözme, yaratıcılık ve yenilikçilik, risk yönetimi vb. özellikler sayılabilir. Bu beceriler bireyler tarafından deneyim yolu ile kazanılabileceği gibi çeşitli eğitimler ve sürekli kişisel gelişim metotları ile de kazanılabilir (Gürol ve Bal, 2009).

Girişimcilik Eğitimi: Girişimcilik ekosistemi içinde temel bir itici güç olan girişimcilik eğitimi, teorik ve pratik alanda deneyim sunarak girişimcilerin iş

kurabilme ve yönetebilme yeteneklerini geliştirmeye dayalı yenilikçi fikirlerin hayata geçirilebilmesinde önemli rol oynayan eğitim ve öğretim sürecidir.

Bu eğitim faaliyeti üniversite programları, kurslar ve seminerler, online eğitimler, mentorluk-koçluk ve pratik deneyimler vasıtası ile sunulabilir. Girişimcilik eğitimi bireylere iş dünyasında yenilikçi, esnek ve sürdürülebilir işletmeler kurabilmelerine yardımcı olurken kişiler için problem çözme, stratejik düşünme ve kişisel gelişim konusunda da yardımcı olabilir (Bulad ve Taşkın, 2023).

Vaka Analizi : Diğer bir adı ile ‘‘**Case Study**’’, bir tür çalışma metodudur. Türkçe 'ye ‘‘Vaka Çalışması-Analizi’’ olarak geçen bu terim, çeşitli analizlerle vakanın durumunu ortaya koyan bir araştırma türüdür. Vaka çalışmaları, ‘eleştirel, bulgusal, betimsel, program uygulaması, program etkileri, olasılıksal, bütünsel, öyküsel’ olarak farklı biçimlerde de adlandırılmaktadır (Fayolle, 2006).

Vaka analizi (case study) aynı zamanda örnek olay incelemesi olarak da bilinmektedir. Vaka analizi araştırma için belirli bir bireyin, grubun, kitlenin olayın, politika alanının ya da kurumun incelenmesini içermektedir. Her ne kadar vaka analizi nitel araştırmalar ile özdeşleştirilmiş olsa da hem nicel hem de nitel araştırmalarda vaka analizi yöntemi yaygın olarak kullanılmaktadır. Daha doğru bir ifade ile vaka analizi benimseyen bilimsel bir araştırmada çalışılacak vaka sayısı çalışmanın nicel ya da nitel olması konusunda belirleyicidir denilebilir.

1.7. DKAB Öğretim Programında Girişimcilik Becerisi

DKAB öğretim programı geliştirilirken (4-8.sınıflar), yapılandırmacı eğitim modeline destek olan çoklu zekâ kuramı, öğrenci merkezli öğrenme yaklaşımı ve beceri temelli öğrenme yaklaşımı benimsenmiştir. Nitekim beceri temelli öğrenme ile süreç içerisinde öğrencilerin bilgi, tutum ve beceriler bütünü kazanması hedeflenmiştir. Bu bağlamda temel becerileri ön plana çıkaran ve öğrenciyi öğrenme sürecinde aktif kılan, öğretmenin rehber olmasına imkân veren, öğrencilerin araştırma yapabilmelerini sağlayan, problem çözebilecekleri ortamların sağlanması gerekli görülmüştür. Öyle ki programda öğrencilerin gelişim düzeyleri göz önüne alınarak anlamlı öğrenmelerin gerçekleşebileceği ve farklı öğrenme stillerine uygun öğretme ortamlarının oluşturulacağı da vurgulanmıştır. Programda din ve ahlak ile ilgili kavramların, din ve ahlak ile ilgili bilgilere entegre edilerek öğretilmesi ve bu bağlamda kavramsal zeminin oluşturulması amaçlanmıştır. Bu sayede öğrencilerin dini ve ahlaki kavramları yorumlamaları ve temel becerilerden araştırma/sorgulama, problem çözme ve iletişim kurma gibi becerilerin geliştirilmesi istenmiştir (MEB, 2018).

Girişimcilik eğitiminin verildiği ülkeler dikkate alındığında bu eğitimin disiplinler arası bir yaklaşımla gerçekleştirildiği anlaşılmaktadır. Ülkemizde DKAB Öğretim Programında girişimcilik eğitiminin amaçlarının program içerisinde açık bir şekilde ifade edilmesinden ziyade müfredat içerisindeki programlarda farklı biçimlerde ifade edildiği görülmektedir. Yapılan incelemelerde program içerisindeki konuların, müfredat çalışmaları sırasında oluşturulan değer ve yetkinlikler ve programda belirtilen Türk Milli Eğitim Temel Kanunu'nda yer alan Türk Milli Eğitiminin Genel Amaçları ve Temel İlkeleri'ne uygun olarak hazırlandığı belirlenmiştir. Öyle ki ülkemizde disiplinler arası yaklaşım ile öğretilmeye çalışılan girişimcilik becerisi DKAB Öğretim Programında yer alan öğrenme alanları aşağıda bir tablo ile ifade edilmiştir.

Tablo 1.1. Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi Dersi Öğretim Programında Girişimcilik Becerisi (2018).

Ders	Sınıf	Öğrenme Alanı	Kazanımlar	Beceri
Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi Dersi	5	• Allah İnancı	Allah'a (c.c)imanın insanın davranışlarına etkisini fark eder.	Girişimcilik

Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi Dersi	5	• Adap ve Nezaket	Helal kazanç ve helal lokma kazanma anlayışına uygun davranmaya özen gösterir.	Girişimcilik
Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi Dersi	5	• Çevremizde Dinin İzleri	Örf ve âdetlerimizde yer alan dinî unsurları fark eder.	Girişimcilik
Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi Dersi	5	• Adap ve Nezaket	İletişim ve konuşma adabına uygun davranır. İletişim adabı konusunda internet ve sosyal medya adabına da değinilir.	Girişimcilik
Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi Dersi	5	• Adap ve Nezaket	Hız. Lokman'ın (a.s.) öğütlerini hayatına yansıtmaya özen gösterir.	Girişimcilik

Tablo 1’de yer alan bilgiler bağlamında Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi dersinin 5.sınıf Allah İnancı öğrenme alanında ‘Allah’a (c.c) imanının insanın davranışlarına etkisini fark eder’, 5.sınıf Adap ve Nezaket öğrenme alanında ‘Helal kazanç ve helal lokma kazanma anlayışına uygun davranmaya özen gösterir’, ‘İletişim ve konuşma adabına uygun davranır. İletişim adabı konusunda internet ve sosyal medya adabına da değinilir’, ‘Hz. Lokman’ın (a.s.) öğütlerini hayatına yansıtmaya özen gösterir’ ve 5.sınıf Çevremizde Dinin İzleri ünitesinde ‘Örf ve âdetlerimizde yer alan dinî unsurları fark eder’ kazanımları doğrultusunda girişimcilik becerilerinin kazandırıldığı anlaşılmıştır.

Programda öğrenme süreçleri içerisinde kazandırılması ve geliştirilmesi istenen beceri ve değerlerin büyük bir yeri vardır. DKAB Öğretim Programının içerisinde bulunan beceri ve değerler ile girişimcilik eğitiminin kazandırmayı amaçladığı beceri ve değerler ortak bir paydaya sahiptir. Bu bağlamda yukarıdaki tabloda ifade edilen kazanımlar ile öğrencilerde iletişim becerileri, iş birlikli çalışma, girişimcilik, eleştirel düşünme, analitik düşünme ve karar verme gibi beceri ve değerlerin girişimcilik eğitimi içerisinde de var olması/ortak beceriler olması DKAB Öğretim Programının girişimci becerileri kazandırmada etkili bir alan olabileceğini bizlere göstermektedir (Binnetoğlu vd, 2023)

Elde edilen tüm bu bilgiler ışığında girişimcilik becerisinin daha geniş bir çerçevede DKAB Öğretim Programı içerisinde yer alması öğrencilerde girişimci ruhun oluşması anlamında bir gereklilik olarak görülmüştür. Bu açıdan yukarıdaki bilgiler de dikkate alınarak girişimcilik becerisinin kazandırılmasına yönelik çalışmaların ve elde edilecek bulguların programa dahil edilmesinin değerli bir nokta olabileceği tespit edilmiştir.

1.8. 2023-2024 Yılları DKAB Öğretim Programında Girişimcilik Becerisi

Millî Eğitim Bakanlığı tarafından 2023-2024 yıllarında belirlenen ve okullarda uygulamada olan öğretim programına göre Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi ders kitaplarında 4,5,6,7 ve 8.sınıf kademlerinde girişimcilik becerisi ifadesinin doğrudan spesifik bir kavram olarak belirtilmediği gözlenmiştir. Öyle ki DKAB Öğretim Programında bilgi, beceri ve değer bağlamında girişimcilik becerilerine doğrudan atıf yapılmamış olsa da programda girişimcilik becerisi kazandırma noktasında birçok bilgi ve becerinin aslında farklı söylem ve farklı uygulamalar ile karşımıza çıktığı anlaşılmıştır. Özellikle 2004 yılından itibaren girişimcilik ifadesinin literatüre girdiği fakat kuramsal çerçevesinin oluşturulması noktasında birçok eksikliğin yaşandığı görülmüştür.

DKAB Öğretim Programı incelendiğinde programın amaçları kısmında “girişimci vatandaşlar yetiştirmek” ifadesinin geçtiği Milli Eğitim Temel Kanunun yedi yetkinliği içerisinde ise “inisiyatif alma” ve “girişimcilik becerisi” kavramlarının geçtiği görülmüştür. Aşağıda belirtilen Tablo 2’de 2023-2024 Yılları Öğretim Programları Kapsamında Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi ders kitaplarında 5.sınıf düzeyinde girişimcilik becerilerinin yer alması hususuna ilişkin veriler açıklanmıştır.

Tablo 1.2. 2023-2024 yılları DKAB Öğretim Programı.

Sınıf	Doğrudan İlgili Öğrenme Alanı	Dolaylı/ İlişkilendirilebilir Öğrenme Alanı	Doğrudan İlgili Kazanım	Dolaylı/ İlişkilendirilebilir Kazanım
5	-	• Allah İnancı	-	Allah’a (c.c) imanının insanın davranışlarına etkisini fark eder.
5	-	• Adap ve Nezaket	-	Helal kazanç ve helal lokma kazanma anlayışına uygun davranmaya özen gösterir.
5	-	• Çevremizde Dinin İzleri	-	Örf ve âdetlerimizde yer alan dinî unsurları fark eder.
5	-	• Adap ve Nezaket	-	İletişim ve konuşma adabına uygun davranır. İletişim adabı konusunda internet ve sosyal medya adabına da değinilir.

5	-	• Adap ve Nezaket	-	Hz. Lokman'ın (a.s.) öğütlerini hayatına yansıtmaya özen gösterir.
---	---	-------------------	---	--

2023-2024 yılları öğretim programları kapsamında Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi 5.sınıf ders kitaplarında girişimcilik becerisi ile doğrudan olmasa da dolaylı olarak ilişkili olabilecek kazanımlar incelendiğinde “Allah İnancı” ünitesinde ‘Allah’a (c.c.) imanın, insan davranışlarına etkisini fark eder’ öğrenme alanını belirlediğimiz temalardan iş fikri ile ilişkilendirmek mümkündür. Öğrenilmesi hedeflenen kazanımlar bağlamında İmanın İnsan Davranışlarına Etkisi adlı ünite ve ünite içeriklerinden yola çıkarak öğrencide geliştirilebilir/iyileştirilebilir beceriler: ‘fırsatları görme’, ‘iş planı oluşturma’, ‘tahminde bulunma’, ‘yenilikçi düşünme’ ve ‘problem çözme’ olarak ifade edilebilir. Aynı şekilde bahsi geçen ünite kapsamında kazandırılması hedeflenen değerler: ‘çalışkan olma’, ‘sorumluluk sahibi olma’, ‘birlikte(iş birliği) hareket etme’, ‘sabırlı olma’ şeklinde söylenebilir. İlgili ünitenin kazanımları bağlamında öğrencilerde geliştirilmesi beklenen birtakım düşünme becerileri vardır. Bu beceriler içerisinde iş fikri kapsamında özellikle: ‘İletişim’, ‘girişimcilik’, ‘eleştirel düşünme’, ‘analitik düşünme’, ‘sosyal sorumluluk’, ‘karar verme’ ve ‘bilimsel süreç’ becerilerinin geliştirilebileceği ya da iyileştirilebileceği anlaşılmaktadır. Süreç içerisinde dersi anlatan öğretmenin bu becerileri kazandırmada: ‘Buluş ve araştırma inceleme’, ‘toplumun ihtiyaçlarından hareketle iş fikri oluşturduğu için problem kurma’, ‘problem çözme’, ‘beyin fırtınası’ ve ‘karar verme’ tekniklerini kullanabileceği ve iş fikri teması ile doğrudan ilişki kurabileceği gözlemlenmiştir.

Öğretim programı kapsamında 5.sınıf Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi Dersinde ele alınan “Adap ve Nezaket” ünitesini incelediğimizde ilgili ünitenin ‘Finansman’ teması ile dolaylı olarak ilişkili olduğu göze çarpmaktadır. Öyle ki incelenen Adap ve Nezaket ünitesinin ‘Helal kazanç ve helal lokma gibi konulara kısaca değinilir’ öğrenme alanı ile öğrencide oluşması beklenen: ‘İhtiyaç analizi’, ‘pazar analizi’ ve ‘kaynak analizi’ becerilerinin geliştirilebileceği, değer olarakta: ‘Sorumluluk sahibi olma’, ‘sabırlı olma’, ‘öz güven sahibi olma’, ‘verdiği sözde durma’ ve ‘dürüst olma’ özelliklerinin kazandırılabilmesi ya da iyileştirilebileceği gözlenmiştir. Nitekim ders öğretmenlerinin bu becerileri kazandırmada tartışma ve argümantasyon, problem kurma, beyin fırtınası, karar verme, fütüristik düşünme,

buluş/inceleme ve problem çözme gibi teknikleri kullanabileceği tespit edilmiştir. Ek olarak ilgili ünite kapsamında finansman teması ile ilişkili olarak ‘iletişim’, ‘girişimcilik’, ‘analitik düşünme’ ve ‘eleştirel düşünme’ gibi becerilerin öğrencilere kazandırılabilmesi de anlaşılmıştır.

Program içeriği incelenerek oluşturulan temalardan ‘Ürün Tasarımı ve Üretim’ teması ile ilişkilendirilebilecek bir diğer başlık 5.sınıf Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi Dersi “Çevremizde Dinin İzleri” ünitesi olarak değerlendirilebilir. İlgili ünitenin ‘Örf ve âdetlerimizde yer alan dinî unsurları fark eder’ öğrenme alanı ile öğrencilerde yeterlilikler kapsamında: ‘Ürün kalitesinin tespiti’, ‘ürün tanıtımı’ ve ‘ürün tasarımı’ becerileri ile; ‘Kişisel kontrol (öz kontrol)’ ve ‘duyarlı olma (tarihe, çevreye, insana)’ değerlerinin kazandırılması ve geliştirilmesi istenmiştir. Ders içerikleri incelendiğinde ‘Örf ve âdetlerimizde yer alan dinî unsurları fark eder’ kazanımı ile öğrencilerde girişimciliğin üst düzey düşünme becerilerinden ‘iletişim’, ‘eleştirel düşünme’, ‘analitik düşünme’, ‘karar verme’, ‘yenilikçi düşünme’ ve ‘bilimsel süreç’ becerilerinin kazandırılabilmesi gözlenmiştir.

Girişimcilik becerilerinin programa entegre olabilmesi ve var olan program içeriğindeki kazanımlar ile ilişkilendirilmesi kapsamında Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi Dersi 5.sınıf kademesi ‘Adap ve Nezaket’ ünitesinin ‘Tanıtım ve Pazarlama’ teması ile dolaylı olarak olsa da benzer eksenlerde birleştirilebileceği anlaşılmıştır. Öyle ki bu üniteye öğrencilere kazandırılması hedeflenen bilgi, beceri ve değerlerin doğrudan girişimcilik becerileri ile ilgili çıktıları olabileceği tespit edilmiştir. Örneğin ünitenin ilgili kazanımları kapsamında öğrencilerde ‘Pazarlama planı oluşturma’ ile ‘ürünü tanımlama ve tanıtmaya’ becerilerinin ve ‘çalışkan olma’, ‘güvenilir olma’, ‘öz güven sahibi olma’ gibi değerlerin kazandırılabilmesi gözlemlenmiştir. Bu ünite kapsamında öğrencilerde ‘problem çözme’, ‘metaboliş’, ‘beyin fırtınası’, ‘karar verme’ ve ‘problem kurma’ yöntemleri kullanılarak: ‘iletişim’, ‘girişimcilik’, ‘eleştirel düşünme’, ‘sosyal sorumluluk’, ‘karar verme’, ‘yenilikçi düşünme’ ve ‘bilimsel süreç’ gibi üst düzey düşünme becerilerinin geliştirilebileceği ortaya çıkarılmıştır.

“Adap ve Nezaket” ünitesi kapsamında bir diğer ve son ilişkilendirilebilecek tema Yatırım temasıdır. 5.sınıf Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi Dersi kapsamında ilgili ünitenin ‘Hz. Lokman’ın (a.s.) öğütlerini hayatına

yansıtmaya özen gösterir’ öğrenme alanı ile öğrencilere kazandırılması hedeflenen beceriler: ‘Yönetim’, ‘ağ oluşturma’, ‘problem tanımlama ve çözme’ olarak belirlenmiştir. Ek olarak bu ünite kapsamında ‘hoşgörülü olma’ ve ‘merhametli olma’ değerlerinin öğrencilerde iyileştirilmesi amaçlanmıştır. Girişimcilik becerisi ile dolaylı olarak ilişkilendirilen kazanımların doğrudan çıktıları olabilir. Nitekim bu ünitenin çıktıları incelendiğinde öğrencilere ‘problem çözme’, ‘tartışma-argümantasyon’, ‘beyin fırtınası’, ‘problem kurma’, ‘karar verme’ yöntem ve teknikleri kullanılarak ‘iletişim’, ‘girişimcilik’, ‘eleştirel düşünme’, ‘analitik düşünme’, ‘karar verme’, ‘bilimsel süreç’ becerilerinin kazandırılabileceği anlaşılmıştır.

Yukarıda ifade edilen tüm bu bilgiler doğrultusunda Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi Dersi Öğretim Programlarının öğrenme alan kazanımlarının doğrudan ilişkilendirilerek girişimcilik becerilerinin kazandırılması noktasında yetersiz olduğu anlaşılmaktadır. Girişimcilik becerilerinin Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi Dersi Öğretim Programları içerisinde ayrı bir başlık olarak ya da program içerisine farklı kazanım ve öğrenme alanları ile entegre edilerek daha kapsamlı bir şekilde ele alınmasının faydalı olacağı düşünülmektedir.

1.9. Vaka Temelli Öğretim

Vaka temelli öğretim ile ilgili olarak literatür incelendiğinde genel kabul görmüş bir tanımlı bulunamadığı dikkat çekmektedir. Bu kavramla ilgili “Vaka Temelli Öğrenme (Case Based Learning), Vaka Temelli Eğitim (Case Based Education), Vaka Temelli Öğretim Modeli (Case Based Teaching Model), Vaka Çalışması (Case Study), Örnek Olay Yöntemi (Case Study Method)” gibi isimlendirmelerin yapıldığı görülmektedir (Fidan, 2012).

Vaka çalışması, tıpkı ayrıntılı bir planlama yapıyormuş gibi öncelikle bilgi toplama, toplanan bilgileri derleme, yorumlama ve araştırma bulgularını elde etme gibi basamaklardan oluşan sistematik desen türlerinden biridir denilebilir (Merriam, 1988). Vaka çalışmalarının gelişimine bakıldığında, önceleri tıp ve hukuk gibi disiplinlere ilişkin bir kavram olarak ortaya çıktığı, antropoloji, psikoloji, sosyoloji ve politik bilimler gibi alanların gelişiminde ise önemli bir rol oynadığı görülmüştür. Özellikle sosyal bilimler açısından bakıldığında ise, 1960’lı

yılların sonu, 1970'lerin başında araştırmalardaki hareketliliği ve gelişimsel dönemi ayrıntılı bir biçimde açıklamak amacı ile vaka çalışmalarının(örnek olay çalışmaları) yapılmaya başladığı ortaya çıkmıştır. Bu yöntemin sıklıkla kullanımı ise 1980'lerde söz konusu olmuştur (Merriam, 1988).

Vaka çalışmaları, bir kişi, program, işlem, süreç, kurum ya da sosyal grup gibi spesifik bir olguyu derinlemesine araştırmak için oldukça elverişli desen olarak kabul edilmektedir. Bunu yanında tek bir vakanın seçilmesi, “gerçek” ile ilgili birden çok ve anlamlı bilgi verebilmektedir. Ortaya çıkan sınırlı olgu hakkında derinlemesine bilgi elde edebildiğimiz vaka (örnek olay) çalışmaları, eğitim araştırmalarının doğasına da uygunluğu eğitimcilerin çoğunluğu tarafından kabul görmektedir (Açıkgöz, 2007). Vaka temelli öğretim (Case-Based Learning) öğrencilere günlük hayattan ya da kurgusal senaryolardan çeşitli vakalar sunarak, bu vakaların analizini yapmaları ve bu vakalar için çözüm üretmelerini sağlayan bir eğitim yöntemidir. Öğrencilerin bu yöntem ile teorik bilgilerini pratik durumlara uyarlayabilmesi ve eleştirel düşünme, problem çözme, karar verme ve grup çalışma becerilerini geliştirmesi hedeflenmiştir (Raposo ve Paço, 2011).

Bu bilgiler ışığında vaka temelli öğrenmeyi özetleyecek olursak, öğrencilerin ilgi ve istekleri doğrultusunda derinlemesine bir anlayış geliştirme ve öğrendikleri bilgileri gerçek hayatta nasıl uygulayabileceklerini görmelerine yardımcı, öğretilmesi hedeflenen konu dâhilinde problem çözme becerileri, karar verme, sorumluluk, işbirlikçi öğrenme, takım çalışması, bilgi entegrasyonu, analiz, sentez, geri bildirim ve öz değerlendirme gibi becerileri kazandırmaya yönelik uygulama faaliyetlerini içeren öğretim yöntemi olarak ifade etmek mümkündür (Dooley, L.M., 2002).

1.9.1.Vaka Analizi ile Öğretim : Vaka Analizi Aşamaları

Vaka analizi ile öğretimin öğrencilere kazandırmış olduğu en önemli duygu tarafsızlık duygusudur. Bu duygunun yanı sıra yaratıcı düşünme, eleştirel düşünme gibi duygularda kazandırmaktadır. Vaka çalışmalarında genellikle faaliyet veya sorun olduğu gibi yansıtılır ki öğrenci tüm bilgilere erişebilsin ve kendi sonuçlarını objektif bir şekilde çıkarabilsin. Burada özellikle bilinmelidir ki iyi bir vaka gerçek hayattan alınan vakadır. Vaka bileşenleri şöyledir: Ortam, ilgili kişiler, olaylar,

sorunlar ve çatışmalar. Bu bileşenler çerçevesinde vakalar gerçek hayattaki durumları yansıtır; iyi ve kötü uygulamaları, başarıların yanı sıra başarısızlıkları da ortaya koymaktadır (Kardos ve Smith, 1979).

Nitekim vaka analizi ile öğretim yöntemi öğrenciyi merkeze alan, öğrencinin aktif olarak sürece dahil olduğu ve kendi ilgi, isteği doğrultusunda öğrenmelerini amaçlayan bir yöntemdir. Vaka temelli eğitimde, konular derslerin anlamlı senaryolar içine yerleştirilmesiyle canlanır, merak ve ilgi uyandıracak şekile bürünür. Eğitimi alan kişi için, oluşturulan vakayı irdelemek ilgi çekicidir ve şahsın motivasyon düzeyini artırır. Vakaların gerçek hayattan alınmış olması, elde ettikleri bilgilerin de gerçek hayata uyarlanabilmesi demek olduğundan öğrenme istekleri de artar. Temel becerileri gerçek dünyaya bağlayan vaka temelli eğitim, gerçek hayattan alınan hikâyeler üzerinde çalışma imkânı yaratarak teori dışı yaşantılara uyumu kolaylaştırır (Veznedaroğlu, 2005). Bu bilgiler doğrultusunda hazırlanan bir vaka çalışmasında bulunması gereken aşamalar şunlardır:

Temel Rollerin Tespiti Aşaması: Bu aşama vaka çalışmasının yapılabilmesi için öncelikle bu sürece katılacak kişilerin görev ve sorumluluklarının belirlenmesi ile başlar. İlk olarak eğitim sürecini yönetmekle sorumlu kişinin tespiti yapılır. Bu kişi vakayı gruba açıkladıktan sonra uygulama sırasında çeşitli sorular yardımıyla katılımcılara takıldıkları konularda yardımcı olur ve herkesi sürece dahil etmeye özen gösterir. Ardından katılımcılar belirlenir. Katılımcılar uygulamaya katılma sorumluluğunu üstlenir. Bu uygulama esnasında katılımcının istekli olması eğitimin verimli geçmesi ve hedefe ulaşabilmesi açısından oldukça önemlidir.

Araştırma Aşaması: Seçilen vaka konusu ile ilgili geçmişte yapılmış her türlü çalışmanın incelenmesi ve konu hakkında olabildiğince bilgi sahibi olunan literatür tarama aşamasıdır. Bu aşamada mevcut problem ile ilgili daha önce test edilip onaylanmış çözümün bulunması, yaratıcılık gerektiren çözüm aşamasının gerekli olduğunun tespiti yapılır ve vaka konusu üzerinde çalışıp/çalışmama kararı alınır. Bu aşamada seçilen vakanın kapsadığı konular üzerinde çalışmalar yapmış araştırmacılar ile iletişime geçilerek araştırma sonuçlarından yararlanmak önemlidir. Buna ek olarak vaka konusunun ve problemin anlaşılmasına yardımcı olabilecek soruların tespiti yapılır ve vaka çalışması için alternatif senaryolara ulaşabilmek adına kapsamlı bir veri taraması yapılır.

Analiz Aşaması: Bu aşama elde edilen bilgi ve belgelerin çözümlenmesi sürecinde kullanılabilecek ölçüde sistematik olarak düzenlendiği aşamadır. Seçilen vakanın hangi temel süreçler doğrultusunda ilerleyeceği belirlenir ve her aşamada alternatif durumların tespitinin yapılabilmesi gerekir. Analiz aşamasında vakada kullanılacak materyaller tespit edilir ve süreci etkileyecek çeşitli parametrelerin tespiti yapılır.

Vakanın Yazılması: Çözülmesi istenen vakanın ya da problemin sorusunun yazıldığı aşamadır. Vaka sorusunda bulunması gereken bölümler şunlardır: giriş, ilgili kişilerin geçmişi, sayısal ya da somut verilerin ifadesi, devlet politikasında yeri varsa bu durumun ifade edilmesidir. Bu süreçte hedeflenen kitleye düşünmesi gereken konular hakkında ipuçları hazırlanması gerekir. Vaka yazılırken gereğe uygun olması, amacı, biçimi, içeriği ve katılımcı düzeyine uygun olmasına dikkat edilir.

Vakanın Sunulması ve Tartışmaya Açılması: Alanında uzman olan eğitimci tarafından hazırlanan vaka çalışmasının gruba verildiği aşamadır. Bu aşamada grubun vakayı takip etmesi ve vakanın tam olarak anlaşılması sağlanır. Bu vaka üzerinde bir grup ile çalışma yapıldıysa bu gruptan vaka ile ilgili verileri listelemesi istenir. İstenilen bilgilere ulaşmak için elde edilen veriler haricinde hangi bilgi ve belgelere ihtiyaç olduğunu eğitmen tespit eder. Ardından teorik sınırlar içinde vaka yorumlanır. Vaka yazılırken kurgu vb. şeyler yapılmış ise bu durum teorik olarak gruba açıklanır. Tüm bilgiler ışığında vaka senaryosu yorumlanır ve tartışılır. Bu tartışma grup içerisinde tespit edilen roller ve sorumluluklar çerçevesinde yapılır. İhtiyaç varsa süreçte yazılan vaka üzerindeki bazı parametrelerde değişiklikler yapılır. Elde edilen yeni durum neticesinde vakanın tekrar tartışılması sağlanır. Çarpıcı sorular ile ortaya çıkabilecek muhtemel sonuçlar tartışılır. Tartışmanın tamamlanması ile sunulan vaka ve değiştirilen vaka üzerine yapılan yorumlar özetlenir. Bu bilgiler sonucunda kazanımlar ve çıkarımlar sonuca bağlanır.

Bu aşamalar değerlendirildiğinde, vaka analizi ile öğretimde yöntem ve sürecin belirli olduğu ve uygulanacak vaka çalışmalarının bu süreçler doğrultusunda yapılması gerektiği anlaşılmaktadır. Bunun yanında belirtmek gerekir ki bu süreçler doğrultusunda vaka analizi ile öğretim yönteminde

katılımcıların/öğrencilerin süreçte aktif olarak yer alması öğrenmeye katkısı açısından bizlere olumlu çıktılar sunmaktadır.

1.9.2. Vaka Analizi ile Öğretim: Hazırlık Süreci

Eğitim öğretim faaliyetleri kapsamında öğretmenlerin en temel görevlerinden biri de çeşitli yöntem ve tekniklerden faydalanarak öğrenciler için uygun öğrenme yaşantılarını düzenlemektir. Eğitim süreçlerinin okullarda uygulanabilmesi için en temel ihtiyaç öğretmenler olduğundan, öğretmenlik mesleğine gönüllü adayların yahut halihazırda öğretmenlik yapan kişilerin çağa uygun bilgi, beceri ve tutumlara sahip olarak kendilerini yetiştirmeleri ve Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi Dersi özelinde tüm branş derslerinin eğitiminde kullanılan yeni öğrenme ve öğretme yaklaşımlarından ve bu yaklaşım kuramlarından haberdar olmaları gerekir. İşte burada dikkat çeken beceri ve değerlerin kazandırılabilmesi için yararlanılabilecek öğrenme yaklaşımlarından birisi de vaka analizi ile öğrenme yaklaşımıdır (Beach ve Rohlfing, 2018).

Vaka çalışmaları öğrencilerin gönüllü katılımı doğrultusunda seçilen vaka konusu ile ilgili günlük hayatta karşılaştığı ya da karşılaşılabileceği durumlar karşısında yaratıcı ve eleştirel düşünebilme becerilerini geliştirmeyi hedeflemektedir. Dolayısıyla vaka çalışmalarının uygulanabilir olması ve kapsayıcılığının fazla olması öğrenmenin istenen şekilde gerçekleştirilebilmesi için oldukça önemlidir. Vaka çalışması yapılırken örnek olay, hikâyeleştirme, empati, karşılaştırma, eleştirme, sınıflama, yordama, görüşme, problem çözme, değer açıklama, değer analizi ve ahlaki muhakeme gibi yöntem ve tekniklerden faydalanması uygulamanın amacına ulaşması bakımından önemli görülmektedir (Weber, 2011).

Vaka analizi ile öğretim belirli amaçlar doğrultusunda geliştirilebilir. Öğrencilerin vaka üzerinde etkili bir şekilde çalışabilmeleri için gerekli bilgi ve becerilere sahip olabilmeleri amacı ile çeşitli hazırlıklar yapılabilir. Bu hazırlık aşamasında hedefe uygun vaka seçimi yapılması, öğrencilere sunulacak bilgiler, öğrenciler tarafından yapılan hazırlıklar, planlama ve strateji oluşturma, ön analiz ve hazırlık, gibi etkenler öğrencilerin vaka analizi sürecine daha bilinçli, organize ve etkin bir şekilde katılmalarına olanak sağlar. Öğrenciler, yapmış oldukları ön

hazırlıklar neticesinde vakayı derinlemesine anlayabilir ve analiz sırasında verimli sonuçlar elde edebilir. Özetle vaka analizi hazırlanırken birkaç başlık altında süreci yönlendirici sorular oluşturulabilir. Bu soruları ifade etmek gerekirse:

- Vaka analizinin amacı nedir? Bu soruda vaka analizinin hangi hedefler doğrultusunda gerçekleştirileceği cevaplanmaktadır. Bu hedefler doğrultusunda vaka analizi, (case study/örnek olay) proje ya da problemin gerçeğe uygun olması, öğrencinin düzeyine uygun olması ve belirli bir biçim ve içeriğe sahip olması gerekmektedir.
- Vaka analizi için hangi hazırlıkları gerektiriyor? Burada temel nokta vaka analizi uygulamasının yapılacağı grubun belirlenmesi ve bu bağlamda hedef kitleye uygulanacak olan çalışmanın bireysel olarak mı ya da grup olarak mı yapılacağına karar verilmesi, ek olarak analiz sürecinin ne kadar olacağı ve kullanılacak materyallerin neler olacağı cevaplanmalıdır.
- Vaka analizi nasıl uygulanacak? Bu kısımda çalışmanın nasıl uygulanacağına karar verip, öğrencilerin uygulamayı nasıl yapacağına dair bilgilerin, öğretmenin uygulama esnasındaki görevlerinin belirlenmesi esastır.
- Vaka analizi nasıl değerlendirilecek? Son olarak öğretmen/uygulayıcı uygulanan çalışmanın değerlendirilmesinde kullanılacak ölçütleri gruba anlatır. Bireysel ya da grup olarak belirlenen fikirlerin nasıl elde edileceğini belirler, tartışma konularını oluşturur ve bu çalışma ile belirlenen hedeflere ulaşıp ulaşılamayacağını düşünür.
- Vaka analizinde geliştirme ve değişim yapmalı mıyız? Oluşturulan vaka çalışmasında değişiklik yapıp yapılmayacağına ve bu çalışmayı güçlendirecek farklı yöntem ve tekniklerin olup olmadığına dair gözden geçirme yapılır.

1.9.3. Vaka Analizi ile Öğretim: İlkeler

Vaka çalışmalarının oluşturulmasında belirlenmiş bazı ilkeler bulunmaktadır. Bu ilkeleri vaka analizi ile öğretimin ilkeleri olarak ifade etmek mümkündür (Rasmussen ve Sorheim, 2006). Bu ilkeler şunlardır:

- *İlgili Vaka Seçimi İlkesi:* Seçilen vakanın öğrencinin ilgisini çekecek, gerçek hayata yakın ve belirlenen öğrenme hedefleri ile uyumlu olması çalışmanın doğru sonuç verebilmesi açısından oldukça önemlidir. Bunun yanına vaka çalışmalarının sınıf içerisinde uygulanabilir olması oldukça önem taşımaktadır çünkü uygulamanın yapılacağı sınıfın mevcudu, oturma düzeni, sınıfın fiziksel durumu gibi unsurlar çalışmanın daha kolay uygulanabilmesine imkân sağlar. Bu ve benzeri durumlar göz ardı edildiğinde uygunsuz şartlardan, ya da etkinliğin ortama uymayan şartlarından dolayı yanlış sonuçlar ile karşılaşmak kaçınılmaz olacaktır. Sınıf içerisinde uygulamayı yapacak öğretmenin yönerge hazırlamış olması, yapması gerekenleri iyi bilmesi, süreci nasıl yöneteceğine ve sınıf içindeki düzeni nasıl sağlayacağını bilmesi önemlidir.
- *Amaç Belirleme İlkesi:* Vaka analizinde amaç belirleme ilkesi ile bu çalışmanın amacının net bir şekilde tanımlanması ve bu çalışmanın amaca nasıl hizmet edeceğinin açıklanması gerekir. Analizin hangi yeterlilikler doğrultusunda geliştirileceği, analiz ile ilgili ön bilgilerin neler olduğu, analizin içeriği dikkate alınarak çalışma başlığının nasıl oluşturulacağı belirlenmelidir. Ek olarak vaka çalışması öğrencilerden beklenen ve kazandırılması istenen beceri, tutum ve davranışları içermeli, seçilen başlığın içerikle uyumlu olması gerekmektedir.
- *Aktif Katılım İlkesi:* Eğitimde her öğrenci biriciktir ilkesinden yola çıkarak hazırlanan eğitim programları doğrultusunda uygulanacak vaka çalışması her öğrencinin ilgi, istek ve yönelimleri farklı olacağı bilinci ile her öğrenciyi kapsayıcı şekilde hazırlanmalıdır. Seçilen vaka uygulama esnasında sınıfın en başarılı öğrencisi ile en başarısız öğrencisine hitap edebilmelidir. Elde edilen başarı ve öğrencilerin performansları aynı olmasa dahi öğrenciler uygulamayı yaparken çaba sarf etmelidirler. Seçilen soru, öneri ve ipuçları geliştirilecekse öğrencilere hitap edecek şekilde özenle hazırlanmalıdır. Uygulamalardaki amaç her öğrenciyi kazandırılmak istenen hedefe yaklaştırmak ya da o hedefi gerçekleştirmek olmalıdır. Tüm bu bilgilere ek olarak bu ilke ile amaçlanan öğrencilerin vaka çalışması sürecine aktif katılımları, öğretmene/uygulayıcıya çeşitli sorular sormaları ve bu sorularına karşılık kendi çözüm önerilerini geliştirmeleridir.

- *Öğretmenin Rolü İlkesi:* Sınıfta uygulanacak vaka çalışmasında öğretmen sürecin başından sonuna dek kontrol ve yönetim becerilerini aktif olarak kullanmalıdır. Hazırlanan çalışma yönergesine uymalı ve çalışmanın planladığı şekilde gerçekleşmesini sağlamalıdır. Çalışma uygulanırken öğretmen öğrencilerin öncelikle kendi başlarına çözüm üretmelerine imkân tanımalı ve gereken durumlarda yönlendirici sorular sorarak sürece müdahil olmalıdır.
- *Vakanın Tartışılması İlkesi:* Vakanın hazırlanması ve uygulanması hakkında öğrencilerin bilgi sahibi olmaları önemlidir. Nitekim konu ile ilgili ön bilgilendirme yapılması ve gerekli ortamın oluşması sağlanmalıdır. Bu hazırlıklar neticesinde uygulama ile ilgili gerçeğe yakın sonuçlar elde edilebilir ve süreçte değiştirilmek ya da geliştirilmek istenen konular daha iyi tartışılabilir. Bu aşamada öğrenciler çözüm önerilerini tartışır, vakayı farklı açılardan değerlendirir. Yapılan tartışmalar öğrenci için kazandırılması hedeflenen eleştirel düşünme becerisine ulaşmayı kolaylaştırıcı etkiye sahiptir.
- *Dönüt/Düzeltilme İlkesi:* Vaka analizi seçimi ve hazırlanması yapılırken kurgusal bazı durumlar olabileceği için bu aşamada bireysel ya da grup olarak yapılan vaka çalışmasında gelen istekler doğrultusunda birtakım düzeltmeler yapılması doğru ve gerçekçi sonuca ulaşabilmek için önemlidir. Hem öğretmen hem de öğrenci/öğrenciler elde edilen analiz bulguları ve çözüm önerileri üzerine geri bildirimde (dönüt) bulunmalıdır.
- *Perspektiflerin Belirlenmesi İlkesi:* Bir diğer adı ile bakış açılarının belirlenmesi ilkesinde yapılan çalışma bireysel ya da grup olarak yapılmasına göre ele alınan vaka analizinde bir problemi veya olayı farklı açılardan değerlendirebilmek ve çeşitli çözümler bulabilmek son derece önemlidir. Bu çoklu değerlendirmenin belirlenmesi neticesinde karmaşık problemlerin tek bir çözümü olmayacağını genellikle farklı bakış açıları/yaklaşımları ile ele alınabileceği görülmüştür. Bu sayede vakanın/problemin çok yönlü ele alınabildiği ve daha etkili çözümler geliştirilebildiği ortaya konulmuştur.
- *Günlük Yaşama Uygunluk İlkesi:* Uygulama hazırlanırken sarmal bir yaklaşım izlenerek, konu ile ilgili önceki derslerde nasıl bir bağlantı

kurulduğu, öğrencilerin konu ile ilgili hangi bilgilere sahip olduğu, seçilen vaka analizi uygulamasında öğrenilmesi hedeflenen kazanımların günlük hayatta karşılık bulabilmesi ve günlük yaşamda öğrencilerin öğrenmiş olduğu bu bilgileri teorik bilgiden pratik bilgiye dönüştürebilmesi oldukça önemlidir.

- *Vaka Analizinin Değerlendirilmesi İlkesi:* Vaka analizi çalışmaları birtakım beceri ve hedefleri öğrencilere kazandırmak için hazırlanmaktadır. Bu sebeple bu becerilerin istenen doğrultuda kazandırılıp kazandırılmadığının belirlenmesi için yapılan uygulamaların değerlendirilmesi, öğrencilere yapılandırılmış geri bildirim sağlanması ve onların performansının iyileştirilmesi gerekmektedir. Değerlendirme esnasında katılımcıların- öğrencilerin bilgi, beceri ve yeteneklerinin yanı sıra sınıf içinde uygulamaya katılımı, derse devam durumu, seçilen konuya ilgisi dikkate alınmalıdır. Öte yandan vaka analizi çalışmalarının değerlendirilmesinde elde edilen sonuç kadar bu analizin yapılma süreci de önem arz etmektedir. Öyle ki öğrenciler bu süreçte vaka ile ilgili çözüm önerilerini, analizlerini ve bulgularını objektif ve sistematik olarak incelemektedir. Değerlendirme ilkesi ile vaka analizi çalışmasının etkinliği ölçülür ve öğrenmenin derinleştirilmesi sağlanır.
- *Süreklilik İlkesi:* Vaka analizi çalışmalarının öğrenme sürecinin bir parçası olarak sürekli ve düzenli bir şekilde yapılması öğrenilen bilgilerin, kazandırılan becerilerin pekişmesi noktasında önemlidir. öyle ki bu ilke ile hedeflenen vaka analizi çalışmasının tek seferlik olması ve sürekli olarak kullanılabilecek bir öğrenme aracı olmasını sağlamaktır. Nitekim süreklilik ilkesi ile öğrenciler derinlemesine öğrenme, pratik yapma, öz yeterlilik becerilerini geliştirme ve değişen durumlara uyum sağlama/esneklik gibi becerileri de kazanırlar. Neticede öğrenme süreçlerinin daha etkili ve kalıcı olabilmesi adına süreklilik ilkesi oldukça önem taşımaktadır.

Belirlenmiş bu ilkeler bağlamında vaka analizini etkili bir şekilde kullanmak, öğrencinin öğrenme sürecine aktif bir şekilde katılmasını sağlamak, aynı zamanda vaka analizi çalışmalarını etkili bir öğretim metodu haline getirmek öğrencilerin analitik düşünme becerilerini ve pratik düşünme becerilerini geliştirmeye yardımcı olduğu ve öğrencinin bireysel gelişimine katkı sağladığı

saptanmıştır. Vaka çalışması uygulamaları hazırlanırken öğrencilerin hazırbulunuşluk düzeyleri, uygulamaya gönüllü katılımları, öğrencilerde var olan merak duygusu ve seçilen konuya karşı ilgili olmaları öğrencilerin vaka analizi yaparken başarılı olmalarına ve gerçeğe uygun olarak hazırlanmış bu çalışmaların öğrencilerin başarıma isteklerinin artmasına katkı sağladığı gözlemlenmiştir.

1.9.4. Vaka Analizi ile Öğretimin Özellikleri ve Sınırlılıkları

Vaka analizi ile öğretim; içerisinde uzun deneyimleri barındıran çoklu yorumların/deneyimlerin ve bu geçmiş deneyimler üzerinden karşılaştırmalı öğretim metodunun esas alınmasından yola çıkar. Gerçek/yaşanmış olaylardan yola çıkılarak ya da gerçeğe benzetilerek geliştirilen kurgusal bir vakanın eğitimde bir öğrenme metodu olarak kullanılmasındaki amaç bireylerin gerçek yaşamda yaptıkları/deneyimledikleri durumları öğrenmekte daha başarılı olmalarıdır. Nitekim yaparak/yaşayarak öğrenme insanların bilgilerini yasayılarından elde etmesi ile sağlanır ve eğitimde kullanılan etkili metotlardan biridir (Gardner, 1997).

Vaka analizi ile öğretim; yaşanmış bir sürecin, öğrencilere kazandırılmak istenen teorik bilgiye uyarlanması sonucunda kullanılabilecek bir yöntemdir. Bu yöntem katılımcıyı merkeze alan bir öğretim modeli olarak öğrenme sürecini destekler. Bu nedenle vaka analizi ile öğretim sürecinde her aşamada öğrencinin öğrenmesi gereken konuyu, öğrenme işleminin sağlanabilmesi için geliştirilen kaynakların yeterliliğini ve öğrencinin öğrenme çıktılarının kazandırılmak istenen hedefler doğrultusunda olup olmadığı sorgulanır (Blatter ve Haverland, 2014).

Elde edilen tüm bilgiler doğrultusunda vaka analizi ile öğretim sürecinde vaka çalışması tekniğinin daha etkili bir şekilde uygulanabilmesi ve çözülebilmesi için gerekli olan bazı özellikler vardır. Bu özellikleri şu şekilde ifade etmek yerinde olacaktır:

Vaka analizi ile öğrenme:

- Yaratıcı çözümler bulma, farklı bakış açıları kazanma ve yenilikçi düşünebilmek için uygundur.
- Düzenli olarak uygulanması halinde öğrencinin sürekli olarak öğrenmesini, gelişim ve iyileşmesini takip etmeyi destekler.

- Değişken koşullar ve belirsizlik içerisinde öğrencinin esnek düşünme, uyum sağlama ve farkındalık duygularının gelişimini destekler.
- Öğrencilerin kendi düşünme süreçlerini ve kararlarını değerlendirebilmesini sağlayarak öz değerlendirme yapmalarına, yansıtıcı öğrenmenin gelişmesine katkı sağlar.
- Vakaların farklı disiplinlerden ve farklı bakış açılarından incelenmesine imkân sağlayarak öğrenci için kapsamlı bir anlayışın gelişmesine olanak sağlar.
- Çalışmalar genellikle grup çalışması olarak yapıldığı için iş birliği becerisinin gelişmesine olumlu etki eder.
- Seçilen vakalar günlük hayattan olduğu için öğrencilerin teorik olarak öğrendiği bilgileri pratik olarak yenilenmiş formlara dönüştürüp kullanabilmesine ve süreçte ekip arkadaşları ile sürekli etkileşim içerisinde oldukları için iletişim becerilerinin gelişimine yardımcı olur.
- Vaka çalışmaları ile öğrencilerin farklı çözüm stratejilerini değerlendirebilmesi ve karar alma becerisini kazanması sağlanır. Vaka analizi esnasında aldığı kararlar ile potansiyel sonuçları ön görebilme yetisini geliştirmeye katkı sağlar.
- Çalışma esnasında çeşitli argümanlar analiz ettirilerek öğrencinin eleştirel düşünme, problem çözme, kritik düşünme ve analiz becerilerini kazanması sağlanır.

Yukarıdaki özelliklerin yanı sıra vaka analizi ile öğrenmenin birtakım sınırlılıkları vardır. Bu sınırlılıklar öğrenmede kullanılan bu tekniğin her zaman uygun ve etkili bir öğrenme aracı olamayabileceğini gösterir. Bu sınırlılıkları şu şekilde ifade edebiliriz:

- Vaka çalışmalarında vakalar her ne kadar gerçek yaşamdan seçilmeye dikkat edilse de kimi zaman kurgusal bazı durumlarda hikâyeye eklenebilir. Bu nedenle gerçek hayatta karşılaşılan bazı sorunlar daha basit hali ile sunulabilir. Burada gerçeklikten uzaklaşılması yaşam koşullarının tam anlamıyla ifade edilememesi ve karşılaşılabilecek tüm olasılıklar ya da değişkenlerin belirlenememesine sebep olur.

- Analiz yapılırken süreci etkili bir şekilde yönetebilmek için uygulamayı yapacak kişi yetkin olmalıdır. Nitekim çalışma yanlış uygulanırsa süreç verimsiz bir hale gelir.
- Her öğrencinin öğrenme tarzı farklı olduğundan vaka çalışması her öğrenciye hitap etmeyebilir bu da sürecin anlaşılmasına ya da sonuçların eksik ve hatalı çıkmasına sebep olur.
- Yeterli sayıda vaka çalışması yapmamak öğrencilerin öğrenmelerini sınırlayabilir ve becerilerini geliştirmelerine engel olabilir.
- Vaka çalışmalarında öğrencilerin performansını nesnel olarak ölçebilmek ve değerlendirmek oldukça zordur.
- Çalışmaların hazırlanması oldukça uzun bir süreç alır ve vakaya iyi hazırlanmayı gerektirir aksi takdirde sonuçlardan istenilen gerçeklik elde edilemeyebilir. Ders zamanının kullanımına dikkat edilmesi gerekir süreç iyi yönetilmez ise sınıfta zaman yönetimi problemleri ile karşılaşılabilir.
- Grup ile yapılan çalışmalarda uyumsuzluklar ve çatışmalar yaşanabilir. Bu durum öğrenme sürecini olumsuz etkileyebilir. Yapılan çalışmalar genellikle grup çalışması olduğu için sınıf ortamındaki rekabet nedeni ile bazı öğrencilerin kaygı bozukluğu yaşaması öğrenme motivasyonlarını olumsuz etkileyebilir.

Vaka analizi ile öğrenme tekniğinde ifade edilen bu sınırlılıklar öğrenme için birer zorluk olarak ifade edilebilir. Vaka analizi ile öğrenme öğrenciler için değerli ve pratik deneyimler kazandırmayı hedefleyen güçlü bir öğrenme yöntemi olsa da sınırlılıklarının farkında olmak önemlidir. Eğitimciler bu sınırlılıkları göz önünde bulundurarak yöntemleri dengeli ve etkili bir şekilde kullanmalı ve gerekli gördükleri takdirde diğer öğrenme yöntemleri ile süreci destekleyip tamamlamalıdır.

1.10. Girişimciliğin Kavramsal Çerçevesi

Girişimcilik, geçmişten bugüne ekonomik ve sosyal sistemlerin dinamik bir unsuru olarak, bireyler için yenilikçi fikirler geliştirme, uygulama ve birtakım değerleri yaratma sürecidir. Fırsatları tespit etme ve kullanma, yenilikçilik, risk alma, belirsizlikleri yönetme gibi yetenekleri de içerisinde barındırır. Girişimci

bireyler, mevcut sorunlar için yaratıcı çözümler bularak ve yeni iş modelleri geliştirerek ekonomik değer oluştururlar. Girişimcilik bir süreci ifade eder kabulü doğrultusunda bu süreç fikir oluşturma, fırsatları değerlendirme, kaynak toplama, uygulama ve büyüme aşamalarından oluşmaktadır. Bu süreçte girişimciler hem kişisel motivasyon ve bilgi birikimlerini hem de pazar ihtiyaçları ve rekabet koşulları gibi faktörleri dikkate alır, stratejik öneme sahip fırsatları tespit ederek riskleri etkili bir şekilde yönetir ve yenilikçiliği merkeze alarak girişimciliği hayata geçirir. İnsan geliştirmek ve üretmek tabiatı ile dünyaya gelmiştir. Bu nedenle insan var olduğu müddetçe girişimcilikte var olmuştur demek yerinde olacaktır (Güney, 2008).

Girişimcilik, çeşitli yenilikler ile birlikte istihdamın artırılması, yeni birtakım işletmelerin kurulması ve buna bağlı olarak istihdam alanları oluşması gibi ulusların ekonomik refahına önemli birçok katkı sunmaktadır. Girişimcilik, büyüme ve gelişmenin mihenk taşıdır. Öyle ki bir ülkenin eğitim sistemi başta olmak üzere tüm sistemlerinde girişimcilik becerisi ne kadar teşvik edilirse bu ülkede refah düzeyi ve ekonomik özgürlük düzeyinin aynı ölçüde arttığı kabul edilir bir gerçektir. Girişimcilik, farklı bağlamlarda ele alındığında çeşitli türlere ayrılabilir. Bunlar; küçük işletme girişimciliği, büyüme odaklı girişimcilik ve geniş pazarlara hitap eden hızlı büyüme hedefi olan şirketleri kapsar. Son olarak sosyal girişimcilik ise toplumsal sorunları çözmek ve topluma fayda sağlamak amacıyla kurulan girişimleri ifade eder (Bakırtaş ve Tekinşen, 2006).

Girişimci/girişimcilik tam olarak ifade edilmesi zor ve çok boyutlu bir kavramdır fakat tanımlayacak olursak girişimci kelimesi; Fransızcada “entre” (giriş) ve “prendre” (üstlenmek) sözcüklerinden türetilmiştir. Girişimcilik kavramı ise bireylerin veya grupların yenilikçi fikirler geliştirerek, karşılarına çıkan fırsatları değerlendirerek ve risk alarak ekonomik değer yaratması olarak ifade edilmiştir (Çöğür, 2016). Bu kelime, literatürde farklı şekillerde ifade edilmiştir. Örneğin ekonomi literatüründe ilk olarak 1730’larda Fransız asıllı Richard Cantillon tarafından kullanılmıştır. Bu tanıma çeşitli eklemeler yapılarak zamanla yeni kavramlar ortaya çıkmış en sonunda günümüzdeki tanıma ulaşılmıştır. Zamanla risk alma (Mill, 1848), otoritenin kaynağı olma (Weber, 1917), yenilik (Schumpeter), sorumluluklara karşı istekli olma (Sutton), başarı güdüsü

(McClelland, 1961), azimli ve hırslı olma, sorumluluk sahibi olma, özgüvenli olma (Davis, 1963), iletişim becerileri (Kawasaki, 2007), risk tercihi, bağımsızlık kazanma, tanınır olma, lider olma (Litzinger, 1965), riskleri ölçme (Palmer, 1971), özerk olma (Hornadey, 1971), güce sahip olma isteği (Tutar ve Altınkaynak, 2014), güç odağı olma (Kirby, 2007), Kişisel değerlere bağlı olma (Grasse, 1993), güdülenme, özgüvenli olma, orta düzeyde risk alabilme, yaratıcılık, yenilikçi olma (Timmons, 1973), risk alabilme eğilimi (Brockhaus, 1980), hâkimiyet kurma, özerk olma (Mescon, 1981) bağımsızlığa ve büyümeye dönük olma (Dunkelberg, 1982) gibi kavramlar girişimcilik kavramının içerisine yerleştirilmiş ve girişimciliğin temel özellikleri olarak sayılmıştır (Gözüm, 2019).

Schultz girişimciliği; uzman bir sınıf tarafından geliştirilen bir fonksiyonel olmadığını iş insanı, tarım işçisi, ev hanımı, öğrenciler, öğretmenler, dekanlar, rektörler ve üst düzey yöneticiler gibi bütün insanların yapabileceği kaynakların değişen ve dönüşen şartlara ayarlanması ya da yeniden uyarlanması yeteneği olarak açıklamıştır (Klein ve Cook, 2005). Kirzner'e (1973) göre ise girişimcilik kaynak kullanımı perspektifidir. Girişimci kişiler var olan/elde olan kaynakları uygun olmayan şartlardan gelecek vaat eden fırsatlara doğru yeniden konuşturır, fırsatları yeni bir pazar ya da iş kolu üzerinden değerlendirir (Ardichvili, 2003).

Elde edilen bulgular doğrultusunda Harrison ve Leitch'in (1996), 1987 ile 1993 yıllarını içine alan araştırmaları gösteriyor ki birçok alanda yayımlanan girişimcilik konusunun pek az bir yüzdelik dilimde olduğudur. Aldrich ve Baker (1997), 1990 ile 1995 yılları arasında yayımlanan çalışmalarda girişimcilik konusunun gelişiminin sınırlı olduğunu tespit etmiştir (Li, 2008).

Girişimciliğin özünde yenilik ve yaratıcılık kavramları vardır. Bu kavramlar özü itibari ile ekonominin yüksek düzeyde bilgi odaklı olmasına katkı sağlarken bireylerin ekonomi içerisindeki varlıklarının da önemli olduğunu göstermektedir. Girişimcilik, ekonomik gelişmelerin temel dayanağı olmakla birlikte bireysel ve toplumsal olarak birçok alanda da insan için refah seviyeleri artışında dinamik bir etkiye sebep olmaktadır. Öyle ki girişimcilik, geçmişten günümüze kadar farklı birçok bilim alanının inceleme konusu olmuştur. Örneğin 1950'lerde başlatılan bir çalışma ile başarılı girişimci bireylerin birtakım ortak özelliklerinin psikolojik açıdan incelenmeye başladığı görülmektedir. Bu bağlamda girişimcilik, bireylerin

veya grupların yenilikçi fikirler geliştirerek bu fikirleri hayata geçirmelerinde bir değer yaratma süreci olarak ifade edilmektedir (Zengin ve Deniz, 2016).

Yukarıda ifade edildiği üzere ‘girişimcilik’ farklı alanlarda birçok tanımı bulunan çerçeve bir kavramdır. Bu tanımlar bağlamında girişimcilik; yenilikçilik, yaratıcılık, fırsatları değerlendirme, başarılı olma isteği, özgüven, problem çözme, risk alma gibi birçok özelliği içeren çok boyutlu bir kavram olarak tanımlanmaktadır. Girişimcilik tanımları genellikle ekonomi, sosyoloji, psikoloji ve yönetim gibi disiplinler üzerinden yapılmakta ve sonuç itibari ile girişimciliğin özünde bireyin yenilikçi ve risk alıcı bir rol üstlenmesi fikrinin ortaya çıktığı anlaşılmaktadır.

1.11. Girişimciliği Etkileyen Faktörler

Günlük hayatta bireylerin karşılarına çıkabilecek çeşitli fırsatlar ve zorluklar vardır. Bu süreçte bireyler hem içsel hem de dışsal olarak birçok faktörden etkilenir. Girişimciliği etkileyen faktörleri anlamak başarılı bir girişimci olabilmek adına önemi bir rol oynar. Bu faktörlerin olumlu etkilerinin yanı sıra olumsuz etkilerinin de olabileceği düşünüldüğünde süreç için kritik bir rol oynadığı görülmektedir. Girişimciler bu faktörleri göz önünde bulundurarak girişimci stratejilerini şekillendirir ve başarıya ulaşma şanslarını artırır. Bu bağlamda girişimciliği etkileyen faktörleri şu şekilde ifade edebiliriz (Küçük, 2015):

Kişisel/Bireysel Faktörler: Girişimcilik faaliyetlerinde girişimcilerin cesareti ve cesurca adım atabilme kabiliyeti, kendilerine ve projelerine olan inancı, yenilikçi düşünebilme, yeni fikirler geliştirebilme ve bu fikirleri uygulayabilme yeteneği, belirlenen hedeflere ulaşmada güçlü bir istek ve kararlılık duymasının oldukça etkili olduğu bilinmektedir.

Girişimci bir bireyde; yenilikçi olma/inovasyon, yaratıcı fikirler geliştirebilme, risk alma, başarısızlığa karşı fırsatları değerlendirebilme kapasitesi, öz güvenli olma, güçlü motivasyon ve azim duygusu, problem çözme yeteneği, etkin çözümler geliştirme becerisi, kriz yönetimi, liderlik, pazarlık ve ikna kabiliyeti, zamanı iyi yönetme yeteneği, uyum sağlama kabiliyeti, işin finansal yönlerini anlayabilmek için finansal bilinç sahibi olma, ağ kurma (Networking)

yeteneği, iletişim becerisi, öğrenme ve gelişime açıklık gibi beceri ve yeteneklerin bulunması gerektiği anlaşılmıştır.

Finansal/Ekonomik Faktörler: Girişimci bireyde bulunması gereken kişisel özelliklerin yanı sıra girişimciliğin etkileşim içerisinde olduğu bir diğer faktör de finansal faktörlerdir. Finansal faktörler, bir işe başlamak ve bu işe sürdüröbilmek için gerekli finansal kaynaklar, yatırımcıların sağlamış olduğu mali destek ve rehberlik faaliyetlerini, kredi ve finansman olanaklarını, piyasa koşullarının belirlenmesini, rekabet ortamının girişimci bireylerin stratejilerini nasıl etkilediğini, ürün veya hizmetlere olan taleplerin ve bu taleplerin piyasadaki durumunun belirlenmesini içermektedir.

Yasal/Politik Faktörler: Bu faktörler bir işletmenin kurulması ve yönetilmesi sürecini etkileyen düzenlemeler bütününü ifade etmektedir. Girişimci üzerindeki mali yükün belirlenmesi ve bu oranda vergi miktarlarının ortaya çıkarılabilmesi için oldukça önemlidir. Yasal faktörler içerisinde devlet tarafından sağlanan teşvikler ve hibeler önemli bir yer tutmaktadır.

Sosyal/Kültürel/Çevresel Faktörler: Girişimci bireylere yönelik toplum tutumları, toplumsal destek veya engeller bütününü kapsamaktadır. Sosyal faktörler politik, ekonomik, teknolojik, diğital, Ar-Ge ve inovasyon, kültürel normlar, aile ve sosyal çevre gibi durumlardan etkilenmektedir. Toplumsal ve çevresel sorunlara yönelik sürdürölebilir çözümler bulmayı hedefleyen sosyal girişimcilik, kar elde etmekten ziyade toplumsal fayda yaratmak ve iş modellerinin sürdürölebilir olmasını sağlamak gibi amaçlar taşımaktadır.

Sosyal girişimcilik: Toplumsal sorunların ivedi bir şekilde çözölməsi, eğitim, sağlık ve çevre koruma gibi konularda fark yaratma, toplumsal bilinç ve duyarlılığın oluşması, sosyal sorunlara karşı farkındalık kazanabilme; adalet, eşitlik, sürdürölebilirlik gibi değerlere dayalı değişim anlayışının gelişmesi gibi becerilerin kazandırılmasında bir hayli önem taşımaktadır. Tüm bu bilgilere ek olarak girişimci bireylerin aile ve yakın çevresinden aldığı destek, etkileşim ve olumlu katkılar da bu anlayışın oluşmasında ve gelişmesinde oldukça önemli görölmüştür. Özellikle ailede bir bireyin girişimci olması ve bireyin yakın çevresinde girişimci kişilerin bulunması girişimcilik hayalleri olan bireyler için

güven duygusu sağlar ve başarmak için güdülenmelerin kolay olmasına katkıda bulunur.

1.12. Girişimcilik Çeşitleri

Girişimcilik literatürü, 1990'ların başından itibaren farklı girişimcilik türleri mevcut mudur, girişimcilik türleri nedir ve neden ortaya çıkıyor soruları ile toplumsal kurumların ekonomik getirilerini yapılandırma şekillerinin girişimcilik faaliyetlerinin doğasını etkilediğini ortaya çıkarmıştır. Mevcut literatür girişimciliğin kurumsal birtakım farklılıklar nedeniyle ülkeler veya bölgeler arasında farklı türlere ayrıldığını göstermiştir (Matosek, Prokopowicz vd. 2022). Bu sorular doğrultusunda farklı ulusal kurumlar ve bu ulusal kurumların tamamlayıcılıklarının ortaya çıkardığı girişimcilik türlerini şu şekilde ifade etmek mümkündür.

Girişimcilik Türleri: küçük işletme girişimciliği, ölçeklenebilir girişimler, büyük şirket girişimciliği, iç girişimcilik, sosyal girişimcilik, teknik girişimcilik, çevreci girişimcilik, girişimci girişimcilik olarak kategorize edilebilir (Top, 2006). Bu kategoriler hakkında birtakım bilgiler aşağıda kısaca ifade edilmiştir (Sobel, 2014).

Küçük İşletme Girişimleri: Genellikle sınırlı büyüklükte ve bağımsız olarak yönetilen işletmeleri kapsayan küçük işletme girişimleri, büyük sermaye ve karmaşık iş modelleri gerektirmez ve küçük ticari faaliyetleri/grupları içerir. Küçük işletmeler, doğrudan sahipleri tarafından yönetilen yerel pazara hizmet etme anlayışına sahip ve topluluklar ile güçlü bağları olan kurumlar olarak tanınır. Yerel pazara odaklanan, esneklik ve müşteri memnuniyeti odaklı çalışan küçük işletmeler, pazar koşullarına hızlı adapte olmanın yanı sıra ürünlerini hızlı değiştirebilme, müşteriler ile birebir iletişim kurabilme, bağımsızlık ve yüksek müşteri bağlılığı, yüksek bir özgürlük, esneklik, işin stratejisini kendi vizyonuna göre belirleyebilme, piyasa koşullarına ve müşteri taleplerine hızlı cevap verebilme, müşterilere birebir ve kişisel hizmet sunabilme, girişimcilere kişisel başarı ve tatmin duygusu sağlayabilme, özgün ve yenilikçi ürün tasarımı ortaya çıkarabilme gibi avantajlara sahip başarılı bir iş fırsatı kurma seçeneği olarak adlandırılır. Küçük işletmeler;

restoranlar, mağazalar, danışmanlık hizmetleri, el sanatları, butik mağazalar gibi çeşitli sektörlerde faaliyet gösterebilir.

Ölçeklenebilir Girişimler: Herhangi bir iş modelinin operasyon yeteneğinin hızla büyütülmesi ve genişletilmesi özelliklerine sahip ölçeklenebilir girişimcilik, başlangıçta düşük bütçeli yatırımlarına rağmen büyük bir pazar payı elde edebilme ve yüksek gelir elde ederek hızlı büyüme sağlamak amacı ile oluşturulmuş bir girişimcilik modelidir. Bu tür girişimcilik anlayışları genellikle teknoloji, verimlilik ve inovasyon odaklı olurken aynı zamanda küresel olarak genişleme potansiyeline sahiptir. Ölçeklenebilir girişimcilik modelinde yüksek büyüme potansiyeli yatırımcılar için çekici bir özellik olduğundan bu tür girişimciliklere sermaye çekebilmek daha kolaydır. Ürün veya hizmetler dünya çapında pazarlanabileceği için küresel pazarlara açılmanın oldukça hızlı olduğu görülür. Bu sistemde ekonomik olarak ölçeklenme sağlandıkça birim başına maliyet düşer ve kar oranı artar. Buna ek olarak çözümler teknolojik olarak yapıldığında operasyonel maliyetler azalır.

İnovasyon ve teknolojiyi kullanarak büyük bir pazar hedefi olan ölçeklenebilir girişimcilik; teknoloji odaklı hizmet sunarak küresel pazara yayılma, çeşitli yazılım hizmetlerine abonelik modeli geliştirerek geniş müşteri kitlesine ulaşma, e-ticaret ile büyük bir pazar payına sahip olma, dijital olarak medya hizmetleri vasıtası ile geniş kitlelere ulaşma gibi birçok fırsatı ve gelişmeyi bizlere sunmaktadır.

Büyük Şirket Girişimleri: Büyük şirketler, yenilikçi girişimler başlatarak yeni ürünler, hizmetler ya da iş modelleri geliştirmeyi amaçlar. Bu girişimcilik metodu ile büyük firmaların daha esnek ve yenilikçi olabilmeyi sağlar ve piyasadaki değişimlere hızlıca adapte olur. Büyük şirket girişimleri yeni ürünler veya iş modelleri geliştirerek yenilikçi projeler üretir, şirket kaynaklarının alt yapılarını kullanarak iç girişimciliği geliştirir, şirketlerin piyasada rekabetçi olabilmesini sağlar, şirketlerin güçlü yönlerinden faydalanır, yeni fikirleri hızlıca hayata geçirir ve bu sayede uzun vadede gelişim/sürdürülebilirlik ve büyüme hedefleri gerçekleştirilmiş olur.

Büyük şirket girişimleri özellikle inovasyon ve yeni iş fikirleri geliştirme çabalarını entegre ederek gelişme gösterirler. Büyük şirketler özelinde; Google büyük şirket girişimciliğinin çarpıcı örneklerinden biri olarak gösterilebilir.

İç Girişimcilik: Girişimci düşünce, bireylerin yenilikçi yeteneklerini kullanarak şirketler için yeni ürünler/hizmetler veya süreçler yaratır. İç girişimcilik, büyük ve orta ölçekli şirketlerin piyasa koşullarına adapte olmalarını ve rekabet avantajlarını artırır. Bu model sayesinde şirketlerin mevcut kaynakları kullanılarak projeler kolaylıkla hayata geçirilir, yenilikçi fikirlere fırsat verilir, risk almaya teşvik edilir, prototip geliştirme ve deneme yanılma süreçleri için ortam oluşturulur, başarılı projeler tanınır ve kendi iç dinamikleri ile büyümelerine imkân sağlanır (Antoncic ve Hisrich, 2003).

Teknik Girişimcilik: Mevcut teknolojileri yenilikçi fikirler ile kullanarak yeni teknolojiler geliştirmek hizmet veya süreçler oluşturmak, mühendislik, bilişim ve biyoteknoloji gibi birikimleri kullanarak sorunlara çözüm üretilir ve genellikle teknolojiye dayalı yenilikler sunar. Teknik girişimcilik ile araştırma ve geliştirme çalışmaları, yüksek risk ve büyük kazançlar ve fikri mülkiyet hakları korunur. Yenilikçi teknoloji ile genellikle katma değer oranı artar, piyasalarda gözle görülür bir rekabet avantajı oluşur ve bu yenilikler neticesinde önemli değişiklikler ortaya çıkar (Top, 2006).

Çevreci Girişimler: Sürdürülebilirlik ve sosyal sorumlulukları teşvik eden model geliştirme süreçleri ile bu girişimcilik modelinde yenilikçi sürdürülebilir çözümler veya çevreyi koruma hizmetleri oluşturarak çevresel etkiler iyileştirilir. Bu yöntem ile doğal kaynaklar korunurken ekonomik kazanç elde edilir, çevre dostu ürünler geliştirilir, çevre bilinci, toplumsal fayda düşüncesi gibi çevreye duyarlı birtakım yenilikler ortaya çıkarılır.

Girişimci Girişimcilik: Tecrübeli girişimcilerin fırsat sahası olan bu sistemde girişimciler, iş kurma sürecine odaklanarak inovasyon, risk alma, fırsatları değerlendirme, yeni ürünler, hizmetler veya iş modelleri geliştirmelerine önem verir. Önceleri girişimcilik yapmış olup sonradan bu sektörden ayrılmış girişimcilerin geliştirilmiş ürünler ve süreçler oluşturması, risklerle başa çıkabilme, fırsatları değerlendirme, bağımsız bir iş ortamı oluşturabilme ve sürdürülebilirlik

gibi itici güçleri kullanması mevcut iş planlarını geliştirebilmede önemli bir rol oynar.

Sosyal Girişimcilik: Sosyal sorunlar ve toplumsal değişimi teşvik eden kâr amacının yanı sıra sosyal etkiyi ön plana alan girişimcilik türüdür. Sosyal girişimciler, kültürel, sosyal, çevresel ve ekonomik sorunlara odaklanır. Bu yöntem ile çevresel ve ekonomik sorunların çözülmesi, yaratıcı çözümler geliştirilmesi, sosyal etkiyi geliştirme ve geniş kitlelere ulaşmak hedeflenir. Başarılı bir sosyal girişimcilik için öncelikle sosyal bir vizyon ve misyon belirlemek, STK'lar ve devlet kurumları ile iş birliği yapmak, çeşitli finansman yöntemleri belirlemek, toplumsal sorunların çözümlerine yenilikçi yaklaşımlar getirmek, toplum için faydalı projeler geliştirmek ve sürdürülebilir iş modelleri oluşturmak oldukça önemli görülür (Olsen ve Galamidi, 2009).

1.13. Girişimcilerin Özellikleri

Girişimcilik, fonksiyon, rol, kişisel özellikler ve davranıştan oluşan dört temel yaklaşımın birleşiminden meydana gelmiş bir olgudur. Fonksiyonel tanımlara göre girişimcilik; yenilikçi, ekonomide iyileşme sağlayan, risk alabilen ve koordinasyon sağlamaya yardımcı bir tavır sergiler. Rol temelli tanıma göre ise girişimci kişi, belirlenmiş birtakım rolleri yerine getiren, bir işletmeye ev sahipliği yapan, yönetim, istihdam gibi rolleri yerine getiren kişidir. Bireysel/kişisel özelliklere göre ise girişimcilik, özgüven, iyimserlik gibi girişimci tutumları olan, Müslüman, Protestan vb. gibi kültür varlığı olan, yaşam hikayesi ile belirli bazı özelliklere sahip olan kişilerin yapmış olduğu fırsatları yakalama politikasıdır. Davranış temelli girişimcilik yaklaşımına göre ise; davranışsal ekonomi, psikoloji ve sosyoloji gibi ilkeleri kullanarak geleneksel modellerin ötesinde bireylerin karar alma süreçlerinde irrasyonel davranış ve sosyal etkilerin olduğu var sayılan stratejik bir süreçtir (Acs, 2006).

İlgili literatür incelendiğinde girişimci insanlarda bulunması gereken birtakım ortak özelliklerin varlığı dikkat çekmektedir. Başarılı bir girişimciyi tanımlayan özellikleri şu şekilde ifade etmek mümkündür:

- Risk alabilme: Belirsizlik altında karar alabilme, riskleri yönetebilme,
- Yenilikçi/Yaratıcı olabilme: Karşılaşılan problemlere yenilikçi çözümler üretebilme,
- Özgüvenli olma: Yeteneklerine güvenme,
- Kendini gerçekleştirebilme: Potansiyelini en üst düzeye çıkarma,
- İnisiyatif alabilme: Proaktif davranış ve çözüm odaklı olma,
- Kararlı olabilme: Zorluklara karşı pes etmeme,
- Öz disiplinli olma: Hedefe ulaşmada kararlı olma,
- Problem çözebilme: Hızlı ve etkili çözüm bulabilme,
- Değişimlere ayak uydurabilme: Esneklik ve adaptasyon sahibi olma,
- Sağlıklı iletişim kurabilme: Empati, anlayış ve dinleme becerilerini içeren olumlu bir dil kullanma,
- Kaynakları etkili kullanma: Bilgiyi analiz edebilme, doğru, güvenilir ve anlamlı kullanabilme (Arıkan, 2004).

Gardner (1997) girişimci bireylerin kişisel özellikleri üzerine yapılan çalışmaların net olmadığını fakat girişimci bireylerde bulunması gereken özelliklerin;

- Vizyon,
- Pratik zekâ,
- Beceriklilik,
- İrade gücü,
- Azim,
- Tutku,
- Kendine güven, olduğunu ifade etmiştir.

Buna karşın Brokhaus (1982);

- Başarı ihtiyacı duyma,
- Kontrol odaklı olma,
- Risk alma eğiliminde olma,
- Bağımsızlık ihtiyacı duyma,

- Lider olma,

Özelliklerinin girişimci bireyler için ortak değerler olduğunu ifade etmiştir. Baron (1998) girişimci olan/olmayan kişilik özellikleri incelendiğinde girişimcilik nitelikleri taşımayan bireylerin başarı oranının gözle görülür ölçüde düşük olduğunu ortaya çıkarmıştır. Felder (2003) girişimci bireylerin;

- Cesaret,
- İçsel motivasyon,
- Kendine inanç,

gibi özellikleri taşıdığını ifade ederken Kets de Vries (1985);

- Takdir edilme isteği,
- Gerçeklerin farkında olma,
- Yüksek oranlarda dürtü,

özelliklerine sahip olduğunu söylemiştir. Fayolle (2005);

- Bireysel başarı,
- Güçlü kişisel inisiyatif,
- Güçlü iletişim,
- Diğerkâmlık vb.

özelliklerin girişimci bireyler için önemli olduğunu ortaya koymuştur. Ek olarak Hornaday (1971);

- Gayret,
- Azim,
- Bağımsızlık,
- Yaratıcılık,
- İleri görüşlülük,
- Dinamizm,
- Liderlik,

- Çok yönlülük ve insanlarla anlaşma yeteneğinin girişimcilik için bireylerde bulunması gereken önemli özellikler olduğunu ifade etmiştir.

1.14.Girişimcilik Eğitimi: Pedagojik Bir Çerçeve

Girişimcilik eğitiminin tarihi incelendiğinde elde edilen veriler gösteriyor ki bir ülkenin girişimcilik tarihi ne kadar eski ise o ülkenin gelişmişlik/kalkınma düzeyi o denli yüksektir. Çeşitli araştırmalar, bir ülke eğitim sisteminde girişimcilik eğitimini ne kadar destekliyor ise o ülkenin ekonomik kalkınma düzeyinin artmakta olduğunu ortaya koymaktadır. Ülkemizde girişimcilik eğitimi çalışmalarını incelediğimizde, devlet üniversiteleri ve vakıf üniversitelerinde girişimcilik eğitimi ile ilgi çeşitli dersler okutulduğu görülmektedir. Bu girişimcilik ders içerikleri incelendiğinde derslerin küçük ve büyük işletmeleri destekleme ve geliştirme idaresi başkanlığı (KOSGEB) gibi kurumların öncülüğünde verilmekte olduğu ve girişimcilik eğitimleri ile toplumumuzda girişimci nitelikler oluşturulmaya çalışıldığı anlaşılmaktadır (Kickul, vd. 2007).

Türkiye’de girişimciler için 1920’de başlatılan destek politikalarının doğrudan girişimcilik eğitimi tarihi kadar eskiye dayanmadığı bilinmektedir. Girişimcilik eğitimi için ilk eğitim kurumlarının 1960 yılında kurulması ve bu eğitim ile ilgili faaliyetlerin ülkemizde yaklaşık iki yüz üniversitede büyük ölçüde işlendiği bilinen bir gerçektir. Özellikle mühendislik fakültelerinde zorunlu olarak okutulan girişimcilik eğitimi, girişimci adayların bilgi, beceri ve yeteneklerini yükseltmek için oldukça önemli görülmekte, girişimcilik konusunda toplumda bir farkındalık oluşturmaya yönelik kurslar düzenlenmektedir. Ayrıca ayrımcılıkların reddedildiği katılımcı toplumsal yapılarda girişimcilik düzeyinin daha yüksek çıktığı ifade edilmektedir (Blank, vd. 2012).

Fayolle ve Klandt’a göre (2016) girişimcilik eğitimi, geniş anlamda belirli kişisel nitelikleri geliştirmeyi ve bu nitelikleri içeren girişimci tutum ve becerilere yönelik pedagojik bir program ya da eğitim süreci olarak tanımlanmaktadır. Gibb ise (2002) girişimcilik eğitimini ruh hali ve davranış düzeyleri ile ilgilenen modern bir paradigma olarak ifade etmektedir. Bu tanımlamayı yapmasındaki temel dayanağı girişimcilik ve girişimcilik eğitime olan kayda değer ve sürekli artan bir

ilginin olması ve küreselleşme olgusu ile çeşitli algı değişmelerinin meydana gelmesidir.

Girişimcilik eğitimi; doğrudan ve genel eğitim sisteminin girişimcilik eğitimini desteklemesi şeklinde verilirken; iş fikri geliştirme, iş planı hazırlama, pazarlama, finans ve liderlik gibi becerileri kazandırmayı hedefleyen teorik bilgilerin yanında pratik deneyimler ile desteklenen çalışmaları da içermektedir.

Raposo ve Paço (2011) bizlere bu eğitimin; bireyin hayatındaki fırsatları yakalayabilmesi, yeni bir iş kurma becerisine sahip olabilmesi ve fırsatları takip edebilme becerisi geliştirmesi gibi yaratıcı düşünme yeteneği içerdiğini aktarmıştır. Tarhan (2019) girişimcilik eğitimi ardından bireylerde iş fikrinin oluşması, oluşan iş fikrinin gerçekleştirilmesi, pazarın tanınması, belirlenen iş fikrinin kurulması ve bu iş fikrinin finanse edilmesi faktörlerinin anlatılmasının doğru olduğunu ifade etmiş ve bu bağlamda girişimcilik eğitiminin unsurlarının:

- İş fikri,
- Finansman,
- Ürün tasarımı ve üretim,
- Tanıtım ve pazarlama,
- Yatırım,

olduğunu belirtmiştir. Girişimcilik eğitimi için geliştirilen bu beş unsur, girişimcilik becerisinin kazandırılması amacıyla beş boyut üzerinden kurgulanmıştır. Bu unsurları girişimcilik eğitimi kazandırılmasında kullanılacak çeşitli alt temalar ile ilişkili olarak beceri ve değer bağlamında açıklamıştır (Tarhan, 2019).

Girişimcilik eğitimini bir sınıftaki öğrenci görüşleri üzerinden ele alan Okudan ve Rzasa (2006) girişimciliğin yenilikçilik, risk alma, yaratıcı düşünme, proaktif olma, atak olma vb. davranışlarını güçlendirici etkisinden bahsetmektedir. Bu girişimci ruhun okullarda okutulan dersler ile sağlanması gerektiğini ve üniversitelerdeki girişimcilik eğitiminin girişimcilik kültürünü yansıtmaması gerektiğini ifade etmektedir. Finkle ve Deeds (2001) bu dersleri veren eğitim örgütlerinin kurumsallaşması gerektiğini belirtmektedir. Rasmussen ve Scheim'in (2006) konuya farklı bir boyut kazandırarak girişimcilik eğitiminin öğretmen odaklı

yahut uygulama odaklı olup/olmadığı ile ilgili konuları gündeme getirdiği görülmektedir. Onlar bu eğitim için sınıfta öğretimi az, öğrenmeye (uygulama) daha çok vakit ayrılan bir model oluşması gerektiğini ifade etmektedir. Bu konuyla ilişkili olarak Fiet (2000) ders içeriklerinin öğrencilerin görüşleri alınarak öğrenci katılım sistemi ile gerçekleşmesi gerektiğini öngören bir yaklaşımı savunmakta ve bu yöntem sayesinde öğrencilerin kendilerini daha iyi hissedeceğini ve derste aktif rol oynayacaklarını ifade eden argümanları ortaya çıkarmaktadır.

1.15. Girişimcilik Eğitiminin Amacı Nedir?

Girişimcilik bir iş fikri bulma ve onu uygulamaya dönüştürme yeteneği olarak ifade edilmektedir (Avrupa Komisyonu, 2011). Knight (1921) girişimciliğin bir belirsizlik olduğunu ifade ederken Bygrave ve Hofer (1991) girişimciliğin bir fırsatın algılanması ve onun takip edilerek bir organizasyon oluşturulması olarak tanımlamaktadır. Eğitim ise bireyi belirli amaçlar doğrultusunda yetiştirme sürecidir. Bu süreçte kişilik farklılaşır ve bu farklılaşma ile eğitimin en önemli kısmının oluştuğu ifade edilmektedir. Bu bağlamda eğitimin en büyük amaçlarından birinin bilmek değil harekete geçmek olduğu anlatılmaktadır (Fidan, 2012). Spencer'a göre eğitiminden beklenen amaç bireyi bütünüyle hayata hazırlamak ve geçmiş deneyimlerin aktarılması yolu ile bireye belirli bir farkındalığın kazandırılması olarak tanımlanmaktadır (Spencer, 1979).

Girişimcilik eğitimi büyük oranda girişimcilik ve öğrenmenin kavramsal anlayışına dayanmaktadır. Bu eğitim girişimcilik hakkında öğrenme, girişimcilik yolu ile öğrenme ve girişimcilik için öğrenme ile ilgilidir (Gibb, 2005). Bu tanımlamayı destekler nitelikte Belen ve Demirkaya (2012) girişimcilik eğitiminin hem öğrenme hem de bir öğretme metodu olarak düşünülmesi gerektiğini belirtmiştir. Öyle ki girişimcilik eğitimi mezun bireylerin gerekli yaşam becerilerine sahip olabilmeleri için uygun bir eğitim sürecini içine alan bir durum olarak tanımlanmıştır (Abiogu, 2011). Girişimcilik eğitimi bir fikir aktarımı olarak gören Doğaner (2014) bu eğitimin bilgi ve becerilerin yeni durumlara aktarılmasını kolaylaştıracağını savunmuştur.

İrelan, Hitt ve Sirmon'a göre (2003) girişimcilik eğitiminin amacı belirsiz şartlar altında davranışları eyleme dönüştürerek girişimci zihniyetin oluşmasını

sağlamaktır. Bu girişimci zihniyeti hızlı algı olarak tanımlamak doğru bir ifade olarak kabul edilmektedir. Raposo ve Paço (2011) girişimcilik eğitiminin önemli amaçlarından birinin de bireyde gizli kalmış girişimcilik yeteneğini ortaya çıkarmak ve bu yeteneğin farkına varılmasını sağlamak olduğunu belirtmektedir.

Girişimcilik eğitiminde kazandırılması amaçlanan özelliklerin;

- Kişide girişimci farkındalığı arttırmak,
- Networking fırsatları sunmak,
- Sosyal girişimciliği desteklemek,
- Özgüveni arttırmak,
- Liderlik ve yönetim becerilerini geliştirmek,
- Risk yönetimini öğrenmek,
- İş kurma becerilerini geliştirmek,
- Yaratıcılığı ve yenilikçiliği teşvik etmek olduğu,

Bireylerin özellikle iş dünyasında proaktif olmalarını sağlamak için verilen girişimcilik eğitiminin bireylerin hem iş hayatlarında hem de sosyal ve ekonomik kalkınmada desteklendiği ifade edilmektedir (Rasmussen, 2006).

Tağraf ve Halis (2008) girişimcilik eğitiminde amacın bireyde:

- Kendini tanıma duygusu,
- Cesaret,
- Kararlılık,
- Zorluklara karşı yılmama,

gibi birtakım davranışsal özelliklerin kazandırılması olduğunu vurgulamıştır. Nitekim girişimcilik eğitimi kararlılık, başarıma arzusu, fırsatlara odaklanma, problem çözme becerisi geliştirme, iç kontrol ve iç odaklılık gibi bazı girişimci zihniyete özgü özellikleri de amaçlamıştır (İpçioğlu ve Taşer, 2009). Öyle ki yapılan araştırmalar neticesinde girişimcilik derslerinin öğrenciler için olumlu sonuçlar ortaya çıkardığı belirlenirken girişimcilik eğitimi alan öğrencilerin bu eğitimi almayan öğrencilere göre girişimcilik anlayışına daha çok eğilimi olduğu sonucuna varılmıştır. Bu bağlamda Balaban ve Özdemir (2008) bu eğitimi alan

öğrencilerin girişimcilik eğiliminin pozitif olarak yükseldiğini fakat bu eğitimin tek başına girişimciliğe olan ilgiyi arttırmada yeterli olmadığını ifade etmiştir. Bu eğitimin başarılı olabilmesi için eğitim zincirindeki diğer unsurların da gerektiği ölçüde desteklenmesi bulgusu ortaya çıkmıştır.

Girişimcilik eğitimi bireylerin sosyal hayatında da çeşitli düzenlemeleri ortaya çıkarmıştır. Örneğin bu eğitim ile bireyler yalnızca ekonomik olarak değil aynı zamanda toplumsal refahı da sağlayacak birtakım özellikleri de kazanmıştır (Bozkurt ve Alparslan, 2013).

- Toplumsal sorunlara çözüm üretmek,
- Sosyal adaleti ve eşitliği desteklemek,
- Toplumsal katılımı arttırmak,
- İstihdam yaratmak ve sosyal kalkınmayı desteklemek,
- Sürdürülebilirlik bilinci aşmak,
- Kültürel ve sosyal değerlerin korunmasını sağlamak gibi

özellikler yolu ile girişimcilik eğitimini yalnızca bireysel başarı olarak görmeyip toplumsal/sosyal faydaların kazandırılmasına da katkı sağlayan bir eğitim anlayışı oluşturulması gerekliliğini vurgulamıştır.

1.16. İlgili Literatür

Bu bölümde yurt içinde ve yurt dışında din eğitimi ve girişimcilik eğitimi konusu ile ilgili olarak ;

1. Din Eğitimi ve Girişimcilik Becerisi,
2. Girişimcilik Eğitimi ve Girişimcilik Becerisi

3. Vaka Analizi Yöntemi ile Girişimcilik Becerisinin Kazandırılması konularına yönelik çeşitli araştırmalara yer verilmiştir. Bu bağlamda bu alandaki mevcut çalışmaların neler olduğu ve yaygınlığı hakkında çeşitli bilgiler verilerek bu konular hakkında araştırma yapmak isteyenler için yardımcı bir kaynak oluşturmak amaçlanmıştır. Araştırma konusu ile ilgili halihazırda mevcut çalışmalar incelenmiş ve bu alandaki eksikler/ihtiyaçlar belirtmeye çalışılmıştır.

Araştırma için Google Akademik, UNESDOC, ULAKBİM ve YÖK Ulusal Tez Merkezi; “Din Eğitimi ve Girişimcilik Becerisi”, “Girişimcilik Eğitimi”, “Girişimcilik”, “Girişimcilik Becerisi”, “Girişimcilik Eğitimi ve Vaka Analizi Yöntemi Örnekleri”, “Vaka Analizi Yöntemi ile Girişimcilik Becerisinin Kazandırılması” anahtar kelimeleriyle taranmıştır. Bu tarama neticesinde elde edilen bulgular aşağıda yurt içi ve yurt dışı kaynaklar başlığı altında incelenmiştir:

1.16.1. Yurt Dışı Araştırmalar

Din Eğitimi ve Girişimcilik Becerisi ile İlgili Yurt Dışı Literatür Taraması Örnekleri Şöyledir:

- Chewning, Eby ve Roels (1990) Din Eğitimi ile Girişimcilik Eğitiminin Entegrasyonu,
- Greenleaf (1977) Din Eğitiminde Hizmetkar Liderlik Modeli ile Girişimci Özelliklerin Birleşmesi ve Topluma Hizmet Anlayışı,
- Hofstede (2001) Din Eğitimi ile Girişimcilik Becerilerinin Kazandırılmasının Dini ve Kültürel Bağlamlarda Etkileri,
- Kayed ve Hassan (2011) Din Eğitimi ile Girişimcilik Becerilerinin Geliştirilmesinde Etik İş Uygulamaları,
- Kriger ve Seng (2005) Liderlik Becerileri, Kişisel Liderlik ve Topluluk Öncülüğü gibi Girişimcilik Özelliklerinin Dini Eğitim Programları ile Kazandırılması,
- Mc Cleary ve Barro (2006) Din Eğitimi ile İş Ahlakı Kazanma, Ekonomik Girişimcilik Teşviği,
- Ramadani (2015) Dinin İş Dünyasında Dürüstlük, Adalet ve Topluma Hizmet Değerlerine Vurgusu ile Girişimcilik Becerilerinin Ortak Sosyal Sorumluluk Bilinci Oluşturması,
- Smith ve Emerson (2014) Din Eğitimi ile Sosyal Girişimcilik Becerisinin Kazandırılması, Dinlerin Öğretilerinde Yer Alan Eşitlik, Adalet vb. Kavramların Sosyal Girişimciliğe Etkisi,
- Speck (2005) Din Eğitimi ile Toplumsal Hizmet, Sosyal Girişimcilik Bilincinin Artması,

- Weaver ve Agle (2002) Din Eğitiminin Öğrencilerin Girişimcilik Süreçlerinde Etik ve Ahlaki Değerlere Bağlı Kalmasını Teşvik Etmesi ve Bireylerin İş Dünyasında Ahlaki Girişimcilik İlkelerini Kullanması,

Bu literatür taraması din eğitimi ile girişimcilik becerileri arasındaki ilişkiyi anlamak adına önemli bir başlangıç noktası olarak kabul edilebilir görülmüştür. Yurt dışı araştırmalarından elde edilen veriler incelendiğinde Chewning, Eby ve Roels (1990)'ın çalışmalarında Din Eğitimi ve Girişimcilik becerilerinin nasıl birleştirilebileceği bu konu hakkında çeşitli görüşler ve yapılan çalışmaların anlatıldığı görülmüştür. Greenleaf (1977) çalışmasında din eğitime farklı bir bakış açısı katmak amacıyla problem çözme yeteneklerini sürece dahil etmiştir. Özellikle din eğitimi verilirken yenilikçi eğitim materyallerinin kullanılması ve toplumun ihtiyaçlarına göre projelerin üretilmesi fikri dikkati çekmiştir. Hofstede (2001) dini ve kültürel farklılıkların bireyin girişimcilik becerilerini kazanma sürecini etkilediğinden bahsetmiştir. Smith ve Emerson (2014) din eğitimi ile sosyal girişimcilik becerilerinin kazandırılması konusunu incelerken dini düşünce öğretilerinde var olan eşitlik, adalet ve etik değerlerin sosyal girişimcilik üzerindeki etkisi üzerinde durmuştur. Weaver ve Agle (2002)'ın yapmış oldukları çalışmada ise din eğitiminin girişimcilik süreçlerindeki ahlaki değerlerin vurgulandığı ve bu bağlamda öğrencilerin girişimcilik süreçlerinde kararlarında adil ve ahlaki bir düzlemde olması gerektiği üzerinde durmuşlardır. Speck (2005) din eğitiminin toplumsal hizmet ve sosyal girişimcilik bilincinin artmasındaki rolünden bahsederken bireyin almış olduğu din eğitimi ile toplumsal sorumluluklarını anlayabilmelerini ve sosyal girişimcilik ruhlarını geliştirmelerini sağlayabileceklerini belirtmiştir. Ramadani (2015) dinin iş dünyası üzerinde dürüstlük, adalet ve topluma hizmet değerlerine yapılan vurgu ile girişimcilik becerilerinin ortak özelliklerinden yola çıkarak ortak sosyal sorumluluk bilinci oluşturulabileceğinden bahsetmiştir. Mc Cleary ve Barro (2006) çalışmasında din ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Dinin bireylerin ekonomik davranışları üzerindeki etkisini ve bunun ekonomik kalkınmaya olan katkısını analiz etmiştir. Özellikle girişimcilik, etik değerler ve ekonomik kalkınma arasında nasıl bir bağ kurulabileceğinden bahsedilmiştir. Kriger ve Seng (2005) liderlik ve yöneticilik bağlamında dinin manevi etkilerini ele alan önemli bir araştırma yapmıştır. Özellikle liderlerin etik karar alma süreçlerinde, liderlik tarzlarında ve

dini manevi hayatlarında nasıl bir yol izlendiğinden söz edilmiştir. Kayed ve Hassan (2011) İslam ekonomisi ve girişimcilik bağlamında İslami değerlerin girişimcilik üzerindeki etkisinden bahsetmiştir. İslam'ın etik ve sosyal değerlerinin girişimcilik faaliyetlerine rehberlik ettiğini ve toplumsal fayda sağlayan bir ekonomik model sunduğunu ortaya koymuştur.

Din eğitiminde girişimcilik becerilerinin kazandırılması ile ilgili yabancı literatürün oldukça sınırlı olduğu ve bu iki önemli alanın kesiştiği noktaların bizler için din eğitimi ve girişimcilik becerileri adına önemli bulgular ortaya çıkardığı anlaşılmıştır. Nitekim din eğitiminin ahlaki değerler, sosyal sorumluluk ve topluma hizmet gibi girişimcilik becerileri ile bütünleştirilebileceği üzerine yapılan çalışmalar hakkındaki bulgular neticesinde; bu alanın daha fazla araştırılması ve özellikle din eğitimi ile girişimcilik becerisi arasındaki entegrasyonun nasıl daha etkili hale getirilebileceği üzerine çalışmalara yoğunlaşılması gerekliliği saptanmıştır.

Girişimcilik Eğitimi ve Girişimcilik Becerisi ile İlgili Yurt Dışı Literatür Taraması Örnekleri Şöyledir:

- Audretsch (2007) Girişimcilik Eğitimi Kimler için Vardır,
- Blenker (2011) Girişimcilik Eğitimi Programları,
- Dees (2001) Sosyal Girişimcilik Eğitimi,
- Fayolle (2007) Girişimcilik Eğitiminin Paradigması,
- Fayolle (2016) Girişimciliğin Multidisipliner Doğası, Girişimciliğin Kalitesi,
- Fayolle ve Gailly (2015) Girişimcilik Eğitimi,
- Fayolle ve Klandt (2006) Girişimcilik Eğitimi ve Öğretimi,
- Fayolle, Kyrö ve Linan (2015) Girişimcilik Eğitimi ile İlgili Ölçme Araçları,
- Hess (1911) Girişimcilik Eğitimi Nedir,
- Hess (2016) Girişimci Yetenekler,
- Hofstede (2001) Girişimcilik Eğitiminin Kültürel Etkileri,
- Honig (2004) Girişimcilik Eğitiminin Etkililiği,
- Lawal Ojodu (2022) Girişimcilik Eğitimi Gerekli mi,

- Neck ve Greene (2011) Girişimcilik Eğitiminde Uygulamalı Öğrenme,
- Pittaway ve Cope (2007) Girişimcilik Eğitiminde Mentörlük Programları,
- Rae ve Carswell (2001) Girişimcilik Eğitim Programları Bağlamında Kültür Etkili Girişimcilik Yaklaşımları,
- Sexton ve Bowman (1983) Müfredatın Girişimcilik Öğrencilerine Uygun Düzenlenmesi, Bireysel Analizler ile Girişimcilerin Yaşadığı Gerçek Sorun ve Çözüm Önerileri İçin Risk Durumları,
- Thomas ve Kelley (2011) Girişimcilik Eğitime Küresel Bir Bakış,
- Valerio, Parton ve Robb (2014) Girişimcilik Eğitimi ve Girişimcilik Eğitimi Programı,
- Weber (2011) Girişimcilik Eğitiminin Değerlendirilmesi,

Girişimcilik eğitimi üzerine yapılan yurt dışı çalışmalarının genellikle eğitim programlarının etkileri, öğretim yöntemleri, kültürel farklılıklar, girişimcilik eğitiminin sonuçları ve bu eğitimin bireysel/toplumsal kalkınmaya katkıları üzerinde yoğunlaştığı görölmektedir. Örneğin Audretsch (2007) girişimcilik eğitiminin sadece girişimci olmayı planlayan bireyler için değil, aynı zamanda girişimciliğin temel kavramlarını ve becerilerini öğrenmek isteyen herkes için faydalı olabileceğini savunmuştur. Blenker (2011) girişimcilik eğitimi programlarının tasarımında yalnızca girişimcilik bilgi ve becerilerinin kazandırılmasını değil bireylerin potansiyellerini keşfetmelerine yaratıcı çözümler geliştirebilmelerine olanak tanınması gerektiğinden bahsetmiştir. Fayolle (2007) girişimcilik eğitiminin yalnızca teknik bilgi ve beceri kazandırmaktan ziyade bir düşünce biçimi ve tutum geliştirmeyi amaçladığını savunmuştur. Hess (1911) girişimcilik eğitiminin temellerini ele alan çalışmasında bu eğitimin girişimcilik yeteneklerinin geliştirilmesi ve girişimcilik sürecinin daha iyi anlaşılmasını sağlamaya yönelik bir öğrenme süreci olduğunu vurgulamıştır. Lawal Ojodu (2022) girişimcilik eğitiminin önemini ve gerekliliğini derinlemesine incelemiştir. Neck ve Greene (2011) girişimciliğin geleneksel sınıf yöntemleriyle değil, deneyimsel ve pratik yaklaşımlarla daha etkili bir şekilde öğretilebileceğini ifade etmiştir. Sexton ve Bowman (1983) girişimcilik eğitiminin önemini ve etkilerini araştıran erken dönem çalışmalarından biri olarak girişimcilik eğitiminin girişimci davranış ve performans üzerindeki etkilerini incelemiştir.

Elde edilen tarama sonuçları girişimcilik eğitiminin küresel olarak farklı yönlerini anlamaya ve geliştirmeye yardımcı olurken girişimcilik eğitiminde karşılaşılan zorlukları da ortaya koymaktadır. Bu araştırma sonucu eğitimcilerin programlarını daha etkili hale getirebilmeleri için yol gösterici olabileceğini ifade etmek mümkündür.

Vaka Analizi Yöntemi ile Girişimcilik Becerisinin Kazandırılması Konusunda Yurt Dışı Literatür Taraması Örnekleri Şöyledir:

- Barnes, Christensen ve Hansen (1994) Vaka Analizleri ile Gerçek Problemlerin Simüle Edilmesi ve Zorluklara Hazırlık,
- Eisenhardt (1989) Vaka Analizlerinin Karmaşık Kararlarda Öğrencilere Rehberliği,
- Eisenhardt ve Graebner (2007) Vaka Analizlerinin Etkili Olabilmesi ve Vakaların İyi Yönlendirilmesi,
- Ellet (2007) Vaka Analizleri ile Girişimcilik Eğitiminin Derin Bir Öğrenme Deneyimi Sağlaması,
- Kolb (1984) Vaka Analizinin Girişimcilik Eğitiminde Deneyimsel Öğrenme Olarak Kabul Edilmesi,
- Lackeus (2015) Vaka Analizleri ile Yaratıcı ve Yenilikçi Çözümler Bulma, Girişimcilik Faaliyetlerinde Yenilikçi Olma,
- Mason ve Arshed (2013) Vaka Analizleri ile Problem Çözme Becerilerinin Geliştirilmesi,
- Sarasvathy (2001) Vaka Analizleri ile Etkisel Mantık Oluşturma ve Belirsizlik Altında Karar Verebilme,

Bu literatür taraması vaka analizi yönteminin girişimcilik eğitiminde etkili bir araç olduğunu ve çeşitli girişimcilik becerilerinin kazandırılmasında önemli bir rol oynadığını göstermektedir. Örneğin Kolb (1984)'a göre deneyimsel öğrenme, bireylerin teorik uygulama fırsatı buldukları ve bu süreçte deneyim yoluyla anlamlı öğrenme gerçekleştirdikleri önemli bir modeldir ve vaka analizleri bu modelin önemli bir bileşenidir. Mason ve Arshed (2013) girişimcilik eğitiminde vaka analizlerinin problem çözme becerilerinin geliştirilmesi üzerindeki etkisini ele almıştır. Çalışmaları vaka analizlerinin öğrencilerin eleştirel düşünme, analitik

beceriler ve yaratıcı problem çözme yetkinliklerini geliştirmek için etkili bir araç olduğunu savunmuştur. Sarasvathy (2001) etkisel mantık ve belirsizlikler altında karar verebilme konularında girişimcilik eğitiminde vaka analizlerinin önemini vurgulamıştır. Bu bağlamda vaka analizlerinin bu tür kararları simüle etme ve öğrencilerin etkili kararlar alabilme becerilerini geliştirmede nasıl kullanabileceklerine odaklanmıştır.

Vaka analizi yöntemi ile girişimcilik eğitimi dinamik, aktif ve öğrenci odaklı bir deneyim sağlamaktadır. Pedagojik bir yaklaşım olarak vaka analizi yöntemi ile girişimcilik becerilerinin kazandırılması eleştirel düşünme, karar verme, problem çözme ve pratik beceriler geliştirme üzerinde oldukça önemli görülmektedir.

1.16.2. Yurt İçi Araştırmalar

Girişimcilik Eğitimi ve Girişimcilik Becerisi ile İlgili Yurt İçi Literatür Taraması Örnekleri Şöyledir:

- Binnetoğlu, Bağ ve Tarhan (2023) Din Eğitiminde Girişimcilik Becerisinin Etkinliklerle Kazandırılması Üzerine Bir Değerlendirme,
- Akyüz ve Gökmen (2015) Türkiye’deki Girişimcilik Eğitimi Programları
- Aydın ve Öztürk (2018) Sosyal Girişimcilik Eğitimi,
- Çetinkaya (2014) Girişimcilik Eğitiminin Yenilikçilik Üzerine Etkisi,
- Çoban ve Karataş (2019) Girişimcilik Eğitiminde Atölye Çalışmalarının Önemi,
- Demir (2016) Türkiye’de Girişimcilik Eğitimi Politikaları,
- Dikmen (2014) Türkiye’de Girişimcilik Eğitimi Veren Kurumların Karşılaştığı Zorluklar,
- Erdem ve Yılmaz (2017) Türkiye’deki Girişimcilik Kamplarının Eğitime Katkısı,
- Gürol ve Atsan (2006) Türkiye’de Üniversitelerde Verilen Girişimcilik Eğitimi,
- Karabulut (2016) Girişimcilik Kültürünün Oluşması,
- Sarı ve Demirci (2021) Dijital Girişimcilik,

- Tarhan (2019) MEB 2023 Eğitim Vizyonu Çerçevesince Türkiye’de Girişimcilik Eğitiminin Geleceğine Yönelik Bir Değerlendirme,
- Tarhan ve Kılıç (2017) Sosyal Bilgiler Eğitiminde Girişimcilik Becerisinin Kazandırılmasına İlişkin Bir İnceleme,
- Tarhan ve Kılıç (2017) Sosyal Bilgiler Eğitiminde Girişimcilik Becerisinin Kazandırılmasına Yönelik Kaynaklar Bibliyografyası,
- Tuna ve Gök (2020) Türkiye’de Girişimcilik Eğitiminin Geleceği, Dijitalleşme, Yenilikçi Öğretim Yöntemleri ve Küresel Girişimcilik,

Yapılan literatür taraması ile ilgili Türkiye’deki girişimcilik eğitimi çalışmalarının, bu alandaki mevcut durumu ve gelecekteki yönelimleri vurguladığı görülmektedir. Türkiye’deki ekonomik ve sosyal kalkınmanın önemli bir parçası olan girişimcilik eğitimi sürekli gelişim ve yenilik gerektiren bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu alandaki çalışmaların azlığı dikkate alındığında din eğitiminde girişimcilik becerilerinin kazandırılması ve girişimcilik eğitimi ile ilgili daha fazla araştırma yapılması, eğitim politikalarının yapılandırılması gibi durumların yaygınlaştırılması girişimcilik eğitiminin daha etkin hale gelmesini sağlayacağı sonucunu ortaya çıkarmaktadır.

1.16.3. Literatürün Değerlendirilmesi

Yukarı ifade edilen çeşitli çalışmalar bağlamında dünyada ve ülkemizde girişimcilik eğitimi, girişimciliğin teşvik edilmesi, yeni girişimler için uygun ortamların sağlanması, girişimcilik eğitiminin girişimcilik eğilimlerinde meydana getirdiği değişiklikler ve yeterlilikler, girişimcilik özellikleri olan, kendine güvenen, yenilikçi, başarıya ihtiyacı olan ve risk alabilen bireylerin girişimcilik eğilimlerinin neler olduğu, girişimcilik becerisine yönelik olarak kişilik özelliklerinin tespiti ve kişiliğin boyutlarının girişimcilik üzerindeki etkileri, girişimciliğin geldiği son durum vb. konular kapsamında gerek dünyada gerekse ülkemizde girişimcilik eğitiminin verilmesinde kurumların rolünün tespiti gerçekleştirilmiştir.

Özellikle Türkiye’de yenilikçi bir anlayış çerçevesinde girişimciliğin rol haritasının belirlenmesi, girişimci ruh, girişimci niyet ve girişimci anlayışın oluşturulmasının istendiği anlaşılmıştır. Yapılan çalışmaların girişimcilik

becerisinin kazandırılması noktasında kullanılabilecek kaynak özellikleri taşıdığı tespit edilmiş ve bu çalışmanın Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi Dersi kapsamında verilen din eğitime ve girişimcilik becerilerine dair alana katkı sağlaması hedeflenmiştir.



2. MATERYAL ve YÖNTEM

Bu bölümde araştırmanın modeli, araştırma süreci, veri toplama araçları ve verilerin analizi ile ilgili çeşitli bilgilere yer verilmiştir.

2.1.Araştırma Modeli ve Araştırma Soruları

Bu araştırmada veriler nitel araştırma yöntemlerinden vaka analizi metodu kullanılarak elde edilmiştir. Verilerin analizinde ise gözlem ve görüşme, doküman analizi ve içerik analizi yöntemi kullanılmıştır.

Öncelikle belirtmek gerekir ki nitel araştırmalar yapılırken bir olgu ya da az bilinen bir sorun, derinlemesine incelenerek anlaşılabilir. Nitel araştırma olay ve olguları doğal ortamları içerisinde betimleyerek bakış açılarını anlamak ve yansıtmak üzerine odaklanan tümevarımsal bir yöntemdir. Nitel araştırmaların beş anahtar özelliği; natüralistik, tamamlayıcılık, süreç, tümevarım ve anlamdır. Nitel araştırmalarda gerçek ortamlar ve araştırmacının kendisi vardır. Toplanan veriler sayılardan çok kelime ve resim şeklinde ifade edilir. Hem veri kayıtlarında hem de bulguların açıklamasında yazılı kelimeler kullanılır. Nitel araştırmalar sonuçtan ziyade süreçle ilgilenir ve verileri tümevarımsal olarak analiz eder. Aynı zamanda nitel araştırmalarda anlam oldukça önemlidir. bu bağlamda perspektifleri doğru bir şekilde yakalamakla ilgilenirler (Boğdan ve Biklen, 1998).

Gözlem ve görüşme yöntemi ile verilerin kaydedilmesi kolaylaştırılır ve bir standart oluşturulur. Pratik bir şekilde uygulanması ve kullanışlılığı veri toplama yöntemi olarak gözlem ve görüşmenin tercih edilmesinde önemli olmuştur (Knodel, 1993).

Doküman kelimesi TDK'de 'belge', bir şey hakkında bilgi veren veya bir şeyin kanıtı olarak kullanılan kitap veya elektronik dosya olarak tanımlanmıştır. Doküman analizi (belge incelemesi), dokümana ulaşma, orijinallliğini teyit etme, dokümanı anlama ve analiz etme aynı zamanda veriyi kullanma yöntemidir. Doküman analizi ile yazılı belgelerin içeriği sistematik olarak analiz edilir, basılı ve elektronik materyaller olmak üzere tüm belgeler incelenir ve değerlendirilmesi yapılır. Nitel araştırmalarda kullanılan yöntemler gibi doküman analizinde de

anlam çıkarma ve konu hakkında anlayış oluşturma, bilgi geliştirme ve verilerin incelenmesi/değerlendirilmesi sağlanır (Corbin ve Strauss, 2008).

İçerik analizi yöntemi ile metinlerin, belgelerin, dokümanların ve temaların içerikleri belirli kurallar dahilinde analiz edilir, iletilerin/mesajların açık içeriklerinin nesnel ve ölçülebilir açıklamasını yapar. Bu yöntem ile sosyal gerçeklik belirlenirken nesnel, sistematik, tümdengelimle dayalı ölçütler ile belirlenen metinlerden anlamlar çıkarma amaçlanır (Tavşancıl ve Aslan, 2001).

Bu yöntemlerden biri olan vaka analizi ise çeşitli kaynaklardan bilgi toplama avantajı ile araştırmacılar için önemli bir kaynak olmuştur (Strauss ve Corbin 1994). “Case Study” ifadesinin karşılığı olarak vaka incelemesi kullanılmış ve ek olarak örnek olay çalışması, olay incelemesi, örnek olay inceleme yöntemi, vaka ve durum çalışması gibi adlandırmalar da yapılmıştır (Aytaçlı, 2012). Bu çalışmada ise bu adlandırmalardan vaka analizi yöntemi tercih edilmiştir.

Vaka analizi ile ilgili çeşitli tanımlamalar şöyledir:

Sammot Bonnici ve Mc.Gee (2014) vaka analizi ile ilgili herhangi bir belgenin tarihini ve kapsamlı analizini içeren araştırma yöntemi olduğunu ifade ederken; University of Florida’da gerçekleştirilen çalışmalarda (2012) vaka analizi için “betimsel, bulgusal, eleştirel, program uygulaması, program etkileri, olasılıksal, bütünsel, öyküsel ve tıbbi” şeklinde farklı biçimlerde tanımlamalar yapıldığı aktarılmıştır. Tellis (1997) vaka analizinde araştırma soruları için belirlenen analizlerin birey, toplum, kurumlar ya da politikalar aracılığı ile olabileceğini ifade etmiştir. Dooley (2002) ise akademik araştırmalarda yaygın olarak betimleyici vaka analizi yöntemlerinin kullanıldığından bahsetmiştir. Bu tür analizlerde araştırmacılar vaka ile özel ilgilenerek ve vakayı gözlemleyerek analiz yapmaya çalışmıştır.

Vaka analizi yöntemi ile ilgili yukarıda farklı tanımlara yer verilmiştir. Yapılan tanımlar bağlamında ortak bir ifade belirtmek gerekirse; vaka analizi yöntemi belirli bir olay, durum ya da bireyler/gruplar üzerine yoğunlaşarak yapılan ayrıntılı incelemeler ve bir olay ya da durumun derinlemesine analiz

edilmesi; Belirli bir konuda somut, bağlamsal ve derinlemesine bilgi edinmek istediğimizde başvurduğumuz bir analiz yöntemi olarak açıklanmıştır.

Vaka analizi sürecinde vakayı etkileyen verilerin ele alınması, anahtar konuların belirlenmesi, çözüm olarak yapılabilecek alternatif eylemlerin listelerinin hazırlanması, belirlenen alternatif eylemler listelerinin incelenmesi ve değerlendirmenin yapılması ardından en uygun çözümün tavsiye edilmesi ile çeşitli sonuçlara ulaşılmıştır. Çalışma da problem belirlendikten sonra yurt içi ve yurt dışı kaynaklarda Din Eğitiminde Girişimcilik Becerisi' nin geliştirilmesine yönelik varsa vaka analizi örnekleri yoksa da çeşitli konular ile ilgili vaka analizi örnekleri incelenmiş, değerlendirilmiş ve uygulama yöntemleri belirlenmiştir. Bu süreç ile ilgili aşamalar aşağıda ifade edilmiştir (Finkle ve Deeds, 2001):

Vaka Analizi Adımları:

- **Vakayı Etkileyen Vaka ile İlgili Verilerin Ele Alınması:** Vaka çalışmasının ilk basamağını oluşturan bu aşamada vakada belirlenen bilgiler üzerinde yeterince bilgi sahibi olana dek vakanın tekrar tekrar okunması hedeflenmiştir. Vaka örneğinde verilerin doğru olarak kabul edilmesi önemlidir ancak incelemeyi yapan kişiler tarafından yapılan açıklamalar, ortaya çıkarılan yargılar ve kararlar detaylı bir şekilde incelenmesi ve sorgulanması istenmiştir. Ek olarak bu aşamada önemli veriler belirlenmeli gerekli yerlerde resim ve çizelgelerin altına çizilmesi tavsiye edilmiştir.
- **Anahtar Konuların Belirlenmesi ve Tanımlanması:** Vakada anlatılan yeni fırsatlar, değişen koşullar, rekabetçi ortam vb. durumlar gibi konuları içermektedir. Bu aşamada vakanın temel içeriğinin ve etkilediği konuların tanımlanması, bu tanımlar bağlamında değerlendirilmesi istenmiştir. Bazı vakalarda anahtar konular yeterince açık olmadığı için çok iyi değerlendirilmesi tavsiye edilmiştir.
- **Çözüm Olarak Yapılabilecek Alternatif Eylem Listelerinin Hazırlanması:** Bu kısımda anahtar konular belirlendikten sonra bu konulara ait alternatif çözümler listelenmiştir.
- **Belirlenen Alternatif Eylem Listelerinin İncelenmesi ve Değerlendirilmesi:** Vakadan elde edilen verilere, anahtar konulara ve

belirlenen stratejik görüşlere göre her çözüm yolunun değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Bu aşamada özellikle listeler hazırlanırken belli kriterler belirlenerek ve her seçenek bu kriterler temel alınarak yapılması uygun görülmüştür. Yine belirlenen her alternatifin neden olacağı ya da ulaşacağı sonuçların ve buna bağlı olarak ortaya çıkabilecek risklerin iyi belirlenmesi istenmiştir.

- **En Uygun Eylemin Tavsiye Edilmesi:** Bu aşamada anahtar konuların iyi tanımlanması, farklı eylem alternatiflerinin değerlendirilmesi ve gerçekçi sonuçlara ulaşmak oldukça önemli görülmüştür. Elde edilen veriler bağlamında hangi alternatif sonuçların daha çok tercih edildiği ve tatmin edici olduğu hakkında kesin yargılara ulaşılması amaçlanmıştır. Bu süreçte tüm soruların eksiksiz ve net olarak cevaplanması, sebep-sonuç ilişkilerinin kurulması ve yaratıcı(inovatif) düşüncenin açıklanması çok önemsenmiştir. Öyle ki elde edilen veriler ile süreç sonucunda başarılı olabilmek için analitik düşünme, stratejik karar alma, etkili iletişim, stres yönetimi, yaratıcı düşünce ve liderlik gibi birçok düşünme becerilerinin de aktif olarak kullanılması istenmiştir (Fayolle ve Klandt, 2006)

Bu bağlamda araştırma modeli doğrultusunda çalışmanın soruları şu şekilde belirlenmiştir:

1. Girişimcilik becerisinin iş fikri boyutuna ait bilgi, beceri ve değerlerin din eğitimi sürecinde vaka analizi yöntemi ile kazandırılmasına ait bulgular nelerdir?
2. Girişimcilik becerisinin finansman boyutuna ait bilgi, beceri ve değerlerin din eğitimi sürecinde vaka analizi yöntemi ile kazandırılmasına ait bulgular nelerdir?
3. Girişimcilik becerisinin ürün tasarımı ve üretim boyutuna ait bilgi, beceri ve değerlerin din eğitimi sürecinde vaka analizi yöntemi ile kazandırılmasına ait bulgular nelerdir?
4. Girişimcilik becerisinin tanıtım ve pazarlama boyutuna ait bilgi, beceri ve değerlerin din eğitimi sürecinde vaka analizi yöntemi ile kazandırılmasına ait bulgular nelerdir?

5. Girişimcilik becerisinin yatırım ve sürdürülebilirlik boyutuna ait bilgi, beceri ve değerlerin din eğitimi sürecinde vaka analizi yöntemi ile kazandırılmasına ait bulgular nelerdir?

2.2.Problemin Belirlenmesi

Girişimci ruhun ortaya çıkması, özgüven, liderlik, problem çözme becerileri ve üst düzey düşünme becerilerinin geliştirilmesi, bireylerin toplumsal hayata hazırlanması ve başarılı girişimcilerin yetiştirilmesinde girişimcilik eğitimi önemli rol oynamaktadır. Din eğitimi ise değerler, etik kurallar ve sosyal sorumluluk gibi konuları vurgulayarak öğrencilere ahlaki bir temel sağlar. Bu birleşim, bireylerin toplumsal hayatlarına olumlu katkı sağlamasına ve sürdürülebilir kalkınmayı desteklemelerine olumlu katkılar sunabilir. Din eğitimi ve girişimcilik becerileri, bireylere yaşamlarında anlam ve amaç bulmaları noktasında yardımcı olabilir aynı zamanda bu doğrultuda çeşitli sosyal çıktılar da elde edilebilir (Gözüm, 2019). Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi Dersi Öğretim Programlarında doğrudan girişimcilik eğitimi ve girişimcilik becerilerinin kazandırılması hususunda gerçekleştirilen çalışmaların azlığı ve eksikliği dikkate alınarak bu çalışmanın problem durumu belirlenmiştir.

2.3.Literatürün Taranması ve Yorumlanması

Araştırmada din eğitimi ve girişimcilik becerilerinin kazandırılması için şu ana kadar dünyada ve Türkiye’de gerçekleştirilen çalışmaların neler olduğu ve mevcut durumun ne olduğu belirlenmeye çalışılmıştır. Nitekim dünyada Din Eğitimi bağlamında girişimcilik becerilerinin kazandırılması amacı ile gerçekleştirilen kitap, makale ve vaka/olay uygulama örneklerinin incelenmesi, ek olarak Türkiye’de gerçekleştirilen çalışmaların amaç, tür, içerik analizi ve mevcut çalışmaların içerikleri aktarılmaya çalışılmıştır.

Din eğitiminde girişimcilik becerilerinin kazandırılmasının kapsamı ve kuramsal çerçevesinin belirlenmesi, bu bağlamda dünyada girişimcilik becerilerinin kazandırılmasında kullanılan varsa vaka analizi örnekleri nelerdir, Din eğitiminde girişimcilik becerilerinin süreç, tema, beceri ve değerleri nelerdir,

Türkiye’de din eğitiminde girişimcilik becerilerinin varsa vaka uygulama örnekleri nelerdir gibi sorulara cevap aranmıştır.

2.4.Eylem Planı Geliştirme/Hazırlama Süreci

Çalışmanın bu kısmında literatür çalışması ile elde edilen bilgiler bağlamında araştırmanın amaç ve alt amaçları kapsamında oluşturulan uygulama planı ve uygulama süreci açıklanmıştır. Din Kültürü Ve Ahlak Bilgisi Dersinde girişimcilik becerilerinin kazandırılması doğrultusunda çeşitli girişimcilik örneklerinden girişimcilik hikayeleri hazırlanmış ve eylem sürecinin ilk aşaması oluşturulmuştur. Bu hikayeler bağlamında vaka uygulama örnekleri hazırlanmış ve değerlendirilmiştir. Eylem planı süreci literatürün taranması, elde edilen bulguların analiz edilmesi, çeşitli temaların ortaya çıkarılması, beceri ve değerlerin belirlenmesi, yöntemlerin belirlenmesi, vaka örneklerinin oluşturulması, oluşturulan vaka örneklerinin uygulanması ve son olarak tüm bu veriler ışığında değerlendirme yapılması olarak planlanmıştır.

Araştırma kapsamında amaç ve problem durumu bağlamında çalışmanın kapsamına alınacak din eğitiminde girişimcilik becerilerinin kazandırılması ile ilgili konular belirlenmiştir. Bu doğrultuda yurt dışında ve yurt içinde yayınlanan vaka örnekleri incelenmiştir. Google arama motoru üzerinden konu ile ilgili kitaplar, makaleler ve elde edilen tüm çalışmalar bağlamında araştırmanın kuramsal çerçevesi oluşturulmuştur. Din kültürü ve ahlak bilgisi dersinde girişimcilik becerilerinin kazandırılması amacıyla kullanılabilecek yurt içi ve yurt dışı kaynaklar bağlamında çalışmanın teması, beceri ve değerleri yazılmıştır.

Çalışmada ilgili konu bağlamında yapılan çalışmalar değerlendirildikten sonra belirlenen tema, beceri ve değerler ile alt temalar ve süreçte kazandırılması hedeflenen beceri ve değerler belirlenmiş ve bu doğrultuda vaka uygulama örnekleri geliştirilmiştir. Uygulama örnekleri geliştirilirken *Disiplinlerarası Girişimcilik Eğitimi Etkinlikler Kitabı* ve *Dünya Gazetesi Kitaplığından Başarı Öyküleri Kitabından* yararlanılmıştır. Vaka uygulama örnekleri 5.sınıf öğrencileri seviyesinde dil, kavram, açıklık, anlaşılabilirlik, konu alanı ve Din kültürü ve ahlak bilgisi dersine özgü becerilere uygunluğu dikkate alınarak hazırlanmıştır.

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurulu Başkanlığından araştırmanın uygulanması için etik kurul raporu alınmıştır. Araştırma süreci ile ilgili detaylı bilgi okul idaresi ile paylaşılmıştır. Bu doğrultuda araştırma kapsamında gerçekleştirilecek vaka örneğine yönelik uygulama takvimi oluşturulmuştur. Uygulama takvimi aşağıda gösterilmiştir:

Tablo 2.1. Uygulama takvimi

Etkinlik Uygulama Tarihi	Etkinliğin Adı	Etkinlik Süresi	Sınıf
06.05.2024	“Sen Büyüksün Halledersin” İş Fikrimi Oluşturuyorum	40 dk.	5/C
13.05.2024	“Kazanarak veya Kaybederek Öğreniyorsunuz” Finansman Fikrimi Oluşturuyorum	40 dk.	5/C
20.05.2024	“Olmamış Bir Şeyi Başarabilerseniz Özel Kalıyorsunuz” Ürün Tasarımı ve Üretim Fikrimi Oluşturuyorum	40 dk.	5/C
24.05.2024	“Babamın Ufku Çok Genişti” Ürünümü Tanıtıyorum Reklamımı Tasarlıyorum	40 dk.	5/C
31.05.2024	“Bize Her Şeyi Krizler Öğretti” İş Yerimi Tasarlıyorum, İşime Yer Arıyorum	40 dk.	5/C

2.5.Eylem Planının Uygulanması

Uygulama örnekleri 2024 yılı Mayıs ayında gerçekleştirilmiştir. Uygulama başlamadan önce 5/C sınıfı öğrencilerinin Din Kültürü Ve Ahlak Bilgisi Dersi’ne yönelik algı ve tutumlarını tespit etmek, girişimcilik becerisine yönelik bilişsel, duyuşsal ve sosyal özelliklerini anlayabilmek, daha önceki derslerin niteliklerini belirlemek ve öğrencilerin farkındalıklarını ortaya çıkarabilmek amacı ile Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi Dersi öğretmeni ve ilgili sınıfın öğrencileri ile görüşmeler yapılmıştır.

Çalışma sürecinde vaka örnekleri uygulanmadan önce araştırmanın işlenecek ders konusu ile ilgili amaçları, sürecin nasıl olacağı ve uygulama detayları hakkında öğrenciler bilgilendirilmiştir. Yukarıda ifade edilen tarihlerde uygulamalar gerçekleştirilmiştir. Sürecin her aşamasında uygulamalar ile veri toplanmıştır. Uygulama sonucunda öğrenciler ile çalışmanın genel değerlendirmesi

yapılmıştır. Bu değerlendirme ile öğrencilerin araştırma boyunca öğrendiklerini kendilerinin ifade etmeleri sağlanmıştır.

2.6.Çalışma Grubu

Bu araştırmada çalışma grubu olarak Bolu ili merkezinde bulunan Bolu İmam Hatip Orta Okulu'nun 25 kişiden oluşan 5/C sınıfı seçilmiştir. Bu çalışma grubunun seçilmesi çalışmanın “Din Eğitimi” ile ilgili olmasında öncelik oluşturmuştur fakat sınıf şubesi rastlantısal olarak tercih edilmiştir. Çalışma sürecinde sınıfların kız öğrencilerden oluşmasının çokluğu dezavantaj olarak kabul edilebilir. Ancak bu nokta bizler için eğitim programlarındaki kadın girişimciliği açısından önemli bir çıktı unsuru oluşturmuştur. Bu çalışma gerçekleştirilirken öğrencilerin sosyo-ekonomik düzeyleri dikkate alınmamıştır. Yapılan çalışmanın öğrencilere herhangi bir maddi sorumluluk oluşturmamasına dikkat edilmiştir.

Uygulamayı gerçekleştiren araştırmacı tarafından çalışma grubu olarak seçilen Bolu İmam Hatip Orta Okulu'nun 5-C sınıfı öğrencilerinin okul başarı durumları ve aileleri hakkında bazı bilgilerin ifade edilmesi öğrenci özelliklerini anlamak ve sonuçları doğru değerlendirebilmek için önemli görülmüştür. Bu bilgiler Tablo 2' de belirtilmiştir.

Tablo 2.2. Çalışma grubunda yer alan öğrencilerin tanıtıcı bilgileri.

Kod	Baba Mesleği	Anne Mesleği	Başarı Durumu	Açıklama
Ö1	Gardiyan	Ev Hanımı	İyi	Derse katılımı iyidir. Söz hakkı verildiğinde eksikleri olsa da sorulan soruya cevap vermeye çalışır.
Ö2	İnşaat İşçisi	Ev Hanımı	Kötü	Derse katılmaz, sorumluluklarını yerine getirmekte güçlük çeker. Derse ilgisi düşük olduğu için ders başarısı da düşüktür.
Ö3	Cam İşçisi	Ev Hanımı	Kötü	Sorumluluklarını yerine getirmeye çalışır. Derse ilgisi düşüktür ve derse katılmakta istekli değildir.
Ö4	Emekli	Ev Hanımı	İyi	Sorumluluklarında eksiklikler olmakla birlikte derslere katılımı orta düzeydedir.
Ö5	Marangoz	Ev Hanımı	İyi	Sorumluluklarında eksiklikler olmakla birlikte derslerdeki durumu orta düzeydedir.
Ö6	Fabrika Çalışanı	Ev Hanımı	Çok iyi	Derste oldukça aktif bir öğrenci olmakla birlikte ders ilgisi çok yüksektir. Sevimli

				ve ders esnasında konuşkan bir öğrencidir.
Ö7	Şehit	Ev Hanımı	İyi	Derste aktif, sorumluluklarını yerine getirmekte gayret sahibi ve derse ilgisi yüksek fakat ders dışında çekimser bir öğrencidir.
Ö8	Makine İşçisi	Ev Hanımı	Kötü	Sorumluluklarını yerine getirmekte gayreti az olan, derslerde aktif ve ilgili olmaktan kaçınan derse katılmaktan, ders çalışmaktan mutlu olmayan bir öğrencidir.
Ö9	Fabrika Çalışanı	Ev Hanımı	İyi	Derste oldukça aktif olmasına karşın çekimser olması ders başarısını olumsuz etkilemekte.
Ö10	Kasap	Garson	Kötü	Algısı düşük ve anlatılan konuyu anlamakta güçlük çeken kaynaştırma öğrencisidir.
Ö11	Çalışmıyor	Ev Hanımı	Kötü	Sorumluluklarını yerine getirmekte güçlük çeken ve derse ilgisi yeterli düzeyde olmayan bir öğrencidir.
Ö12	Elektrik Ustası	Ev Hanımı	İyi	Sorumluluklarının bilincinde olmakla birlikte derse ilgisi oldukça yüksektir. Ders esnasında söz almaktan ve konuşmaktan, derse aktif olarak katılmaktan hoşlanan bir öğrencidir.
Ö13	Polis Emeklisi	Ev Hanımı	Çok iyi	Zeki ve bilinçli, derslerine hazırlıklı gelen kendisine sorulan sorulara doğru cevaplar veren, heyecanlı, meraklı ve ilgisi yüksek bir öğrencidir. Türkiye geneli öğrenci seçme sınavlarında başarılıdır. Sınıfın en çalışkan öğrencisidir.
Ö14	Fabrika Çalışanı	Tekstil İşçisi	İyi	Sorumluluklarında eksiklikler olmakla birlikte derslerdeki durumu orta düzeydedir. Neşeli ve konuşkandır.
Ö15	Emekli	Market Çalışanı	Çok iyi	Derste oldukça aktif, sorumluluklarının farkında bir öğrencidir. Yapılan etkinlik ve uygulamalarda sınıfın en özverili davranan öğrencisidir. Verilen görevleri özenle yapan bir öğrencidir.
Ö16	Kamyon şoförü	Kantin Görevlisi	Çok iyi	Çalışkan ve sorumluluklarını bilir. Derste olan başarısı çok iyi düzeydedir. Sınıf ile uyumu yüksek arkadaşları tarafından sevilen bir öğrencidir.
Ö17	Kâtip	Halkla İlişkiler Uzmanı	Orta	Birçok konuda çeşitli fikirleri olan fakat çoğu zaman bu fikirleri doğru olmayan ve övülmekten hoşlanan bir öğrencidir. Ders başarısı normaldir. Başarısız olmasına rağmen çok çalışır. Sorumluluk sahibi ve derste aktif bir öğrencidir.
Ö18	Sanayi Ustası	Ev Hanımı	Çok iyi	Sınıfta dikkati yüksek, derse ilgisi oldukça fazla bir öğrencidir. Arkadaşları

				ile uyumlu takım çalışmalarında grubu yönetici rolü üstlenen aktif bir öğrencidir.
Ö19	Demir İşçisi	Ev Hanımı	Çok iyi	Derslerde aktif ve konuşkandır. Sorumluluklarını yerine getirebilmek için oldukça gayretlidir.
Ö20	Fabrika İşçisi	Ev Hanımı	Kötü	Derse ilgisi oldukça düşük, derse katılım konusunda isteksiz ve pasif bir öğrencidir.
Ö21	Serbest Meslek	Ev Hanımı	Kötü	Derslerde pasif ve sessiz olan bir kaynaştırma öğrencisidir.
Ö22	Ceza Evinde	Terzi	Kötü	Sessiz ve çalışkan bir öğrenci olmasının yanı sıra genel olarak hayata karşı ilgisi azalmış bir öğrencidir.
Ö23	Belediye İşçisi	Ev Hanımı	İyi	Sorumluluklarını yerine getirmekte zorlansa da ders akışını bozacak davranışlar sergilemez. İlgi gösterildiğinde ders başarı yükselen bir öğrencidir.
Ö24	Tır Şoförü	Ev Hanımı	Kötü	Öğretmen kontrolü olmadığında dersi kaynatmaya meyilli, sorumluluk bilinci gelişmemiştir. Ders dışında ilgisi yüksek fakat derse ilgisi az olan bir öğrencidir.
Ö25	Fabrika İşçisi	İşçi	İyi	Oldukça aktif, derse ilgili, çalışkan bir öğrencidir.

2.7. Verilerin Toplanması

Çalışmada amaç Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi dersi çıkış noktası kabul edilerek girişimcilik eğitimi ile nerede olursa olsun hayatının tüm zorlukları ile mücadele edecek kuvvetli bir zekâ, pratik bir düşünceye sahip olabilmek ve böyle insanlar yetiştirmektir. Toplumda dinamizmi sağlamak, bir amaca ulaşmak ve çeşitli olumsuzluklara karşı koyabilmek için insan, güçlü ve sürekli çabalayan kişi olmalıdır. Girişimcilik eğitimi ile öğrencilerin ilgi ve yeteneklerini geliştirerek onları hayata hazırlamak, milli, evrensel ve kültürel değerlerini tanımalarını sağlamak, öğrencilerin kendilerine, ailelerine ve topluma olumlu etkileri olan kendisi, ailesi ve toplum ile barışık, insan ilişkilerinde gelişmiş, iş birliği yapabilen, hoşgörülü ve paylaşımcı, dürüst, erdemli, iyi ve mutlu bireyler olmalarını sağlamak amaçlanmıştır. Girişimcilik becerilerinin kazandırılmasında öğrenme süreçleri daha çok aktif yaşama dayalı olduğu ve duyuşsal alanı hedeflediği için nicel araştırma yöntemleri kullanılmamış, araştırmanın yapısına uygun olarak nitel veri toplama yöntemleri kullanılmıştır.

Araştırma sürecinde kuramsal çerçeve oluşturulurken yurt dışı ders kitapları ve çalışma kitaplarından elde edilen uygulama örnekleri, uygulama ve değerlendirme kısmında geliştirilen vaka uygulama örnekleri, görüşme ve gözlem, UNESDOC üzerinden “Entrepreneurship”, “Entrepreneurship Education”, vb. anahtar sözcükler bağlamında yurt dışı ve yurt içi girişimcilik eğitimi ile ilgili kitap, makale ve tez örnekleri incelenmiştir. Web arama araçlarından Google Scholar, Google gibi veri araçları kullanılmıştır. Geliştirilen vaka uygulama örnekleri öğrencilere araştırmanın amacı bağlamında kazandırılması istenen girişimcilik becerilerini ve girişimcilikle ilgili alt becerileri kazandırmayı sağlamış ve aynı zamanda veri toplama aracı olarak da kullanılmıştır.

2.8. Verilerin Analizi

Çalışma sürecinde verilerin elde edilmesi için oluşturulan uygulama örneği vaka analizi/çalışması yöntemi ile hazırlanmıştır. Kitap, makale, örnekler ve örnek uygulama üzerinden elde edilen verilerin analizinde ise doküman analizi ve içerik analizi yöntemi kullanılmıştır.

Vaka analizi (Case Study) bir olayın tarihini ve kapsamlı analizini içeren araştırma yöntemidir. Vaka analizi ile incelenen olaydaki özelliklerin ve farklılıkların ortaya çıkarılması amaçlanır. Bu doğrultuda vaka analizi ile çalışmalarda incelenen vaka örneğinin kapsamlı analizi gerçekleştirilir ve dikkat çekici özellikler vurgulanır (Yenal ve Akdemir, 2020). Doküman incelemesi ile birçok verinin toplanması, incelenmesi, sorgulanması ve analiz edilmesi sağlanır (Binnetoğlu ve Tarhan, 2024). Uygulamanın içeriği gözlem ve görüşmeler yolu ile oluşturulmuş ve elde edilen veriler içerik analizi yöntemi ile değerlendirilmiştir. İçerik analizin ise nesnel, ölçülebilir, doğrulanabilir bilgilere ulaşmak için doküman ve metin gibi birçok farklı materyalin belli kurallar dahilinde analiz edilmesi ile gerçekleştirilmiştir (Metin ve Ünal, 2022).

3. BULGULAR ve TARTIŞMA

Din eğitiminde girişimcilik becerisinin vaka analizi yöntemi ile kazandırılması bağlamında uygulama örnekleri yöntem kısmında ifade edilen bilgiler doğrultusunda hazırlanmıştır. Bu uygulama örneklerinin hazırlanmasında; sınıf mevcudu, materyal ulaşım kolaylığı, seçilen vakaların öğrenci düzeyine uygunluğu, uygulamayı gerçekleştirebilmek için sınıfın fiziksel uygunluğu, çeşitli branş öğretmenleri ve alanında uzman kişilerin görüşlerinden yararlanılmıştır. Uygulama örnekleri hazırlanırken araştırma konuları belirlendikten sonra girişimcilik eğitiminin tema, beceri ve değerleri Tarhan (2019) “*Girişimcilik Eğitiminin Unsurları*” adlı kitaptan faydalanılarak oluşturulmuştur.

Temalar ve alt temalar belirlendikten sonra süreç içerisinde kazandırılması hedeflenen beceri ve değerler bağlamında uygulama örnekleri hazırlanmıştır. Uygulama örneklerinin hazırlanmasında dilin sadeliği, kavramlarda açıklık, anlaşılabilirlik, konu alanına uygunluk ve din eğitimi sürecine özgü kazandırılması hedeflenen becerilerin uygunluğu göz önüne alınmıştır. Ek olarak uygulamanın 5.sınıf düzeyine uygunluğu konusunda tez danışmanından uzman görüşü alınmıştır.

Uygulamada geçen kavramların öğrenci seviyesine uygunluğu uygulama yapılmadan önce ders öğretmeni ile kontrol edilmiştir. Uygulama örnekleri “*Din Eğitiminde Girişimcilik Becerisinin Kazandırılması*” bağlamında hazırlanmıştır. Uygulama örneklerinde; uygulama başlığı, uygulama konusu, uygulamanın süresi, kazanımlar ve alt kazanımlar, beceri ve değerler, uygulama süreçleri/aşamaları ve öğrenme çıktılarına yer verilmiştir. Uygulama örnekleri olarak kullanılan çalışma yaprakları konular ile doğrudan ilişkili olarak ve eğitimde öğrenciye görelilik ilkesi baz alınarak hazırlanmıştır. Yapılan bu çalışmalar sonucunda elde edilen bulgular aşağıda detaylı olarak verilmiştir:

3.1. İş Fikri Boyutuna Yönelik Bulgular ve Tartışma

Din eğitimi sürecinde girişimcilik becerisinin iş fikri boyutunun gerçekleştirilmesine yönelik vaka çalışması örneğinin uygulanması ve bulguları kapsamında iş geliştirme fikri girişimcilik eyleminin ilk aşaması olarak kabul edilmektedir. Öyle ki aktif bir çıktı elde etmek için fikirsel bir aşamanın olması gerekmektedir. Bu bağlamda iş fikri, girişimcilik sürecinin ortaya çıkmasına neden olan zihinsel bir alt yapıyı ortaya koymaktadır. Nitekim iş fikri, girişimci bireylerin hedeflerine ulaşmada uygulamaya karar verdikleri fikir ya da fikirler bütünü olarak tanımlanmaktadır. Bir başka deyişle iş fikri, bireylerin ulaşmak istedikleri amaçlar doğrultusunda bir beyin fırtınası gerçekleştirme süreci olarak ifade edilmektedir (Birley, 1993).

İş fikrini geliştirme sürecinde dikkate alınması gereken öncelikli durum bireylerin ihtiyaçları olmuştur. Öyle ki bireylerin farklı ihtiyaçları birçok iş fikrinin geliştirilmesi için önemli bir dayanak oluşturur. İyi bir iş fikrinin oluşabilmesi için birden fazla kaynağın bir araya gelmesi ve yaratıcı süreçlerin doğru bir perspektif ile değerlendirilmesi önemli görülmüştür. Girişimci bireylerin ailenin etkisi, fırsatları değerlendirme, taklit edebilme, becerilere yönelme, pazar araştırması, fikir alışverişi yapma vb. birçok yöntemi kullanarak iş fikri tespiti yaptığı anlaşılmıştır (Boone, 2007).

Bu tanım ve açıklamalar doğrultusunda araştırmada ele alınan girişimcilik becerisinin iş fikri boyutu ile ilgili vaka örneği uygulaması Tablo 1’de belirtilen yönerge ile hazırlanmış, ilgili sınıfa uygulanmış ve değerlendirilmiştir.

Tablo 3.1. İş fikri boyutuna yönelik uygulama örneği planı.

Hedeflenen Öğrenme Türü	Bireysel Özellikler	Plan ✓	Uygulama ✓	Düşünme ✓
Uygulamanın Adı	İş Fikrimi Oluşturuyorum			
Uygulamanın Amacı	Allah İnancı konusunda; Allah’a (c.c.) imanının, insan davranışlarına etkisini fark eder kazanımından hareketle iş fikri oluşturulmasını sağlamak.			
Süre	40 dk.			
Öğrenme Süreci	Bireysel Çalışma			
Öğretim Süreci	Öğretmen rehber (moderatör) rolündedir.			
Öğrenme Çıktısı	İş fikri üzerine tartışma gerçekleştirilir ve görüşler değerlendirilerek iş fikri oluşturulur.			

Temel Araç- Gereç ve Materyaller		Çalışma Yapağı				
Girişimcilik Eğitimi Unsurları ile İlişkilendirme	Yeterlilikler		Performans Göstergesi			
	Boyut	İş Fikri				
	Bilgi (Konu)	Toplumsal İhtiyaçlarını Belirleyerek İş Fikri Oluşturma, Bireysel becerilerimiz doğrultusunda iş fikrini oluşturma (İhtiyaç Analizi)	Öğrencinin girişimcilik becerisini iş fikrine yönelik olarak geliştirebilmek amacı ile sınıf ortamında yapılan uygulama doğrultusunda; Öğrenci iş fikrini oluşturma süreçlerinde toplumun ihtiyaçlarını dikkate alarak bireysel becerileri yardımı ile kendi iş fikirlerini geliştirir. Öğrencinin eksik yönlerini fark etmesi ve iş fikrine yönelik yorum ve görüşleri dikkate alması sağlanır.			
	Beceri	Fırsatları görme becerisi, iş planı becerisi, tahminde bulunma becerisi, yenilikçi düşünme becerisi, problem çözme becerisi				
	Değer	Çalışkan olma, sorumluluk sahibi olma, birlikte hareket etme, sabırlı olma				
DKAB		Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi Öğretim Programı				
Ders		Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi				
Öğrenme Alanı		5.1. Allah İnancı				
Kazanım		5.1.5. Allah'a (c.c.) imanın, insan davranışlarına etkisini fark eder				
Öğretim Stratejisi, Yöntem ve Teknikleri	İşbirlikli Öğrenme	Buluş- Araştırma İnceleme	Tartışma- Argümantasyon	Yansıtma	Problem Kurma	
		✓			✓	
	Problem Çözme	Metabiliş	Gösterip Yaptırma	Beyin Fırtınası	Karar Verme	
	✓			✓	✓	
	Girişimci Sözleri Tekniği	Fütüristtik Düşünme Tekniği	Girişimcilik Fuarı Tekniği	Girişimci Mektupları Tekniği	Girişimci Oyunlar Tekniği	
✓						
UYGULAMADA HEDEFLENEN 21. YÜZYIL/ ÜST DÜZEY DÜŞÜNME BECERİLERİ						
✓	İletişim Becerileri	Liderlik	Finansal Okuryazarlık Becerisi	Bilgi Medya Okuryazarlığı		
	İşbirlikli Çalışma	✓	Eleştirel Düşünme	✓	Sosyal Sorumluluk	Yenilikçi Düşünme
✓	Girişimcilik	✓	Analitik Düşünme	✓	Karar Verme	✓ Bilimsel Süreç Becerileri

Ölçme ve Değerlendirme Araçları

	Kontrol Listesi	Gözlem	Yansıtma	Çalışma Yaprakları	Anket
		✓		✓	
Değerlendirme Araçları	Bireysel (Öz) Değerlendirme	Akran Değerlendirmesi	Grup Değerlendirmesi	Rubrik (Dereceli Puanlama Anahtarı)	Tanılayıcı Dallonmuş Ağaç
	✓	✓			
	Kavram Haritası	Zihin Haritası	Kelime İlişkilendirme Testi (KİT)	Yapılandırılmış Grid	Soru Tekniği (Doğru-Yanlış) Eşleştirme

Uygulama Süreci

	Öğretmenin Rolü	Öğrencinin Rolü
Merak Uyandırma	Öğretmen öğrencilere Allah'a (c.c.) imanının, insan davranışlarına etkisi hakkında genel bir anlatım yapar ve öğrencilere "İleride siz nasıl bir iş yapmak istersiniz?" sorusunu yöneltir.	Öğrencilerden Allah'a (c.c.) imanının, insan davranışlarına etkisi konu anlatımını dikkatli bir şekilde dinlemeleri ve öğretmenin sorduğu soruya cevap vermeleri beklenmektedir.
1	Öğretmen sorduğu soru ile ilgili öğrencilerden cevaplar aldıktan sonra hazırlamış olduğu çalışma yaprağını öğrencilerden uygun şekilde doldurmalarını ister. Öğrencilere çalışma yaprağına dair genel bir bilgilendirme yapılır.	Öğrencilerden verilen çalışma yaprağındaki soruları açık, anlaşılır bir şekilde cevaplamaları istenir. Buna ek olarak cevapları kaydetmeleri beklenmektedir.
2	Öğrencilere çalışma yaprağını tamamlamaları için önceden belirlenmiş bir süre tanınır. Cevaplama işlemi bittikten sonra öğrencilerin çalışma yaprağındaki iş fikirlerini sınıftaki arkadaşları ile paylaşmaları istenir. Paylaşılan iş fikirleri ile ilgili görüşler sınıf ortamında tartışılır, fikir alışverişinde bulunulur.	Öğrencilerden iş fikirlerini paylaşmaları ve iş fikirleri üzerine; iş fikrinin toplumun hangi ihtiyacına yönelik olduğu belirtmeleri, olumlu ve olumsuz yönleri hakkında görüş bildirmeleri beklenir.

3	Öğretmen çalışma yaprağını yeniden öğrencilere dağıtır. Öğrencilerden anlatılan konu ve iş fikirleri üzerine yaptıkları tartışmadan hareketle iş kuracak kişide bulunması/bulunmaması gereken özelliklere ve iş fikri oluştururken nelere dikkat edilmesi gerektiğine dair bilgileri dikkate alarak iş fikirlerini gözden geçirmeleri ve önemli buldukları noktaları not etmeleri istenir. Uygulama formunda yer alan değerlerin kazandırılması noktasında öğretmen yönlendirmelerde bulunur.	Öğrencilerden verilen çalışma yaprağında yer alan iş fikirlerini yapılan tartışma neticesinde önemli gördükleri görüşleri dikkate alarak düzenlemeleri ve önemli buldukları noktaları not etmeleri beklenir. Bu sayede iş fikirlerini gözden geçirmeleri sağlanır.
Değerlendirme	Öğretmen öğrencilere çalışma yaprağını yeniden dağıttıktan sonra gerekli gördüğü noktalara dikkat çekerek genel bir özet yapar ve önemli noktaları vurgular. Uygulama formunda yer alan değerlendirme araçlarını kullanır.	Bu kısımda öğrencilerden istenen öğretmenlerini dikkatli bir şekilde dinlemeleri ve önemli gördükleri kısımları ise not almalarıdır.

Tablo 1’ de yer alan bilgiler doğrultusunda Din Eğitiminde Girişimcilik Becerisinin Kazandırılması sürecinin iş fikri boyutuna yönelik vaka uygulama örneği hazırlanmış, ilgili sınıfa uygulanmış ve değerlendirilmesi yapılmıştır. Bu bağlamda örnek uygulamanın gerçekleştirildiği sınıf düzeyi, öğrenme alanı ve kazanımı Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 3.2. İş fikri ile ilgili uygulamanın öğrenme alanı ve kazanımı.

Sınıf Düzeyi	Öğrenme Alanı	Kazanım
5. Sınıf	5.1.Allah inancı	5.1.5.Allah’a (c.c.) imanının, insan davranışlarına etkisini fark eder

Bu doğrultuda 5.sınıf “Allah İnancı” ünitesi kapsamında girişimcilik becerisinin iş fikri boyutu ile kazandırılmak istenen bilgi, beceri ve değerler aşağıda gösterilen çalışma yaprağı ile gerçekleştirilmeye çalışılmıştır.

ÇALIŞMA YAPRAĞI

Vaka Örneği

SEN BÜYÜKSÜN HALLEDERSİN...

1963 yılında samsunda doğdum. Ailem Samsuna Trabzon’dan göç etmiş. Ailemizdeki ticari olarak hareketli dönemler 1968 yılından sonra başlamış. Babam ve dedem o dönemlerde köyde esnafılık yapıyor muydu fakat dedem babamı ailenin büyük çocuğu olduğu için sen büyüksün halledersin diyerek kendi işlerinden ayırmış. Bu olay neticesinde babam Fransa’ya gitmiş. 1970 yılında abimi yanına almış.1973 yıllarında babam Fransa’dan dönerek köyde yeniden esnafılık yapmaya başlamış. Ben yaz tatillerinde köye gittiğimde babamın yanında çalışıyor ve ona yardım ediyordum. Bu süreçte babam yeniden Fransa’ya gitmek zorunda kaldığı için ben okulu bırakıp

babamın dükkanının başına geçtim. O zamanlar on bir yaşında idim. İki yıl tek başıma bu dükkânı çalıştırdım.

1976 yılında şehirde babamın da ortaklığı ile üç ortağı olan yeni bir dükkân açıldı. Ben bu dükkânın başına geçtim ve burada çok başarılı oldum. Gıda toptancılığı işindeki başarım ne yazık ki 1984 yılının sonunda askerlik vazifemin gelmesi ile bitmiş oldu. O zamanlar devretme sistemi olmadığı için dükkânı kapatmak zorunda kaldım. Askerlik dönüşü gıda işinin bir esprisi kalmadığını anladım ve farklı sektörlerde araştırma yapmaya başladım. Babam kendi babası ile yaşamış olduğu sıkıntılar nedeniyle kardeşlerimle maddi olarak bizleri ayırdı ve bana evlenmem için iki milyon tl gibi bir bütçe verdi. Ben ise bir arayış içerisindeyim ve evlenmek yerine iş kurmak istiyordum.

Bu arayışımın neticesinde elimdeki iki milyon tl ile Borsan'ı kurdum. Borsan elektrik tesisat maddeleri üretimi yapan bir firma olarak sekiz kişi ile 1984 yılının sonunda faaliyete başlamış oldu. Burada üretimin tamamını el işçiliği ile yapıyorduk. Ustamız bir gün gelmezse iş tamamen duruyordu. İşlerimiz öyle bir hal almıştı ki ürünler daha üretilmeden alıcısı hazırды fakat yine de istediğimiz gibi kazanamıyorduk. Çünkü o zamanlar üreticinin direkt ürün satması gibi bir durum söz konusu değildi. Toptancılar ile anlaşırдыk onlar ürünlerimizi satardı. Üreticinin yaptığı ürünü pazarlaması hoş karşılanmayan bir durumdu. Bir gün dayanamadım çünkü artık sektörde dayanacak gücümüz kalmamıştı, bir kamyonetim vardı ve ürettiğimiz ürünlerin hepsini ona yükledim. Samsunun bir ilçesine gittim. Ara bir sokağa girdim. Karşıma çıkan ilk dükkânın önünde durdum. Karşılaştığım kişiye üreticiyim ürünlerimi satmaya geldim dediğimde bana bakışını unutamıyorum. O gün, gün boyunca çeşitli sokaklarda gezdim ve yüklü miktarda satış yaptım. Ertesi günlerde de bu şekilde satışlara devam ettim. Sonra piyasadan öğrendim ki biraz ucuza satıyormuşum. Ürünlerin fiyatına üç beş lira ekledim ve bu şekilde satış yapmaya devam ettim. Çok büyük tepkiler ve eleştiriler aldım. Fakat her ne olursa olsun kendim ürünü gidip satıyordum ve bu şekilde bir müşteri kitlem oluştu. Bu sistemden tepki topladığım için Borsan ismi ile değil, Kuzey pazarlama adında kurmuş olduğum yeni bir pazarlama şirketi adı altında satış yapmaya devam ettim. Buradaki pazarlama işi üretimden daha karlı olmaya başlayınca kablo satmaya da başladım. İstanbul'dan malzeme getirip Kuzey pazarlama adı altında satmaya devam ettim. Kuzey pazarlama da böylece yeni bir firma olarak sektörde yer almış oldu. Borsan'ın bugün dahi en güçlü yanı pazarlamadır.

1996 yıllarında sektörde hantallık başlayınca çalıştığımız caddede bir iki tane mülk satın aldım ve konfeksiyon kurdum. Bir pazara hitap ederken yavaşlamalar başladıysa daha dinamik olabilmek ve iş yapabilmek için farklı iş kollarına yönelmek gerekiyor. Bende bu düşünceden hareketle aileden gelen müteahhitlik işlerine yöneldim. Herhangi bir yerden veya kişiden etkilenme olarak değil de daha iyisini yapmak istediğim için farklı iş kolları arayışındaydım. Neticede inşaat işlerine başladım. Sayısal anlamda değil kalite anlamında kuvvetli işler yapmaya başladım.

Biz hep farklı işler yapmanın peşindeydik. Bu fikirler ve vizyon neticesinde 1996 yılında sektörleri ayırıp daha iyi çalışabilmek adına Bor Konut kurulmuş oldu. Her zaman farklılığı farklı şeyleri yakalamak ve üretebilmek lazım. Bu fikirler ile birçok farklı iş kolunda başarılarım oldu. Burada her şeyi düşünebilirsiniz. (Örneğin Samsun spora başkanlık dahi yaptım. Samsun spor

başkanlığım 2005’li yıllardı ve bu yıllarda çok fazla taraflı habercilik ve gerçek dışı haberler ile karşılaştığımız için bir gazete dahi kurduk.) 2000’li yıllara geldiğimizde Borsan’a daha fazla yatırım yapma kararı aldık. Organize sanayi sitesinde bir yer aldık ve İstanbul’a taşındık. Burada artık ihracat ve dış ticaret yapmaya karar verdik. Ukrayna’da 2001 yılında Borsan Europe adında bir şirket kurduk. 2007 yılında Türk Panel olarak hizmet veren bir firmanın adını Bor Panel olarak değiştirdik ve tüm hisselerini aldık. Üretim faaliyetlerimize birden fazla iş kolunda devam ettik. Çalışmalarımız hala devam etmektedir.

(Gerçek bir yaşam öyküsünden uyarlanmıştır.)

Tüm bu bilgiler ışığında aşağıdaki sorulara cevap veriniz:

- 1- Örnek olayda kişi iş fikrini nasıl geliştirmiştir?
- 2- Siz de örnek bir iş fikri geliştirebilir misiniz? Lütfen yazınız.

Açıklama (Avantaj, dezavantaj, fırsat, tehdit)

- 3- Örnek olayda karakterimiz iş fikrini geliştirirken nasıl bir yol izlemiştir?
- 4- Siz iş fikrinizi neleri dikkate alarak geliştirdiniz?

Açıklama (Avantaj, dezavantaj, fırsat, tehdit)

Aşağıda yukarıdaki vaka analizinden örnek bazı cümleler eksik olarak verilmiştir. Cümleler devam etse idi sizce hikâye nasıl devam ederdi. Lütfen yazınız?

- 1- 1976 yılında şehirde babamın da ortaklığı ile üç ortağı olan yeni bir dükkân açıldı. Ben bu dükkânın başına geçtim ve burada çok başarılı oldum. Gıda toptancılığı işindeki başarım ne yazık ki 1984 yılının sonunda askerlik vazifemin gelmesi ile bitmiş oldu. O zamanlar devretme sistemi olmadığı için dükkânı kapatmak zorunda kaldım. Askerlik dönüşü gıda işinin bir esprisi kalmadığını anladım ve farklı sektörlerde araştırma yapmaya başladım...
- 2- Karşıma çıkan ilk dükkânın önünde durdum. Karşılaştığım kişiye üreticiyim ürünlerimi satmaya geldim dediğimde bana bakışını unutamıyorum. O gün, gün boyunca çeşitli sokaklarda gezdim ve yüklü miktarda satış yaptım...
- 3- 1996 yıllarında sektörde hantallık başlayınca çalıştığımız caddede bir iki tane mülk satın aldım ve konfeksiyon kurdum. Bir pazara hitap ederken yavaşlamalar başladıysa daha dinamik olabilmek ve iş yapabilmek için farklı iş kollarına yönelmek gerekiyor. Bende bu düşünceden hareketle aileden gelen müteahhitlik işlerine yöneldim...

3.1.1. 5.Sınıf Düzeyinde “İş Fikri” Boyutuna Yönelik Gerçekleştirilen Uygulamadan Elde Edilen Bulgular:

İş fikri temasında “*Toplumun ihtiyaçlarını belirleyerek iş fikri oluşturma*”, “*Bireysel becerilerimiz doğrultusunda iş fikrini oluşturma (İhtiyaç Analizi)*” alt teması dikkate alınarak hazırlanan vaka örneğinde “*Allah’a (c.c.) imanın, insan davranışlarına etkisini fark eder*” kazanımından elde edilen bulgular şunlardır:

Öncelikle uygulamaya konu olan sınıfta süreç ile ilgili (neden buradayım ve burada neler yapılacak şeklinde) kısa ve detaya girilmeden bilgilendirme konuşması yapılmıştır. Ardından öğrencilere ‘*iş kelimesinin anlamı nedir*’, ‘*iş bulmak ne demektir*’, ‘*iş fikri nedir*’, ‘*iş kurmak nedir*’ soruları ile çoklu düşünmeye sevk edecek bir beyin fırtınası yaptırılmıştır. Hazırbulunuşluk seviyeleri ve ölçmek istediğimiz alan ile ilgili var olan bilgilerin tespiti yapıldıktan sonra öğrencilere uygulama örneği dağıtılmıştır. Öğrenciler kendilerinde var olan bilgiler doğrultusunda belirlenen süre kapsamında uygulama örneğini tamamladıktan sonra kağıtlar toplanmış ve ilgili ünitenin ilgili kazanımı doğrultusunda ders anlatımı yapılmıştır. Belirlenen kazanıma yönelik ders anlatımının ardından örnek uygulamalar yeniden öğrencilere dağıtılmış ve ders anlatımı desteği ile öğrencilerin iş fikirlerine yönelik düşünce değişiklikleri durumu değerlendirilmiştir.

Uygulama süresi 40 dakika ile sınırlandırılmış ve kazanımlar ‘*fırsatları görme becerisi*’, ‘*iş planı becerisi*’, ‘*tahminde bulunma becerisi*’, ‘*yenilikçi düşünme becerisi*’, ‘*problem çözme becerisi*’ şeklinde belirlenmiştir. Bu uygulama ile öğrencide iş fikrini ‘*bireysel ve toplumsal ihtiyaç bağlamında oluşturabilme*’, ‘*iş fikri tanımını yapabilme*’ gibi öğrenme çıktılarının elde edilmesi amaçlanmıştır. Yapılan uygulama sonucunda elde edilen bulgular:

1. İş fikri boyutunda girişimcilik becerisi ile ilişkili olarak ‘*seçilen meslekler*’,
2. İş fikri boyutunda girişimcilik becerisi ile ilgili ‘*meslek seçiminde nelerin dikkate alındığı*’,

şeklinde iki başlık altında ifade edilmiştir.

3.1.2. İş Fikri Boyutunda Girişimcilik Becerisi ile İlişkili Olarak Seçilen Meslekler

Öncelikle İş Fikri boyutunda girişimcilik becerisi ile ilişkili olarak ‘seçilen meslekler’ başlığı altında elde edilen bulgular Tablo 3’te verilmiştir. Ardından bu bulgular bağlamında yorum ve değerlendirmeler yapılmıştır.

Tablo 3.3. İş fikri boyutuna yönelik meslek seçimleri

Uygulama Öncesi Bilgi Düzeyi	f	Uygulama Sonrası Bilgi Düzeyi	f	Uygulama Öncesi İş Fikirleri	f	Uygulama Sonrası İş Fikirleri	f
Herhangi bir fikir belirtmeyen	11	Herhangi bir fikir belirtmeyen	2	Herhangi bir fikir belirtmeyen	11	Herhangi bir fikir belirtmeyen	2
Dikkatli olmak	2	Çok çalışmak	7	Ticaret yapmak	1	Ticaret yapmak	3
Çok para kazanmak	3	Kazancın helal olmasına dikkat etmek	5	Pastane açmak	2	Pastane açmak	1
Bütçe bulmak	2	Müşteriye güler yüzlü olmak	1	Butik açmak	2	Tesettür butik açmak	3
İyi düşünmek	2	Güvenilir Olmak	2	Ekmek fırını açmak	1	Ekmek fırını açmak	1
Fikrini geliştirmek	1	İşini mutluluk içinde yapmak	1	Dükkân açmak	1	Helal gıda dükkânı açmak	2
İş ile ilgili bilgi edinmek	1	Kendine güvenmek	2	Anaokulu açmak	1	Anaokulu açmak	1
Planlı olmak	1	Sevecen, sıcakkanlı olmak	1	Kırtasiye açmak	1	Kırtasiye açmak	1
Deneyimli birinden destek almak	2	Allah’a güvenmek	3	Kafe açmak	3	Kafe açmak	1
		İnsanlara faydalı olmak.	1	Kuaför açmak	1	Kuaför açmak	-
				İş kurmak istemiyorum	1	Helal kozmetik ürünler dükkânı açmak	1
						Eczane açmak	1
						Helal tatlı(pastane) dükkânı	7
						Bilmiyorum	1
Toplam	25	Toplam	25	Toplam	25	Toplam	25

Tablo 3’ten elde edilen bulgulara göre yapılan uygulama sonucunda ders anlatımı öncesinde (öğrencilere herhangi bir bilgilendirme yapılmadan) iş fikri

boyutu ile ilgili tercih edilen meslek grupları arasında girişimcilik özellikleri taşımayan ‘*öğretmenlik*’ ve ‘*herhangi bir iş kurmak istemiyorum*’ sonuçlarının frekans değeri 2 olarak tespit edilmiştir. ‘*Fikir belirtmeyen öğrenci*’ frekans değeri 11 olarak saptanmıştır. Bulgular neticesinde iş fikri kurmak isteyenlerin frekans değerinin 12 olduğu belirlenmiştir. Uygulama sonucunda toplam 25’er frekans değerinin elde edilmesi uygulamaya tüm sınıfın katılım sağladığını ve her bir öğrencinin tek bir iş fikri belirttiğini göstermiştir.

Elde edilen veriler bağlamında uygulama öncesinde maddi beklentiler ön plana çıkarken ders anlatımı neticesinde yapılan uygulama da manevi değerlerin daha fazla ön plana çıktığı görülmüştür. Veriler göstermektedir ki yapılan uygulama öncesinde bireysel özellikler 8 tema üzerinde yoğunlaşırken uygulama sonrasında bu özellikler 10 tema üzerinde yoğunlaşmıştır. Elde edilen bulgular öğrencilerin ders anlatımı öncesinde gerçekleştirmek istedikleri iş fikirlerinin ders anlatımı sonrasında gerçekleştirilen uygulama sonucunda dini/manevi değerlere göre farklılaştığı ve çeşitlendiği, bu bağlamda karakteristik özelliklerinin de yine aynı şekilde manevi değerler ile zenginleştiği tespit edilmiştir. Uygulama neticesinde bazı iş fikirlerinin aynı kaldığı da gözlenmiştir.

Veriler incelendiğinde iş fikirlerinin din eğitiminde girişimcilik becerisinin kazandırılması çerçevesinde bu uygulamada istenilen düzeyde olduğu anlaşılmıştır. Nitekim uygulama öncesi iş fikri boyutunda 9 tema ortaya çıkarken uygulama sonrası bu sayının 12 temaya yükseldiği görülmüştür. Burada dikkati çeken ders anlatımı ve uygulama öncesinde ‘*pastane açmak*’ isteyen 2 öğrenci gözlenirken ders anlatımı ve uygulama sonucunda ‘*helal pastane açmak*’ isteyen öğrenci sayısı 7 olmuştur. Bu durum uygulamanın anlaşıldığını ve var olan fikirlerin geliştirilebileceğini göstermiştir. Buna karşılık ‘*kırtasiye*’, ‘*anaokulu*’ ve ‘*ekmek fırını*’ açmak isteyen birer öğrencinin fikri uygulama öncesinde ve sonrasında sabit kalmıştır. Bu sonuçlara göre ise ders anlatımı sonrasında bazı fikirlerin değişmediğinin/gelişmediğinin bir göstergesi olmuştur.

Öğrencilerin uygulama sonucunda bazı sorulara vermiş olduğu cevaplardan örnekler:

- Ö4: “*Kendim bir helal kafe açmak istedim sonra bankadan para çektim ve işimi kurup çalışmaya başladım.*”
- Ö12: “*Evet geliştirebilirim. Dine göre şal satan butik açarım.*”

- Ö14: *“İlk önce çalışmalar yaparım. Daha sonra bilgi edinmek öğrencilere merak ettiğimi neyden bilgi edinmek istediğimi söyleyip sorardım. Kendimi de böyle geliştirirdim. Helal kozmetik ürünleri satardım.”*
- Ö17: *“Kendim bir iş kurabilirim. Dinimize göre yemek satan dükkân açarım. Pasta gibi bu beni batırırsa ya da yürütürse işime devam ederim çünkü Allaha güvenirim.”*
- Ö25: *“Bir tesettür butik açarım ve herkese tanıtmaya çalışırım.”*

Elde edilen veriler doğrultusunda gerçekleştirilen uygulamada din eğitiminde girişimcilik becerisinin kazandırılması konusu bağlamında iş fikri ile ilgili başarılı ve geliştirilebilir sonuçlar elde edilmiştir.

“Öğrencilerden anlatılan konu ve iş fikirleri üzerine yaptıkları tartışmadan hareketle iş kuracak kişide bulunması/bulunmaması gereken özelliklere ve iş fikri oluştururken nelere dikkat edilmesi gerektiğine dair bilgileri dikkate alarak iş fikirlerini oluşturmaları” kazanımına dayanarak öğrenme çıktılarının olumlu olduğu gözlenmiştir. Öğrencilerin ‘Kazancın helal olmasına dikkat etmek’, ‘Müşteriye güler yüzlü olmak’, ‘Güvenilir olmak’, ‘İşini mutluluk içinde yapmak’, ‘Kendine güvenmek’, ‘Sevecen, sıcakkanlı olmak’, ‘Allah’a güvenmek’, ‘İnsanlara faydalı olmak’ gibi cevapları hedeflenen değer kazanımlarının başarılı olduğu hususunda önemli görülmüştür. Nicelik olarak sonuçlar incelendiğinde gözlemlenen farklılık ve değişim uygulamadan başarı sağlandığı, hedeflenen bilgi, beceri ve değerlerin kazandırıldığı saptanmıştır.

3.1.3. İş Fikri Boyutunda Girişimcilik Becerisi ile İlgili Meslek Seçiminde Nelerin Dikkate Alındığı

Öncelikle İş fikri boyutunda girişimcilik becerisi ile ilişkili olarak ‘meslek seçiminde nelerin dikkate alındığı’ başlığı altında elde edilen bulgular Tablo 4’te verilmiştir. Ardından bu bulgular bağlamında yorum ve değerlendirmeler yapılmıştır.

Tablo 3.4. İş fikri oluşturulurken dikkate alınanlar.

Uygulama Öncesi İş Seçimi Nedenleri	f	Uygulama Sonrası İş Seçimi Nedenleri	f
İş kurmak istemiyorum	1	İş kurmak istemiyorum	-
Neden belirtilmemiş	6	Neden belirtilmemiş	2
Sempati/ilgi çekmek	4	Sempati/ilgi çekmek	3
Maddi kazanç	10	Helal kazanç	14
Yetenek	6	Yetenek	2
Estetik kaygılar	4	Estetik kaygılar	4
İnsanlara faydalı olmak	2	İnsanlara faydalı olmak	6
Aile etkisi	1	Aile etkileşimi	1
Daha iyisini yapma isteği	1	Daha iyisini yapma isteği	3
Geçim kaynağı	5	Geçim kaynağı	8
		Özgüven	3
		Tanınma	5
		Planlı olma	5
		Çalışkan olma	3
		İlgi ve istek	2
		Daha çok kâr elde etmek	11
		Yeni fikirler ortaya çıkarma isteği	7
Toplam	40	Toplam	79

Uygulama öncesinde öğrencilere iş seçimi yaparken nelere dikkat edecekleri doğrultusunda sorular sorulmuş ve sebeplerini açıklamaları istenmiştir. Tablo 4'ten elde edilen veriler doğrultusunda gerçekleştirilen uygulama öncesinde toplam 40 frekans değeri elde edilmiştir. Elde edilen 40 frekans değeri içinde işi seçme nedenlerinden: 'iş kurmak istemiyorum', 'neden belirtilmemiş', 'sempati/ilgi çekmek', 'maddi kazanç', 'yetenek', 'estetik kaygılar', 'insanlara faydalı olmak', 'aile etkisi', 'daha iyisini yapma isteği', 'geçim kaynağı' ifadeleri ile 10 tema altında bulgular elde edilmiştir. Uygulama sonrası iş fikri tercih nedenlerine yönelik görüş bildiren öğrenci sayısı frekansı 79 olarak tespit edilmiştir. Bu bulgularda dikkati çeken bazı hususlar şöyledir:

Uygulama öncesinde iş seçme nedeni belirtmeyen öğrencilerin frekansı 6, iş kurmak istemiyorum şeklinde görüş bildiren öğrenci frekansı ise 1 olarak tespit edilmişken, ders anlatımı ve uygulama sonrası iş seçme nedenini açıklamayan öğrenci frekansı 2, iş kurmak istemeyen öğrenci frekansı ise 0 olarak tespit edilmiştir. Bu değerler bizlere öğrenci fikirlerinde önemli sayılabilecek bir gelişme yaşandığını göstermiştir. Elde edilen bulgulara göre sınıf mevcudu göz önüne

alınarak toplam frekans değeri değerlendirildiğinde öğrencilerin birden fazla fikir beyan ettiği tespit edilmiştir.

Veriler incelendiğinde ders anlatımı ve uygulama öncesinde iş seçme nedeni olarak *'maddi kazanç'* fikrini belirten 10 öğrenci gözlenirken ders anlatımı ve uygulama sonucunda *'helal kazanç sağlamak'* isteyen öğrenci sayısı 14 olmuştur. Bu durum uygulamada hedeflenen değerlerin kazandırılmasında geçerli ölçüde başarılı olduğunu göstermiştir.

Öğrencilerin uygulama sonucunda iş seçme nedenlerine vermiş olduğu cevaplardan örnekler:

- Ö2: *"Hep farklı işler peşindeyim."*
- Ö5: *"Daha büyük fikirler düşündüm ve daha büyük."*
- Ö6: *"Düşüncelerimi planlarım. Kendime yeni bir iş alanı oluşturdum. Yaptığım iş konusunda yatırım yapmaya başladım. Helal para kazandım."*
- Ö9: *"Pastane açmak. Çok satış yapmak için herkese tanıtmalıyız sosyal medyada paylaşıp överek pastaneyi büyütebiliriz."*
- Ö25: *"Butiğimdeki ürünlerin iyi dikilmiş olmasını ürünlerimi tanıtabilmemi dikkate alırım. Allaha güvenirim o iyi yapar."*

Elde edilen veriler doğrultusunda gerçekleştirilen uygulamada din eğitiminde girişimcilik becerisinin kazandırılması konusu bağlamında iş fikri seçme nedeni ile ilgili başarılı ve geliştirilebilir sonuçlar elde edilmiştir.

"Öğrencilerden anlatılan konu ve iş fikirleri üzerine yaptıkları tartışmadan hareketle iş fikri oluştururken nelere dikkat edilmesi gerektiğine dair bilgileri dikkate alarak iş fikirlerini oluşturmaları" kazanımına dayanarak kazandırılması hedeflenen öğrenme çıktılarının olumlu olduğu tespit edilmiştir. Öğrencilerin: *'Sempati/ilgi çekmek', 'İnsanlara faydalı olmak'* gibi ifadeleri kazandırılmak istenen değerler bağlamında olumlu görülmüştür. sonuç olarak uygulamanın başarılı sayılabileceği, bilgi, beceri ve değerlerin kazandırılması yönünde olumlu sonuçlar elde edildiği anlaşılmıştır.

Bu uygulama ile 5.sınıf düzeyinde DKAB Öğretim Programı kapsamında derslerde öğrencilere girişimcilik becerilerinin vaka örnekleri ile kazandırılmasının

ne kadar etkili olduğunun belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu bağlamda Johannisson vd.(2007) girişimcilik eğitimi öğrencilere bir şeyin sadece nasıl yapılacağının değil yeni ve farklı şeylerin nasıl yapılacağının öğretildiği bir süreç olarak ifade etmiştir. Weber (2011) ise girişimcilik dersi almış bireylerin girişimcilik yeteneklerinin daha kolay geliştirildiğini ve bu eğitimi alan öğrencilerin fikirlerini daha kolay ifade edebildiklerini belirtmiştir. Gerçekten de girişimcilik becerileri ile ilgili fikri olmayan öğrencilerin uygulama öncesinde sorulara vermiş olduğu cevaplar ile konu anlatımından sonra yapılan uygulama sorularına vermiş oldukları cevapların farklılığı ve eşitliliği Weber'in ifade ettiği gibi girişimcilik eğitimi alan öğrencilerin yeteneklerinin daha kolay geliştirilebilir olduğu düşüncesini doğrular nitelikte olmuştur.

Nitekim Küçük (2015) girişimci bireylerin iş fikirlerini kendilerinin geliştirmelerinin daha doğru olacağını ifade ederken yapılan uygulamada öğrencilerin iş fikri oluştururken taklit ve benzetim yoluna başvurdukları gözlenmiştir. Tutar vd. (2014) ğrencilerin başarılı bir girişimci olabilmelerini yetenek ve ustalık düzeylerine bağlarken uygulamada öğrencilerin eksikliğini hissettikleri, aile meslekleri ve ihtiyaçlarına göre iş fikri oluşturdukları tespit edilmiştir.

3.2. Finansman Boyutuna Yönelik Bulgular ve Tartışma

Din eğitimi sürecinde girişimcilik becerisinin finansman boyutunun gerçekleştirilmesine yönelik vaka çalışması örneğinin uygulanması ve bulgulardan yola çıkarak elde olan sınırlı kaynaklar ile bir iş fikrini hayata geçirmek isteyen girişimci bireyler her zaman dış finansman desteğine ihtiyaç duymaktadır. Tamda bu noktada denilebilir ki finansman, bir iş kurmanın temel aşamalarından biri olarak kabul edilmektedir. İşin kurulması, sürdürülebilirliği ve büyüebilmesi için gerekli olan mali kaynaklar bütününe finansman kaynağı denilmektedir. Öyle ki yetersiz finansman kaynağı çok güzel bir iş fikrinin başarılı olmasını engelleyebilirken, iyi yönetilen bir finansman kaynağı iş fikrinin oldukça büyümesine katkı sağlamaktadır (Demirci ve Buran Köse, 2021).

Bu bilgiler doğrultusunda iş fikri uygulamasının ardından “Din Eğitiminde Girişimcilik Becerisinin Kazandırılması Sürecinde Finansman Boyutu ile İlgili Hazırlanan Vaka Örneği Uygulaması” Tablo 5’te açıklanan yönerge ile ilgili sınıfa uygulanmış ve değerlendirilmiştir.

Tablo 3.5. Finansman boyutuna yönelik uygulama örneği planı.

Hedeflenen Öğrenme Türü	Bireysel Özellikler	Plan	✓	Uygulama	✓	Düşünme	✓
Uygulamanın Adı	Finansman Fikrimi Oluşturuyorum						
Uygulamanın Amacı	Adap ve Nezaket konusundan hareketle; Helal kazanç, helal lokma gibi konular bağlamında finansman fikri oluşturulmasını sağlamak.						
Süre	40 dk.						
Öğrenme Süreci	Bireysel Çalışma						
Öğretim Süreci	Öğretmen rehber (moderatör) rolündedir.						
Öğrenme Çıktısı	Finansman fikri üzerine tartışma gerçekleştirilir ve görüşler değerlendirilerek finansman fikri oluşturulur.						
Temel Araç-Gereç ve Materyaller	Çalışma Yaprağı						

Girişimcilik Eğitimi Unsurları ile İlişkilendirme	Yeterlilikler		Performans Göstergesi
	Boyut	Finansman	Öğrencinin girişimci becerisini finansman fikrine yönelik olarak geliştirmek amacı ile sınıf ortamında yapılan uygulama doğrultusunda finansman fikrini oluşturma süreçlerinde toplumun beklentileri ve ihtiyaçlarını gözeterek öğrenci kendi finansman fikrini geliştirir. Öğrencinin eksik yönlerini fark etmesi sağlanır. Finansman fikrine yönelik yorum ve görüşleri dikkate alır.
	Bilgi (Konu)	Kar ve risk finansmanı, Satış finansmanı	
	Beceri	İhtiyaç analizi becerisi, pazar analizi becerisi, kaynak analizi becerisi,	
	Değer	Sorumluluk sahibi olma, sabırlı olma, öz güven sahibi olma, verdiği sözde durma, dürüst olma,	

DKAB	Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi Öğretim Programı				
Ders	Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi				
Öğrenme Alanı	5.3.Adap ve Nezaket				
Kazanım	5.3.4.Helal kazanç ve helal lokma gibi konulara kısaca değinilir.				
Öğretim Stratejisi, Yöntem ve Teknikleri	İşbirlikli Öğrenme	Buluş-Araştırma İnceleme	Tartışma-Argümantasyon	Yansıtma	Problem Kurma
	Problem Çözme	Metaboliş	Gösterip Yaptırma	Beyin Fırtınası	Karar Verme
	✓	✓	✓	✓	✓
	Girişimci Sözleri Tekniği	Fütüristik Düşünme Tekniği	Girişimcilik Fuarı Tekniği	Girişimci Mektupları Tekniği	Girişimci Oyunlar Tekniği
		✓			

UYGULAMADA HEDEFLenen 21. YÜZYIL/ ÜST DÜZEY DÜŞÜNME BECERİLERİ						
✓	İletişim Becerileri		Liderlik		Finansal Okuryazarlık Becerisi	
	İşbirlikli Çalışma	✓	Eleştirel Düşünme	✓	Sosyal Sorumluluk	
✓	Girişimcilik	✓	Analitik Düşünme	✓	Karar Verme	✓

Ölçme ve Değerlendirme Araçları

	Kontrol Listesi	Gözlem	Yansıtma	Çalışma Yaprakları	Anket
Değerlendirme Araçları		✓		✓	
	Bireysel (Öz) Değerlendirme	Akran Değerlendirmesi	Grup Değerlendirmesi	Rubrik (Dereceli Puanlama Anahtarı)	Tanılayıcı Dallonmuş Ağaç
	✓	✓			
	Kavram Haritası	Zihin Haritası	Kelime İlişkilendirme Testi (KİT)	Yapılandırılmış Grid	Soru Tekniği (Doğru-Yanlış Eşleştirme)

Uygulama Süreci

	Öğretmenin Rolü	Öğrencinin Rolü
Merak Uyandırma	Öğretmen öğrencilere; Helal kazanç, helal lokma gibi konularına yer vererek genel bir anlatım yapar ve helal kazanç peşinde koşmanın, insanlara faydalı olacak işler yapmanın önemine vurgu yapar. Öğrencilere “İleride siz nasıl bir finansman fikri oluşturmak istersiniz?” sorusunu yöneltir.	Öğrencilerden; Helal kazanç, helal lokma gibi konularına yer vererek ticaret hayatında yapılması ve yapılmaması gereken durumlar ile ilgili helal kazanç peşinde koşmanın, insanlara faydalı olacak işler yapmanın önemine yönelik konu anlatımını dinlemeleri ve öğretmenin sorduğu soruya en doğru şekilde cevap vermeleri beklenmektedir.
1	Öğretmen sorduğu soruya yönelik öğrencilerden çeşitli cevaplar aldıktan sonra hazırlamış olduğu çalışma yaprağını uygun şekilde doldurmalarını ister. Öğrencilere çalışma yaprağına dair genel bir bilgilendirme yapılır.	Öğrencilerden dağıtılan çalışma yaprağındaki soruları cevaplamaları ve cevapları uygun şekilde kaydetmeleri beklenmektedir.
2	Öğrencilere çalışma yaprağını tamamlamaları için belirlenen süre tanınır. Cevaplama işlemi bittikten sonra öğrencilerin çalışma yaprağında anlatmış oldukları finansman fikirlerini sınıftaki arkadaşları ile paylaşmaları istenir. Paylaşılan finansman fikirleri ile ilgili görüşler sınıf ortamında tartışılır.	Öğrencilerden finansman fikirlerini paylaşmaları ve finansman fikirlerini üzerine; finansman fikrinin toplumun hangi ihtiyacına yönelik olduğunu belirtmeleri, olumlu ve olumsuz yönleri hakkında görüş bildirmeleri beklenir.
3	Öğretmen çalışma yaprağını yeniden öğrencilere dağıtır. Öğrencilerden finansman fikirleri üzerine sınıf arkadaşları ile yaptıkları tartışmadan hareketle finansman fikri doğrultusunda iş kuracak kişide bulunması gereken özelliklere ve finansman fikri oluştururken nelere dikkat edilmesi gerektiğine dair bilgileri dikkate alarak finansman fikirlerini gözden	Öğrencilerden verilen çalışma yaprağında yer alan finansman fikirlerini yapılan fikir alışverişi neticesinde önemli gördükleri görüşleri dikkate alarak düzenlemeleri ve önemli buldukları noktaları not etmeleri beklenir. Bu sayede finansman fikirlerini gözden geçirmeleri sağlanır.

	geçirmeleri ve önemli buldukları noktaları not etmeleri istenir. Uygulama formunda yer alan değerlerin kazandırılması noktasında öğretmen yönlendirmelerde bulunur.
Değerlendirme	Öğretmen çalışma yaprağını yeniden dağıtır. Ardından gerekli gördüğü noktalara dikkat çeker ve genel bir özetleme yapar. Burada önemli noktaları vurgular. Uygulama formunda yer alan değerlendirme araçlarını kullanır.
	Çalışmanın son aşamasında öncelikle öğrencilerden öğretmenlerini dikkatlice dinlemeleri ve çalışmada önemli gördükleri kısımları not almaları beklenir.

Tablo 5’te yer alan bilgiler doğrultusunda Din Eğitiminde Girişimcilik Becerisinin Kazandırılması sürecinin Finansman boyutuna yönelik vaka uygulama örneği hazırlanmış, ilgili sınıfa uygulanmış ve değerlendirilmesi yapılmıştır. Bu bağlamda örnek uygulamanın gerçekleştirildiği sınıf düzeyi, öğrenme alanı ve kazanımı Tablo 6’da verilmiştir.

Tablo 3.6. Finansman boyutu ile ilgili öğrenme alanı ve kazanımı.

Sınıf Düzeyi	Öğrenme Alanı	Kazanım
5. Sınıf	5.3.Adap ve Nezaket	5.3.4.Helal kazanç ve helal lokma gibi konulara kısaca değinilir.

Bu doğrultuda 5.sınıf “Adap ve Nezaket” ünitesi kapsamında girişimcilik becerisinin finansman boyutu ile kazandırılmak istenen bilgi, beceri ve değerler belirtilen çalışma yaprağı ile kazandırılmaya çalışılmıştır.

ÇALIŞMA YAPRAĞI

Vaka Örneği

KAZANARAK VEYA KAYBEDEREK ÖĞRENİYORSUNUZ ...

29 Ekim 1956’da Siirt’te doğdum. İlkokul, ortaokul ve liseyi Siirt’te okudum. Okul zamanlarımda harçlığımı çıkarmak için kitaplarımı kiralyor veya satıyordum. Benim ticaret hayatım böyle başladı diyebilirim. Aile üyelerimin çoğu öğretmendir. Bundan sebep bende üniversitede İngilizce öğretmenliği okudum. Okul yıllarımda abimin kurmuş olduğu çelik atölyesinde kaynak vb. işlerde çalışıyordum. Okul bittikten sonra Şırnak’a atandım ve burada iki yıl öğretmenlik yaptım. Ardından meslekten istifa ettim. İstifa nedenim ticaret hayatına atılmış olmamdı. 1976’da öğretmenlik yaparken Siirt’te ilk züccaciye dükkanımı açmıştım. Hayatta her şeyi yaşayarak öğreniyorsunuz ben kazanarak veya kaybederek öğrendim. İlk dükkanımı açtığımda o kadar büyük bir açılış yaptım ki o zamanın şartlarına göre çok lüks bir mekândı ve insanlar

kapısından girmeye korkuyordu. Sonradan anladım ki fazla gösterişli ve lüks bir mekân yapmak yanlıştı. Hitap edeceğimiz kitleye göre tercihlerde bulunmak her zaman daha mantıklıdır.

Tahtakale'ye çok gidip geliyordum. Oraya gide gele ticarete bakış açım değişti. O zamanlar en büyük alımı Paşabahçe'den yapıyordum. Züccaciyecilik faaliyetlerim sürerken bir yandan da meşrubat bayiliği yapmaya başladım. Bu konu ile ilgili kısa bir anımı anlatayım:

O zamanlar çünkü bir içecek markasının bayiliğini yapıyordum. Bu firma ürünlerin yanında bardak veriyordu ve maliyetler biraz fazlaydı. Sonrasında öğrendik ki firma ürüne logo bastığı için fiyatlar bu denli yüksek o anda bu bardağı ben üretip maliyeti düşürmek istedim. Bu cümle beni İstanbul'a taşıdı. 1983 yılında bu firmanın bardaklarını üretmek için İstanbul'a geldim. Yaklaşık üç-dört milyarlık bir yatırımdı ve o zamanlar için çok iyi bir kazançtı. Sonrasında bu alanda da meşhur olduk. Bu işi bizden başka yapan firma olmadığı için gittikçe büyüdük ve piyasada bilinir hale geldik. Zaman geçtikçe dünyaya açıldık ve turizm işlerimiz arttı. Oteller vb. büyük firmaların ürünlerine logo basımına başladık. 1984 yıllarında "İmge" adındaki firmam ile bu işlerde büyüme gittikçe arttı. (İmge: Erişilmesi güç olan) Bizlere rakip bir firma yoktu bu işi yapan tek kurumdur.

İlk fabrikamızı 1990 yılında Gebze'de kurduk. O zamanlar fabrikamızda 150-190 kişi arasında çalışanımız vardı. Fabrikada stok usulü bir çalışma anlayışımız vardı. Bu anlayışa göre birikimli olarak ilerliyorduk fakat stok şişmesi sorunu yaşamamak adına en fazla iki aylık stok ile ilerliyorduk. 2000 yılında artık kapasitemiz yetmemeye başladı. 2001 yılında Selamiçeşme'de Bağdat caddesi üzerinde ilk dükkanımızı açtık ve stantlarımıza kadar tescil ettirdik. Biz ürünlerimizi tüm dünya için üretiyoruz yoksa sadece ülke içinde bu ürünleri eritmek pek mümkün değil.

(Gerçek bir yaşam öyküsünden uyarlanmıştır.)

Tüm bu bilgiler ışığında aşağıdaki sorulara cevap veriniz:

- 1- Örnek olayda kişi finansman fikrini nasıl geliştirmiştir?
- 2- Siz de örnek bir finansman fikri geliştirebilir misiniz? Lütfen yazınız.
Açıklama (Avantaj, dezavantaj, fırsat, tehdit)
- 3- Örnek olayda karakterimiz finansman fikrini geliştirirken nasıl bir yol izlemiştir?
- 4- Siz finansman fikrinizi neleri dikkate alarak geliştirdiniz?
Açıklama (Avantaj, dezavantaj, fırsat, tehdit)

Aşağıda yukarıdaki vaka analizinden örnek bazı cümleler eksik olarak verilmiştir.

Cümleler devam etse idi sizce hikâye nasıl devam ederdi. Lütfen yazınız?

- 1- Okul zamanlarımda harçlığımı çıkarmak için kitaplarımı kiralıyor veyahut satıyordum. Benim ticaret hayatım böyle başladı diyebilirim...
- 2- Hitap edeceğimiz kitleye göre tercihlerde bulunmak her zaman daha mantıklıdır...
- 3- Bu firma ürünlerin yanında bardak veriyordu ve maliyetler biraz fazlaydı. Sonrasında öğrendik ki firma ürüne logo bastığı için fiyatlar bu denli yüksek o anda bu bardağı ben üretip maliyeti düşürmek istedim. Bu cümle beni İstanbul'a taşıdı...

3.2.1. 5.Sınıf Düzeyinde “Finansman” Boyutuna Yönelik Gerçekleştirilen Uygulamadan Elde Edilen Bulgular:

Finansman temasında; “Kar ve risk finansmanı” ve “Satış finansmanı” kazanımları bağlamında kazandırılması hedeflenen beceriler, “*İhtiyaç analizi becerisi*”, “*Kaynak analizi becerisi*”, kazandırılmak istenen değerler; “*Sorumluluk sahibi olma*”, “*Öz güven sahibi olma*”, “*Dürüst olma*” şeklinde belirlenmiştir. Bu doğrultuda hazırlanan vaka örneğinde ünitenin “*Helal kazanç ve helal lokma gibi konulara kısaca değinilir*” kazanımı ile ilgili ulaşılan sonuçlar şöyledir:

Öğrencilere ‘*Helal kazanç*’, ‘*Helal lokma*’ gibi konuları içeren genel bir anlatım yapıldıktan sonra helal kazanç peşinde koşmanın, insanlara faydalı olacak işler yapmanın önemine vurgu yaparak “*İleride siz nasıl bir finansman fikri oluşturmak istersiniz?*” sorusu ile analitik, metabilişsel ve yaratıcı düşünme becerilerinin kullanılması ve çeşitli fikirler elde etmeleri sağlanmıştır. Hazırbulunuşluk seviyeleri anlaşıldıktan sonra uygulama örneği dağıtılmıştır. Uygulama süresi 40 dk ile sınırlandırılmıştır. Öğrenciler kendilerinde var olan bilgiler doğrultusunda uygulama için belirlenen süre zarfında uygulamayı tamamladıktan sonra kağıtlar toplanmış ve ilgili ünitenin ilgili kazanımı doğrultusunda ders anlatımı yapılmıştır. Seçilen kazanıma yönelik ders anlatımı sonrasında uygulama örneği öğrencilere yeniden dağıtılmış ve ders anlatımı desteği ile öğrencilerin iş seçme nedenlerine yönelik düşünce değişiklikleri durum tespiti yapılmıştır.

Yapılan uygulama sonucunda elde edilen bulgular:

- 1- Finansman boyutunda girişimcilik becerisi ile ilişkili olarak “*Finansman ile ilgili ihtiyaçların farkına varır.*” kazanımına yönelik uygulamadan elde edilen bulgular,
- 2- Finansman boyutunda girişimcilik becerisi ile ilgili “*İş fikrini hayata geçirecek finansman kaynaklarını bilir.*” kazanımına yönelik uygulamadan elde edilen bulgular,

şeklinde iki başlık altında ifade edilmiştir.

3.2.2.Finansman Boyutunda Girişimcilik Becerisi ile İlişkili Olarak ‘Finansman İle İlgili İhtiyaçların Farkına Varır’ Kazanımına Yönelik Uygulamadan Elde Edilen Bulgular

Öncelikle finansman boyutunda girişimcilik becerisi ile ilişkili olarak “*Finansman ile ilgili ihtiyaçların farkına varır.*” kazanımına yönelik uygulamadan elde edilen bulgular Tablo 7’ de verilmiştir.

Tablo 3.7. Finansman ihtiyaçları.

Uygulama Öncesi Finansman ile İlgili İhtiyaçlar	f	Uygulama Sonrası Finansman ile İlgili İhtiyaçlar	f
Bilmiyorum/Neden Belirtilmemiş	6	Bilmiyorum/ Neden Belirtilmemiş	-
Ekipman (Araç-Gereç)	1	Ekipman (Araç-Gereç)	3
İş Yeri/Mekân açabilmek	3	İş Yeri/ Mekân açabilmek	2
Hammadde ve üretim	2	Hammadde ve üretim	5
Banka desteği	4	Banka desteği	3
Aile yardımı	1	Aile yardımı	3
Ürün alabilmek	4	Ürün alabilmek	2
Sermaye	5	Sermaye	8
		Ürünlerin tasarlanabilmesi	1
		İş yeri/dükkan eşyalarını alabilmek	1
		Tanıtım gideri	1
		Dekor giderleri	1
		Kira gideri	1
		Projeleri tasarlamak	3
		Toplumsal ihtiyaçlarını karşılayabilmek	2
		Yatırım	1
Toplam	26	Toplam	37

Tablo 7’ de uygulama öncesinde finansman ile ilgili öğrencilerin iş fikirlerini hayata geçirmek için parayı nasıl kullanacakları, para ile ilgili ihtiyaçlarını nereden ve nasıl temin edebilecekleri konusunda elde edilen bulgular verilmektedir. Uygulama öncesinde para kullanımı ve para ile satın alabilecekleri hakkında ‘*fikri olmayan*’ ya da ‘*neden belirtmeyen*’ öğrenci frekans değeri 6 olarak tespit edilmiştir. Uygulama öncesi “*Ekipman (Araç-Gereç)*”, ‘*iş yeri/mekân*

açabilmek, *'hammadde ve üretim'*, *'banka desteği'*, *'aile yardımı'*, *'ürün alabilmek'*, *'sermaye'* temaları ile birlikte toplam 26 frekans değeri elde edilmiştir.

Uygulama sonrasında *'bilmiyorum ifadesini kullanan'* ya da *'neden belirtmeyen'* öğrenci frekansına rastlanılmamıştır. Buradan anlıyoruz ki para ile ilgili ihtiyaç analizinde tüm öğrenciler bir fikir beyanında bulunmuştur. Toplam frekans değerinin 37 olması dikkate alındığında bu durum öğrencilerin birden fazla görüş bildirdiğinin bir göstergesi olmuştur.

Uygulama sonrasında öğrencilerin finansman desteği bulabilecekleri durumları öğrenmeleri ve ifade etmeleri kazandırılması istenen önemli bir kazanım olmuştur. Bu bağlamda *'Ekipman (Araç-Gereç)'*, *'iş yeri/mekân açabilmek'*, *'hammadde ve üretim'*, *'banka desteği'*, *'aile yardımı'*, *'ürün alabilmek'*, *'sermaye'*, *'ürünlerin tasarlanabilmesi'*, *'iş yeri/dükkân eşyalarını alabilmek'*, *'tanıtım gideri'*, *'dekor giderleri'*, *'kira gideri'*, *'projeleri tasarlamak'*, *'toplumun ihtiyaçlarını karşılayabilmek'*, *'yatırım'* gibi temalara ulaşılmıştır.

'Ürünlerin tasarımı', *'proje tasarımı'* ve *'ürün alabilmek'* temaları ile kaynakların detaylı bir şekilde ifade edilmesi bizlere konuyu anladıklarını ve zihinlerinde çeşitlendirebildiklerini göstermiştir. Özellikle *'sermaye'* ve *'hammadde/üretim'* temalarındaki frekans artışı gözle görülebilir ölçüde artmıştır. Öte yandan diğer temalardaki frekans değerleri ya sabit kalmış ya da bazı temalar ortadan kalkarak yeni temalar oluşmuştur. Verilen cevaplardan çeşitli örnekler aşağıda belirtilmiştir:

- Ö12: *"Ben bir çantacı açmak istiyorum o yüzden elimde olan on bir bin tl ile altın alıp altın fiyatları çıkmaya başlayınca o altınımı bozdurup bir çantacı açacağım ve oranın içini süsleyerek dükkanımı paylaşıp müşteri kazanacağım."*
- Ö14: *"Uğraşacağım iş ile ilgili araştırma yaparım. Bilgi edinirim. aile üyelerimin kullanmadıkları eşyaları satarım veya kiralarım."*
- Ö15: *"Babamdan bir miktar para isterdim. Küçük bir dükkân açıp ben kazanmaya çalışırdım."*
- Ö19: *"İlk bir dükkân açar onu geliştiririm onu büyütürüm ve kazancımı elde etmiş olurum."*

- Ö25: “Büyüdüğümde bir butik açtım butiğimin finansmanını sattığım veya kiraladığım kitaplarla karşıladım.”

Elde edilen bulgular dikkate alındığında uygulamanın girişimcilik becerisinin bir alt becerisi olarak belirlenen finansman boyutu ile ilgili fikri/bilgisi olmayan öğrencilerde bilgi/becerilerin kazandırılabilirdiğini ve var olanların geliştirilip dönüştürülebildiğini; bu bulgular sonucunda “finansman ile ilgili ihtiyaçlarının farkına varır” kazanımı ile ilgili uygulamanın finansman süreci bağlamında hedeflenen kazanımın gerçekleştiğini göstermektedir.

3.2.3. Finansman Boyutunda Girişimcilik Becerisi ile İlgili ‘İş Fikrini Hayata Geçirecek Finansman Kaynaklarını Bilir’ Kazanımına Yönelik Uygulamadan Elde Edilen Bulgular

Tablo 3.8. İş fikrini hayata geçirecek finansman kaynakları.

Uygulama Öncesi Finansman Kaynaklarım	f	Uygulama Sonrası Finansman Kaynaklarım	f
Bilmiyorum/ Neden Belirtilmemiş	1	Bilmiyorum/ Neden Belirtilmemiş	-
Herhangi bir iş yaparak	10	Herhangi bir iş yaparak	11
Sermaye	3	Sermaye	2
Ailem ve Yakınlarım	8	Ailem ve yakınlarım	11
Borç	8	Borç	6
Altın	1	Altın	1
Bankalar	3	Bankalar	1
Ticaret	2	Ticaret	5
Helal yoldan kazanılan para	6	Helal yoldan kazanılan para	14
Kredi desteği	3	Kredi desteği	-
Yatırım	2	Yatırım	1
		Tanıtım/reklam	2
		Planlı olarak kazanılan	2
		Birikim	4
		Avantaj yolu ile kazanılan para	1
Toplam	47	Toplam	61

Elde edilen bulgular doğrultusunda uygulama öncesi elde edilen finansman kaynakları frekans değeri 47 olarak bulunmuştur. Bu frekans değerini oluşturan temalar: *'Bilmiyorum/Neden Belirtilmemiş'*, *'herhangi bir iş yaparak'*, *'sermaye'*, *'ailem ve yakınlarım'*, *'borç'*, *'altın'*, *'bankalar'*, *'ticaret'*, *'helal yoldan kazanılan para'*, *'kredi desteği'*, *'yatırım'* şeklinde ifade edildiği tespit edilmiştir. Burada dikkati çeken öğrencilerin zihninde kazandırılmak istenen değerlerden *'helal kazanç'* temasının 6 frekans değeri olarak tespitidir. Öyle ki bu bulgu bizlere öğrencilerden bazılarının bu uygulama için kazandırılması hedeflenen değerlere sahip olduğunu ve hazırbulunuşluk düzeylerinin yüksek olduğunu göstermiştir.

Uygulama sonrası elde edilen toplam frekans değeri 61 olarak tespit edilmiş ve bilmiyorum/neden belirtilmemiş ifadesi ile ilgili herhangi bir frekans değerine rastlanılmamıştır. Uygulama için yapılan bilgilendirme ve ders anlatımı sonrası frekans değerlerinde gözle görülür bir değişiklik olduğu saptanmıştır. Nitekim uygulama öncesi herhangi bir bilgilendirme yapılmadan önce öğrencilerin iş fikirlerini gerçekleştirmek için finans kaynağı olarak helal yoldan kazılan para olarak ifade ettiği frekans değeri 6 olarak tespit edilirken uygulama sonrası bu frekans değeri 14 olarak tespit edilmiştir. Bu durum öğrencilerde kazandırılması istenen *'helal lokma'*, *'helal kazanç'* gibi kazanımların kazandırıldığını, öğrenci görüşlerinin değişmesinde ders anlatımının başarılı olduğunu göstermiştir. Diğer yandan öğrencilerin ders anlatımı öncesinde yapılan uygulamada ifade ettikleri *'banka desteği'*, *'kredi'* gibi temaların ders anlatımı ve uygulama sonrası frekans değerleri düşmüş ya da gözlemlenmemiştir. Bu bulgu uygulama için hedeflenen olumlu bir çıktı olarak kabul edilmiştir.

Uygulama sonrası elde edilen bulgulara göre bazı frekans değerleri sabit kalırken bazı değerlerin yok olduğu ve yeni temaların oluştuğu gözlenmiştir. Bu bağlamda öğrenci cevapları ile ilgili bazı örnek ifadeler şöyledir:

- Ö5: *"Ben parayı babam ve annemden alırdım. Herhangi birine borcum olmasın."*
- Ö9: *"Çok olan eşyalarımı ceket, pantolon, elbise, masa, ayakkabı gibi şeyleri satarak internetten para kazanırım."*
- Ö13: *"Bileklik ya da şal gibi küçük şeyler satarak para biriktiririm ve daha büyük bir firma açardım."*

- Ö15: “*Babamdan para alırdım ya da bir şeyler satarak para kazanırdım.*”
- Ö20: “*Helal yönde ve helal kazanç sağlayarak kazanırdım.*”

Bu bulgular uygulama öncesi bilgisi az olan ya da olmayan öğrencilerin kazandırılması hedeflenen bilgi, beceri ve değerlerin kazandırıldığını, bilgisi olanların ise var olan bilgilerini geliştirdiğini ve dönüştürdüğünü göstermiştir. Örneğin; Ö1, ders anlatımı öncesinde yapılan uygulamada verdiği bir cevapta “*bileklik yapımı için dükkân açacağım*” ifadesini kullanırken, ders anlatımı ve uygulama sonrası verdiği cevapta “*helal yoldan çalışarak dükkanımı açacağım*” ifadesini kullanmıştır. Yine Ö6, ders anlatımı öncesinde yapılan uygulamada verdiği bir cevapta “*çalışmaktan pes etmedim çalıştım başardım kendime yeni bir iş yeri açtım*” ifadesini kullanırken, ders anlatımı ve uygulama sonrası verdiği cevapta “*Helal bir para ve helal lokma kazanmak için kendimi geliştiririm.*” ifadesini kullanmıştır. Bu ve bunun gibi örnekler finansman teması doğrultusunda ‘iş fikrini hayata geçirecek finansman kaynaklarını bilir’ kazanımı bağlamında hedeflenen kazanımların gerçekleştiğini göstermektedir.

Elde edilen bulgular bağlamında gerçekleştirilen uygulamada din eğitiminde girişimcilik becerisinin kazandırılması konusu bağlamında finansman teması ile ilgili olarak başarılı sonuçlar elde edilmiştir. Nitekim bu alanda yapılan çalışmalar incelendiğinde Kawasaki (2007) girişimci kişinin finansman ihtiyaçlarını (melek yatırımcılar, girişim sermayesi) gibi unsurlar ile ifade ederken uygulama sonucunda elde edilen veriler incelendiğinde öğrencilerin finansman kaynaklarını yakın çevreden başlamak üzere halkalarını genişlettikleri ve aile, akraba, banka vb. kurumlar üzerinden finansman kaynaklarını sağlayabileceklerini ifade ettikleri anlaşılmıştır.

3.3. Ürün Tasarımı ve Üretim Boyutuna Yönelik Bulgular ve Tartışma

Din eğitimi sürecinde girişimcilik becerisinin ürün tasarımı ve üretim boyutunun gerçekleştirilmesine yönelik vaka çalışması örneğinin uygulanması ve bulgular doğrultusunda öncelikle bazı tanımlamalar yapılmıştır. Ürün, muhatapların ihtiyaç ve isteklerini karşılamak adına pazara sunulan somut veya soyut bir şey olarak ifade edilmektedir (Ozan ve Doğan, 2014).

Dizayn; çizim, planlama ve tasarım anlamlarına gelmektedir. Aynı zamanda bir fikir ve bu fikri ortaya koymak için kullanılan araçlar anlamını da içermektedir. (Barnard, 1998). Tasarım aynı zamanda “olmayan bir şeyi düşünme yetisinin bir sonucu” olarak da ifade edilmektedir (Kolko, 2010).

Gelişmekte olan dünyamızda tasarım kavramının anlamı da yıllar içinde geliştiği ve karmaşıklaştığı anlaşılmaktadır. Öyle ki insan yaşamının her noktasında tasarımı görmek mümkünken sınırlarını belirlemenin ya da sınırlarından söz etmenin oldukça zor olduğu görülmektedir. Bu çerçevede ‘*tasarım*’ ifadesi çok değişkenli, çok verili, çok yönlü, çok özenli, çok disiplinli ve çok ortamlı bir kavram olarak kabul edilmektedir (Teymur, 1998).

Üretim, insanın yaşaması için gerekli maddeleri elde etmesi anlamında ifade edilen üretim kavramı madde alışverişi olarak tanımlanmaktadır. Toplumun temel oluşumunda üretim faaliyetinin varlığı genel geçer bir ifade olarak anlatılmaktadır. Bu ifade ile ilişkili olarak anlatılan inovasyon ise ekonomik kalkınmanın gereği olan ve yapısal değişim için gerekli olan bir yenilik olarak açıklamak mümkündür (Sledzik, 2013).

Uygulama temasının anlaşılabilirliği açısından tanımlanmasında fayda görülen kavramlar doğrultusunda finansman uygulamasının ardından “Din eğitiminde girişimcilik becerisinin kazandırılması sürecinde ürün tasarımı ve üretim boyutu ile ilgili olarak hazırlanan vaka örneği uygulaması” Tablo 9’da açıklanan yönerge ile ilgili sınıfa uygulanmış ve değerlendirilmiştir.

Tablo 3.9. Ürün tasarımı ve üretim boyutuna yönelik uygulama örneği planı.

Hedeflenen Öğrenme Türü	Bireysel Özellikler	Plan	✓	Uygulama	✓	Düşünme	✓
Uygulamanın Adı	Ürün Tasarımı ve Üretim Fikrini Oluşturuyorum						
Uygulamanın Amacı	Örf ve âdetlerimizde yer alan dinî unsurlar bağlamında üretimin gerçekleştirilmesi için ürün tasarımı ve üretim fikri oluşturulmasını sağlamak.						
Süre	40 dk.						
Öğrenme Süreci	Bireysel Çalışma						
Öğretim Süreci	Öğretmen rehber (moderatör) rolündedir.						
Öğrenme Çıktısı	Ürün tasarımı ve üretim fikri üzerine tartışma gerçekleştirilir ve görüşler değerlendirilerek ürün tasarımı ve üretim fikri oluşturulur.						
Temel Araç-Gereç ve Materyaller	Çalışma Yapağı						

Girişimcilik Eğitimi Unsurları ile İlişkilendirme	Yeterlilikler		Performans Göstergesi
	Boyut	Ürün Tasarımı ve Üretim	
	Bilgi (Konu)	Üretimin gerçekleştirilmesi, ürün prototipinin oluşturulması, ürün talep (Pazar) araştırması	
	Beceri	Ürün kalitesinin tespiti ve ürün tanıtım becerisi, ürün tasarım becerisi	
	Değer	Kişisel kontrol (öz kontrol), Duyarlı olma (tarihe, çevreye, insana)	
			Öğrencilerde oluşması beklenen girişimcilik becerilerinden ürün tasarımı ve üretim fikrini geliştirmek amacı ile sınıf ortamında yapılan uygulama doğrultusunda ürün tasarımı ve üretim fikrini oluşturma süreçlerinde ürün taleplerini (pazar araştırması) gözeterek kendi ürün tasarımı ve üretim fikirlerini geliştirir. Eksik yönlerini fark eder, ürün tasarımı ve üretim fikrine yönelik yorum ve görüşleri dikkate alır.

DKAB	Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi Öğretim Programı				
Ders	Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi				
Öğrenme Alanı	5.5. Çevremizde Dinin İzleri				
Kazanım	5.5.4. Örf ve âdetlerimizde yer alan dinî unsurları fark eder.				
Öğretim Stratejisi,	İşbirlikli Öğrenme	Buluş-Araştırma İnceleme	Tartışma-Argümantasyon	Yansıtma	Problem Kurma
	Problem Çözme	✓ Metabiliş	✓ Gösterip Yaptırma	Beyin Fırtınası	✓ Karar Verme

Yöntem ve Teknikleri	✓	✓		✓	✓
	Girişimci Sözleri Tekniği	Fütüristik Düşünme Tekniği	Girişimcilik Fuarı Tekniği	Girişimci Mektupları Tekniği	Girişimci Oyunlar Tekniği
		✓			

UYGULAMADA HEDEFLenen 21. YÜZYIL/ ÜST DÜZEY DÜŞÜNME BECERİLERİ

✓	İletişim Becerileri		Liderlik		Finansal Okuryazarlık Becerisi		Bilgi Medya Okuryazarlığı
	İşbirlikli Çalışma	✓	Eleştirel Düşünme	✓	Sosyal Sorumluluk		Yenilikçi Düşünme
✓	Girişimcilik	✓	Analitik Düşünme	✓	Karar Verme	✓	Bilimsel Süreç Becerileri

Ölçme ve Değerlendirme Araçları

	Kontrol Listesi	Gözlem	Yansıtma	Çalışma Yaprakları	Anket
		✓		✓	
Değerlendirme Araçları	Bireysel (Öz) Değerlendirme	Akran Değerlendirmesi	Grup Değerlendirmesi	Rubrik (Dereceli Puanlama Anahtarı)	Tanılayıcı Dallanmış Ağaç
	✓				
	Kavram Haritası	Zihin Haritası	Kelime İlişkilendirme Testi (KIT)	Yapılandırılmış Grid	Soru Tekniği (Doğru-Yanlış Eşleştirme)

Uygulama Süreci

	Öğretmenin Rolü	Öğrencinin Rolü
Merak Uyandırma	Öğretmen öğrencilere ürün tasarımı ve üretim fikri hakkında genel bir anlatım yapar ve öğrencilere “İleride siz nasıl bir ürün tasarımı ve üretim fikri oluşturmak istersiniz?” sorusunu yöneltir.	Öğrencilerden ürün tasarımı ve üretim fikrine yönelik konu anlatımını dikkatlice dinlemeleri ve öğretmenin sorduğu soruya cevap vermeleri beklenmektedir.

Değerlendirme	1	Öğretmen sorduğu soruya yönelik öğrencilerden cevap aldıktan sonra hazırlamış olduğu çalışma yaprağını öğrencilerden uygun şekilde doldurmalarını ister. Öğrencilere çalışma yaprağına dair bilgilendirme yapılır.	Öğrencilerden verilen çalışma yaprağındaki soruları uygun şekilde cevaplamaları ve cevapları kaydetmeleri beklenmektedir.
	2	Öğrencilere çalışma yaprağını doldurmaları için belirli bir süre tanınır. Cevaplama işlemi bittikten sonra öğrencilerin çalışma yaprağındaki ürün tasarımı ve üretim fikirlerini sınıftaki arkadaşları ile paylaşmaları istenir. Paylaşılan ürün tasarımı ve üretim fikirleri ile ilgili görüşler sınıf ortamında tartışılır. Öğrenciler arasında fikir alışverişi yapılabilmesi için uygun ortam oluşturulur.	Öğrencilerden ürün tasarımı ve üretim fikirlerini paylaşmaları ve ürün tasarımı ve üretim fikrinin toplumun hangi ihtiyacına yönelik olduğunu belirtmeleri, olumlu ve olumsuz yönleri hakkında görüş bildirmeleri beklenir.
	3	Öğretmen tarafından çalışma yaprağı öğrencilere yeniden dağıtılır. Öğrencilerden ürün tasarımı ve üretim fikirleri üzerine yaptıkları tartışmadan hareketle ürün tasarımı ve üretim fikri oluşturacak kişide bulunması/bulunmaması gereken özelliklere ve ürün tasarımı ve üretim fikri oluştururken nelere dikkat edilmesi gerektiğine dair bilgileri dikkate alarak ürün tasarımı ve üretim fikirlerini gözden geçirmeleri beklenir. Ardından önemli buldukları görüşleri not etmeleri istenir. Uygulama formunda yer alan değerlerin kazandırılması noktasında öğretmen yönlendirmelerde bulunur.	Öğrencilerden verilen çalışma yaprağında yer alan ürün tasarımı ve üretim fikirlerini yapılan tartışma neticesinde önemli gördükleri görüşleri dikkate alarak düzenlemeleri ve önemli buldukları noktaları not etmeleri beklenir. Nihayetinde ürün tasarımı ve üretim fikirlerini gözden geçirmeleri sağlanır.
		Öğretmen öğrencilere çalışma yaprağını yeniden dağıttıktan sonra gerekli gördüğü noktalara dikkat çeker, genel bir özet yapar ve önemli noktaları vurgular. Uygulama formunda yer alan değerlendirme araçlarını kullanır.	Bu kısımda öğrencilerden öğretmenlerini dikkatlice dinlemeleri ve önemli gördükleri kısımları not almaları beklenir.

Tablo 9’da yer alan bilgiler doğrultusunda Din Eğitiminde Girişimcilik Becerisinin Kazandırılması sürecinin ürün tasarım ve üretim boyutuna yönelik vaka uygulama örneği hazırlanmış, ilgili sınıfa uygulanmış ve değerlendirilmesi yapılmıştır. Bu bağlamda örnek uygulamanın gerçekleştirildiği sınıf düzeyi, öğrenme alanı ve kazanımı Tablo 10’da verilmiştir.

Tablo 3.10. Ürün tasarım ve üretim ile ilgili öğrenme alanı ve kazanımı.

Sınıf Düzeyi	Öğrenme Alanı	Kazanım
5.Sınıf	5.5. Çevremizde Dinin İzleri	5.5.4. Örf ve âdetlerimizde yer alan dinî unsurları fark eder.

Bu doğrultuda 5.sınıf “Çevremizde Dinin İzleri” ünitesi kapsamında girişimcilik becerisinin ürün tasarımı ve üretim boyutu ile kazandırılmak istenen bilgi, beceri ve değerler aşağıda gösterilen çalışma yaprağı ile gerçekleştirilmeye çalışılmıştır.

ÇALIŞMA YAPRAĞI

Vaka Örneği

OLMAMIŞ BİR ŞEYİ BAŞARABİLİRSENİZ ÖZEL KALİYORSUNUZ...

1937 yılında doğdum. Boluluyum. 1956 yıllarında daha fazla ne yapabiliriz diye düşündüm. Ziraat mühendisliği mezunu olduğum için Bolu’da verimliliği artırma projeleri ile ilgilendim. O zamanlar Bolu çok güzel bir yerdi fakat iş imkânı olarak verimli bir yer değildi.

İlk dükkanımı açtım fakat zamanla bu dükkân bir ticarethaneye dönüştü. Özal döneminde Türkiye’de ilk defa beyaz et sektörü doğdu. Örneğin Mudurnu tavukçuluk. Bu olaydan sonra Bolu’da beyaz et sektörü bir sıçrama yaptı. Bende ne yapabilirim diye düşünürken beyaz et için yem üreten bir firma tasarısında bulundum. İlerleme belli oldukça tüm çalışmalarına yeni tasarımlar yeni fikirler eklemeye başladım. Bu tutumumdan dolayı çevrede ‘bilen adam’ , ‘araştıran adam’ olarak adlandırılmaya başladım. İşin özü araştırırsanız bir şeyler buluyorsunuz. Örneğin o dönem ‘Lades’ adlı bir firma vardı ve o firmayı Danimarkalılar kurmuştu. Onlarla birlikte iş yaptık. Bölgede tavukçuluk geliyordu fakat hep bir sorun vardı. Ne yapabilirim diye düşünüp kendime sektörden bir çıkış noktası aradım. Birçok araştırmamın sonunda Hollanda, Almanya ve Danimarka üzerinden yaptığım çıkarımlara göre hindi etinin gelecek vaat ettiğini gördüm. Hindi etinde az yatırımla çok başarılı olabileceğimi anladım.

1994 yılında kriz nedeniyle zora düştük. Kur farkına yakalandık. İşçilerimize iş bitti elimizdekiler ancak tazminatlarınızı ödemeye yeter dedik fakat onlar destek olunca bizde direndik ve bu durumdan kurtulduk. Yumurtaları her zaman yurt dışından getirttim. Firmaları araştırdım ve fikirlerimi/isteklerimi sundum. Kanada’da çok iyi bir firma ile anlaştım. On üç senedir onlardan ürün alıyoruz diyebilirim. Bu firma hem bize oldukça dürüst davranıyor hem de en ucuz fiyatı bize veriyor.

Dünyada sağlıklı oluşunun yanı sıra en ekonomik etlerden biri hindi etidir. 1995 yılının Aralık ayında ilk tasarım ürünümüzü marketlere gönderdik. Ürünü var etmek kadar pazarlamak da önemlidir fakat rafa girmek çok pahalı bir iş. Marketlerde raflara girmek için mücadele ettik çünkü isminizi ancak bu yolla duyurabilirsiniz. Bizim ürünümüz ‘fonksiyonel gıda’ adı altında geliştirilen bir ürün olduğu için marketler ile iş birliği bizler için önemli idi. Aslında sağlığını düşünen bir kesimin tercih ettiği bir üründe diyebiliriz.

Biz bu işlerimizin yanı sıra sosyal sorumluluk projeleri de tasarladık. Örneğin anne sütüne en yakın süt olan keçi sütü üretimi yaptık ve belirli bir süre ihtiyacı olan annelere ücretsiz gönderdik ardından ücreti ile satın biz daha çok almak istiyoruz ama ücretsiz verdiğiniz için utanıyoruz diyenler oldu. Bir süre de ücretli olarak satış yaptık. Keçi sütünden peynir üretme fikrini düşündük. Bu düşünce ile ‘Bolana’ isimli keçi peyniri üretimi yaptık. Keçi sütünden peynir üretirken etlerinden ne yapsak diye düşünmeye başladık ve kolesterolü düşük sucuk üretimine başladık.

Son zamanlarda antioksidan oranı çok yüksek olan üzüksü bir meyve araştırması içerisindeyim. Bizi yaşlandırmayı hızlandıran şeyleri yok etmeye yarayan çok özel bir bitki. Bu bitki ile ilgili fonksiyonel besinler adı altında bir fidanlık tasarımı var. Bu ürüne ek olarak kabak çekirdeği üretimi fikri de düşüncelerim arasında.

Bu sektör kolay kurulmadı. Riskleri de var fakat istikbalimiz Bolu’da.

(Gerçek bir yaşam öyküsünden uyarlanmıştır.)

Tüm bu bilgiler ışığında aşağıdaki sorulara cevap veriniz:

- 1- Örnek olayda kişi ürün tasarımı ve üretim fikrini nasıl geliştirmiştir?
- 2- Siz de örnek bir ürün tasarımı ve üretim fikri geliştirebilir misiniz? Lütfen yazınız.
Açıklama (Avantaj, dezavantaj, fırsat, tehdit)
- 3- Örnek olayda karakterimiz ürün tasarımı ve üretim fikrini geliştirirken nasıl bir yol izlemiştir?
- 4- Siz ürün tasarımı ve üretim fikrinizi neleri dikkate alarak geliştirdiniz?
Açıklama (Avantaj, dezavantaj, fırsat, tehdit)

Aşağıda yukarıdaki vaka analizinden örnek bazı cümleler eksik olarak verilmiştir. Cümleler devam etse idi sizce hikâye nasıl devam ederdi. Lütfen yazınız?

- 1- İlerleme belli oldukça tüm çalışmalarına yeni tasarımlar yeni fikirler eklemeye başladım. Bu tutumumdan dolayı çevrede ‘bilen adam’, ‘araştıran adam’ olarak adlandırılmaya başladım. İşin özü araştırırsanız bir şeyler buluyorsunuz...
- 2- Bölgede tavukçuluk geliyordu fakat hep bir sorun vardı. Ne yapabilirim diye düşünüp kendime sektörden bir çıkış noktası aradım...
- 3- 1994 yılında kriz nedeniyle zora düştük. Kur farkına yakalandık. İşçilerimize iş bitti elimizdekiler ancak tazminatlarınızı ödemeye yeter dedik...

3.3.1. 5.Sınıf Düzeyinde “Ürün Tasarımı ve Üretim” Boyutuna Yönelik Gerçekleştirilen Uygulamadan Elde Edilen Bulgular:

Ürün tasarımı ve üretim teması ile ilgili olarak “*Ürün Tasarımı*” teması alt başlığında uygulama örneği hazırlanmıştır. Uygulama öncesinde öğrencilere detay bilgi verilmeden kısaca ürün tasarımı ve üretim fikri hakkında anlatım yapıp ‘ürün nedir’, ‘üretim nedir’ şeklinde düşündürücü sorular sorulmuştur. Konuya dikkat çekilmesinin ardından öğrencilere “*İleride siz nasıl bir ürün tasarımı ve üretim fikri oluşturmak istersiniz?*” sorusu yöneltilmiştir. Öğrencilerin eleştirel düşünebilme, analitik düşünebilme ve yaratıcı düşünebilme becerileri bağlamında zihinsel düşünme süreçlerini aktif edecek bir tartışma ortamı oluşturup, hazırlanan uygulama örneği öğrencilere dağıtılmıştır.

Öğrenciler var olan bilgileri ile örnek çalışma yaprağını doldurduktan sonra kağıtlar toplanmıştır. Sonrasında ‘ürün’, ‘tasarım’, ‘ürün tasarımı’ ve ‘üretim’ konuları ile ilgili kazandırılması hedeflenen bilgi, beceri ve değerler kapsamında ilgili ünitenin ilgili kazanımı bağlamında ders anlatımı gerçekleştirilmiştir. ders anlatımı ardından uygulama örnekleri yeniden öğrencilere dağıtılmış ve ilgili soruların cevaplanması istenmiştir.

Bu uygulama da amaç; öğrencilerin belirledikleri iş fikirlerine yönelik olarak iş fikirlerini hayata geçirebilmek için ürünleri düşünme ve tasarlama gibi becerilerini geliştirmek olarak belirlenmiştir. Uygulamada kazandırılması hedeflenen alt temalarda ‘ürün tasarımı becerisi’, ‘duyarlı olma’, ‘iş fikri doğrultusunda üreteceği ürünü tasarlama’, ‘üreteceği ürünün özelliklerini tasarımında ifade edebilir’ şeklinde beceri, değer ve kazanımlar belirlenmiştir. Uygulama süresi 40 dk olarak belirlenmiş, soruların seçimi ve vaka örneğinin öğrenci seviyesine uygunluğu dikkate alınmıştır. Uygulama sonucunda elde edilen bulgular kazandırılması hedeflenen kazanımlar bağlamında açıklanmıştır.

Yapılan uygulama sonucunda elde edilen bulgular:

1. Ürün tasarımı ve üretim boyutunda ‘tasarım kriterleri’,
 2. Ürün tasarımı ve üretim boyutunda “üreteceği ürünün özelliklerini tasarımında ifade edebilir.”
 3. Ürün tasarımı ve üretim boyutunda ‘ürün tasarımlarının konuları’,
- şeklinde üç başlık altında ifade edilmiştir.

3.3.2. Ürün Tasarımı ve Üretim Boyutunda “Tasarım Kriterleri” Başlığı Altında Elde Edilen Bulgular

Öncelikle ‘ürün tasarım kriterleri’ ile ilgili bulgular Tablo 11’de verilmiştir. Ardından elde edilen bulguların açıklamaları ve değerlendirmeleri yapılmıştır.

Tablo 3.11. Tasarım Kriterleri.

Uygulama Öncesi Tasarım Kriterleri	f	Uygulama Sonrası Tasarım Kriterleri	f
Bulamadım/ Anlamadım	16	Bulamadım/ Anlamadım	4
Şekil	2	Şekil	9
Bütünlük	1	Bütünlük	4
Renk	2	Renk	10

Detay	1	Detay	3
Tasarım	2	Tasarım	1
Özgün tasarım	2	Özgün tasarım	2
Planlama	3	Planlama	1
Çizgi	2	Çizgi	1
Desen	1	Desen	1
		El emeği	2
		Alan	2
		Simetri	3
		Ton	1
		Ölçü	2
Toplam	32	Toplam	46

Tablo 11’den elde edilen bulgulardan yola çıkarak ürün tasarımı ve üretim teması kapsamında hazırlanan uygulama bağlamında ‘*bulamadım/anlamadım*’, ‘*şekil*’, ‘*bütünlük*’, ‘*renk*’, ‘*detay*’, ‘*tasarım*’, ‘*özgün tasarım*’, ‘*planlama*’, ‘*çizgi*’, ‘*desen*’ olarak toplamda 32 frekans değeri elde edilmiştir. Bu frekans değerlerinde belirtilen ürün kriterleri hakkında ‘*bulamadım/anlamadım*’ ifadesini kullanan öğrenci sayısı 16 olarak tespit edilmiştir. Bu bilgi ile uygulama öncesinde öğrencilerin konu ile ilgili yeterince bilgi ve tecrübeye sahip olmadıkları anlaşılmıştır. Fakat uygulama sonrasında bu frekans değerinin 4’e düşmesi konu ile ilgili görüşlerin/fikirlerin değiştiğinin ve geliştiğinin açık bir göstergesi olmuştur.

Uygulama sonrası kriterler için elde edilen toplam frekans değeri 46 olmuştur. Uygulama sonrası frekans değerleri karşılaştırıldığında bazı değerlerin uygulama öncesinde ve sonrasında aynı kaldığı bazı değerlerin ise değiştiği ve geliştiği gözlenmiş, öğrencilerin bu uygulamada başarılı oldukları tespit edilmiştir. Örneğin uygulama öncesinde ‘*şekil*’, ‘*bütünlük*’, ‘*renk*’ temalarında tespit edilen frekans değerlerinin uygulama sonrasında ciddi oranda arttığı belirlenmiştir.

Öğrencilerin uygulama sonucunda ürün tasarım kriterleri ile ilgili vermiş olduğu cevaplardan çeşitli örnekler şöyledir:

- Ö3: “*Yeni farklı modeller yapmak istedim.*”
- Ö10: “*Kopya çekmeden bir ürün tasarlarım.*”
- Ö14: “*Tasarımımla alakalı çizimler yaparım, renkli boncuklar alırım. Küpe tasarlamada kirazlı boncuklu, taşlı, çilekli boncuklar ile tasarlarım.*”

- Ö15: “Dükkânın duvarı renkli olur, içerisi süslü olur.”
- Ö25: “Tasarıma odaklandım.”

Bu bulgulardan elde edilen veriler doğrultusunda gerçekleştirilen uygulamada din eğitiminde girişimcilik becerisinin kazandırılması ile ilgili olarak ürün tasarımı ve üretim temasında ‘*tasarladığı ürünün kriterlerini belirler*’ başlığı altında elde edilen veriler başarılı ve geliştirilebilir olarak tespit edilmiştir.

3.3.3. Ürün Tasarımı ve Üretim Boyutunda ‘Üreteceği Ürünün Özelliklerini Tasarımında İfade Edebilir’ Başlığı Altında Elde Edilen Bulgular

Öncelikle “*Üreteceği ürünün özelliklerini tasarımında ifade edebilir.*” kazanımı ile ilgili bulgular Tablo 12’de verilmiştir. Ardından elde edilen bulguların açıklamaları yapılmış ve elde edilen veriler ile bu bulgular hakkında değerlendirmeler gerçekleştirilmiştir.

Tablo 3.12. Ürün özellikleri.

Uygulama Öncesi Ürün Özellikleri	f	Uygulama Sonrası Ürün Özellikleri	f
Bilmiyorum	12	Bilmiyorum	3
Fonksiyonel	1	Fonksiyonel olma	2
Tanınır	1	Tanınır olma	1
Sade	1	Sade	1
Satın alınabilir	1	Uygun fiyatlı	1
Renkli/ilgi çekici	1	Renkli/ilgi çekici	2
Çizimleri düzenli	1	Çizimleri düzenli	2
Süslü	1	Süslü	2
Estetik	1	Estetik	5
		Kullanımı kolay	3
		Uygun maliyetli	3
		Garantisi olan	2
		Hafif	1
		Kolay taşınabilir	1
		Yöresel/kültürel	4
		Farklı	2
		Helal sertifikalı	2
		Dine uygun	2
		Üretim standartlarına	1

		uygun	
Toplam	20	Toplam	40

Ürün tasarımı ve üretim temasına yönelik olarak “*Üreteceği ürünün özelliklerini tasarımında ifade edebilir.*” kazanımı doğrultusunda elde edilen bulgulara göre: uygulama öncesi ürünün özelliklerini bilmiyorum teması altında ifade eden öğrenci frekans değeri 12 olarak tespit edilmiştir. Fakat uygulama sonrası bu frekans değeri 3 olarak tespit edilmiştir. Bu bulgu ile kazandırılması hedeflenen bilgi, beceri ve değerlerin kazandırılabilirdiği ve sayıda buna bağlı olarak bir düşünüş yaşandığı ifade edilebilir. Bununla birlikte uygulama öncesinde ‘fonksiyonel’, ‘tanınır’, ‘sade’, ‘satın alınabilir’, ‘renkli/ilgi çekici’, ‘çizimleri düzenli’, ‘süslü’, ‘estetik’ temalarında toplam 8 frekans değerinin tespit edilmesi bu uygulamada konu ile ilgili herhangi bir bilgilendirme yapılmadan önce öğrencilerin fikirlerinin olmaması ya da ifade etmedikleri şeklinde yorumlanabilir. Sınıf mevcudunun 25 olması dikkate alındığında, ders anlatımı öncesi yapılan uygulama örneğinde toplam frekans değerinin 20 olarak tespiti öğrencilerin bazılarının bu soruyu yanıtsız bıraktığını destekler nitelikte olmuştur.

Uygulama sonrası elde edilen temalar ve frekans değerleri incelendiğinde ‘fonksiyonel olma’, ‘tanınır olma’, ‘sade’, ‘uygun fiyatlı’, ‘renkli/ilgi çekici’, ‘çizimleri düzenli’, ‘süslü’, ‘estetik’, ‘kullanımı kolay’, ‘uygun maliyetli’, ‘garantisi olan’, ‘hafif’, ‘kolay taşınabilir’, ‘yöresel/kültürel’, ‘farklı’, ‘helal sertifikalı’, ‘dine uygun’, ‘üretim standartlarına uygun’ temaları olmak üzere ‘bilmiyorum’ ifadesi ile birlikte toplam 40 frekans değeri tespit edilmiştir. Bu temalarda öğrencilerin tasarımlarındaki özgünlüğü ve fikrinsel olarak çeşitliliğin ortaya çıkması dikkatleri çekmiştir. Öğrenciler verdikleri cevaplar ile konuyu anladıklarını ve iş fikirlerini hayata geçirmek için planladıkları ürünün tasarımında başarılı olduklarını göstermişlerdir. Öyle ki yalnızca tasarım özelliklerini ifade etmemiş bazı ürünler için açıklamalarda da bulunmuşlardır.

Bu uygulamada kazandırılması hedeflenen becerilerden ‘*ürün tasarım becerisi*’, kazandırılması hedeflenen değerlerden ise ‘*kişisel kontrol (öz kontrol)*’, ‘*Duyarlı olma (tarihe, çevreye, insana)*’ ile ilgili çeşitli örnekleri öğrenci cevaplarında görmek yapılan uygulama ile hedeflenen amaca ulaşıldığını göstermektedir. Örneğin: Ö5 uygulama öncesinde “*çikolata fabrikası açmak için çikolata alırdım, insanlara tanıtırdım*” ifadesini kullanırken uygulama sonrasında

“ilk tasarım ürünümün hafif olmasına her yere kolayca taşınabilmesine ve garantisi olmasına dikkat ederim” ifadesini kullanmıştır. Aynı şekilde Ö13 uygulama öncesinde *“çeşitli araştırmalar yaptım ve bu şekilde ürün tasarlamaya başladım.”* İfadelerini kullanırken uygulama sonrasında *“Türk adetlerine ideallerine uygun estetik görünen, maliyeti az ve garantisi olan bir ürün geliştirdim. Farklı ama standartlara uygun bir ürün.”* ifadelerini kullanmıştır. Elde edilen bu ve bunun gibi veriler din eğitiminde vaka çalışması ile ürün tasarımı becerisinin kazandırılabilmesine dair başarılı sonuçlar olarak kabul edilmiştir.

Uygulama sonrasında cevaplar kontrol edildiğinde Ö1 uygulama öncesinde *“ürün tasarımına dikkat ederim”* cevabını verirken uygulama sonrasında *“sosyal sorumluluk projesi tasarlarım”* cevabını vermiştir. Ö14 uygulama öncesinde *“yeni modeller yapmak isterim.”* ifadelerini kullanırken uygulama sonrasında *“insanlara sorarak, araştırarak nasıl bir bileklik tasarımı istediklerini öğrenir onların istekleri doğrultusunda işimi kolaylaştırırım.”* ifadelerini kullanmıştır. Bulgular incelendiğinde elde edilen veriler bu uygulama ile kazandırılması hedeflenen ‘duyarlı olma’ ve ‘öz kontrol’ değerlerinin vaka çalışması ile kazandırılması bağlamında önemli görülmüştür.

Öğrencilerin bu açıklamaları ve ürün tasarım özellikleri ile ilgili vermiş oldukları çeşitli cevaplara örnekler aşağıda ifade edilmiştir:

- Ö3: *“Fonksiyonel olmasına, estetik olmasına, kullanımı kolay olmasına, maliyeti uygun olmasına ve garantisi var mı yok mu olmasına dikkat ederim.”*
- Ö5: *“Üretirsem ağır olmaması, her yere kolayca taşınabilmesi ve garantisi olmasına dikkat ederim.”*
- Ö10: *“Kolye ve toka bizim dinimize göre göre olmalı, kullanışlı olmalı ve estetik olmalı.”*
- Ö12: *“Maliyeti az olmalı güzel olmalı ve çektiğim fotoğraflar özenli olmalıdır.”*
- Ö14: *“Bileklikleri örüntü halinde dikmeyi renkli ipler olmasına isteklere göre bir bileklik yapmaya özen gösteririm.”*

Bu bulgular neticesinde öğrencilerin uygulama sonucunda tasarım ile ilgili bilgi ve becerilerinin arttığını ve tasarımlarına yönelik doğru açıklamalarda bulunarak ürün özelliklerini ifade edebildiklerini ifade etmek mümkündür.

3.3.4. Ürün Tasarımı ve Üretim Boyutunda “Ürün Tasarımlarının Konuları” ile İlgili Bulgular

Öncelikle ‘*ürün tasarımlarının konuları*’ kazanımı ile ilgili bulgular Tablo 13’te verilmiştir. Ardından konu hakkında yapılan uygulama sonuçlarına göre elde edilen bulguların açıklamaları yapılmış ve bu bulgular hakkında gerekli değerlendirmelerde bulunulmuştur.

Tablo 3.13. Ürün tasarımlarının konuları.

Uygulama Öncesi Konular	f	Uygulama Sonrası Konular	f
Görüş belirtmeyen	2	Görüş belirtmeyen	1
Çikolata fabrikası	1	Çikolata fabrikası	-
Ofis	1	Ofis	-
Butik	1	Dine uygun butik	2
Tasarımcı/modacı	1	Tasarımcı/modacı	1
Dükkân	3	Dükkân	-
Terzi	1	Terzi	1
Elektrikli araba	1	Elektrikli araba	-
Bijuteri	1	Bijuteri	6
		Yöresel yemek restoranı	4
		Ticarethane	1
		Sosyal sorumluluk projesi	1
		Tasarım şirketi	1
		Hediyelik eşya dükkânı	2
		Veteriner	1
		Pastane	1
		Gurme restoran	1
		Geleneksel kıyafet butiği	1
		Doğal taş mağazası	2
		Kafe	1
		Telefon aksesuar mağazası	1
Toplam	12	Toplam	28

Tablo 13’ten uygulama öncesinde belirlenen ürün tasarımı konuları ile ilgili elde edilen temalar: ‘*görüş belirtmeyen*’, ‘*çikolata fabrikası*’, ‘*ofis*’, ‘*butik*’, ‘*tasarımcı/modacı*’, ‘*dükkân*’, ‘*terzi*’, ‘*elektrikli araba*’, ‘*bijuteri*’ şeklinde

toplamda 8 tema, 12 frekans değeri olarak tespit edilmiştir. Bu frekans değeri içinde 2 değerin '*görüş belirtmeyen*' öğrenciye ait olduğunu belirtmekte fayda görülmüştür. Konu ile ilgili ders anlatımı yapılmadan uygulama öncesinde elde edilen frekans değerinin 12 olması, sınıf mevcudu ile kıyaslandığında öğrencilerin ya bu soruyu anlamadığı ya da konu ile ilgili zihinsel herhangi bir hazırbulunuşlukları olmadığını yahut bilgilerinin yetersiz olduğunu ortaya çıkarmıştır. Öğrenciler için kazandırılması hedeflenen ilgili kazanım doğrultusunda ders anlatımı yapıp öğrencilere çalışma yaprağı yeniden dağıtıldığında elde edilen sonuçlar öğrencilerin konu hakkında bilgi sahibi olduktan sonra fikir edindiklerini ya da fikirlerini geliştirdiklerini göstermiştir. Uygulama sonucunda elde edilen 28 frekans değeri de bu durumu destekleyici olmuştur.

Öğrencilerin ürün tasarımlarının konuları ile ilgili vermiş oldukları yanıtlardan bazı örnekler şöyledir:

- Ö6: *“O bölgenin yöresel eşyaları ile ilgili bir iş yeri açacaktım.”*
- Ö10: *“Araştırma yapar bilgi edinir daha sonra bir bijuteri mağazası açarım.”*
- Ö15: *“Pastane açarım tatlı kurabiye ve benzeri şeyler olur.”*
- Ö16: *“Ben restoran açarım. Bolunun yöresel yemeklerini satabilirim.”*
- Ö19: *“Bir geleneksel kıyafet tasarımı yapabilirim. Bir gurme restoranı açarım ya da bir giyim sektörü açarım.”*

Elde edilen tüm bilgiler ve bulgular bağlamında uygulamanın ürün tasarımı ve üretim teması ile ilgili olarak hedeflenen bilgi, beceri ve değerlerin gerçekleştirildiğini ve uygulamanın ürün tasarımı ve üretim boyutunda başarılı sayılabileceğini ifade etmek mümkündür. Öyle ki Deveci (2015) girişimci öğrencilerin özelliklerini ifade ederken üreten, sorgulayan, yaratıcı ve hayal gücü gelişmiş olduklarını ifade etmektedir. Nitekim girişimci öğrencilerin üretmek veya geliştirmek istedikleri ürün, düşünce ya da şeyleri kendilerinin tasarlamaları gerektiği ve kendine özgü olmaları gerektiğini aktarmaktadır. Bu bağlamda Deveci (2015) derslerin konularının girişimcilik becerileri ile ilişkilendirilmesinde beceri ve değerlerin öğrencilere özgün olarak kazandırılmasını ve ders içi-ders dışı etkinlik ve uygulamaların öğrencilerin yaratıcı hayal gücü kullanılarak yapılmasını

tavsiye etmiştir. Bu bağlamda yapılan uygulamada Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi dersinin girişimcilik becerilerini kazandırmada kullanılabileceği elde edilen veriler ile kanıtlanmıştır. Öğrencilerin ürün tasarlamadaki başarılı olması ve fikir çeşitliliğinin çok olması da bu ifadeleri destekleyen güçlü unsurlar olmuştur.

3.4. Tanıtım ve Pazarlama Boyutuna Yönelik Bulgular ve Tartışma

Din eğitimi sürecinde girişimcilik becerisinin tanıtım ve pazarlama boyutunun gerçekleştirilmesine yönelik vaka çalışması örneğinin uygulanması ve bulgulardan hareketle;

Tanıtım, bir hizmetin ya da bir ürünün hedef kitle tarafından bilinmesi/tanınması için olumlu bir imaj edinmesini sağlamak amacıyla yapılan planlı ve sistematik bir faaliyet olarak tanımlanmaktadır. Tanıtım; pazarlama, halkla ilişkiler ve iletişim stratejileri kapsamında ele alınıp bir markanın ya da mesajın doğru kişiye doğru zamanda doğru araçlarla ulaşılmasını sağlamaktadır. Tanıtım sürecinde sosyal medya, dijital medya, reklam ve benzeri çeşitli araçlar kullanılarak kamuoyunda farkındalık oluşturulması hedeflenmektedir (Ergün, 2022).

Pazarlama, pazar araştırmaları ve ürün geliştirme gibi hizmetleri içeren bir yönetim disiplini olarak ifade edilmektedir. Pazarlamada temel amaç müşteri memnuniyetini sağlayarak uzun vadeli ilişkiler kurmak ve bu süreçte de işletmenin sürdürülebilirliğini sağlamaktır. Pazarlamanın yalnızca ürün satışıyla sınırlı kalmayan aynı zamanda tüketici ihtiyaçlarını anlayan, bu ihtiyaçlara yönelik değer yaratan ve bu değeri etkili bir şekilde ileten geniş kapsamlı bir süreç olduğunu söylemekte fayda görülmektedir (Benli ve Karaosmanoğlu, 2017).

Girişimciler, hedef kitlelerini doğru bir şekilde analiz ederek ürün veya hizmetlerini etkili bir şekilde tanıtmak için tanıtım ve pazarlama stratejilerini geliştirirler (Kaya, 2018).

Açıklaması yapılan ilgili tema başlığı ile olarak tüm bu bilgiler göz önüne alındığında bu uygulamada ele alınan ‘Din eğitiminde girişimcilik becerisinin tanıtım ve pazarlama boyutu ile ilgili vaka çalışması örneği’ Tablo 14’te belirtilen yönerge ile hazırlanmış konu ile ilgili değerlendirmeler bu bağlamda yapılmıştır.

Tablo 3.14. Tanıtım ve pazarlama boyutu uygulama örneği planı.

Hedeflenen Öğrenme Türü	Bireysel Özellikler	Plan	✓	Uygulama	✓	Düşünme	✓
Uygulamanın Adı	Tanıtım ve Pazarlama Fikrimi Oluşturuyorum						
Uygulamanın Amacı	İletişim ve konuşma adabı bağlamında tanıtım ve pazarlama fikri oluşturulmasını sağlamak.						
Süre	40 dk.						
Öğrenme Süreci	Bireysel Çalışma						
Öğretim Süreci	Öğretmen rehber (moderatör) rolündedir.						
Öğrenme Çıktısı	Tanıtım ve pazarlama üzerine tartışma gerçekleştirilir ve görüşler değerlendirilerek tanıtım ve pazarlama fikri oluşturulur.						
Temel Araç-Gereç ve Materyaller	Çalışma Yaprağı						

Girişimcilik Eğitimi Unsurları ile İlişkilendirme	Yeterlilikler		Performans Göstergesi
	Boyut	Tanıtım ve Pazarlama	
	Bilgi (Konu)	Pazar ve pazarlama stratejisi, Ürün kalitesi ve ayırt edici özelliklerin tanıtımı, (İhtiyaç Analizi)	
	Beceri	Pazarlama planı oluşturma becerisi, Ürünü tanımlama ve tanıtma becerisi,	
	Değer	Çalışkan olma, güvenilir olma, öz güven sahibi olma	

DKAB	Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi Öğretim Programı				
Ders	Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi				
Öğrenme Alanı	5.3. Adap ve Nezaket				
Kazanım	5.3.3. İletişim ve konuşma adabına uygun davranır. İletişim adabı konusunda internet ve sosyal medya adabına da değinilir.				
Öğretim Stratejisi, Yöntem ve Teknikleri	İşbirlikli Öğrenme	Buluş-Araştırma İnceleme	Tartışma-Argümantasyon	Yansıtma	Problem Kurma
	Problem Çözme	Metabiliş	Gösterip Yaptırma	Beyin Fırtınası	Karar Verme
	✓	✓	✓	✓	✓
	Girişimci Sözleri Tekniği	Fütüristik Düşünme Tekniği	Girişimcilik Fuarı Tekniği	Girişimci Mektupları Tekniği	Girişimci Oyunlar Tekniği
✓					

UYGULAMADA HEDEFLenen 21. YÜZYIL/ ÜST DÜZEY DÜŞÜNME BECERİLERİ

✓	İletişim Becerileri		Liderlik		Finansal Okuryazarlık Becerisi		Bilgi Medya Okuryazarlığı
	İşbirlikli Çalışma	✓	Eleştirel Düşünme		Sosyal Sorumluluk	✓	Yenilikçi Düşünme
✓	Girişimcilik	✓	Analitik Düşünme	✓	Karar Verme	✓	Bilimsel Süreç Becerileri

Ölçme ve Değerlendirme Araçları

	Kontrol Listesi	Gözlem	Yansıtma	Çalışma Yaprakları	Anket
		✓		✓	
	Bireysel (Öz) Değerlendirme	Akran Değerlendirmesi	Grup Değerlendirmesi	Rubrik (Dereceli Puanlama Anahtarı)	Tanılayıcı Dallanmış Ağaç
Değerlendirme Araçları	✓				
	Kavram Haritası	Zihin Haritası	Kelime İlişkilendirme Testi (KİT)	Yapılandırılmış Grid	Soru Tekniği (Doğru-Yanlış Eşleştirme)

Uygulama Süreci

	Öğretmenin Rolü	Öğrencinin Rolü
Merak Uyandırma	Öğretmen öğrencilere tanıtım ve pazarlama fikrini oluşturma süreçlerinde pazar ve pazarlama stratejisi, ürün kalitesi ve ayırt edici özelliklerin tanıtımı hakkında genel bir anlatım yapar ve öğrencilere “İleride siz nasıl bir tanıtım ve pazarlama fikri oluşturmak istersiniz?” sorusunu yöneltir.	Öğrencilerden tanıtım ve pazarlama fikrini oluşturma süreçlerinde pazar ve pazarlama stratejisi, ürün kalitesi ve ayırt edici özelliklerin tanıtımı hakkında konu anlatımını dinlemeleri ve öğretmenin sorduğu soruya cevap vermeleri beklenmektedir.
1	Öğretmen sorduğu soruya yönelik öğrencilerden cevap aldıktan sonra hazırlamış olduğu çalışma yaprağını öğrencilerden uygun şekilde doldurmalarını ister. Öğrencilere çalışma yaprağına dair genel bir açıklama yapar.	Öğrencilerden verilen çalışma yaprağındaki soruları açık/anaşılır bir şekilde cevaplamaları ve cevapları uygun şekilde kaydetmeleri beklenmektedir.
2	Öğrencilere çalışma yaprağını doldurmaları için belirli bir süre tanınır. Cevaplama işlemi bittikten sonra öğrencilerin çalışma yaprağındaki tanıtım ve pazarlama fikirlerini sınıftaki arkadaşları ile paylaşmaları istenir. Paylaşılan tanıtım ve pazarlama fikirleri ile ilgili görüşler sınıf ortamında tartışılır.	Öğrencilerden tanıtım ve pazarlama fikirlerini paylaşmaları ve tanıtım ve pazarlama fikirleri üzerine; tanıtım ve pazarlama fikrinin toplumun hangi ihtiyacına yönelik olduğunu belirtmeleri, olumlu/olumsuz yönleri hakkında görüş bildirmeleri beklenir.

3	Öğretmen çalışma yaprağını öğrencilere yeniden dağıtır. Öğrencilerden tanıtım ve pazarlama fikirleri üzerine yaptıkları tartışma doğrultusunda tanıtım ve pazarlama yapacak kişide bulunması/bulunmaması gereken özelliklere ve tanıtım ve pazarlama fikri oluştururken nelere dikkat edilmesi gerektiğine dair bilgileri dikkate alarak fikirlerini gözden geçirmeleri ve önemli buldukları görüşleri not etmeleri istenir. Uygulama formunda yer alan değerlerin kazandırılması noktasında öğretmen yönlendirmelerde bulunur.	Öğrencilerden verilen çalışma yaprağında yer alan tanıtım ve pazarlama fikirlerini sınıf ortamında yapılan tartışma neticesinde önemli gördükleri görüşleri dikkate alarak düzenlemeleri ve önemli buldukları noktaları not etmeleri beklenir. Bu sayede tanıtım ve pazarlama fikirlerini gözden geçirmeleri sağlanır.
Değerlendirme	Öğretmen öğrencilere çalışma yaprağını yeniden dağıttıktan sonra gerekli gördüğü noktalara dikkat çekerek bir özet yapar ve önemli noktaları vurgular. Uygulama formunda yer alan değerlendirme araçlarını kullanır.	Bu kısımda öğrenciler öğretmenlerini dikkatlice dinlemeleri, önemli gördükleri kısımları uygun şekilde not almaları beklenir.

Tablo 14’te yer alan bilgiler doğrultusunda Din Eğitiminde Girişimcilik Becerisinin Kazandırılması sürecinin tanıtım ve pazarlama boyutuna yönelik vaka uygulama örneği hazırlanmış, ilgili sınıfa uygulanmış ve değerlendirilmesi yapılmıştır. Bu bağlamda örnek uygulamanın gerçekleştirildiği sınıf düzeyi, öğrenme alanı ve kazanımı Tablo 15’te verilmiştir.

Tablo 3.15. Tanıtım ve pazarlama ile ilgili öğrenme alanı ve kazanımı.

Sınıf Düzeyi	Öğrenme Alanı	Kazanım
5. Sınıf	5.3. Adap ve Nezaket	5.3.3. İletişim ve konuşma adabına uygun davranır. İletişim adabı konusunda internet ve sosyal medya adabına da değinilir.

Bu doğrultuda 5.sınıf “Adap ve Nezaket” ünitesi kapsamında girişimcilik becerisinin tanıtım ve pazarlama boyutu ile kazandırılmak istenen bilgi, beceri ve değerler aşağıda gösterilen çalışma yaprağı ile gerçekleştirilmeye çalışılmıştır.

ÇALIŞMA YAPRAĞI

Vaka Örneği

BABAMIN UFKU ÇOK GENİŞTİ...

1940-50 yıllarında babam ve dedem köyden yöresel ürünleri Ceyhan bölgesine götürüp satıyorlarmış. Sattıkları ürünler karşılığında bazen para bazen de kumaş alıyorlarmış. Bu kumaşları da memlekete getiriyorlarmış. Bu sayede Çukurova bölgesi ile ticari faaliyetlerini başlatmışlar. 1955 yılında ticaretin kalbi olarak görülen Çukurova bölgesine yerleşim diye düşünmüşler. Nihayetinde burada bir dükkân açmışlar.

1967 yılında babam tekstil işine girmeye karar vermiş. Dedem bu konuyu pek sıcak karşılamamış. Fakat babam kararlı davranmış ve eğer müsaade etmiyorsan ben seyyar tezgâh açacağım demiş. Gerçekten de seyyar tezgâhlar üzerinde ürünlerini tanıtmaya/sergilemeye başlamış. Tekstil ürünlerini Adana'dan İstanbul'dan alıp satmaya başlamış. Bir yıl içerisinde babamın seyyar tezgâhta gösterdiği performans dedemin dükkanındaki performansı geçmiş. Dedem bu durumu görünce oğluna tamam sen haklıydın demiş ve iş yerini tekstile çevirmeye karar vermiş. Gün geçtikçe müşteriler arttıkça küçük mağazalar ilave ederek işi biraz daha büyütmüşler. Bu şekilde on beş sene geçmiş ve 1982 yılında amcalarımda tezgâhlara dahil olmuşlar. 1982'de babam Adana'ya taşınmış. 1989'da üretim nasıl yapılır diye düşünmeye başladık ve ürünleri kendimiz üretmeye başladık. Üretimle ilgili bu kararıma babam çok destek oldu. Bu konuşmadan on beş gün sonra çocuk gömleği üretimine başladık. Coşkun ismiyle üretimlerimiz devam etti. Bu ürünleri kendi araçlarımız ile götürüp satıyorduk. Kırk metre karelik bir dükkân ile başladığımız bu yolculuk iki bin beş yüz metre kare bir dükkân ile devam etti. O dönemlerde çocukların fikri pek önemsenmezdi fakat bizde bu durum tam tersi idi. Babam benim kararlarıma hep saygı duymuştur.

Toptan alıp sattığımız ürünler Coşkun markası ile satılmaya devam ediyordu. Bu süreçte okul önlükleri üretmeye başladık. Piyasayı, üretimi, toptancılığı, satışı hepsini tanımaya başladık. 1994'ten sonra yeni arayışlara girdik. İlerisi için neler yapabiliriz düşüncesine kapıldık. Markasız üretimin bizi nereye taşıyacağını göremiyorduk. 1996'da bu şirketin iki büyük hedefi olduğuna karar verdik. Birincisi marka çıkarmak ikincisi ise yurt dışına açılmak. Bu hedefler doğrultusunda 1997 yılında Süvari markası kurulmuş oldu. 1997 yılının sonunda üretime başladık ve ihracat(Türkiye'de üretilen bir malın döviz karşılığında yabancı bir ülkeye satılması) çalışmalarını düşünmeye başladık. Türkmenistan'da bazı arkadaşlarımız iş yapıyordu ve bizleri de oraya davet ettiler. Bizde orada bir mağaza açtık ve bir arkadaşımızı orada bıraktık. Kısa sürede oradaki mağaza sayımız üçe çıktı.

Enteresan bir şekilde ilk mağazamız yurt dışında faaliyet gösterirken Türkiye'de mağazamız olmadığını fark ettik.1999 yılında artık kendi mağazamızdan satış yapmalıyız fikrine vardık. Adana'da Atatürk caddesinde ilk mağazamızı açtık. 2005 yılında sektörden kendi markamızı nasıl ayırıştırırız diye düşündük. Reklam danışmanlarımız ile farklı fikirler ortaya çıkardık. İnovatif ürün fikri ortaya çıktı ve ilk kez gömleğin yakasına gizli bir ilik koyduk. Bu dünyada bir ilkti ve patentini de aldık. Bu ve bunun gibi kendi firmamızı öne çıkaracak birçok çalışmamız oldu.

Şu anda yedi ülkede yirmi bir mağazamız var. Yirmi ülkeye de ürün satışı yapıyoruz. Mağaza ve üretim kapasitesi büyüdükçe birimlerimiz gelişti. Marka olgusu arttığı için toptancılıktaki payımızı biraz küçülttük. Tekstilde sadece Süvari ile devam ediyoruz.

(Gerçek bir yaşam öyküsünden uyarlanmıştır.)

Tüm bu bilgiler ışığında aşağıdaki sorulara cevap veriniz:

- 1- Örnek olayda kişi tanıtım ve pazarlama fikrini nasıl geliştirmiştir?
- 2- Siz de örnek bir tanıtım ve pazarlama fikri geliştirebilir misiniz? Lütfen yazınız.

Açıklama (Avantaj, dezavantaj, fırsat, tehdit)

- 3- Örnek olayda karakterimiz tanıtım ve pazarlama fikrini geliştirirken nasıl bir yol izlemiştir?
- 4- Siz tanıtım ve pazarlama fikrinizi neleri dikkate alarak geliştirdiniz?

Açıklama (Avantaj, dezavantaj, fırsat, tehdit)

Aşağıda yukarıdaki vaka analizinden örnek bazı cümleler eksik olarak verilmiştir. Cümleler devam etse idi sizce hikâye nasıl devam ederdi. Lütfen yazınız?

- 1- 1967 yılında babam tekstil işine girmeye karar vermiş. Dedem bu konuyu pek sıcak karşılamamış...
- 2- 1989'da üretim nasıl yapılır diye düşünmeye başladık ve ürünleri kendimiz üretmeye başladık...
- 3- Toptan alıp sattığımız ürünler Coşkun markası ile satılmaya devam ediyordu. Bu süreçte okul önlükleri üretmeye başladık. Piyasayı, üretimi, toptancılığı, satışı hepsini tanımaya başladık. 1994'ten sonra yeni arayışlara girdik. İlerisi için neler yapabiliriz düşüncesine kapıldık. Markasız üretimin bizi nereye taşıyacağını göremiyorduk....

3.4.1. 5.Sınıf Düzeyinde “Tanıtım ve Pazarlama” Boyutuna Yönelik Gerçekleştirilen Uygulamadan Elde Edilen Bulgular:

Bu uygulamada din eğitiminde girişimcilik becerisinin kazandırılması sürecinde tanıtım ve pazarlama teması altında '*pazar ve pazarlama stratejisi*', '*ürün kalitesi ve ayırt edici özelliklerin tanıtımı*' konuları; '*pazarlama planı oluşturma*', '*ürünü tanımlama ve tanıtm*' becerileri; '*çalışkan olma*', '*güvenilir olma*' ve '*özgüven sahibi olma*' değerleri kazandırılması hedeflenmiştir.

Uygulama öncesinde öğrencilere spesifik bilgi verilmeden kısaca bir açıklama yapılmıştır. Uygulamada öğrencilere '*tanıtım nedir*', '*reklam nedir*', '*tanıtım ve pazarlama nasıl yapılır*', '*ileride siz nasıl bir tanıtım ve pazarlama fikri oluşturmak istersiniz*' şeklinde çeşitli sorular sorularak öğrencilerin zihinlerinde bir fikir oluşması sağlanmıştır. Bu sorular ile eleştirel düşünme, yenilikçi düşünme, analitik düşünme ve karar verme gibi üst düzey düşünme becerilerini kısa bir beyin fırtınası ile aktive edip öğrenciyi süreç ile ilgili harekete geçirmek amaçlanmıştır. Uygulama süresi 40 dk ile sınırlandırılmış ve çalışma yaprağı hazırlanırken vaka örneğinin öğrenci seviyesine uygunluğuna, yazım dilinin açık ve anlaşılır olmasına özen gösterilmiştir. Uygulama yönergesi açıklanmış ve kağıtlar öğrencilere dağıtılmıştır. Öğrenciler kendilerinde var olan bilgiler ışığında belirlenen süre kapsamında uygulama örneğini tamamladıktan sonra kağıtlar toplanmıştır. Tanıtım ve pazarlama ile ilişkili olarak seçilen ünitenin, belirlenen kazanımı bağlamında ders anlatımı yapılmıştır. Yapılan ders anlatımının ardından örnek uygulamalar

öğrencilere yeniden dağıtılmıştır. Bu uygulama ile öğrencilerin tanıtım ve pazarlama boyutu hakkında düşünce değişiklikleri ile ilgili tespitler yapılmıştır.

Yapılan uygulama sonucunda elde edilen bulgular:

1. Tanıtım ve pazarlama boyutunda girişimcilik becerisi ile ilişkili olarak *‘ürünlerinin ayırt edici özelliklerini tanıtır’*
2. Tanıtım ve pazarlama boyutunda girişimcilik becerisi ile ilgili *‘pazarlama stratejilerini belirler’*

şeklinde iki başlık altında ifade edilmiştir.

3.4.2. Tanıtım ve Pazarlama Boyutunda Girişimcilik Becerisi ile İlişkili Olarak Ürünlerinin Ayırt Edici Özelliklerini Tanıtır

Öncelikle tanıtım ve pazarlama boyutunda girişimcilik becerisi ile ilişkili olarak *“ürünlerin ayırt edici özelliğini tanır”* başlığı altında elde edilen bulgular Tablo 16’da verilmiştir.

Tablo 3.16. Ürünlerin ayırt edici özellikleri.

Etkinlik Öncesi Ürünün Ayırt Edici Özellikleri	f	Etkinlik Sonrası Ürünün Ayırt Edici Özellikleri	f
Bilmiyorum	8	Bilmiyorum	4
Uygun fiyat	1	Uygun fiyat	1
El emeği	1	El emeği	1
Sevilecek	1	Sevilecek	2
Satılacak bir şey	1	Satılacak bir şey	1
Kişiyi özel	2	Kişiyi özel	1
Taze	3	Taze	2
Kaliteli	2	Kaliteli	4
Estetik ambalajlı	1	Estetik ambalaj	4
Kullanışlı	1	Kullanışlı	4
Dikkat çekici	2	Dikkat çekici	6
		Sade paketleme	1
		Gösterişli paketleme	1
		Helal sertifikalı	5
		Fonksiyonel	1
		Özel üretim	1
		Mutlu edecek	1
		Yöresel	3
Toplam	23	Toplam	43

Tablo 16'dan elde edilen bulgulara göre uygulama öncesinde tanıtım ve pazarlama boyutunda “*ürünün ayırt edici özelliklerini bilir*” konusu ile ilgili ulaşılan frekans değeri 23 olarak tespit edilmiştir. Uygulama öncesinde ‘*bilmiyorum*’ ifadesini kullanan öğrenci frekans değerinin 8 olduğu anlaşılmıştır. Geriye kalan toplam 15 frekans değeri ise: ‘*Uygun fiyat*’, ‘*el emeği*’, ‘*sevilecek*’, ‘*satılabilecek bir şey*’, ‘*kişiye özel*’, ‘*taze*’, ‘*kaliteli*’, ‘*estetik ambalajlı*’, ‘*kullanışlı*’, ‘*dikkat çekici*’ temaları olarak belirtilmiştir.

Uygulama sonrasında elde edilen toplam frekans değeri 43 olarak tespit edilmiştir. uygulama öncesi ve sonrası karşılaştırıldığında ders anlatımı öncesinde belirlenen frekans yoğunluğu ‘*kişiye özel*’, ‘*taze*’, ‘*kaliteli*’ ve ‘*dikkat çekici*’ temalarındayken ders anlatımı sonrasında frekans yoğunluğu ‘*helal sertifikalı*’, ‘*dikkat çekici*’, ‘*kaliteli*’, ‘*estetik ambalajlı*’, ‘*kullanışlı*’ ve ‘*yöresel*’ temaları üzerinde olmuştur.

Elde edilen veriler bağlamında dikkatleri çeken bir hususta şöyledir: Uygulama öncesinde öğrencilerin ‘*helal üretim*’ ve ‘*helal sertifikası*’ ile ilgili herhangi bir ifadesi bulunmazken uygulama sonrasında bu tema üzerinde yoğunlaşılması ders içeriği ile etkisi/etkileşimi bağlamında başarılı bir sonuç olarak ifade edilebilir. Yine uygulama sonrası frekans değerleri incelendiğinde ‘*bilmiyorum*’ ifadesini kullanan öğrenci sayısı uygulama sonrası 4 olarak tespit edilmiştir. Frekans değerindeki düşüş uygulamanın etkin olması bakımından önemli bir bulgu olarak kabul edilebilir. Ek olarak uygulama öncesi tema sayısı 10 olarak belirlenmiş, uygulama sonrasında tema sayısı 17 olarak tespit edilmiştir. Bu durum öğrencilerin vaka çalışması uygulaması ile bilgi ve becerilerini arttırdığını ve fikirlerini geliştirdiklerini/çeşitlendirdiklerini göstermiştir.

Uygulamada öğrencilerin ‘*ürünün ayırt edici özellikleri*’ ile ilgili bazı ifadeleri şöyledir:

- Ö1: “*Ürünün ambalajına, paketlenmesine dikkat ederim gösterişli ve çekici olması için.*”
- Ö5: “*Ben ürünün ambalajını güzel tasarlarım ve helal ürünler yaparım.*”
- Ö13: “*Ürünün helal sertifikası olmasına, estetik ambalajına ve pazarlamasına dikkat ederim.*”

- Ö14: “Herkesin dikkatini çeken kullanışlı ürünlerimizi herkes almaya başlamıştı.”
- Ö20: “Ürünler helal yönde olmalı, çok yönlü ve dikkat çekici olmalıdır.”

Öğrenciler bu cevaplar ile ürünlerinin ayırt edici özelliklerini açıklamaya çalışmışlardır.

3.4.3. Tanıtım ve Pazarlama Boyutunda Girişimcilik Becerisi İle İlgili Pazarlama Stratejilerini Belirler

Öncelikle Tanıtım ve Pazarlama boyutunda girişimcilik becerisi ile ilişkili olarak ‘pazarlama stratejilerini belirler’ başlığı altında elde edilen bulgular Tablo 17’ de verilmiştir. Ardından bu bulgular bağlamında elde edilen verilerin yorum ve değerlendirmeleri yapılmıştır.

Tablo 3.17. Pazarlama stratejileri.

Uygulama Öncesi Pazarlama Stratejileri	f	Etkinlik Sonrası Pazarlama Stratejileri	f
Bilmiyorum/Görüş belirtmemiş	10	Bilmiyorum/Görüş belirtmemiş	5
Marka ismi bulma	1	Marka ismi bulma	2
Bireysel tanıtım çalışması	1	Bireysel tanıtım çalışması	1
Slogan	1	Slogan	2
Reklam panoları	1	Reklam panoları	3
AVM’lerde tanıtım	1	AVM’lerde tanıtım	3
Canlı manken	1	Canlı manken	5
Afiş tasarlayarak	1	Afiş tasarlayarak	5
Şehir şehir gezerek	1	Şehir şehir gezerek	2
		Stant açarak	1
		Seyyar tezgahlar ile	1
		İnternet aracılığı ile	2
		Pazaryerinde	1
		Meşhur marketler aracılığı ile tanıtım	2
		Mağazalarda tanıtım	2
		Nazik/kibar konuşarak Anlatarak	5
		Kitap/dergiler yardımı ile	1
		Açılış organizasyonları ile	1
		Mobil uygulamalar	1

		Tanıdıklar/aile, arkadaş	1
Toplam	18	Toplam	46

Tablo 17’ de yer alan bulgular doğrultusunda uygulama öncesinde pazarlama stratejileri ile ilgili ölçmek istediğimiz bilgi ve beceriler bağlamında 8 tema 8 frekans değeri tespit edilmiştir. pazarlama stratejileri ile ilgili uygulama öncesinde ortaya çıkan temalar: *‘Marka ismi bulma’*, *‘bireysel tanıtım çalışması’*, *‘slogan’*, *‘reklam panoları’*, *‘AVM’lerde tanıtım’*, *‘canlı manken’*, *‘afiş tasarlayarak’*, *‘şehir şehir gezerek’* şeklinde ifade edilmiştir. Uygulama öncesi *‘bilmiyorum/görüş belirtilmemiş’* temasında ise 10 frekans değeri elde edildiği görülmüştür.

Uygulama sonrası bulgular incelendiğinde elde edilen toplam frekans değeri 46, toplam tema sayısı ise 19 olarak bulunmuştur. Temalar: *‘Marka ismi bulma’*, *‘bireysel tanıtım çalışması’*, *‘slogan’*, *‘reklam panoları’*, *‘AVM’lerde tanıtım’*, *‘canlı manken’*, *‘afiş tasarlayarak’*, *‘şehir şehir gezerek’*, *‘stant açarak’*, *‘seyyar tezgahlar ile’*, *‘internet aracılığı ile’*, *‘pazaryerinde’*, *‘meşhur marketler aracılığı ile tanıtım’*, *‘mağazalarda tanıtım’*, *‘nazik/kibar konuşarak anlatarak’*, *‘kitap/dergiler yardımı ile’*, *‘açılış organizasyonları ile’*, *‘mobil uygulamalar’*, *‘tanıdıklar/aile, arkadaş’* olarak belirtilmiştir. Temaların sayısı ve çeşitliliği öğrencilerin zihninde konu ile ilgili görüş/düşüncelerin geliştiğini ve zenginleştiğini göstermektedir. Bu durum bizler için uygulamanın başarılı olduğu hakkında önemli bir bulgu olarak kabul edilmektedir.

Uygulama öncesinde *‘bilmiyorum/görüş belirtilmemiş’* temasında 10 olan öğrenci frekansının uygulama sonrasında 5 frekans değerinde olduğu gözlenmiştir. Öğrencilerin vaka çalışmasında pazarlama stratejilerini belirlemeye yönelik vermiş olduğu cevaplardan bazı örnekler aşağıda ifade edilmiştir:

- Ö5: *“Manav olsam gel vatandaş gel diye tanıtırdım.”*
- Ö8: *“Bu durumda daha fazla müşterimiz olmaya başladı ve artık bir internet uygulaması üzerinden satış yapmaya karar verdik.”*
- Ö13: *“Pazarlama için büyük AVM’leri, şehrin kalabalık kısımlarını ve reklam panolarını kullanırdım.”*
- Ö22: *“Nazik ve ağzımdan çıkan kelimelere dikkat ederek yapardım.”*
- Ö24: *“Şehir şehir gezerim ve afişle tanıtırım.”*

Hazırlanan vaka çalışması ile elde edilen bulgulara bakıldığında öğrencilere kazandırılması hedeflenen bilgi, beceri ve değerlerin kazandırılması sürecinde çalışmanın olumlu çıktıları uygulama ile başarılı olunduğunun bir göstergesi olarak kabul edilebilir. Örneğin: uygulama öncesi Ö1 *“ürünümü iyi bir fiyata satarım”* şeklinde cevap verdiği soruya uygulama sonrasında *“ürünün ambalajına, paketlenmesine gösterişli ve dikkat çekici olmasına dikkat ederim”* şeklinde cevap vermesi, Ö16’nın uygulama öncesinde pazarlama stratejisi ile ilgili *“nasıl bir şey yapsam diye plan yaparım”* ifadelerini uygulama sonrası *“nazik olup, güzel paketlenme yaparım ve ürünleri kendim tanıtırım”* olarak fikrini değiştirmesi, aynı şekilde Ö25’in uygulama öncesinde *“ürünümün güzel, insanların beğeneceği şekilde olmasına ve güzel tanıtımlar yapmaya çalışırım”* cevabını uygulama sonrasında *“şehir şehir gezerim, elbiseleri kendim giyerek tanıtırım, butiğim için mağaza tanıtımı yaparım”* şeklindeki ifadeleri kullanması bu vaka çalışması ile kazandırmayı istediğimiz ‘ürünü tanımlama ve tanıtma’, ‘pazarlama planı oluşturma’ becerilerinin kazandırıldığını, uygulama ile hedefe ulaşıldığını ve uygulamada başarılı olunduğunu göstermiştir.

Elde edilen bulgular ile ilgili olarak verilen öğrenci cevaplarından: Ö4’ün uygulama öncesinde *“ürünlerimi satmaya çalışırım”* ifadesini uygulama sonrasında *“ürünü kendim giyerim”* şeklinde değiştirmesi bu uygulamada öğrencilere kazandırılması istenen ‘özgüven sahibi olma’ değerinin kazandırıldığı hususunda önemli bir bulgu olarak kabul edilebilir. Aynı şekilde Ö14’ün uygulama öncesinde pazarlama stratejisi ile ilgili olarak cevabı *“araştırma yaparak bilgi edinerek ürün pazarlarım”* olurken uygulama sonrasında *“bir marka ismi buldum ve bu marka çok meşhur oldu herkes bu ismi çok sevdi”* ifadelerini kullanması bu çalışma ile kazandırılması hedeflenen güvenilir olma değerinin öğrencilerde geliştiğini gösteren başarılı bir bulgu olarak dikkat çektiği söylenebilir. Ek olarak Ö6’nın uygulama öncesinde *“satışlar için bir dükkân açtık”* ifadesini uygulama sonrasında *“ürünlerin sevilip sevilmediğine göre hayallerimin peşinden gittim ve daha büyük bir firma açtık”* olarak değiştirmesi bu vaka örneği çalışma yaprağı ile öğrencilerde sahip olmasını/kazanmasını istediğimiz ‘çalışkan olma’ değerinin geliştiğini gösteren açık ve önemli bir bulgu olarak belirlendiği söylenebilir.

Tüm bu bulgular neticesinde din eğitiminde girişimcilik becerisinin kazandırılması sürecinde vaka çalışması ile tanıtım ve pazarlama boyutunda öğrencilere kazandırılması hedeflenen bilgi, beceri ve değerlerin kazandırılması,

öğrencilerin fikirlerinde çeşitlilik sağlanması, bakış açılarının değişmesi ve yeni fikirler edinme konusunda istekli olmaları bulguları bağlamında çalışma sonuçlarının başarılı olarak kabul edildiği ifade edilebilir.

Belen ve Demirkaya (2012) girişimci bireylerin girişimci ruh, girişimci tutku ve girişimci becerilere sahip olduklarını ifade etmiştir. Öyle ki yapılan uygulamanın tanıtım ve pazarlama boyutu kapsamında konuyu inceleyecek olursak öğrencilerin vermiş oldukları cevaplar ile ürünlerini tanıtmada diğer insanlardan farklı olarak girişimci ruh ile olaylara yaklaştıkları anlaşılmıştır. Doğaner (2014) girişimci tutku sayesinde çeşitli zorluklar ile baş etme ve her şeye rağmen hedefe ulaşma arzusunun kuvvetlendiğini ifade etmiştir. Öyle ki uygulama sonuçları incelendiğinde öğrencilerin ürünlerini tanıtmaya ve pazarlamada kullandıkları ifadeler ve oluşturdukları fikirler Doğaner'in bu ifadelerini destekler nitelikte olmuştur.

3.5. Yatırım ve Sürdürülebilirlik Boyutuna Yönelik Bulgular ve

Tartışma

Din eğitimi sürecinde girişimcilik becerisinin yatırım ve sürdürülebilirlik boyutunun gerçekleştirilmesine yönelik vaka çalışması örneğinin uygulanması ve bulgulardan yola çıkarak; Girişimcilik becerisinin yatırım ve sürdürülebilirlik boyutu girişimin başarıya ulaşmasında kritik bir etken olarak kabul edilmektedir. Yatırım ve sürdürülebilirlik boyutunda önemli görülen bazı unsurlar sermaye temin etmek, kaynakları iyi yönetmek, risk yönetimini bilmek ve bir değer yaratmak şeklinde ifade edilmektedir. Girişimcilik becerisi yalnızca iyi bir iş fikri oluşturmayı değil aynı zamanda finansal stratejileri ve yatırım ilişkilerini iyi yönetmeyi de gerektirmektedir. Bu nedenle girişimcilik becerisinin kazandırılmasında yatırım boyutu bu becerinin hayata geçirilebilmesi için ve bu becerinin potansiyelini gerçekleştirmesi için oldukça önemli görülmektedir (Nurhan, 1997).

Yapılan bu açıklama doğrultusunda çalışmada kazandırılması hedeflenen girişimcilik becerisinin yatırım ve sürdürülebilirlik boyutu ile ilgili “Din eğitiminde girişimcilik becerisinin kazandırılması sürecinde vaka örneği uygulaması” Tablo 18’de belirtilen yönerge ile hazırlanmış, ilgili sınıfa uygulanmış ve uygulamadan elde edilen sonuçlar bu bağlamda değerlendirilmiştir.

Tablo 3.18. Yatırım ve sürdürülebilirlik uygulama örneği planı.

Hedeflenen Öğrenme Türü	Bireysel Özellikler	Plan ✓	Uygulama ✓	Düşünme ✓
Uygulamanın Adı	Yatırım Fikrimi Oluşturuyorum			
Uygulamanın Amacı	Birey ve toplum arasındaki ilişkiyi dinin temel inançları ve ahlaki esasları çerçevesinde bireysel, sosyal ve iktisadi hayat ile ilişkilendirerek yatırım fikrini oluşturur.			
Süre	40 dk.			
Öğrenme Süreci	Bireysel Çalışma			
Öğretim Süreci	Öğretmen rehber (moderatör) rolündedir.			
Öğrenme Çıktısı	Yatırım fikri üzerine tartışma gerçekleştirilir ve görüşler değerlendirilerek yatırım fikri oluşturulur.			
Temel Araç-Gereç ve Materyaller	Çalışma Yaprağı			
Girişimcilik Eğitimi Unsurları ile İlişkilendirme	Yeterlilikler		Performans Göstergesi	
	Boyut	Yatırım	Öğrenci girişimcilik becerisini yatırım fikrine yönelik olarak geliştirebilmek amacı ile yapılan uygulama neticesinde yatırım fikrini oluşturma aşamasında birey ve toplum arasındaki ilişkiyi dinin temel inançları ve ahlaki esasları çerçevesinde bireysel, sosyal ve iktisadi hayat ile ilişkilendirerek kendi yatırım fikirlerini oluşturur. Uygulama ile eksikliklerini fark eder ve yatırım fikrine yönelik olan yorum ve görüşleri dikkate alır.	
	Bilgi (Konu)	Toplumun ihtiyaçlarını belirleyerek iş yatırımı ve yönetimi, AR-GE yatırımları, (İhtiyaç Analizi)		
	Beceri	Yönetim becerisi, ağ oluşturma becerisi, problem tanımlama ve çözme becerisi		
	Değer	Hoşgörülü olma, Merhametli olma,		
DKAB	Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi Öğretim Programı			
Ders	Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi			
Öğrenme Alanı	5.3. Adap ve Nezaket			
Kazanım	5.3.5. Hz. Lokman'ın (a.s.) öğütlerini hayatına yansıtmaya özen gösterir.			
Öğretim Stratejisi, Yöntem ve Teknikleri	İşbirlikli Öğrenme	Buluş-Araştırma İnceleme	Tartışma-Argümantasyon	Yansıtmaya Problem Kurma
		✓	✓	✓
	Problem Çözme	Metabilizasyon	Gösterip Yaptırma	Beyin Fırtınası Karar Verme
	✓	✓		✓

	Girişimci Sözleri Tekniği	Fütüristik Düşünme Tekniği	Girişimcilik Fuarı Tekniği	Girişimci Mektupları Tekniği	Girişimci Oyunlar Tekniği
	✓				

UYGULAMADA HEDEFLenen 21. YÜZYIL/ ÜST DÜZEY DÜŞÜNME BECERİLERİ

✓	İletişim Becerileri		Liderlik		Finansal Okuryazarlık Becerisi		Bilgi Medya Okuryazarlığı	
	İşbirlikli Çalışma	✓	Eleştirel Düşünme		Sosyal Sorumluluk		Yenilikçi Düşünme	
✓	Girişimcilik	✓	Analitik Düşünme	✓	Karar Verme	✓	Bilimsel Süreç Becerileri	
Ölçme ve Değerlendirme Araçları								
Değerlendirme Araçları	Kontrol Listesi		Gözlem		Yansıtma		Çalışma Yaprakları	Anket
			✓				✓	
	Bireysel (Öz) Değerlendirme		Akran Değerlendir mesi		Grup Değerlendirmesi		Rubrik (Dereceli Puanlama Anahtarı)	Tanılayıcı Dallanmı ş Ağaç
	✓							
	Kavram Haritası		Zihin Haritası		Kelime İlişkilendirme Testi (KİT)		Yapılandırılmış Grid	Soru Tekniği (Doğru- Yanlış Eşleştirme

Uygulama Süreci

	Öğretmenin Rolü	Öğrencinin Rolü
Merak Uyandırma	Öğretmen öğrencilere; Hz. Lokman'ın (a.s.) öğütlerini hayatına yansıtmaya özen gösterir konusu bağlamında genel bir anlatım yapar ve bireysel, sosyal ve iktisadi olarak insanlar için faydalı olacak işler yapmanın önemine vurgu yapar. Öğrencilere “İleride siz nasıl bir yatırım yapmak istersiniz?” sorusunu yöneltir.	Öğrencilerden Hz. Lokman'ın (a.s.) öğütlerini hayatına yansıtmaya özen gösterir konu anlatımını dinlemeleri ve öğretmenin sorduğu soruya cevap vermeleri beklenmektedir.
1	Öğretmen sormuş olduğu soruya yönelik olarak öğrencilerden cevap aldıktan sonra hazırlamış olduğu çalışma yaprağını öğrencilerden yapmalarını ister. Öğrencilere çalışma yaprağında neler yapılması gerektiğine dair genel bir bilgilendirme yapar.	Öğrencilerden verilen çalışma yaprağındaki soruları cevaplamaları ve cevapları uygun bir şekilde kaydetmeleri beklenmektedir.

	2	Öğrencilere verilen çalışma yapraklarındaki soruları cevaplamaları için belirli bir süre tanınır. Cevaplama işlemi bittikten sonra öğrencilerden çalışma yaprağında cevaplamış oldukları sorulardan yatırım fikirlerini sınıftaki arkadaşları ile paylaşmaları istenir. Paylaşılan yatırım fikirleri ile ilgili görüşler sınıf ortamında tartışılır.	Öğrencilerden yatırım fikirlerini paylaşmaları ve yatırım fikirleri üzerine; yatırım fikrinin toplumun hangi ihtiyacına yönelik olduğu, olumlu ve olumsuz yönleri hakkında görüş bildirmeleri beklenir.
	3	Öğretmen çalışma yapraklarını yeniden öğrencilere dağıtır. Öğrencilerden yatırım fikirleri üzerine yaptıkları fikir alışverişinden ve sınıfta tartışılan hususlar dikkate alınarak yatırım yapacak kişilerde bulunması gereken özelliklere ve yatırım fikri oluştururken nelere dikkat edilmesi gerektiğine dair bilgileri dikkate alarak yatırım fikirlerini gözden geçirmeleri ve önemli buldukları görüşleri not etmeleri istenir. Çalışma yaprağında yer alan değerlerin kazandırılabilmesi için öğretmen birtakım yönlendirmelerde bulunur.	Öğrencilerden çalışma yaprağında yer alan yatırım fikirlerini sınıf ortamında gerçekleştirilen fikir alışverişi neticesinde önemli gördükleri görüşleri dikkate alarak düzenlemeleri ve önemli buldukları noktaları not etmeleri beklenir. Bu sayede yatırım fikirlerini gözden geçirmeleri sağlanır.
	Değerlendirme	Öğretmen öğrencilere çalışma yaprağını yeniden dağıtır ve sonrasında gerekli gördüğü noktalara dikkat çekerek genel bir özetleme yapar. Uygulamadaki önemli noktaları vurgular. Etkinlik formunda yer alan değerlendirme araçlarını kullanır.	Bu kısımda öğrencilerden öğretmenlerinin yaptığı genel anlatımı dinlemeleri, önemli gördükleri kısımları not almaları beklenir.

Tablo 18’de yer alan bilgiler doğrultusunda Din eğitiminde girişimcilik becerisinin kazandırılması sürecinin yatırım ve sürdürülebilirlik boyutuna yönelik vaka uygulama örneği hazırlanmış, ilgili sınıfa uygulanmış ve değerlendirilmesi yapılmıştır. Bu bağlamda örnek uygulamanın gerçekleştirildiği sınıf düzeyi, öğrenme alanı ve kazanımı Tablo 19’da verilmiştir.

Tablo 3.19. Yatırım ve sürdürülebilirlik öğrenme alanı ve kazanımı.

Sınıf Düzeyi	Öğrenme Alanı	Kazanım
5. Sınıf	5.3. Adap ve Nezaket	5.3.5. Hz. Lokman’ın (a.s.) öğütlerini hayatına yansıtmaya özen gösterir.

Bu doğrultuda 5.sınıf “Adap ve Nezaket” ünitesi kapsamında girişimcilik becerisinin yatırım ve sürdürülebilirlik boyutu ile kazandırılmak istenen bilgi, beceri ve değerler aşağıda gösterilen çalışma yaprağı ile gerçekleştirilmeye çalışılmıştır.

ÇALIŞMA YAPRAĞI
Vaka Örneği
BİZE HER ŞEYİ KRİZLER ÖĞRETTİ...

1967’de Eskişehir’de doğdum. İlk orta lise eğitimimi Eskişehir’de tamamladım. Orta Doğu Teknik Üniversitesi Elektrik elektronik mühendisliği bölümünü bitirdim.1996’nın sonlarına doğru çeşitli şirketlerde çalışmaya başladım. Çalıştığım işler genellikle elektrik ve elektronik ile ilgiliydi. Ardından ESTAP(Elektrik Elektronik ve Bilgisayar Sistemleri) firmasına ortak oldum.1998 yılında elektrik sektöründen çıkarak IT(bilgisayar teknolojileri) bölümüne geçiş yaptık. 2001 yılında Dudullu’da beş bin metrekaresel bir alana kendi fabrikamızı kurduk. 2005 yılında fabrika bize yetmemeye başladı için yatırımlarımızı Eskişehir’e götürmeye karar verdik. Orada on bin metrekaresel bir alanda fabrikamızı kurduktan sonra ekstra olarak on bin metrekaresel bir alana daha yatırım yaptık.

Bize her şeyi krizler öğretti. İhracat nedir bilmiyorduk. 2001 yılında Türkiye’de kriz olunca yapacak bir şey olmadığı için yurt dışına ürün satmaya karar verdik. Bu kararımız doğrultusunda araştırmalara başladık. Dünyanın dört bir yanını gezdik. Katılmadığımız fuar kalmadı diyebilirim. Dolayısıyla 2001 krizinden şirketimiz büyüyerek çıktı. İhracatımız çok fazla arttığı için yapılan yatırımlarımız bizleri 2008 yılına kadar kolayca götürdü. Çünkü kriz varken biz makine yatırımı yapıyorduk.

2008 yılında şirketi Fransızlara sattık. Şirketi sattıktan sonra üç sene yasal zorunluluk gereği genel müdür olarak görevime devam ettim. 2011 yılında oradan emekli oldum. Yıllar sonra büyüttüğünüz bir şirketi satıp, ardından da oradan emekli olmak değişik bir duygu olsa gerek... Biz bu süreçte tekrardan bir arayış içine girdik. Öyle bir şey yapalım ki emeklilik hayatımızda gezmeye ve eğlenmeye vakit ayıralım, çalışmayalım düşüncesine kapıldık fakat işler pekte öyle olmuyormuş. İmalat insanı dinç tutuyormuş bunu fark ettik. Boş durmak üretmemek bize göre değilmiş. Tüm bu düşüncelerimiz neticesinde yeni bir alana yönelmeye karar verdik. Bu araştırmalar sonucunda döküm işi bize mantıklı geldi. Türkiye’de bu işi ciddiye alıp pek fazla yapan olmadığını fark ettik. Kâr oranlarına baktık ve gelişebilir mi gelişemez mi ? Bir dünya markası olabilir mi diye düşündük. Nihayetinde Lava markası doğmuş oldu. Biz kurduğumuz şirketlerin finansal olarak satılması fikrini önemseydiğimiz için çok önemli yatırımlar yaptık. Yatırımlarımıza 2010 yılında başlamış 2011 yılı Mayıs ayında fatura kesmeye başlamıştık.

Şu anda züccaciye sektöründe daha fazla üretimimiz var. Yılda toplam dört milyon adet ızgara üretimi yapabiliyoruz. Biz bu tesisi kurarken önümüzdeki üç yıla dönük olarak yatırımlarımızı yaptık. Büyüdükçe yatırım yapalım mantığıyla hareket etmedik. Baştan planımızı iyi yaptık ve projeksiyonu çizdik. Biz firmalar ile daha çok partner olarak çalışıyoruz. Son kullanıcıya ulaşıp kendi markamızı güçlendirmek istiyoruz. Elliye yakın referans ürünümüz var. 2012’nin sonlarında yüz çeşit ürün oldu. Kendimize stratejik bir yol çizdik. Özellikle Rusya, Türkiye Cumhuriyetler, İran, Ortadoğu, Kuzey Afrika’nın bir kısmı ve Doğu Avrupa hedef pazarlarımız arasında. Avrupa’nın ve dünyanın pek çok önemli züccaciye fuarında da yer alıyoruz ve almaya da devam edeceğiz.

(Gerçek bir yaşam öyküsünden uyarlanmıştır.)

Tüm bu bilgiler ışığında aşağıdaki sorulara cevap veriniz:

- 1- Örnek olayda kişi yatırım fikrini nasıl geliştirmiştir?
- 2- Siz de örnek bir yatırım fikri geliştirebilir misiniz? Lütfen yazınız.
Açıklama (Avantaj, dezavantaj, fırsat, tehdit)
- 3- Örnek olayda karakterimiz yatırım fikrini geliştirirken nasıl bir yol izlemiştir?
- 4- Siz yatırım fikrinizi neleri dikkate alarak geliştirdiniz?
Açıklama (Avantaj, dezavantaj, fırsat, tehdit)

Aşağıda yukarıdaki vaka analizinden örnek bazı cümleler eksik olarak verilmiştir. Cümleler devam etse idi sizce hikâye nasıl devam ederdi. Lütfen yazınız?

- 1- Bize her şeyi krizler öğretti. İhracat nedir bilmiyorduk. 2001 yılında Türkiye’de kriz olunca yapacak bir şey olmadığı için yurt dışına ürün satmaya karar verdik ...
- 2- Öyle bir şey yapalım ki emeklilik hayatımızda gezmeye ve eğlenmeye vakit ayıralım, çalışmayalım düşüncesine kapıldık fakat işler pekte öyle olmuyormuş. İmalat insanı dinç tutuyormuş bunu fark ettik. Boş durmak üretmemek bize göre değilmiş ...
- 3- Şu anda züccaciye sektöründe daha fazla üretimimiz var. Yılda toplam dört milyon adet ızgara üretimi yapabiliyoruz. Biz bu tesisi kurarken önümüzdeki üç yıla dönük olarak yatırımlarımızı yaptık ...

3.5.1. 5.Sınıf Düzeyinde “Yatırım ve Sürdürülebilirlik” Boyutuna Yönelik Gerçekleştirilen Uygulamadan Elde Edilen Bulgular:

Yatırım ve sürdürülebilirlik teması ile ilgili “*Toplumun ihtiyaçlarını belirleyerek iş yatırımı ve yönetimi*”, “*AR-GE yatırımları(İhtiyaç Analizi)*” kazanımları dikkate alınarak vaka çalışması örneği hazırlanmıştır.

Uygulama öncesinde öğrencilere genel bir bilgilendirme(uygulama süreci ile ilgili) yapıldıktan sonra ‘*yatırım ne demek*’, ‘*siz iş fikrinizi nasıl hayata geçirirsiniz*’ ifadeleri ile öğrencileri düşünmeye sevk eden ön bilgilerini ortaya çıkaran sorular sorulmuştur. Dikkatleri konuya çektikten sonra öğrencilere “*İleride siz nasıl bir yatırım yapmak istersiniz?*” sorusu sorulmuştur. Öğrencilerin analitik düşünme ve karar verme gibi üst düzey düşünme becerilerini kullanmaları, zihinsel süreçlerin harekete geçirilmesi sağlanmıştır. Bu kısa eleştirel düşünme ve beyin fırtınası süreci ardından öğrencilere hazırlanan uygulama örneği dağıtılmıştır.

Öğrencilerden kendilerinde var olan bilgiler bağlamında örnek çalışma yaprağını doldurmaları istenmiştir. Doldurulan kağıtlar öğrencilerden toplanmış ve uygulama için belirlenen ilgili ünitenin ilgili kazanımı hakkında ders anlatımı

yapılmıştır. Bu ders anlatımının ardından öğrencilere uygulama örneği tekrar dağıtılmış ve ilgili soruların yeniden cevaplanması gerektiği belirtilmiştir.

Uygulama ile *'Toplumun ihtiyaçlarını belirleyerek iş yatırımı ve yönetimi'*, *'AR-GE yatırımları (İhtiyaç Analizi)'* kazanımları doğrultusunda bu uygulamada *'Yönetim'*, *'Ağ oluşturma'*, *'problem tanımlama ve çözme'* becerileri ve *'Hoşgörülü olma'*, *'Merhametli olma'* değerleri öğrenme çıktıları olarak belirlenmiş ve kazandırılması hedeflenmiştir. Uygulamada süre 40 dk ile sınırlandırılmıştır. Uygulama hazırlanırken vaka örneğinin öğrenci seviyesine uygun olması, somutlaştırılabilir olması, dilin sade, açık ve anlaşılır olması gibi özelliklere dikkat edilmiştir.

Gerçekleştirilen uygulama sonucunda elde edilen bulgular:

1. Yatırım ve sürdürülebilirlik boyutunda girişimcilik becerisi ile ilişkili olarak *'seçilen yatırım fikirleri'*,
2. Yatırım ve sürdürülebilirlik boyutunda girişimcilik becerisi ile ilgili *'yatırım fikrinin seçiminde nelerin dikkate alındığı'*,

şeklinde iki başlık altında ifade edilmiştir.

3.5.2. Yatırım ve Sürdürülebilirlik Boyutunda Girişimcilik Becerisi ile İlişkili Olarak Seçilen Yatırım Fikirleri ile İlgili Bulgular

Öncelikle Yatırım ve sürdürülebilirlik boyutunda girişimcilik becerisi ile ilişkili olarak *'seçilen yatırım fikirleri'* başlığı altında elde edilen bulgular Tablo 20'de verilmiştir. Ardından bu bulgular bağlamında yorum ve değerlendirmeler yapılmıştır.

Tablo 3.20. Yatırım fikirleri.

Uygulama Öncesi Yatırım Fikri	f	Uygulama Sonrası Yatırım Fikri	f
Bilmiyorum/Görüş belirtmemiş	7	Bilmiyorum/Görüş belirtmemiş	-
Bilgisayar teknolojisi	2	Bilgisayar teknolojisi	1
Mevsimlik kıyafet	1	Mevsimlik kıyafet	4
Kullanışlı eşyalar	1	Kullanışlı eşyalar	3
Fabrika	3	Fabrika	3
Aksesuar mağazası	4	Aksesuar mağazası	8
Mücevher mağazası	1	Mücevher mağazası	4

Şirket	2	Şirket	5
Terzi dükkânı	1	Terzi dükkânı	1
Saat mağazası	1	Saat mağazası	3
Kafe	2	Kafe(çok şubeli)	5
		Helal şirket	3
		Elektronik eşya üretimi	1
		Restoran zinciri	1
		İki şubeli pastane	1
		Helal kazançlı bir yatırım	17
		Giyim sektörü	3
		Eğlence sektörü	1
		Alın teri ile gelişecek bir yatırım	1
		Tesettür aksesuar	1
		Oyun alanı dükkânı	1
		Fotoğraf kabini	1
		Araba galerisi	1
Toplam	25	Toplam	67

Tablo 20’den elde edilen veriler bağlamında uygulama öncesinde yatırım ve sürdürülebilirlik boyutu ile ilgili “*yatırım fikrini söyler*” kazanımı hakkında elde edilen toplam frekans değeri 25 olarak tespit edilmiştir. uygulama öncesinde ‘bilmiyorum/görüş belirtmemiş’ ifadesini kullanan öğrenci frekans değerinin 7 olduğu, bunun dışında kalan 18 frekans değerinin temalarının ise: ‘bilgisayar teknolojisi’, ‘mevsimlik kıyafet’, ‘kullanışlı eşyalar’, ‘fabrika’, ‘aksesuar mağazası’, ‘mücevher mağazası’, ‘şirket, terzi dükkânı’, ‘saat mağazası’, ‘kafe’ olduğu tespit edilmiştir.

Uygulama sonrası elde edilen veriler incelendiğinde toplam frekans değeri 67 olarak belirtilmiştir. Burada bilmiyorum/görüş belirtmemiş ifadesi ile ilgili frekans değeri tespit edilmemiştir. Bu durum uygulama sonrasında tüm öğrencilerin bir fikir belirttiğine ve uygulama öncesinde fikri olmayan öğrencilerin bir fikir edinmeleri bakımından önemli bir bulgu olarak görülmüştür. Uygulama sonrasında elde edilen 67 frekans değerinde ‘bilgisayar teknolojisi’, ‘mevsimlik kıyafet’, ‘kullanışlı eşyalar’, ‘fabrika’, ‘aksesuar mağazası’, ‘mücevher mağazası’, ‘şirket’, ‘terzi dükkânı’, ‘saat mağazası’, ‘kafe(çok şubeli)’, ‘helal şirket’, ‘elektronik eşya üretimi’, ‘restoran zinciri’, ‘iki şubeli pastane’, ‘helal kazançlı bir yatırım’, ‘giyim sektörü’, ‘eğlence sektörü’, ‘alın teri ile gelişecek bir yatırım’, ‘tesettür aksesuar’, ‘oyun alanı dükkânı’, ‘fotoğraf kabini’, ‘araba galerisi’ temaları tespit edilmiştir.

Öğrencilerin “*yatırım fikrini söyler*” kazanımı bağlamında elde edilen bulguları doğrultusunda uygulama öncesinde tespit edilen tema sayısının ‘*bilmiyorum / görüş belirtmemiş*’ hariç 10 olduğu, uygulama sonrasında ise bu tema sayısının 22 olduğu görülmüştür. Bu bulgu uygulama başarısı ve öğrenci gelişimi ile ilgili önemli kabul edilmiştir. Çünkü uygulama sonucunda, uygulama öncesinde elde edilen tema sayısının iki katının da üstünde bir değerin ortaya çıkması öğrencilerin bilgilerinin oldukça çeşitlendiğini, geliştiğini ve değiştiğini göstermiştir. Bu bağlamda öğrencilerin ders anlatımı ile uygulama öncesi görüşlerinde dersin kazanımı ile ilgili ifadelerin yer almadığı daha çok maddi anlamda temaların ortaya çıktığı fakat ders anlatımı ve uygulama sonrasında ‘*helal şirket*’, ‘*helal kazançlı bir yatırım*’, ‘*alın teri ile gelişecek bir yatırım*’ gibi çeşitlenen görüşlerinin ünite de ifade edilen ‘*Hz. Lokman’ın öğütlerini hayatına yansıtmaya özen gösterir*’ kazanımı bağlamında değiştiğini, fikirlerinin bu yönde etkilendiğini ve bu uygulama ile kazandırılması hedeflenen bilgi, beceri ve değerlerin istendik yönde geliştiği anlaşılmıştır.

Bu uygulama ile elde edilen ‘*yatırım fikrini söyler*’ kazanımı ile ilgili çeşitli öğrenci görüşleri şöyledir:

- Ö2: “*Önce fikrimi yarattım sonra bilgisayar teknolojisine geçtim.*”
- Ö3: “*Ben yazın ince kışın kalın şal satarım. İnsanların kullanabilmesi gerek.*”
- Ö6: “*Çok çalışarak markalarla iş birliği yaparak helal lokma yemeye ve kazanmaya dikkat ederim. Fabrikaya yatırım yaparım.*”
- Ö14: “*Bileklik ve kolye yatırımım güzel olduğu için bir şirket açtım orada tasarımlar yapıp fikirlerimi geliştirebildim.*”
- Ö18: “*Yurt dışında bir dükkân açarak yeni işler yapabilirim.*”

3.5.3.Yatırım ve Sürdürülebilirlik Boyutunda Girişimcilik Becerisi ile İlgili “Yatırım Fikrinin Seçiminde Nelerin Dikkate Alındığı”

Öncelikle Yatırım ve sürdürülebilirlik boyutunda girişimcilik becerisi ile ilişkili olarak ‘*yatırım fikri seçiminde nelerin dikkate alındığı*’ başlığı altında elde

edilen bulgular Tablo 21’de verilmiştir. Ardından elde edilen bulgular doğrultusunda yorum ve değerlendirmeler yapılmıştır.

Tablo 3.21. Yatırım fikrini oluştururken dikkate alınanlar.

Uygulama Öncesi Yatırım Fikri Nedenleri	f	Uygulama Sonrası Yatırım Fikri Nedenleri	f
Bilmiyorum/Görüş belirtmemiş	1	Bilmiyorum/Görüş belirtmemiş	-
Kârlı	1	Kârlı	4
İnsanlara faydalı	1	İnsanlara faydalı	5
Kullanışlı	1	Kullanışlı	3
Helal	2	Helal	15
Avantajları olan	1	Avantajları olan	3
Büyütülebilir	1	Büyütülebilir	3
		İlgi çekici	2
		Geliştirilebilir olması	5
		İnsanların temel ihtiyaçları olması	8
		Düzenli gelir olması	1
		Her yaşa uygun olması	1
		Güvenli olması	1
		Reklamı yapılabilir olması	1
		Kısa sürede tanınabilir olması	1
		Yurt dışında da satılabilmesi	1
		Şubeleştirilebilir olması	5
Toplam	8	Toplam	59

Tablo 21’de yer alan uygulama öncesinde “yatırım fikri nedenleri” kazanımı doğrultusunda elde edilen bulgularda toplam 8 frekans değeri ve ‘bilmiyorum/görüş belirtmemiş’ ifadesi ile birlikte 7 tema tespit edilmiştir. Ortaya çıkan temalar: ‘kârlı’, ‘insanlara faydalı’, ‘kullanışlı’, ‘helal’, ‘avantajları olan’, ‘büyütülebilir’ olarak ifade edilmiştir.

Uygulama sonrasında elde edilen toplam frekans değeri 59 olarak saptanmış, ortaya çıkan tema sayısı ise 16 olmuştur. Elde edilen veriler bağlamında temalar: ‘kârlı’, ‘insanlara faydalı’, ‘kullanışlı’, ‘helal’, ‘avantajları olan’, ‘büyütülebilir’, ‘ilgi çekici’, ‘geliştirilebilir olması’, ‘insanların temel ihtiyaçları olması’, ‘düzenli gelir olması’, ‘her yaşa uygun olması’, ‘güvenli olması’, ‘reklamı yapılabilir olması’, ‘kısa sürede tanınabilir olması’, ‘yurt dışında da satılabilmesi’, ‘şubeleştirilebilir olması’ şeklinde ifade edilmiştir.

Uygulama öncesi ve sonrası karşılaştırıldığında tema sayısında ciddi bir artış olduğu ve fikirlerin çeşitliliği dikkatleri çekmiştir. Özellikle frekans yoğunluklarına bakıldığında uygulama sonrası *'helal'*, *'insanların temel ihtiyacı olması'*, *'insanlara faydalı olması'*, temalarında yoğunluk dikkat çekici olmuşken, diğer temalarda frekans değerlerinin aynı kaldığı ya da farklı yeni temaların olduğu görülmüştür. Ek olarak uygulama öncesinde *'helal'* temasında frekans değeri 2 olarak tespit edilmişken uygulama sonrasında bu sayı 15 olarak bulunmuştur. Bu artış uygulama başarısı için önemli bir bulgu ve öğrencilere kazandırılması hedeflenen bilgilerin kazandırılması yönünde olumlu bir sonuç olarak kabul edilmiştir. Bu noktadan hareketle uygulamanın yatırım fikri nedenlerini söyler konusu bağlamında etkili bir yöntem olduğunu ifade etmek mümkündür.

Öğrencilerin vaka çalışmasında yatırım fikrini ifade etmeye yönelik vermiş olduğu cevaplardan bazı örnekler aşağıda ifade edilmiştir:

- Ö12: *"Her yaşa uygun bir bileklik ceket gibi şeyler üretirdim ve fiyatını uygun yapardım. Burası çok büyük çok güzel bir yer içerde dükkân, oyun alanı, sinema, fotoğraf kabini, araba satış dükkânı gibi yerler kurduğumuz için herkes geldi ve çok iyi para kazanıp insanları mutlu ettik."*
- Ö14: *"Çok güzel satışlar yapmıştık herkesin memnun olduğunu görünce çok satılan ürünleri getirmiştik."*
- Ö17: *"Alnımızın teri olmadan olmaz ve iş için grup reklam yapıp işi devam ettiririm. Yurt dışında da işler yürüdü ve işimiz büyüdü. Bu işlerden dolayı bir sürü ülkeden iş teklifi aldık ve artık her yerde her ülkede ismimiz duyuldu."*
- Ö23: *"Evet yatırım geliştirebilirim mağaza açarak kıyafetlerim çok iyi gidiyorsa başka dükkânlar açarım. Helalinden temiz bir yol izlerim. Bu iş bize çok kar ettirdi ve ekonomik olarak çok işimize yaradı. Çünkü biz bu işi fikrin insanlara yararlansın diye yaptık."*
- Ö25: *"Düzenli olarak işçi alırdım işimi en güzel şekilde yapardım. Yurt dışında daha iyi yatırım yapabiliirdik orada topladığımız para başka ülkelerin beş katıydı resmen."*

Tüm bu bilgiler doğrultusunda uygulanan vaka çalışması örneği ile öğrencilere kazandırılması hedeflenen bilgi, beceri ve değerlerin kazandırılması sürecinin olumlu sonuçlandığını, elde edilen verilerin uygulama için olumlu çıktılar olarak kabul edilebileceğini söyleyebiliriz.

Örneğin Ö12'nin uygulama sonucunda *“bir firmayla iş fikri yaparım ve ona bir şeyler satarım sonrasında onlara her ay bir şeyler satıp para kazanıp ondan başka şeyler satıp yatırımımı geliştiririm”* ifadeleri öğrencilerde oluşması beklenen *ağ oluşturma becerisinin* kazandırıldığına dair önemli bir bulgu olarak kabul edilebilir. Yine Ö14'ün *“çok güzel satışlar yapmıştık herkesin memnun olduğunu görünce çok satılan ürünleri getirmiştik”* ve Ö17'nin *“yurt dışına işler yürüdü ve işimiz büyüdü, bu işlerden dolayı bir sürü ülkeden iş teklifi aldık ve artık her yerde her ülkede ismimiz duyuldu”* ifadeleri ile öğrencilere kazandırılması istenen *yönetim becerisinin* kazandırıldığına dair oldukça önemli bir öğrenme çıktısı olarak ifade edilebilir. Ek olarak Ö3'ün *“yatırımım ise şal, şal satarım yazın ince kışın kalın satarım”* ifadesi ile yatırım yapacağı ürünün yaz ve kış mevsiminde değişmemesinin bir problem olabileceğini ve mevsime göre değişkenlik göstermesi gerektiğini bilmiş, ona göre bir cevap vermiştir. Bu durum öğrencilerde kazandırılması beklenen *problem tanımlama ve çözme becerisinin* oluştuğunu ispatlar nitelikte önemli bir bulgu olarak gözlenmiştir.

Ö5'in uygulama sonucunda *“yatırım şeklim kendime kafe açarak gelen müşterilerime ikram dağıtım böyle şeyler ve bu yatırımla yeni bir iş yeri açabilirim”* ifadelerinden öğrencilere kazandırılmak istenen *hoşgörülü olma değerinin* başarılı sonuçlandığı, yine Ö5'in uygulama sonucunda *“ürünün ucuz olmasına dikkat ederim”* ifadesi ile de *merhametli olma değerinin* kazandırıldığını söylemek mümkündür. Aynı şekilde bu bulgular vaka çalışması uygulamasının başarılı olduğuna dair destekleyici ifadeler olarak kabul edilmiştir.

Demirel ve Tikici (2004) girişimcilik yetenekleri yüksek bireylerin yaparak ve yaşayarak öğrenmeyi benimsediğini, ezberci anlayışı reddettiğini ve pasif olmak istemediklerini ifade etmişlerdir. Öyle ki yapılan uygulama sonuçları incelendiğinde yatırım boyutunda öğrencilerin fikirlerinin sürdürülebilirliğinde yeni düşünceler oluşturma, var olan ile yetinmeme ve süreçte aktif olmalarına yönelik vermiş oldukları yanıtlar bu ifadeleri destekler nitelikte olmuştur. Nitekim Alparslan (2013) girişimci bireyleri tanımlarken yenilikçi olma, risk alabilme,

değişim odaklı olma, duyusal zekaya sahip olma, fırsatlara odaklanabilme ve yaratıcı olma gibi özellikleri ön plana çıkarmıştır. Bu doğrultuda uygulamanın yatırım ve sürdürülebilirlik çıktıları incelendiğinde alınan cevaplar bu ifadeleri doğrular nitelikte olmuştur.



4. SONUÇ ve ÖNERİLER

Bu bölüm sonuç ve öneriler başlıkları ile iki kısma ayrılmıştır. Yapılan araştırma kapsamında elde edilen bulgular sonuç kısmında değerlendirilmiştir. Araştırma sonuçları kapsamında çeşitli öneriler geliştirilmiştir.

4.1.SONUÇLAR

Yapılan çalışmada literatürden elde edilen veriler bağlamında uygulamanın tema, beceri ve değerleri belirlenmiştir. Bu tema, beceri ve değerler iş fikri, finansman, ürün tasarımı ve üretim, tanıtım ve pazarlama, yatırım ve sürdürülebilirlik olmak üzere beş temada verilmiştir. Vaka uygulama örnekleri her tema için bilgi, beceri, değer, alt kazanımlar ve öğrenme çıktıları kapsamında oluşturulmuştur.

4.1.1.Birinci Temaya Yönelik Sonuçlar:

Girişimcilik Becerisinin İş Fikri Boyutuna Ait Bilgi, Beceri ve Değerlerin Din Eğitimi Sürecinde Vaka Analizi Yöntemi ile Kazandırılmasına Ait Sonuçlar Nelerdir?

- İş fikri teması ile ilgili olarak oluşturulan alt kazanımlar ‘toplumun ihtiyaçlarını belirleyerek iş fikri oluşturma’, ‘bireysel becerilerimiz doğrultusunda iş fikrini oluşturma (İhtiyaç Analizi)’ olarak belirlenmiştir.
- İş fikri teması ile ilgili olarak kazandırılması hedeflenen beceriler ‘fırsatları görme becerisi’, ‘iş planı becerisi’, ‘tahminde bulunma becerisi’, ‘yenilikçi düşünme becerisi’ ve ‘problem çözme becerisi’ olarak ifade edilmiştir.
- İş fikri teması ile ilgili olarak kazandırılması amaçlanan değerler ise ‘çalışkan olma’, ‘sorumluluk sahibi olma’, ‘birlikte hareket etme’ ve ‘sabırlı olma’ şeklinde ifade edilmiştir.

Uygulamada iş fikri teması ile ilgili olarak vaka örnekleri ‘toplumun ihtiyaçlarını belirleyerek iş fikri oluşturma’, ‘bireysel becerilerimiz doğrultusunda iş fikrini oluşturma’ kazanımları doğrultusunda hazırlanmış ilgili konu hakkında

sınıfa bilgi verilmiş ardından uygulama yapılmış ve ‘fırsatları görme becerisi’, ‘iş planı’, ‘tahminde bulunma’, ‘yenilikçi düşünme’ ve ‘problem çözme’ becerileri ile ‘çalışkan olma’, ‘sorumluluk sahibi olma’, ‘birlikte hareket etme’ ve ‘sabırlı olma’ değerleri öğrencilere kazandırılmaya çalışılmıştır. Uygulama süresi 40 dk. ile sınırlandırılmış ve ilgili kazanımlar doğrultusunda uygulama gerçekleştirilmiştir. Örnek vaka uygulaması ile bireysel ve toplumsal sorunlardan hareketle iş fikri oluşturma ve iş fikri oluşturmaya yardımcı etmenlerin kazandırılması hedeflenmiştir. Elde edilen bulgular bağlamında yapılan değerlendirmede kazandırılması hedeflenen kazanım, bilgi, beceri ve değerlerin gerçekleştirildiği anlaşılmıştır.

4.1.2.İkinci Temaya Yönelik Sonuçlar:

Girişimcilik Becerisinin Finansman Boyutuna Ait Bilgi, Beceri ve Değerlerin Din Eğitimi Sürecinde Vaka Analizi Yöntemi ile Kazandırılmasına Ait Sonuçlar Nelerdir?

- Finansman teması ile ilgili oluşturulan alt kazanımlar ‘kâr ve risk finansmanı’ ve ‘satış finansmanı’ olarak belirlenmiştir.
- Finansman teması ile ilgili kazandırılması hedeflenen beceriler ‘ihtiyaç analizi becerisi’, ‘pazar analizi becerisi’ ve ‘kaynak analizi becerisi’ şeklinde ifade edilmiştir.
- Finansman teması ile ilgili kazandırılması amaçlanan değerler ise ‘sorumluluk sahibi olma’, ‘sabırlı olma’, ‘öz güven sahibi olma’, ‘verdiği sözde durma’ ve ‘dürüst olma’ olarak belirtilmiştir.

Uygulamada finansman teması ile ilgili olarak vaka örnekleri ‘kâr ve risk finansmanı’ ve ‘satış finansmanı’ kazanımları bağlamında oluşturulmuştur. Kazanımlar doğrultusunda öğrenme çıktıları ise ‘öğrencilerin iş fikirlerini hayata geçirmede finansal becerileri ve değerleri kazanarak bu kaynaklara ulaşmada gereken yöntemler’ olarak ifade edilmiştir. Bu doğrultuda sınıfa kazanımlar ile ilgili bilgi verilmiş ve uygulama örneği yapılmıştır. Bu örnek uygulama sayesinde öğrencilere ‘ihtiyaç analizi’, ‘pazar analizi’ ve ‘kaynak analizi’ becerileri ile ‘sorumluluk sahibi olma’, ‘sabırlı olma’, ‘öz güven sahibi olma’, ‘verdiği sözde

durma' ve 'dürüst olma' değerleri kazandırılmaya çalışılmıştır. Uygulama süresi 40 dk. ile sınırlandırılmış ve uygulamanın ana sorusu 'kâr ve risk nedir' olarak belirlenmiştir. Örnek vaka uygulaması sonucu elde edilen bulgular neticesinde uygulamanın başarılı olduğu tespit edilmiştir.

4.1.3.Üçüncü Temaya Yönelik Sonuçlar:

Girişimcilik Becerisinin Ürün Tasarımı ve Üretim Boyutuna Ait Bilgi, Beceri ve Değerlerin Din Eğitimi Sürecinde Vaka Analizi Yöntemi ile Kazandırılmasına Ait Sonuçlar Nelerdir?

- Ürün tasarımı ve üretim temasına yönelik oluşturulan alt kazanımlar 'üretimin gerçekleştirilmesi', 'ürün prototipinin oluşturulması' ve 'ürün talep (Pazar) araştırması' olarak belirlenmiştir.
- Ürün tasarımı ve üretim teması ile kazandırılması hedeflenen beceriler 'ürün kalitesinin tespiti ve ürün tanıtım becerisi' ve 'ürün tasarım becerisi' olarak ifade edilmiştir.
- Ürün tasarımı ve üretim teması ile kazandırılması amaçlanan değerler ise 'kişisel kontrol (öz kontrol)' ve 'duyarlı olma (tarihe, çevreye, insana)' şeklinde belirlenmiştir.

Uygulamada ürün tasarımı ve üretim teması ile ilgili olarak vaka örnekleri 'üretimin gerçekleştirilmesi', 'ürün prototipinin oluşturulması' ve 'ürün talep (Pazar) araştırması' kazanımları bağlamında oluşturulmuştur. Öğrenme çıktıları ise 'iş fikirleri doğrultusunda ürünlerin prototipini tasarlama ve oluşturma şeklinde belirlenmiştir. Bu bağlamda sınıfa kazanımlar ile ilgili bilgilendirme yapılmış ve örnek uygulama gerçekleştirilmiştir. Yapılan örnek uygulama ile 'ürün kalitesinin tespiti ve ürün tanıtım' ve 'ürün tasarım' becerileri ile 'kişisel kontrol (öz kontrol)' ve 'duyarlı olma (tarihe, çevreye, insana)' değerlerinin kazandırılması hedeflenmiştir. Uygulama süresi 40 dk. ile sınırlandırılmıştır. Uygulama sonucunda elde edilen bulgular incelendiğinde uygulamanın amacına ulaştığı gözlemlenmiştir.

4.1.4.Dördüncü Temaya Yönelik Sonuçlar:

Girişimcilik Becerisinin Tanıtım ve Pazarlama Boyutuna Ait Bilgi, Beceri ve Değerlerin Din Eğitimi Sürecinde Vaka Analizi Yöntemi ile Kazandırılmasına Ait Sonuçlar Nelerdir?

- Tanıtım ve Pazarlama teması ile ilgili oluşturulan alt kazanımlar ‘pazar ve pazarlama stratejisi’, ‘ürün kalitesi ve ayırt edici özelliklerin tanıtımı’ ve ‘ihtiyaç analizi’ olarak belirlenmiştir.
- Tanıtım ve Pazarlama teması ile kazandırılması hedeflenen beceriler ‘pazarlama planı oluşturma becerisi’ ve ‘ürünü tanımlama ve tanıtmaya becerisi’ olarak ifade edilmiştir.
- Tanıtım ve Pazarlama teması ile kazandırılması amaçlanan değerler ise ‘çalışkan olma’, ‘güvenilir olma’ ve ‘öz güven sahibi olma’ şeklinde belirlenmiştir.

Uygulamada tanıtım ve pazarlama teması ile ilgili olarak vaka örnekleri ‘pazar ve pazarlama stratejisi’, ‘ürün kalitesi ve ayırt edici özelliklerin tanıtımı’ ve ‘ihtiyaç analizi’ kazanımları doğrultusunda hazırlanmıştır. Uygulamanın öğrenme çıktıları ise ‘öğrencilerin iş fikirleri doğrultusunda tasarımlarını yapmaları ve ürettikleri ürün ile ilgili bilgi, beceri ve değerleri kazanmaları’ olarak belirlenmiştir. Bu doğrultuda sınıfa kazanımlar bağlamında çeşitli bilgiler verilmiş ve örnek uygulama yapılmıştır. Gerçekleştirilen örnek uygulama ile ‘pazarlama planı oluşturma’ ve ‘ürünü tanımlama ve tanıtmaya’ becerileri ile ‘çalışkan olma’, ‘güvenilir olma’ ve ‘öz güven sahibi olma’ değerlerinin kazandırılması hedeflenmiştir. Uygulama süresi 40 dk. ile sınırlandırılmıştır. Uygulamanın değerlendirilmesi sonucunda elde edilen bulgular ile çalışmanın başarı ile sonuçlandığı anlaşılmıştır.

4.1.5.Beşinci Temaya Yönelik Sonuçlar:

Girişimcilik Becerisinin Yatırım ve Sürdürülebilirlik Boyutuna Ait Bilgi, Beceri ve Değerlerin Din Eğitimi Sürecinde Vaka Analizi Yöntemi ile Kazandırılmasına Ait Sonuçlar Nelerdir?

- Yatırım teması ile ilgili oluşturulan alt kazanımlar ‘toplumun ihtiyaçlarını belirleyerek iş yatırımı ve yönetimi’, ‘AR-GE yatırımları’ ve ‘ihtiyaç analizi’ olarak belirlenmiştir.
- Yatırım teması ile kazandırılması hedeflenen beceriler ‘yönetim becerisi’, ‘ağ oluşturma becerisi’ ve ‘problem tanımlama ve çözme becerisi’ olarak ifade edilmiştir.
- Yatırım teması ile kazandırılması amaçlanan değerler ise ‘hoşgörülü olma’ ve ‘merhametli olma’ olarak belirlenmiştir.

Uygulamada yatırım ve sürdürülebilirlik teması ile ilgili olarak oluşturulan kazanımlar ‘toplumun ihtiyaçlarını belirleyerek iş yatırımı ve yönetimi’, ‘AR-GE yatırımları’ ve ‘ihtiyaç analizi’ olarak belirlenmiştir. Uygulamanın öğrenme çıktıları ise ‘öğrencilerin iş fikirleri doğrultusunda yapmış oldukları ya da tasarladıkları ürünün tanıtım, reklam ve pazarlama ile ilgili bilgi sahibi olmaları’ şeklinde belirlenmiştir. Bu bağlamda sınıfa gerekli bilgilendirmeler yapılmış ve örnek vaka uygulaması gerçekleştirilmiştir. Gerçekleştirilen örnek uygulama aracılığı ile ‘yönetim’, ‘ağ oluşturma’ ve ‘problem tanımlama ve çözme’ becerileri ile ‘hoşgörülü olma’ ve ‘merhametli olma’ değerlerinin kazandırılması amaçlanmıştır. Uygulama süresi 40 dk. ile sınırlandırılmış ve uygulamanın ana sorusu ‘ideal iş yeri nasıl olmalıdır’ şeklinde belirlenmiştir. Uygulama sonucunda elde edilen bulgular neticesinde uygulama ile kazandırılan bilgi, beceri ve değerlerin aynı zamanda yine kazandırılması hedeflenen kazanımların ve öğrenme çıktılarının öğrenciler tarafından benimsendiği ve uygulamanın başarı ile sonuçlandığı tespit edilmiştir.

Girişimcilik eğitimi ile sıradan bir anlayış yerine çeşitlilikleri yakalama ve felsefi bakış açısı kazanma doğrultusunda öğrencilerin girişimciliği öğrenmeden girişimci olamayacakları anlayışı ortaya çıkmıştır. Girişimcilik eğitiminin genel amaçlarını; girişimcilik ile ilgili faydalı bilgileri ortaya çıkarmak, farklı tekniklerin kullanılması ile kapasitede artış sağlama ve eylem planlarının oluşturulması, girişimci yeteneklerin keşfedilmesi ve girişimciliğe teşvik, değişime yönelik tutumlar oluşturma şeklinde açıklamak mümkündür. Nitekim yapılan bu çalışma ile girişimcilik eğitiminin ve bu eğitime yönelik uygulamaların öğrencilerin ilgilerini arttırırken diğer taraftan ilgi duydukları alanlar ile ilgili zihinlerindeki sorulara cevap bulma imkânı da sunmuştur. Aynı zamanda yine girişimcilik eğitiminin

ekonomik ve toplumsal kalkınma noktasında kurumlarda ve kişilerde farkındalığın artmasına yardımcı olma ve bireyde tutum/becerilerin geliştirilmesine katkıda bulunduğu anlaşılmıştır.

21.yy’da gelişen ve değişen dünya düzeninde girişimcilik alanına ilginin artması, dikkat çeken gelişmeler neticesinde girişimcilik eğitimi gerek akademisyenlerin gerekse araştırmacıların ilgisini çekmiş ve özellikle girişimciliğin etkisi üzerine birçok çalışmanın halihazırda yapıldığı ve yapılmaya devam ettiği, aynı şekilde en iyi uygulama yöntemlerinin neler olabileceği ile ilgili araştırmaların sıklaştırıldığı anlaşılmıştır. Girişimcilik eğitimi ile bireylerdeki girişimcilik ruhunun gelişmesi, bireye etki eden faktörlerin amaç, hedef ve kitle açısından farklılık gösterdiği de ortaya çıkarılmıştır. Tüm bu bilgiler göz önüne alındığında programlar oluşturulurken çoklu karşılaştırmaların yapılması ve ortak bir zemin oluşturulması ile programın tasarlanması gereği ile elde edilen program tasarımı girişimcilik unsurlarının açık bir şekilde tanımlanması ve metodolojinin uygun olarak hazırlanması gereği anlaşılmıştır. Özellikle haftalık okutulan ders sayısı, öğretmen özellikleri, öğrenci girişimleri ve yenilikçilik gibi kriterlerin önemli olduğu tespit edilmiştir.

Türkiye’de girişimcilik eğitimi ile ilgili kazanımlar DKAB öğretim programı içerisinde beceri olarak birkaç kazanımda dolaylı ifadeler ile karşımıza çıkmaktadır. Ek olarak girişimcilik eğitimi uygulamalarının Millî Eğitim Bakanlığı dışında ‘Üniversiteler, Tübitak (Girişimcilik ve Yenilikçilik Eğitim ve Araştırma Faaliyetlerini Destekleme Programı), Girişim Sermayesi Destekleme Programı, İşçi ve İş Bulma Kurumu, Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı, Belediyeler, Ticaret ve Sanayi Odaları’ tarafından gerçekleştirildiği tespit edilmiştir. Nitekim girişimcilik eğitiminin bir ders planı ve programından bağımsız olarak özellikle ortaöğretimde özgün olarak hayata geçirilmesi ve destek veren kurumlarca girişimci bireylerin genç yaşlardan itibaren yetiştirilmesi önemli görülmüştür.

Millî Eğitim Bakanlığının girişimcilik eğitimi tutumundan yola çıkarak girişimcilik becerilerini disiplinler arası yöntemler aracılığı ile öğretmeyi hedeflediği anlaşılmıştır. Özellikle Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi dersi öğretim programında girişimcilik becerisi ile ilgili bilgilerin girişimcilik becerisinin kazandırılması ve girişimcilik eğitimi açısından oldukça yetersiz olduğu tespit edilmiştir. Yapılan bu çalışma ile girişimcilik becerisinin tema, beceri ve değerleri

kapsamında hazırlanan örnek vaka uygulamasının girişimcilik becerilerinin kazandırılmasında oldukça etkili olduğu ve olabileceği ispatlanmıştır. Çalışmada yurt içi ve yurt dışı literatür incelenmiş ve örnek vaka uygulamaları doğrultusunda girişimcilik eğitimi süreçleri belirlenmiştir. Elde edilen bu süreçler iş fikri, finansman, ürün tasarımı ve üretim, tanıtım ve pazarlama, yatırım olarak belirlenmiş ve her bir temaya özgü bilgi, beceri ve değerler; kazanımlar/alt kazanımlar ve öğrenme çıktıları ile vaka uygulama örneğine işlenmiştir. Tüm bu bilgiler ışığında yapılan çalışma ile girişimcilik becerisinin kazanımlarının Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi Öğretim Programında ilgili alan ve kazanımlara entegre edilebileceği ve disiplinler arası yöntemle konu ile ilgili çalışılabileceği düşüncesi ortaya çıkmıştır.

4.2.ÖNERİLER

Çalışmanın önerileri süreçte elde edilen amaç, alt amaçlar, bulgular ve tartışma, sonuç kısımlarından elde edilen/incelenen bilgiler doğrultusunda oluşturulmuştur. Elde edilen bulgular bağlamında girişimcilik eğitiminin çok yönlülüğü dikkate alınarak yapılan çalışmanın alan yazındaki önemli bir boşluğu doldurabileceği ve yapılacak çalışmalar ile DKAB Öğretim Programları özelinde alanın zenginleştirilebileceği düşünülmüştür. Bu bağlamda araştırma sürecinde fark edilen eksiklikler ve tamamlandığında alana önemli katkılar sunabilecek çalışmalara yönelik öneriler şu şekilde ifade edilebilir:

- ◆ Araştırmada girişimcilik becerisi ve girişimcilik eğitimi ile ilgili yurt dışı ve yurt içi kaynakların taranması ve kapsamlı incelemesi yapılmıştır. Bu bağlamda ülkemizde ulaşılabilen yazılı eserlerin sayısı yüz-yüz on civarında olarak tespit edilmiştir. İlgili alan hakkında doğrudan girişimcilik eğitimi ve girişimcilik becerilerini içeren çalışmaların sayısının oldukça az olduğu tespit edilmiştir. Bu sebeple girişimcilik eğitimi ile ilgili özellikle ilkokuldan itibaren bu becerilerin kazandırılması noktasında gerekli teşviklerin yapılması ve çalışmaların artırılması oldukça önemli görülmüştür.
- ◆ Çalışmada programda yer alan doğrudan ve dolaylı girişimcilik becerisi ile ilgili kazanımlar kuramsal çerçevede açıklanmıştır. Neticede girişimcilik

becerisinin kazandırılması bağlamında programda var olan doğrudan ya da dolaylı kazanım, konu, beceri ve değerlerin azlığı dikkate alındığında girişimcilik eğitime yönelik kazanımların sayılarının artırılması ve kazandırılması hedeflenen kazanımlar doğrultusunda düzenlenmesi gerekli görülmüştür.

- ◆ Yapılan incelemeler neticesinde girişimcilik becerilerinin alt beceriler ve temalar içerisinde ele alındığı anlaşılmıştır. Elde edilen bulgular doğrultusunda girişimcilik becerilerinin kazandırılması adına girişimcilik eğitiminin kapsamlı bir şekilde ele alınması ve yeni bir öğrenme alanı ile öğretim programlarına eklenmesi, ilkökul ve ortaokul kademesinde haftalık olarak girişimcilik ders sayılarının artırılması ve haftada en az iki saat girişimcilik eğitimi dersinin zorunlu olarak okutulmasının gerekliliği anlaşılmıştır.
- ◆ Gerçekleştirilen örnek vaka uygulamaları sonuçlarına göre girişimcilik eğitiminde aile etkisi, kültürel etkileşimler ve çevre etkisinin girişimciliğin önemli etki alanlarından olduğu tespit edilmiştir. Bu bağlamda ilgili çalışmaların yapılmasının girişimcilik eğitiminin amacına ulaşması açısından önemli olduğu tespit edilmiştir.
- ◆ Gelişen ve değişen dünyada teknoloji kullanım yaşının oldukça yüksek olduğu dikkate alındığında girişimcilik becerisinin kazandırılması noktasında dijital platformlarda yapılacak uygulamaların ve çalışmaların yine girişimcilik eğitimi kazanımlarının amacına ulaşması ve daha hızlı/pratik gerçekleştirilmesi açısından oldukça önemli ve gerekli olduğu görülmüştür.
- ◆ Literatür taraması yapılırken özellikle girişimcilik eğitiminin beceri ve değer kazandırma noktasında yapılan çalışmaların azlığı dikkati çekmiştir. Bu sebeple girişimcilik eğitiminde beceri ve değer öğretimi ile ilgili çalışmaların artırılmasının önemi anlaşılmıştır.

- ◆ Öğretmenlerin özellikle ders içeriklerini hazırlarken kullanabilecekleri çeşitli girişimci materyaller ile kazandırılması hedeflenen bilgi, beceri ve değerlerin daha kolay anlaşılabilmesinin alanda önemli bir eksikliği kapatabileceği ön görülmüştür.
- ◆ Girişimcilik eğitimi verilirken özellikle Millî Eğitim Bakanlığı ile paydaş ve destekleyici kurumların iş birliği içerisinde çalışması, girişimcilik becerilerinin kazandırılması noktasında farkındalık oluşturulması ve öğrencilerin kendilerini keşfetme süreçlerinin desteklenmesi/geliştirilmesi gerekliliği önemli görülmüştür.



KAYNAKLAR

- Abiogu, G.C. (2011). Girişimcilik Eğitimi: Nijerya'da Yükseköğretim Kurumlarını Yeniden İnşa Etmenin Gerçek Bir Yolu. *Nijerya Eğitim Derneği Felsefesi 29. Konferansı'nda (PEAN)*, Lagos Eyalet Üniversitesi, Ojo-Lagos Eyaleti.
- Acs, Z. (2006). How is Entrepreneurship Good for Economic Growth? Innovations: Technology, Governance, Globalization, 1(97), 97-107.
- Aıkgz, K. . (2007). *Aktif ğrenme* (13. Baskı). İstanbul: Biliş Yayınları.
- Akdemir, N. ve Yenal, S. (2020). Card-Not-Present Fraud Vıctımization: A Routine Activities Approach to Understand The Risk Factors. *Gvenlik Bilimleri Dergisi*, 9(1), 243-268.
- Alberti, F., Sciascia S. and Poli A. (2004). “*Entrepreneurship Education: Notes on an Ongoing Debate*”, 14th Annual Int. Ent. Conference, İtalya: University of Napoli FedericoIı, 4-7 July.
- Aldrich, H. and Baker, T. (1997). Blinded By The Cites? Has There Been Progress in Entrepreneurship Research? D.Sexton and R. Smilor (Ed.), *Entrepreneurhip* Upstart Publishing Company.
- Alparslan, N. (2013). *Reklam Bağlamında İkna ve Retorik*. İletişim. 11-42.
- Antoncic, B. and R. Hisrich. (2003). “Clarifying and Intrapreneurship Concept”, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 10(1), 7-24.
- Ardichvili, A. (2003). A Theory of Entrepreneurial Opportunity Identification and Development. Volume 18, Issue 1, January, pages 105-123.
- Arıkan, S. (2004). Girişimcilik, *Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular*, Genişletilmiş 2. Baskı, Siyasal Kitabevi, Ankara, s.251-253.
- Avrupa Komisyonu. (2011). Komisyon Tarafından Avrupa Parlamentosu’na ve Konseye Sunulan Bildirim.
- Aytaçlı, B. (2012). “*Durum alışmasına Ayrıntılı Bir Bakış.*” *Adnan Menderes Üniversitesi Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 3(1), 1-9.
- Bakırtaş, H. ve Tekinşen, A. (2006). E-Ticaretin Girişimcilik zerindeki Etkileri. *Selçuk Üniversitesi SBE Dergisi*, 16, 125-138.
- Balaban, . ve Y. zdemir. (2008). “Girişimcilik Eğitiminin Girişimcilik Eğilimi zerindeki Etkisi: Sakarya Üniversitesi İİBF rneği”, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 3 (2): 133-147.

- Baron, R. A. (1998). Cognitive Mechanisms in Entrepreneurship: Why and When A New Discipline for A New Economy. *Journal Of World Affairs*, 15(2), 43-56.
- Beach, D. and Rohlfing, I. (2018). Integrating Cross-Case Analyses and Process Tracing in Set-Theoretic Research: Strategies and Parameters Of Debate.
- Belen E. ve Demirkaya T. (2012). *Girişimciliğin Altın Kuralları*, Optimist Yayınları, İstanbul.
- Benli, T. ve Karaosmanoğlu, K. (2017). Bir Pazarlama Stratejisi Olarak İçerik Pazarlama. *Mesleki Bilimler Dergisi (MBD)*, 6(1 (DÜZELTME), 27-38.
- Binnetoğlu, S. vd. (2023). Din Eğitiminde Girişimcilik Becerisinin Etkinliklerle Kazandırılmasına Yönelik Bir Değerlendirme. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 12(5), 2928-2950.
- Binnetoğlu, S. ve Tarhan, M. (2024). Bibliography of Resources That Can be Used in The Process of Gaining Communication Skills in Religious Education. *International Journal of Field Education*, 10(2), 31-48.
- Birley, D. (1993). *Sport and the Making of Britain*. Manchester and New York: Manchester University Press.
- Blank S. ve Dorf B. (2012). *Girişimcinin El Kitabı*, (Çeviri: Ahmet Usta), İstanbul: Boyut Yayınları.
- Blatter, J. and Haverland, M. (2014). "Case Studies and (causal-) Process Tracing", *Comparative policy studies* (pp.59-83). Palgrave Macmillan, London.
- Bogdan, R. C. and Biklen, S. K. (1998). *Qualitative Research for Education: An İntroduction to Theory and Methods*. Boston: Allyn and Bacon.
- Boone, C. (2007). Individualism and Collectivism. Competencies, higher education and career in Japan and the Netherlands. P, 211-224.
- Bozkurt, Ö. ve Alparslan M. (2013). *Girişimcilerde Bulunması Gereken Özellikler ile Girişimcilik Eğitimi: Girişimci ve Öğrenci Görüşleri*. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 8(1), 10.
- Brockhaus, R.H. (1980). Risk Taking Propensity of Entrepreneurs. *Academy of Management Journal*, 23, 509-520.
- Bulad, M. ve Dülger Taşkın, M. (2023). Exploring The Impact of Entrepreneurship Education: A Study on Entrepreneurial Intentions in Turkish Universities. *İş'te Davranış Dergisi*, 8(2), 74-88.
- Bygrave, W. and Hofer, C. (1991). Theorizing About Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(2), 13-23.

- Corbin, J. and Strauss, A. (2008). *Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Çöğürçü, İ. (2016). İktisadi Doktrinlerde Geçmişten Günümüze Girişimciliğin Önemi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi(35), 65-80.
- Davis, R. K. (1963). *The Value of Outdoor Recreation an Economic Study of The Maine Woods*. Harvard University, Cambridge.
- Demirci, E. and Buran Köse, Ö. (2021). Factors Affecting University Students' Tendency to Take Financial Risk: Empirical Results of Economic, Financial and Financial Practices. Cilt 2. Ankara: Gazi Publications.
- Demirel, T. E. ve Tikici, M. (2004). Kültürün Girişimciliğe Etkileri. Doğu Anadolu Bölgesi Araştırmaları Dergisi, (2), 49-58.
- DKAB. (2018). *Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi Öğretim Programı*. Millî Eğitim Bakanlığı Yayınları.
- Doğaner, E. A. (2014). *Girişimcilik Okulu*, Kuraldışı Yayıncılık, İstanbul.
- Doğaner, S. (2014). *Türkiye Kıyı Kullanımında Turizm Olgusu*. Türk Coğrafya Dergisi(33), 25-52.
- Dooley, L. M. (2002). "Case Study Research and Theory Building", *Advances in developing human resources*, 4/3, 335-354.
- Dunkelberg, W.C. and A.C. Cooper. (1982). "Entrepreneurial Typologies: an Empirical Study", *Frontiers of Entrepreneurship Research, Proceedings of the Babson Entrepreneurship Research Conference*, Wellesley.
- Ergün, H. (2022). *Eğitim Müfettişlerinin Sorunları*. Asya Studies, 6(21), 97-108.
- Fayolle A., Kyrö P. and Ulijn J. (2005). *The Entrepreneurship Debate in Europe: a Matter of History and Culture? Entrepreneurship Research in Europe* (Ed. A. Fayolle ve ark. s:1) Edward Elgar Publishing, Massachusetts.
- Fayolle, A. and Klandt, H. (2006). *International Entrepreneurship Education: Issues and Newness*, Edward Elgar Publishing.
- Fayolle, B. Gailly and N. Lassas-Clerc. (2006). "Assessing The İmpact of Entrepreneurship Education Programmes: A new methodology," *Journal of European Industrial Training*, vol. 30, no. 9, pp. 701–720.
- Felder, R. M. and Brent, R. (2003). *Active Learning: An İntroduction*. *ASQ Higher Education Brief*, 2(4).
- Fidan N. (2012). *Okulda Öğrenme ve Öğretme*. Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.

- Fiet, J. O. (2000). "The Pedagogical Side of Entrepreneurship Theory", Journal of Business Venturing, 16, 101-117.
- Finkle, T. A. and Deeds, D. (2001). "Trends in the Market for Entrepreneurship Faculty", 1989 – 1998, *Journal of Business Venturing*, 16, 613-630.
- Gardner, W. B. (1997). "Who is an Entrepreneur? Is the Wrong Question", American Journal of Small Business, 12(4), s:11-32.
- Gibb, A. (2002). In Pursuit of a New 'Enterprise' and 'Entrepreneurship' Paradigm for Learning: Creative Destruction, New Values, New Ways Of Doing Things and New Combinations of Knowledge. *International Journal of Management Reviews*, 4(3), 233-269.
- Gibb, A. (2005). *Towards the Entrepreneurial University: Entrepreneurship Education as a Lever for Change*. National Council for Graduate Entrepreneurship.
- Gözüm, A. (2019). *Girişimcilik Alanında Yazılan Akademik Makalelerin Kategorik Olarak Değerlendirilmesi: Girişimciliğin Türkiye'deki Akademik Örüntüsü*. *Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(15), 367-385.
- Grasse Jr, R.W. (1993). *Military Expansion Economic Decline: the Impact of Military Spending on U.S. Economic Performance*, M.E. Sharpe, Armonk, N.Y.
- Güney, S. (2008). *Girişimcilik-Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular*. Siyasal Kitabevi.
- Gürol, Y. ve Bal, Y. (2009). *Türkiye'de Girişimciliğin Evrimi ve Gelişimi için Girişimcilik Eğitiminin Önemi*. www.ikt.yildiz.edu.tr/RePEc/yil/makaleler.
- Harrison, R. T. and Leitch, C. M. (1996). *Discipline Mergence in Entrepreneurship: Accumulative Fragmentalism or Paradigmatic Science? Entrepreneurship, Innovation, and Change*, 5(2), 65–83.
- Hornaday, J.A. and Aboud, J. (1971). *Characteristics of Successful Entrepreneurs*. *Personnel Psychology*, 24(2), 141-153.
- İpçioğlu, İ. ve Taşer, A. (2009). İşletme Bölümlerinde Verilen Eğitimin Girişimci Adayı Öğrenciler Üzerindeki Etkileri. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2009/2(10),
- İrlanda, R. D., Hitt, M. A., ve Sirmon, D. G. (2003). *Stratejik Girişimcilik Modeli: Yapı ve Boyutları*. *Yönetim Dergisi*, 29(6), 963–989.
- Johannisson, B. and Olaison, L. (2007). The Moment of Truth—Reconstructing Entrepreneurship and Social Capital in The Eye of The Storm. In *Beyond Social Capital* (pp. 61-84). Routledge.

- Kardos, G. and Smith, C. O. (1979). "On Writing Engineering Cases." *Proc., ASEE National Conf. on Engineering Case Studies*, American Society for Engineering Education, Washington, D.C.
- Kawasaki, G. (2007). *Girişimcinin El Kitabı*. (Çeviri. Taner Gezer) İstanbul: MediaCat Kitapları Vizyon Basım.
- Kaya, M. (2018). *Argümantasyon Yaklaşımının Öğrencilerin Akademik Başarı ve Tutumlarına Etkisi*. Fırat Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü. Elâzığ.
- Kets de Vries, M. F. vd. (1985). *Narcissism and Leadership: An Object Relations Perspective*. *Human Relations*, 38(6), 583–601.
- Kickul, J. and Fayolle, A. (2007). Cornerstones of Change: Revisiting and Challenging New Perspectives on Research in Entrepreneurship Education. *Handbook of Research in Entrepreneurship Education* (Ed. A. Fayolle, s:1), Edward Elgar Publishing, Massachusetts.
- Kirby, D. (2007). *Changing the Entrepreneurship Education Paradigm*. *Handbook of Research in Entrepreneurship Education* (Ed. A. Fayolle, s:21), Edward Elgar Publishing, Massachusetts.
- Kirzner, I. M. (1973). *Competition and Entrepreneurship*. Chicago: University Press.
- Klein, B. and Cook, G. (2005). *Involvement of Older People in Care, Service and Policy Planning*. *Journal of Clinical Nursing*, 14, 43-47.
- Knight, F. H. (1921). Cost of Production and Price Over Long and Short Periods. *Journal of political economy*, 29(4), 304-335.
- Knodel, J. (1993). *The Design and Analysis of Focus Group Studies*, David L. Morgan (Ed) (pp. 35-50). Successful focus groups: Advancing state of the art. Newbury Park, Sage Publications.
- Kolko, J. (2010). Urbanization, Agglomeration, and Coagglomeration of Service Industries. In E. L. Glaese (Ed.), *Agglomeration Economics* (pp. 151-180). University of Chicago Press.
- Küçük, O. (2015). *Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Li, L. (2008). A Review of Entrepreneurship Research Published in The Hospitality and Tourism Management Journals. *Tourism Management*, 29, 1013–1022.
- Litizinger, W. (1965). "The Motel Entrepreneur and The Motel Manager", *Academy of Management Journal*, Vol. 8, 268–281.
- Matosek, M. and Prokopowicz, D. (2022). Growing Importance of Digitalization of Remote Communication Processes and The Internetization of Economic Processes and the Impact

- of the SARS-CoV-2 (Covid-19) Coronavirus Pandemic on the Economy, (in:) A. Golebiowska, M.
- McClelland, D. C. (1961). *Achieving Society*. Simon and Schuster.
- McClelland, D. C. (1961). *The Achieving Society*. Van No Strand.
- MEB. (2018). Millî Eğitim Bakanlığı Öğretim Programları.
- Merriam, S. B. (1988). *Case Study Research in Education: A Qualitative Approach*. Jossy-Bass Publishers.
- Mescon, T. and Montanari, J. (1981). The Personalities of Independent and Franchise Entrepreneurs: An Empirical Analysis of Concepts. *Journal of Enterprise Management*, 3(2), 149-159.
- Metin, O. ve Ünal, Ş. (2022). İçerik Analizi Tekniği: İletişim Bilimlerinde ve Sosyolojide Doktora Tezlerinde Kullanımı. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(Özel Sayı 2), 273-294.
- Mill, S. (1848). *Principles of Political Economy*. United Kingdom. New impression.
- Nurhan, A. (1997). İ.Ü. Edebiyat Fakültesi'nde Sanat Tarihi Eğitimi ve Çalışmalarının 50. Yılı. *Sanat Tarihi Yıllığı*(14), 16-18.
- Okudan, G. E. and Rzasa, S. E. (2006). "A Project-Based Approach to Entrepreneurial Leadership Education", *Technovation*, 26, 195-210.
- Olsen, S. and Galamidi, B. (2009). *Managing Social and Environmental Impact: Entrepreneurs Think Differently Than Other People*. *Journal of Business Venturing*, 13(4), 275-294. Beach ve Rohlfing.
- Ozan, E. ve Doğan, Ç. (2014). *Kişiselleştirme Yoluyla Kullanıcıları Tasarım Sürecinde Etkin Kılan Yöntem ve Yaklaşımların Sürdürülebilirlik İçin Ürün Tasarımı Açısından Değerlendirilmesi*. 157.
- Özdemir, S. M. (2008). Sınıf Öğretmeni Adaylarının Öğretim Sürecine İlişkin Öz-Yeterlik İnançlarının Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 54(54), 277-306.
- Palmer, M. (1971). The Application of Psychological Testing to Entrepreneurial Potential. *California Management Review*, 13(3), 32-38.
- Raposo M. and Paço, A. (2011). *Entrepreneurship Education: Relationship Between Education and Entrepreneurial Activity*. *Psicothema Journal*, 23(3), s: 453-457.
- Rasmussen E. and Scheim R. (2006). *Action Based Entrepreneurship Education*. *Technovation Journal*, 26 (2), s: 185-194.

- Sammuto-Bonnici, T. and McGee, J. (2014). Strategic Renewal.
- Sledzik, K. (2013). "Schumpeter's View on Innovation and Entrepreneurship," in Management Trends in Theory and Practice, S. Hittmar, Ed., SSRN, 2013.
- Sobel, D. (2014). *Ekofobiyi Aşmak* (Çev. İ.U. Kelso). Yeni İnsan Yayınevi.
- Spencer, H. (1979). Principles of Sociology, Vol.1, New York: D. Appleton.
- Strauss, A. and Corbin, J. (1994). *Grounded Theory Methodology*, In *Handbook of Qualitative Research*, pp. 217-285. Eds.: Denzin, N.K. and Lincoln, Y.S, Sage Publications, Thousand Oaks, CA.
- Tagraf, H. ve Halis, M. (2008). Üniversitelerdeki Girişimcilik Eğitiminin Girişimsel Öz Yetkinlik Algısı Üzerindeki Etkisi: Bir araştırma. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 3(2), 91-107.
- Tarhan, M. (2019). Girişimcilik Pedagojisine Giriş. Pegem A Akademi Kitaplar. Ankara.
- Tavşancıl, E. ve Aslan, E. (2001). Sözel, Yazılı ve Diğer Materyaller için İçerik Analizi ve Uygulama Örnekleri. Epsilon Yayınevi, İstanbul.
- Tellis, W. (1997). Application of A Case Study Methodology. The Qualitative Report, 3/3, 1-17.
- Teymur, N. (1998). "Tasarlanacak Bir Dünya için Temel Tasarım Eğitimi (önsöz)." Temel Tasarım/Temel Eğitim. ODTÜ Mimarlık Fakültesi Yayınları, Ankara.
- Timmons Jeffry, A. (1973). "Entrepreneurial Behavior", *Proceedings*, First International Conference on Entrepreneurship, Canadian Center for Entrepreneurial Studies, Toronto, November.
- Top, S. (2006). *Girişimcilik Keşif Süreci*. İstanbul: Beta Yayınları.
- TTKB. (2018). Talim ve Terbiye Kurulu Başkanlığı. MEB.
- Tutar, H. ve Altınkaynak, F. (2014). *Girişimcilik*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Tümer, G. (1994). Din Maddesi. <https://islamansiklopedisi.org.tr/din>.
- Veznedaroğlu, H. M. (2005). *Senaryo Temelli Öğrenmenin Öğretmen Adaylarının Öğretmenlik Mesleğine Yönelik Tutum ve Özyeterlik Algısına Etkisi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara Üniversitesi, Ankara.
- Weber, M. (1917). The Methodology of the Social Sciences, New York: Free Press.
- Weber, R. (2011). Evaluating Entrepreneurship Education. Springer Gabler Publishing, Munich.
- Yavuz, K. (1988). Günümüzde Din Psikoloji. *Atatürk Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*(8).

Yüksel, E. (2010). *Medya ve Habercilik*. Çizgi Kitabevi.

Zengin, Y. ve Deniz, M. (2016). Girişimcilik Becerilerinin Firma Rekabetine Etkisinin Elmas Modeli ile İncelenmesi: *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*.



İTERNET KAYNAKLARI

Ulusal Akademik Ağ ve Bilgi Merkezi. (ULAKBİLİM). <http://dergipark.ulakbim.gov.tr/esef/article/viewfile/5000091921/5000085359>.

Türkiye İş Kurumu. (İŞ-KUR). İş ve İşçi Bulma Kurumu. (1946). <http://www.iskur.gov.tr/isarayan/giri%C5%9Fimcilik.Aspix>.

T.C. Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı. Girişimci Destek Programı. (KOSGEB). <http://www.kosgeb.gov.tr/site/tr/genel/detay/1231/girisimcilik-destek-programi>.



EKLER

EK 1: İş Fikri Teması ile İlgili Uygulama Örnekleri.

ÇALIŞMA YAPRAĞI Vaka Örneği

SEN BÜYÜKSÜN HALLEDERSİN...

1963 yılında samsunda doğdum. Ailem Samsun'a Trabzon'dan göç etmiş. Ailemizdeki ticari olarak hareketli dönemler 1968 yılından sonra başlamış. Babam ve dedem o dönemlerde köyde esnaflık yapıyorlardı fakat dedem babamın ailenin büyük çocuğu olduğu için sen büyüksün halledersin diyerek kendi işlerinden ayrılmış. Bu olay neticesinde babam Fransa'ya gitmiş. 1970 yılında abimi yanına aldım. 1973 yıllarında babam Fransa'dan dönerek köyde yeniden esnaflık yapmaya başlamış. Ben yaz tatillerinde köye gittiğimde babamın yanında çalışıyor ve ona yardım ediyordum. Bu süreçte babam yeniden Fransa'ya gitmek zorunda kaldığı için ben okulu bırakıp babamın dükkanının başına geçtim. O zamanlar on bir yaşında idim. İki yıl tek başıma bu dükkanı çalıştırdım.

1976 yılında şehirde babamın da ortaklığı ile üç ortağı olan yeni bir dükkan açıldı. Ben bu dükkanın başına geçtim ve burada çok başarılı oldum. **Gıda toptancılığı işindeki başarımla ne yazık ki 1984 yılının sonunda askerlik vazifemim gelmesi ile bitmiş oldu.** O zamanlar devretme sistemi olmadığı için dükkanı kapatmak zorunda kaldım. Askerlik dönüğü gıda işinin bir esprisi kalmadığını anladım ve farklı sektörlerde araştırma yapmaya başladım. Babam kendi babası ile yaşamış olduğu sıkıntılar **nedeniyle kardeşlerimle maddi olarak bizleri ayırdı ve bana evlenmem için iki milyon TL gibi bir bütçe verdi. Ben ise bir arayış içerisindeyim ve evlenmek yerine iş kurmak istiyordum.** Bu arayışımın neticesinde elimdeki iki milyon TL ile **Borsan'ı kurdum.** Borsan elektrik tesisat maddeleri üretimi yapan bir firma olarak sekiz kişi ile 1984 yılının sonunda faaliyete başlamış oldu. Burada üretimin tamamını el içiliği ile yapıyorduk. Ustamız bir gün gelmezse iş tamamen duruyordu. İşlerimiz böyle bir hal almıştı ki ürünler daha üretilmeden alıcısı hazırda fakat yine de istediğimiz gibi kazanamıyorduk. Çünkü o zamanlar üreticinin direkt ürün satması gibi bir durum söz konusu değildi. Toptancılar ile anlaşarak onlar ürünlerimizi satardı. Üreticinin yaptığı ürünü pazarlaması hoş karşılanmayan bir durumdur.

Bir gün dayanamadım çünkü artık sektörde dayanacak gücümüz kalmamıştı, bir kamyonetim vardı ve ürettiğimiz ürünlerin hepsini ona yükledim. Samsun'un bir ilçesine gittim. Ara bir sokağa girdim. Karşıma çıkan ilk dükkanın önünde durdum. Karşılaştığım kişiye üreticim ürünlerimi satmaya geldim dedim. Bana bakışını unutamıyorum. O gün, gün boyunca çeşitli sokaklarda gezdim ve yüklü miktarda satış yaptım. Ertesi günlerde de bu şekilde satışlara devam ettim. Sonra piyasadan öğrendim ki biraz ucuza satıyordum. Ürünlerin fiyatına üç beş lira ekledim ve bu şekilde satış yapmaya devam ettim. Çok büyük tepkiler ve eleştiriler aldım. Fakat her ne olursa olsun kendim ürünü gidip satıyordum ve bu şekilde bir müşteri kitlem oluştu. Bu sistemden tepki topladığım için Borsan ismi ile değil, Kuzey pazarlama adında kurmuş olduğum yeni bir pazarlama şirketi adı altında satış yapmaya devam ettim. Buradaki pazarlama işi üretimden daha karlı olmaya başlayınca kablo satmaya da başladım. İstanbul'dan malzeme getirip Kuzey pazarlama adı altında satmaya devam ettim. Kuzey pazarlama da böylece yeni bir firma olarak sektörde yer almış oldu. Borsan'ın bugün dahi en güçlü yanı pazarlamadır.

1996 yıllarında sektörde hantallık başlayınca çalıştığımız caddede bir iki tane mülk satın aldım ve konfeksiyon kurdum. Bir pazara hitap ederken yavaşlamalar başladıysa daha dinamik olabilmek ve iş yapabilmek için farklı iş kollarına yönelmek gerekiyor. Bende bu düşünceden hareketle aileden gelen müteahhitlik işlerine yöneldim. Herhangi bir yerden veya kişiden etkilenme olarak değil de daha iyisini yapmak istediğim için farklı iş kolları arayışındaydım. Neticede inşaat işlerine başladım. Sayısal anlamda değil kalite anlamında kuvvetli işler yapmaya başladım.

Biz hep farklı işler yapmanın peşindeydik. Bu fikirler ve vizyon neticesinde 1996 yılında sektörleri ayırıp daha iyi çalışabilmek adına Bor Konut kurulmuş oldu. Her zaman farklılığı farklı şeyleri yakalamak ve üretebilmek lazım. Bu fikirler ile birçok farklı iş kolunda başarılarımız oldu. Burada her şeyi düşünebilirsiniz. (Örneğin Samsun spora başkanlık dahi yaptım. Samsun spor başkanlığım 2005'li yıllarda ve bu yıllarda çok fazla taraflı habercilik ve gerçek dışı haberler ile karşılaştığımız için bir gazete dahi kurduk.) 2000'li yıllara geldiğimizde Borsan'a daha fazla yatırım yapma kararı aldık. Organize sanayi sitesinde bir yer aldık ve İstanbul'a taşındık. Burada artık ihracat ve dış ticaret yapmaya karar verdik. Ukrayna'da 2001 yılında Borsan Europe adında bir şirket kurduk. 2007 yılında Türk Panel olarak hizmet veren bir firmanın adını Bor Panel olarak değiştirdik ve tüm hisselerini aldık. Üretim faaliyetlerimize birden fazla iş kolunda devam ettik. Çalışmalarımız hala devam etmektedir.

(Gerçek bir yaşam öyküsünden uyarlanmıştır.)

Tüm bu bilgiler ışığında aşağıdaki sorulara cevap veriniz :

1- Örnek olayda kişi iş fikrini nasıl geliştirmiştir?

Dükkan açmış kamyonetine eşyalarını yüklemiş şehir 1/ dolanmış.

2- Siz de örnek bir iş fikri geliştirebilir misiniz? Lütfen yazınız.

Bir eczane acaar orayı geliştirdim

ÇALIŞMA YAPRAĞI Vaka Örneği

SEN BÜYÜKSÜN HALLEDERSİN...

1963 yılında samsunda doğdum. Ailem Samsuna Trabzon'dan göç etmiş. Ailemizdeki ticari olarak hareketli dönemler 1968 yılından sonra başlamış. Babam ve dedem o dönemlerde köyde esnaflık yapıyor muydu fakat dedem babamı ailenin büyük çocuğu olduğu için sen büyüksün halledersin diyerek kendi işlerinden ayırmış. Bu olay neticesinde babam Fransa'ya gitmiş. 1970 yılında abimi yanına almış. 1973 yıllarında babam Fransa'dan dönerek köyde yeniden esnaflık yapmaya başlamış. Ben yaz tatillerinde köye gittiğimde babamın yanında çalışıyor ve ona yardım ediyordum. Bu süreçte babam yeniden Fransa'ya gitmek zorunda kaldığı için ben okulu bırakıp babamın dükkanının başına geçtim. O zamanlar on bir yaşında idim. İki yıl tek başıma bu dükkanı çalıştırdım.

1976 yılında şehirde babamın da ortaklığı ile üç ortağı olan yeni bir dükkan açıldı. Ben bu dükkanın başına geçtim ve burada çok başarılı oldum. Gıda toptancılığı işindeki başarım ne yazık ki 1984 yılının sonunda askerlik vazifemin gelmesi ile bitti. O zamanlar devretme sistemi olmadığı için dükkanı kapatmak zorunda kaldım. Askerlik dönüşü gıda işinin bir esprisi kalmadığını anladım ve farklı sektörlerde araştırma yapmaya başladım. Babam kendi babası ile yaşamış olduğu sıkıntılar nedeniyle kardeşlerimle maddi olarak bizleri ayırdı ve bana evlenmem için iki milyon TL gibi bir bütçe verdi. Ben ise bir arayış içerisindeyim ve evlenmek yerine iş kurmak istiyordum. Bu arayışımın neticesinde elimdeki iki milyon TL ile Borsan'ı kurdum. Borsan elektronik testat maddeleri üretimi yapan bir firma olarak sekiz kişi ile 1984 yılının sonunda faaliyete başlamış oldu. Burada üretimin tamamını el işçiliği ile yapıyorduk. Ustamız bir gün gelmezse iş tamamen duruyordu. İşlerimiz öyle bir hal almıştı ki ürünler daha üretilmeden alıcısı hazırdu fakat yine de istediğimiz gibi kazanamıyorduk. Çünkü o zamanlar üreticinin direkt ürün satması gibi bir durum söz konusu değildi. Toptancılar ile anlaşarak onlar ürünlerimizi satardı. Üreticinin yaptığı ürünü pazarlaması hoş karşılanmayan bir durumdur.

Bir gün dayanamadım çünkü artık sektörde dayanacak gücümüz kalmamıştı, bir kamyonetim vardı ve ürettiğimiz ürünlerin hepsini ona yükledim. Samsun'un bir ilçesine gittim. Ara bir sokağa girdim. Karşıma çıkan ilk dükkanın önünde durdum. Karşılaştığım kişiye üreticiyim ürünlerimi satmaya geldim dedim bana bakışını unutamıyorum. O gün, gün boyunca çeşitli sokaklarda gezdim ve yüklü miktarda satış yaptım. Ertesi günlerde de bu şekilde satışlara devam ettim. Sonra piyasadan öğrendim ki biraz ucuza satıyordum. Ürünlerin fiyatına üç beş lira ekledim ve bu şekilde satış yapmaya devam ettim. Çok büyük tepkiler ve eleştiriler aldım. Fakat her ne olursa olsun kendim ürünü gidip satıyordum ve bu şekilde bir müşteri kitleme oluştu. Bu sistemden tepki topladığım için Borsan ismi ile değil, Kuzey pazarlama adında kurmuş olduğum yeni bir pazarlama şirketi adı altında satış yapmaya devam ettim. Buradaki pazarlama işi üretimden daha karlı olmaya başlayınca kablo satmaya da başladım. İstanbul'dan malzeme getirip Kuzey pazarlama adı altında satmaya devam ettim. Kuzey pazarlama da böylece yeni bir firma olarak sektörde yer almış oldu. Borsan'ın bugün dahi en güçlü yanı pazarlamadır.

1996 yıllarında sektörde hantallık başlayınca çalıştığımız caddede bir iki tane mülk satın aldım ve konfeksiyon kurdum. Bir pazara hitap ederken yavaşlamalar başladıysa daha dinamik olabilmek ve iş yapabilmek için farklı iş kollarına yönelmek gerekiyor. Bende bu düşünceden hareketle aileden gelen müteahhitlik işlerine yöneldim. Herhangi bir yerden veya kişiden etkilenme olarak değil de daha iyisini yapmak istediğim için farklı iş kolları arayışındaydım. Neticede inşaat işlerine başladım. Sayısal anlamda değil kalite anlamında kuvvetli işler yapmaya başladım.

Biz hep farklı işler yapmanın peşindeydik. Bu fikirler ve vizyon neticesinde 1996 yılında sektörleri ayırıp daha iyi çalışabilmek adına Bor Konut kurulmuş oldu. Her zaman farklılığı farklı şeyleri yakalamak ve üretebilmek lazım. Bu fikirler ile birçok farklı iş kolunda başarılarımız oldu. Burada her şeyi düşünebilirsiniz. (Örneğin Samsun spora başkanlık dahi yaptım. Samsun spor başkanlığım 2005'li yıllarda ve bu yıllarda çok fazla taraflı habercilik ve gerçek dışı haberler ile karşılaştığımız için bir gazete dahi kurduk.) 2000'li yıllara geldiğimizde Borsan'a daha fazla yatırım yapma kararı aldık. Organize sanayi sitesinde bir yer aldık ve İstanbul'a taşındık. Burada artık ihracat ve dış ticaret yapmaya karar verdik. Ukrayna'da 2001 yılında Borsan Europe adında bir şirket kurduk. 2007 yılında Türk Panel olarak hizmet veren bir firmamız adını Bor Panel olarak değiştirdik ve tüm hisselerini aldık. Üretim faaliyetlerimize birden fazla iş kolunda devam ettik. Çalışmalarımız hala devam etmektedir.

(Gerçek bir yaşam öyküsünden uyarlanmıştır.)

Tüm bu bilgiler ışığında aşağıdaki sorulara cevap veriniz :

1- Örnek olayda kişi iş fikrini nasıl geliştirmiştir?

bir kişi yeni bir dükkan açar ve işleri kötüdür farklı şehirlere gidip ürünlerini satarak yapmıştır.

2- Siz de örnek bir iş fikri geliştirebilir misiniz? Lütfen yazınız.

kırtasiye açmak istersen başarıysan çok güzel bir hayatta sahip olur.

ÇALIŞMA YAPRAĞI Vaka Örneği

SEN BÜYÜKSÜN HALLEDERSİN...

1963 yılında samsunda doğdum. Ailem Samsun Trabzon'dan göç etmiş. Ailemizdeki ticari olarak hareketli dönemler 1968 yılından sonra başlamış. Babam ve dedem o dönemlerde köyde esnaflık yapıyorlardı fakat **dedem** babamı ailenin **büyük çocuğu olduğu için sen büyüğün halledersin diyerek kendi işlerinden ayırmış**. Bu olay neticesinde babam Fransa'ya gitmiş. 1970 yılında abimi yanına almış. 1973 yıllarında babam Fransa'dan dönerek köyde yeniden esnaflık yapmaya başlamış. Ben **yaz tatillerinde köye gittiğimde babamın yanında çalışıyor ve ona yardım ediyordum. Bu süreçte babam yeniden Fransa'ya gitmek zorunda kaldığı için ben okulu bırakıp babamın dükkânının başına geçtim**. O zamanlar on bir yaşında idim. İki yıl tek başıma bu dükkânı çalıştırdım.

1976 yılında şehirde babamın da ortaklığı ile üç ortağı olan yeni bir dükkân açıldı. **Ben bu dükkânın başına geçtim ve burada çok başarılı oldum**. Gıda toptancılığı işindeki başarım ne yazık ki 1984 yılının sonunda askerlik vazifemin gelmesi ile bitmiş oldu. O zamanlar devretme sistemi olmadığı için dükkânı kapatmak zorunda kaldım. Askerlik dönüşü gıda işinin bir esprisi kalmadığını anladım ve farklı sektörlerde araştırma yapmaya başladım. Babam kendi babası ile yaşamış olduğu sıkıntılar nedeniyle kardeşlerimle maddi olarak bizleri ayırdı ve bana evlenmem için iki milyon tl gibi bir bütçe verdi. Ben ise bir arayış içerisindeyim ve evlenmek yerine iş kurmak istiyordum. Bu arayışımın neticesinde elimdeki iki milyon tl ile Borsan'ı kurdum. Borsan elektrik tesisatı maddeleri üretimi yapan bir firma olarak sekiz kişi ile 1984 yılının sonunda faaliyete başlamış oldu. Burada üretimin tamamını el işçiliği ile yapıyorduk. Ustamız bir gün gelmezse iş tamamen duruyordu. İşlerimiz öyle bir hal almıştı ki ürünler daha üretilmeden alıcısı hazırda fakat yine de istediğimiz gibi kazanamıyorduk. Çünkü o zamanlar üreticinin direkt ürün satması gibi bir durum söz konusu değildi. Toptancılar ile anlaşırđık onlar ürünlerimizi satardı. Üreticinin yaptığı ürünü pazarlaması hoş karşılanmayan bir durumdur.

Bir gün dayanamadım çünkü artık sektörde dayanacak gücümüz kalmamıştı, bir kamyonetim vardı ve ürettiğimiz ürünlerin hepsini ona yükledim. Samsun'un bir ilçesine gittim. Ara bir sokağa girdim. Karşıma çıkan ilk dükkânın önünde durdum. Karşılaştığım kişiye üreticinin ürünlerini satmaya geldim dediğimde bana bakışını unutamıyorum. O gün, gün boyunca çeşitli sokaklarda gezdim ve yüklü miktarda satış yaptım. Ertesi günlerde de bu şekilde satışlara devam ettim. Sonra piyasadan öğrendim ki biraz ucuza satıyordum. Ürünlerin fiyatına üç beş lira ekledim ve bu şekilde satış yapmaya devam ettim. Çok büyük tepkiler ve eleştiriler aldım. Fakat her ne olursa olsun kendim ürünü gidip satıyordum ve bu şekilde bir müşteri kitlem oluştu. Bu sistemden tepki topladığım için Borsan ismi ile değil, Kuzey pazarlama adında kurmuş olduğum yeni bir pazarlama şirketi adı altında satış yapmaya devam ettim. Buradaki pazarlama işi üretimden daha karlı olmaya başlayınca kablo satmaya da başladım. İstanbul'dan malzeme getirip Kuzey pazarlama adı altında satmaya devam ettim. Kuzey pazarlama da böylece yeni bir firma olarak sektörde yer almış oldu. Borsan'ın bugün dahi en güçlü yanı pazarlamadır.

1996 yıllarında sektörde hantallık başlayınca çalıştığımız caddede bir iki tane mülk satın aldım ve konfeksiyon kurdum. Bir pazara hitap ederken yavaşlamalar başladıysa daha dinamik olabilmek ve iş yapabilmek için farklı iş kollarına yönelmek gerekiyor. Bende bu düşünceden hareketle aileden gelen müteahhitlik işlerine yöneldim. Herhangi bir yerden veya kişiden etkilene olarak değil de daha iyisini yapmak istediğim için farklı iş kolları arayışındaydım. Neticede inşaat işlerine başladım. Sayısal anlamda değil kalite anlamında kuvvetli işler yapmaya başladım.

Biz hep farklı işler yapmanın peşindeydik. Bu fikirler ve vizyon neticesinde 1996 yılında sektörleri ayırıp daha iyi çalışabilmek adına Bor Konut kurulmuş oldu. Her zaman farklılığı farklı şeyleri yakalamak ve üretebilmek lazım. Bu fikirler ile birçok farklı iş kolunda başarılarımız oldu. Burada her şeyi düşünebilirsiniz. (Örneğin Samsun spora başkanlık dahi yaptım. Samsun spor başkanlığı 2005'li yıllarda ve bu yıllarda çok fazla taraflı habercilik ve gerçek dışı haberler ile karşılaştığımız için bir gazete dahi kurduk.) 2000'li yıllara geldikimizde Borsan'a daha fazla yatırım yapma kararı aldık. Organize sanayi sitesinde bir yer aldık ve İstanbul'a taşındık. Burada artık ihracat ve dış ticaret yapmaya karar verdik. Ukrayna'da 2001 yılında Borsan Europe adında bir şirket kurduk. 2007 yılında Türk Panel olarak hizmet veren bir firmanın adını Bor Panel olarak değiştirdik ve tüm hisselerini aldık. Üretim faaliyetlerimize birden fazla iş kolunda devam ettik. Çalışmalarımız hala devam etmektedir.

(Gerçek bir yaşam öyküsünden uyarlanmıştır.)

Tüm bu bilgiler ışığında aşağıdaki sorulara cevap veriniz :

1- Örnek olayda kişi iş fikrini nasıl geliştirmiştir?

dedem büyük çocuk olduğum için sen büyüğün halledersin diyerek kendi işlerinden ayırmış. Bu süreçte babam yeniden Fransa'ya gitmek zorunda kaldığı için ben okulu bırakıp babamın dükkânının başına geçtim.

2- Siz de örnek bir iş fikri geliştirebilir misiniz? Lütfen yazınız.

ben ofis ortamı olacağım.

Ben bu
dükkânı
6. sınıfta
geçtiğim
ve bu şekilde
başarılı
oldum.

ÇALIŞMA YAPRAĞI Vaka Örneği

SEN BÜYÜKSÜN HALLEDERSİN...

1963 yılında samsunda doğdum. Ailem Samsun'a Trabzon'dan göç etmiş. Ailemizdeki ticari olarak hareketli dönemler 1968 yılından sonra başlamış. Babam ve dedem o dönemlerde köyde esnaflık yapıyorlardı fakat dedem babamı ailenin büyük çocuğu olduğu için sen büyüksün halledersin diyerek kendi işlerinden ayırmış. Bu olay neticesinde babam Fransa'ya gitmiş. 1970 yılında abimi yanına almış. 1973 yıllarında babam Fransa'dan dönerek köyde yeniden esnaflık yapmaya başlamış. Ben yaz tatillerinde köye gittiğimde babamın yanında çalışıyor ve ona yardım ediyordum. Bu süreçte babam yeniden Fransa'ya gitmek zorunda kaldığı için ben okulu bırakıp babamın dükkanının başına geçtim. O zamanlar on bir yaşında idim. İki yıl tek başıma bu dükkanı çalıştırdım.

1976 yılında şehirde babamın da ortaklığı ile üç ortağı olan yeni bir dükkan açıldı. Ben bu dükkanın başına geçtim ve burada çok başarılı oldum. Gıda toptancılığı içindeki başarımla ne yazık ki 1984 yılının sonunda askerlik vazifemin gelmesi ile bitmiş oldu. O zamanlar devretime sistemi olmadığı için dükkanı kapatmak zorunda kaldım. Askerlik dönüşü gıda işinin bir esprisi kalmadığını anladım ve farklı sektörlerde araştırma yapmaya başladım. Babam kendi babası ile yaşamış olduğu sıkıntılar nedeniyle kardeşlerimle maddi olarak bizleri ayırdı ve bana evlenmem için iki milyon TL gibi bir bütçe verdi. Ben ise bir arayış içerisindeyim ve evlenmek yerine iş kurmak istiyordum. Bu arayışımın neticesinde elimdeki iki milyon TL ile Borsan'ı kurdum. Borsan elektrik tesisat maddeleri üretimi yapan bir firma olarak sekiz kişi ile 1984 yılının sonunda faaliyete başlamış oldu. Burada üretimin tamamını el işçiliği ile yapıyorduk. Ustamız bir gün gelmezse iş tamamen duruyordu. İşlerimiz öyle bir hal almıştı ki ürünler daha üretilmeden alıcısı hazırdu fakat yine de istediğimiz gibi kazanamıyorduk. Çünkü o zamanlar üreticinin direkt ürün satması gibi bir durum söz konusu değildi. Toptancılar ile anlaşarak onlar ürünlerimizi satardı. Üreticinin yaptığı ürünü pazarlaması hoş karşılanmayan bir durumdur.

Bir gün dayanamadım çünkü artık sektörde dayanacak gücümüz kalmamıştı, bir kamyonetim vardı ve ürettiğimiz ürünlerin hepsini ona yükledim. Samsun'un bir ilçesine gittim. Ara bir sokağa girdim. Karşıma çıkan ilk dükkanın önünde durdum. Karşılaştığım kişiye üreticinin ürünlerini satmaya geldim dedim bana bakışını unutamıyorum. O gün, gün boyunca çeşitli sokaklarda gezdim ve yüklü miktarda satış yaptım. Ertesi günlerde de bu şekilde satışlara devam ettim. Sonra piyasadan öğrendim ki biraz ucuza satıyordum. Ürünlerin fiyatına üç beş lira ekledim ve bu şekilde satış yapmaya devam ettim. Çok büyük tepkiler ve eleştiriler aldım. Fakat her ne olursa olsun kendim ürünü gidip satıyordum ve bu şekilde bir müşteri kitleme oluştum. Bu sistemden tepki topladığım için Borsan ismi ile değil, Kuzey pazarlama adında kurmuş olduğum yeni bir pazarlama şirketi adı altında satış yapmaya devam ettim. Buradaki pazarlama işi üretimden daha karlı olmaya başlayınca kablo satmaya da başladım. İstanbul'dan malzeme getirip Kuzey pazarlama adı altında satmaya devam ettim. Kuzey pazarlama da böylece yeni bir firma olarak sektörde yer almış oldu. Borsan'ın bugün dahi en güçlü yanı pazarlamadır.

1996 yıllarında sektörde hantallık başlayınca çalıştığımız caddede bir iki tane mülk satın aldım ve konfeksiyon kurdum. Bir pazara hitap ederken yavaşlamlar başladıysa daha dinamik olabilmek ve iş yapabilmek için farklı iş kollarına yönelmek gerekiyor. Bende bu düşünceden hareketle aileden gelen mütelahtilik işlerine yöneldim. Herhangi bir yerden veya kişiden etkilenme olarak değil de daha iyisini yapmak istediğim için farklı iş kolları arayışındaydım. Neticede inşaat işlerine başladım. Sayısal anlamda değil kalite anlamında kuvvetli işler yapmaya başladım.

Biz hep farklı işler yapmanın peşindeydik. Bu fikirler ve vizyon neticesinde 1996 yılında sektörleri ayırıp daha iyi çalışabilmek adına Bor Konut kurulmuş oldu. Her zaman farklılığı farklı şeyleri yakalamak ve üretmek lazım. Bu fikirler ile birçok farklı iş kolunda başarılarımız oldu. Burada her şeyi düşünebilirsiniz. (Örneğin Samsun spora başkanlık dahi yaptım. Samsun spor başkanlığı 2005'li yıllarda ve bu yıllarda çok fazla taraflı habercilik ve gerçek dışı haberler ile karşılaştığımız için bir gazete dahi kurduk.) 2000'li yıllara geldiğimizde Borsan'a daha fazla yatırım yapma kararı aldık. Organize sanayi sitesinde bir yer aldık ve İstanbul'a taşındık. Burada artık ihracat ve dış ticaret yapmaya karar verdik. Ukrayna'da 2001 yılında Borsan Europe adında bir şirket kurduk. 2007 yılında Türk Panel olarak hizmet veren bir firmamızın adını Bor Panel olarak değiştirdik ve tüm hisselerini aldık. Üretim faaliyetlerimize birden fazla iş kolunda devam ettik. Çalışmalarımız hala devam etmektedir.

(Gerçek bir yaşam öyküsünden uyarlanmıştır.)

Tüm bu bilgiler ışığında aşağıdaki sorulara cevap veriniz :

1- Örnek olayda kişi iş fikrini nasıl geliştirmiştir?

İlk önce yeni bir dükkan açmıştı. Gıda toptancılığı ile ilgiliydi. Sonra bir gün Samsun'a gidip gıda satımına girmişti ve böylece iş fikrini geliştirdi.

2- Siz de örnek bir iş fikri geliştirebilir misiniz? Lütfen yazınız.

İlk önce alımlar yaparım. Daha sonra bilgi edinmek gerektiklerini merak ederim, neyden bilgi edinmek istediğimi söyleyip sorarım. Kendimi de böyle geliştirmiştim.

ÇALIŞMA YAPRAĞI Vaka Örneği

SEN BÜYÜKSÜN HALLEDERSİN...

1963 yılında samsunda doğdum. Ailem Samsuna Trabzon'dan göç etmiş. Ailemizdeki ticari olarak hareketli dönemler 1968 yılından sonra başlamış. Babam ve dedem o dönemlerde köyde esnaflık yapıyorlardı fakat dedem babamı ailenin büyük çocuğu olduğu için sen büyüksün halledersin diyerek kendi işlerinden ayırmış. Bu olay neticesinde babam Fransa'ya gitmiş. 1970 yılında abimi yanına almış. 1973 yılında babam Fransa'dan dönerek köyde yeniden esnaflık yapmaya başlamış. Ben yaz tatillerinde köye gittiğimde babamın yanında çalışıyor ve ona yardım ediyordum. Bu süreçte babam yeniden Fransa'ya gitmek zorunda kaldığı için ben okulu bırakıp babamın dükkanının başına geçtim. O zamanlar on bir yaşında idim. İki yıl tek başıma bu dükkanı çalıştırdım.

1976 yılında şehirde babamın da ortaklığı ile üç ortağı olan yeni bir dükkan açıldı. Ben bu dükkanın başına geçtim ve burada çok başarılı oldum. Gıda toptancılığı işindeki başarım ne yazık ki 1984 yılının sonunda askerlik vazifemin gelmesi ile bitmiş oldu. O zamanlar devretme sistemi olmadığı için dükkanı kapatmak zorunda kaldım. Askerlik dönüşü gıda işinin bir esprisi kalmadığını anladım ve farklı sektörlerde araştırma yapmaya başladım. Babam kendi babası ile yaşamış olduğu sıkıntılar nedeniyle kardeşlerimle maddi olarak bizleri ayırdı ve bana evlenmem için iki milyon TL gibi bir bütçe verdi. Ben ise bir arayıp içerisindeyim ve evlenmek yerine iş kurmak istiyordum. Bu arayışımın neticesinde elimdeki iki milyon TL ile Borsan'ı kurdum. Borsan elektrik tesisatı maddeleri üretimi yapan bir firma olarak sekiz kişi ile 1984 yılının sonunda faaliyete başlamış oldu. Burada üretimin tamamını el işçiliği ile yapıyorduk. Ustamız bir gün gelmezse iş tamamen duruyordu. İşlerim öyle bir hal almıştı ki ürünler daha üretmeden alıcısı hazır fakat yine de istediğimiz gibi kazanamıyorduk. Çünkü o zamanlar üreticinin direkt ürün satması gibi bir durum söz konusu değildi. Toptancılar ile anlaşarak onlar ürünlerimizi satardı. Üreticinin yaptığı ürünü pazarlaması hoş karşılanmayan bir durumdur.

Bir gün dayanamadım çünkü artık sektörde dayanacak gücümüz kalmamıştı, bir kamyonetim vardı ve ürettiğimiz ürünlerin hepsini ona yükledim. Samsunun bir ilçesine gittim. Ara bir sokağa girdim. Karşıma çıkan ilk dükkanın önünde durdum. Karşılaştığım kişiye üreticiyim ürünlerimi satmaya geldim dedim bana bakışını unutamıyorum. O gün, gün boyunca çeşitli sokaklarda gezdim ve yüklü miktarda satış yaptım. Ertesi günlerde de bu şekilde satışlara devam ettim. Sonra piyasadan öğrendim ki biraz ucuza satıyordum. Ürünlerin fiyatına üç beş lira ekledim ve bu şekilde satış yapmaya devam ettim. Çok büyük tepkiler ve eleştiriler aldım. Fakat her ne olursa olsun kendim ürünü gidip satıyordum ve bu şekilde bir müşteri kitlem oluştu. Bu sistemden tepki topladığım için Borsan ismi ile değil, Kuzey pazarlama adında kurmuş olduğum yeni bir pazarlama şirketi adı altında satış yapmaya devam ettim. Buradaki pazarlama işi üretimden daha karlı olmaya başlayınca kablo satmaya da başladım. İstanbul'dan malzeme getirip Kuzey pazarlama adı altında satmaya devam ettim. Kuzey pazarlama da böylece yeni bir firma olarak sektörde yer almış oldu. Borsan'ın bugün dahi en güçlü yanı pazarlamadır.

1996 yıllarında sektörde hantallık başlayınca çalıştığımız caddede bir iki tane mülk satın aldım ve konfeksiyon kurdum. Bir pazara hitap ederken yaşamlar başladıysa daha dinamik olabilmek ve iş yapabilmek için farklı iş kollarına yönelmek gerekiyor. Bende bu düşünceden hareketle aileden gelen müteahhilitik işlerine yöneldim. Herhangi bir yerden veya kişiden etkilenecek olarak değil de daha iyisini yapmak istediğim için farklı iş kolları arayışındaydım. Neticede inşaat işlerine başladım. Sayısal anlamda değil kalite anlamında kuvvetli işler yapmaya başladım.

Biz hep farklı işler yapmanın peşindeydik. Bu fikirler ve vizyon neticesinde 1996 yılında sektörleri ayırıp daha iyi çalışabilmek adına Bor Konut kurulmuş oldu. Her zaman farklılığı farklı şeyleri yakalamak ve üretebilmek lazım. Bu fikirler ile birçok farklı iş kolunda başarılarımız oldu. Burada her şeyi düşünebilirsiniz. (Örneğin Samsun spora başkanlık dahi yaptım. Samsun spor başkanlığım 2005'li yıllarda ve bu yıllarda çok fazla taraflı habercilik ve gerçek dışı haberler ile karşılaştığımız için bir gazete dahi kurduk.) 2000'li yıllara geldiğimizde Borsan'a daha fazla yatırım yapma kararı aldık. Organize sanayi sitesinde bir yer aldık ve İstanbul'a taşındık. Burada artık ihracat ve dış ticaret yapmaya karar verdik. Ukrayna'da 2001 yılında Borsan Europe adında bir şirket kurduk. 2007 yılında Türk Panel olarak hizmet veren bir firmanın adını Bor Panel olarak değiştirdik ve tüm hisselerini aldık. Üretim faaliyetlerimize birden fazla iş kolunda devam ettik. Çalışmalarımız hala devam etmektedir.

(Gerçek bir yaşam öyküsünden uyarlanmıştır.)

Tüm bu bilgiler ışığında aşağıdaki sorulara cevap veriniz :

1- Örnek olayda kişi iş fikrini nasıl geliştirmiştir?

Dükkan açmış ve iyi kazandılar elde edememiş ve eşyalarını toplamış şehir şehir dolaşmış ve kazancı elde etmiştir.

2- Siz de örnek bir iş fikri geliştirebilir misiniz? Lütfen yazınız.

Ben pastane açmak için para lazım ve pasta dükkan lazım ve insanlara bunu tanıtmam lazım sonrada kazana sağlarım

Açıklama (Avantaj, dezavantaj, fırsat, tehdit)

3- Örnek olayda karakterimiz iş fikrini geliştirirken nasıl bir yol izlemiştir?

Şehir şehir gezip ürünlerini satmıştır

4- Siz iş fikrinizi neleri dikkate alarak geliştirdiniz?

Butigimdeki ürünlerin iyi dikilmiş olmasını
Ürünlerimi tanıtabilmemi dikkate aldım.

Açıklama (Avantaj, dezavantaj, fırsat, tehdit)

Aşağıda yukarıdaki vaka analizinden örnek bazı cümleler eksik olarak verilmiştir. Cümleler devam etse idi sizce hikâye nasıl devam ederdi. Lütfen yazınız?

1- "1976 yılında şehirde babamın da ortaklığı ile üç ortağı olan yeni bir dükkân açıldı. Ben bu dükkânın başına geçtim ve burada çok başarılı oldum. Gıda toptancılığı işindeki başarım ne yazık ki 1984 yılının sonunda askerlik vazifemin gelmesi ile bitmiş oldu. O zamanlar devretme sistemi olmadığı için dükkânı kapatmak zorunda kaldım. Askerlik dönüşü gıda işinin bir esprisi kalmadığını anladım ve farklı sektörlerde araştırma yapmaya başladım..."

Ve bir kafe açmaya karar verdim. Kredi çekip kafenin parasını ödedim. Ve işlerimin fazla olması için tanıtım yaptım.

2- "Karşıma çıkan ilk dükkânın önünde durdum. Karşılaştığım kişiye üreticiyim ürünlerimi satmaya geldim dediğimde bana bakışını unutamıyorum. O gün , gün boyunca çeşitli sokaklarda gezdim ve yüklü miktarda satış yaptım..."

Satışlar bittikten de elimde baya büyük miktarda param vardı. Ama param var diye satmaktan vazgeçemedim. Çok çok sattım ve paramı kazandım.

3- "1996 yıllarında sektörde hantallık başlayınca çalıştığımız caddede bir iki tane mülk satın aldım ve konfeksiyon kurdum. Bir pazara hitap ederken yavaşlamalar başladıysa daha dinamik olabilmek ve iş yapabilmek için farklı iş kollarına yönelmek gerekiyor. Bende bu düşünceden hareketle aileden gelen müteahhitlik işlerine yöneldim..."

Ve inşaatla çalışmaya başladım inşaat işi en zor işmiş.

EK 2: Finansman Teması ile İlgili Uygulama Örnekleri.

ÇALIŞMA YAPRAĞI Vaka Örneği

KAZANARAK VEYA KAYBEDEREK ÖĞRENİYORSUNUZ ...

29 Ekim 1956'da Siiirt'te doğdum. İlkokul, ortaokul ve liseyi Siiirt'te okudum. Okul zamanlarımda harçlığımı çıkarmak için kitaplarımı kiralıyordum veya satıyordum. Benim ticaret hayatım böyle başladı diyebilirim. Aile üyelerimin çoğu öğretmendir. Bundan sebep bende üniversitede İngilizce öğretmenliği okudum. Okul yıllarımda abimin kurmuş olduğu çelik atölyesinde kaynak vb. işlerde çalışıyordum. Okul bittikten sonra Şırnak'a atandım ve burada iki yıl öğretmenlik yaptım. Ardından meslekten istifa ettim. İstifa nedenim ticaret hayatına atılmış olmamdı. 1976'da öğretmenlik yaparken Siiirt'te ilk züccaciye dükkanımı açmıştım. Hayatta her şeyi yaşayarak öğreniyorsunuz ben kazanarak veya kaybederek öğrendim. İlk dükkanımı açtığımda o kadar büyük bir açılış yaptım ki o zamanın şartlarına göre çok lüks bir mekânı ve insanlar kapısından girmeye korkuyordu. Sonradan anladım ki fazla gösterişli ve lüks bir mekân yapmak yanlış. Hitap edeceğimiz kitleye göre tercihlerde bulunmak her zaman daha mantıklıdır.

Tahtakale'ye çok gidip geliyordum. Oraya gide gele ticarete bakış açım değişti. O zamanlar en büyük alımı Paşabahçe'den yapıyordum. Züccaciyecilik faaliyetlerim sürerken bir yandan da meşrubat bayiliği yapmaya başladım. Bu konu ile ilgili kısa bir anımı anlatayım :

O zamanlar çünkü bir içecek markasının bayiliğini yapıyordum. Bu firma ürünlerin yanında bardak veriyordu ve maliyetler biraz fazlaydı. Sonrasında öğrendik ki firma ürüne logo bastığı için fiyatlar bu denli yüksek o anda bu bardağı ben üretip maliyeti düşürmek istedim. Bu cümle beni İstanbul'a taşıdı. 1983 yılında bu firmanın bardaklarını üretmek için İstanbul'a geldim. Yaklaşık üç-dört milyarlık bir yatırımdı ve o zamanlar için çok iyi bir kazançtı. Sonrasında bu alanda da meşhur olduk. Bu işi bizden başka yapan firma olmadığı için gittikçe büyüdük ve piyasada bilinir hale geldik. Zaman geçtikçe dünyaya açıldık ve turizm işlerimiz arttı. Oteller vb. büyük firmaların ürünlerine logo basımına başladık. 1984 yıllarında "İmge" adındaki firmam ile bu işlerde büyüme gittikçe arttı. (İmge: Erişilmesi güç olan) Bizlere rakip bir firma yoktu bu işi yapan tek kurumdur.

İlk fabrikamızı 1990 yılında Gebze'de kurduk. O zamanlar fabrikamızda 150-190 kişi arasında çalışmamız vardı. Fabrikada stok usulü bir çalışma anlayışımız vardı. Bu anlayışa göre birikimli olarak ilerliyorduk fakat stok şişmesi sorunu yaşamamak adına en fazla iki aylık stok ile ilerliyorduk. 2000 yılında artık kapasitemiz yetmemeye başladı. 2001 yılında Selamiçesme'de Bağdat caddesi üzerinde ilk dükkanımızı açtık ve standartlarımıza kadar tescil ettirdik. Biz ürünlerimizi tüm dünya için üretiyoruz yoksa sadece ülke içinde bu ürünleri eritmek pekte mümkün değil.

(Gerçek bir yaşam öyküsünden uyarlanmıştır.)

Tüm bu bilgiler ışığında aşağıdaki sorulara cevap veriniz :

1- Örnek olayda kişi finansman fikrini nasıl geliştirmiştir?

Kitaplarını kiralayarak veya satarak geliştirmiştir.

2- Siz de örnek bir finansman fikri geliştirebilir misiniz? Lütfen yazınız.

Kullanmadığım eşyalarımı bende ya kiralatırdım ya da satardım.

Açıklama (Avantaj, dezavantaj, fırsat, tehdit)

Babamın düğün için verdiği parayla iş kurdum.

3- Örnek olayda karakterimiz finansman fikrini geliştirirken nasıl bir yol izlemiştir?

Bardakları kendisi üretip maliyeti düşürmüştür.

4- Siz finansman fikrinizi neleri dikkate alarak geliştirdiniz?

Bir menü için helal olan yiyecekler tazedeler satardım. Alkolüklü satmazdım.

Açıklama (Avantaj, dezavantaj, fırsat, tehdit)

Babamın verdiği parayla yiyecek içecek ürettim.

ÇALIŞMA YAPRAĞI Vaka Örneği

KAZANARAK VEYA KAYBEDEREK ÖĞRENİYORSUNUZ ...

29 Ekim 1956'da Siirt'te doğdum. İlkokul, ortaokul ve liseyi Siirt'te okudum. Okul zamanlarımda harçlığımı çıkarmak için kitaplarını kiralyor veya satıyordum. Benim ticaret hayatım böyle başladı diyebilirim. Aile üyelerimin çoğu öğretmendir. Bundan sebep bende üniversitede İngilizce öğretmenliği okudum. Okul yıllarımda abimin kurmuş olduğu çelik atölyesinde kaynak vb. işlerde çalışıyordum. Okul bittikten sonra Şırnak'a atandım ve burada iki yıl öğretmenlik yaptım. Ardından meslekten istifa ettim. İstifa nedenim ticaret hayatına atılmış olmamdı. 1976'da öğretmenlik yaparken Siirt'te ilk züccaciye dükkanımı açmışım. Hayatta her şeyi yaşayarak öğreniyorsunuz ben kazanarak veya kaybederek öğrendim. İlk dükkanımı açtığımda o kadar büyük bir açılış yaptım ki o zamanın şartlarına göre çok lüks bir mekânı ve insanlar kapısından girmeye korkuyordu. Sonradan anladım ki fazla gösterişli ve lüks bir mekân yapmak yanlış. Hitap edeceğimiz kitleye göre tercihlerde bulunmak her zaman daha mantıklıdır.

Tahrikale'ye çok gidip geliyordum. Oraya gide gele ticarete bakış açım değişti. O zamanlar en büyük alımı Paşabahçe'den yapıyordum. Züccaciyecilik faaliyetlerim sürerken bir yandan da meşrubat bayiliği yapmaya başladım. Bu konu ile ilgili kısa bir anımı anlatayım :

O zamanlar çünkü bir içecek markasının bayiliğini yapıyordum. Bu firma ürünlerin yanında bardak veriyordu ve maliyetler biraz fazlaydı. Sonrasında öğrendik ki firma ürüne logo bastığı için fiyatlar bu denli yüksek o anda bu bardağı ben üretip maliyeti düşürmek istedim. Bu cümle beni İstanbul'a taşıdı. 1983 yılında bu firmanın bardaklarını üretmek için İstanbul'a geldim. Yaklaşık üç-dört milyarlık bir yatırımdı ve o zamanlar için çok iyi bir kazançtı. Sonrasında bu alanda da meşhur olduk. Bu işi bizden başka yapan firma olmadığı için gittikçe büyüdük ve piyasada bilinir hale geldik. Zaman geçtikçe dünyaya açıldık ve turizm işlerimiz arttı. Oteller vb. büyük firmaların ürünlerine logo basımına başladık. 1984 yıllarında "İmge" adındaki firmam ile bu işlerde büyüme gittikçe arttı. (İmge: Erişilmesi güç olan) Bizlere rakip bir firma yoktu bu işi yapan tek kurumdur.

İlk fabrikamızı 1990 yılında Gebze'de kurduk. O zamanlar fabrikamızda 150-190 kişi arasında çalışmamız vardı. Fabrikada stok usulü bir çalışma anlayışımız vardı. Bu anlayışa göre birikimli olarak ilerliyorduk fakat stok şişmesi sorunu yaşamamak adına en fazla iki aylık stok ile ilerliyorduk. 2000 yılında artık kapasitemiz yetmemeye başladı. 2001 yılında **Selamiye'de Bağdat caddesi üzerinde ilk dükkanımızı açtık** ve stantlarımıza kadar tescil ettirdik. Biz ürünlerimizi tüm dünya için üretiyoruz yoksa sadece ülke içinde bu ürünleri eritmek pekte mümkün değil.

(Gerçek bir yaşam öyküsünden uyarlanmıştır.)

Tüm bu bilgiler ışığında aşağıdaki sorulara cevap veriniz :

1- Örnek olayda kişi finansman fikrini nasıl geliştirmiştir?

Önce kitaplarını kiralamış veya satmış.

2- Siz de örnek bir finansman fikri geliştirebilir misiniz? Lütfen yazınız.

babamdan para isterim ve helal yoldan kazanırdık.

Açıklama (Avantaj, dezavantaj, fırsat, tehdit)

babam

3- Örnek olayda karakterimiz finansman fikrini geliştirirken nasıl bir yol izlemiştir?

Züccaciyecilik yapıldık.

4- Siz finansman fikrinizi neleri dikkate alarak geliştirdiniz?

Helal yoldan olsun o bana yeter.

Açıklama (Avantaj, dezavantaj, fırsat, tehdit)

ÇALIŞMA YAPRAĞI Vaka Örneği

KAZANARAK VEYA KAYBEDEREK ÖĞRENİYORSUNUZ ...

29 Ekim 1956'da Siirt'te doğdum. İlkokul, ortaokul ve liseyi Siirt'te okudum. Okul zamanlarımda harçlığımı çıkarmak için kitaplarımı kiralyor veya hut satıyordum. Benim ticaret hayatım böyle başladı diyebilirim. Aile üyelerimin çoğu öğretmendir. Bundan sebep bende üniversitede İngilizce öğretmenliği okudum. Okul yıllarımda abimin kurmuş olduğu çelik atölyesinde kaynak vb. işlerde çalışıyordum. Okul bittikten sonra Şirnak'a atandım ve burada iki yıl öğretmenlik yaptım. Ardından meslektan istifa ettim. İstifa nedenim ticaret hayatına atılmış olmamdı. 1976'da öğretmenlik yaparken Siirt'te ilk züccaciye dükkanımı açmıştım. Hayatta her şeyi yaşayarak öğreniyorsunuz ben kazanarak veya kaybederek öğrendim. İlk dükkanımı açtığımda o kadar büyük bir açılış yaptım ki o zamanın şartlarına göre çok lüks bir mekânı ve insanlar kapısından girmeye korkuyordu. Sonradan anladım ki fazla gösterişli ve lüks bir mekân yapmak yanlıştı. Hitap edeceğimiz kitleye göre tercihlerde bulunmak her zaman daha mantıklıdır.

Tahtakale'ye çok gidip geliyordum. Oraya gide gele ticarete bakış açım değişti. O zamanlar en büyük alımı Paşabahçe'den yapıyordum. Züccaciyecilik faaliyetlerim sürerken bir yandan da meşrubat bayiliği yapmaya başladım. Bu konu ile ilgili kısa bir anımı anlatayım :

O zamanlar çünkü bir içecek markasının bayiliğini yapıyordum. Bu firma ürünlerin yanında bardak veriyordu ve maliyetler biraz fazlaydı. Sonrasında öğrendik ki firma ürüne logo bastığı için fiyatlar bu denli yüksek o anda bu bardağı ben üretip maliyeti düşürmek istedim. Bu cümle beni İstanbul'a taşıdı. 1983 yılında bu firmanın bardaklarını üretmek için İstanbul'a geldim. Yaklaşık üç-dört milyarlık bir yatırımdı ve o zamanlar için çok iyi bir kazançtı. Sonrasında bu alanda da meşhur olduk. Bu işi bizden başka yapan firma olmadığı için gittikçe büyüdük ve piyasada bilinir hale geldik. Zaman geçtikçe dünyaya açıldık ve turizm işlerimiz arttı. Oteller vb. büyük firmaların ürünlerine logo basımına başladık. 1984 yıllarında "İmge" adındaki firmam ile bu işlerde büyümeye gittikçe arttı. (İmge: Erişilmesi güç olan) Bizlere rakip bir firma yoktu bu işi yapan tek kurumdur.

İlk fabrikamızı 1990 yılında Gebze'de kurduk. O zamanlar fabrikamızda 150-190 kişi arasında çalışanıymız vardı. Fabrikada stok usulü bir çalışma anlayışımız vardı. Bu anlayışa göre birikimli olarak ilerliyorduk fakat stok şişmesi sorunu yaşamamak adına en fazla iki aylık stok ile ilerliyorduk. 2000 yılında artık kapasitemiz yetmemeye başladı. 2001 yılında Selamiççeme'de Bağdat caddesi üzerinde ilk dükkanımızı açtık ve stantlarımıza kadar tescil ettirdik. Biz ürünlerimizi tüm dünya için üretiyoruz yoksa sadece ülke içinde bu ürünleri eritmek pekte mümkün değil.

(Gerçek bir yaşam öyküsünden uyarlanmıştır.)

Tüm bu bilgiler ışığında aşağıdaki sorulara cevap veriniz :

1- Örnek olayda kişi finansman fikrini nasıl geliştirmiştir?

Babası ona para vermiştir.

2- Siz de örnek bir finansman fikri geliştirebilir misiniz? Lütfen yazınız.

Ben annem ve babamdan borç alırdım.

Açıklama (Avantaj, dezavantaj, fırsat, tehdit)

Babasının diğer için para vermesi avantajı

3- Örnek olayda karakterimiz finansman fikrini geliştirirken nasıl bir yol izlemiştir?

Siirt'te züccaciye dükkanını açmıştır.

4- Siz finansman fikrinizi neleri dikkate alarak geliştirdiniz?

Helal yolda ve helal kazanç sağlayarak dikkate alırdım.

Açıklama (Avantaj, dezavantaj, fırsat, tehdit)

Ben bileklik satarak bilekliğe isimler ekledim. Bu fırsat.

Vaka Örneği

KAZANARAK VEYA KAYBEDEREK ÖĞRENİYORSUNUZ ...

29 Ekim 1956'da Siirt'te doğdum. İlkokul, ortaokul ve liseyi Siirt'te okudum. Okul zamanlarımda harçlığımı çıkarmak için kitaplarını kiralıyordum veya satıyordum. Benim ticaret hayatım böyle başladı diyebilirim. Aile üyelerimin çoğu öğretmendir. Bundan sebep bende üniversitede İngilizce öğretmenliği okudum. Okul yıllarımda abimin kurmuş olduğu çelik atölyesinde kaynak vb. işlerde çalışıyordum. Okul bittikten sonra Şırnak'a atandım ve burada iki yıl öğretmenlik yaptım. Ardından meslekten istifa ettim. İstifa nedenim ticaret hayatına atılmış olmamdı. 1976'da öğretmenlik yaparken Siirt'te ilk züccaciye dükkanımı açmışım. Hayatta her şeyi yaşayarak öğreniyorsunuz ben kazanarak veya kaybederek öğrendim. İlk dükkanımı açtığımda o kadar büyük bir açılış yaptım ki o zamanın şartlarına göre çok lüks bir mekândı ve insanlar kapısından girmeye korkuyordu. Sonradan anladım ki fazla gösterişli ve lüks bir mekân yapmak yanlış. Hitap edeceğimiz kitleye göre tercihlerde bulunmak her zaman daha mantıklıdır.

Tahtakale'ye çok gidip geliyordum. Oraya gide gele ticarete bakış açım değişti. O zamanlar en büyük alımı Paşabahçe'den yapıyordum. Züccaciyecilik faaliyetlerim sürerken bir yandan da meşrubat bayiliği yapmaya başladım. Bu konu ile ilgili kısa bir anımı anlatayım :

O zamanlar çünkü bir içecek markasının bayiliğini yapıyordum. Bu firma ürünlerin yanında bardak veriyordu ve maliyetler biraz fazlaydı. Sonrasında öğrendik ki firma ürüne logo bastığı için fiyatlar bu denli yüksek o anda bu bardağı ben üretip maliyeti düşürmek istedim. Bu cümle beni İstanbul'a taşıdı. 1983 yılında bu firmanın bardaklarını üretmek için İstanbul'a geldim. Yaklaşık üç-dört milyarlık bir yatırımdı ve o zamanlar için çok iyi bir kazançtı. Sonrasında bu alanda da meşhur olduk. Bu iş bizden başka yapan firma olmadığı için gittikçe büyüdük ve piyasada bilinir hale geldik. Zaman geçtikçe dünyaya açıldık ve turizm işlerimiz arttı. Oteller vb. büyük firmaların ürünlerine logo basımına başladık. 1984 yıllarında "İmge" adındaki firmam ile bu işlerde büyümeye gittikçe arttı. (İmge: Erişilmesi güç olan) Bizlere rakip bir firma yoktu bu işi yapan tek kurumdur.

İlk fabrikamızı 1990 yılında Gebze'de kurduk. O zamanlar fabrikamızda 150-190 kişi arasında çalışmamız vardı. Fabrikada stok usulü bir çalışma anlayışımız vardı. Bu anlayışa göre birikimli olarak ilerliyorduk fakat stok şişmesi sorunu yaşamamak adına en fazla iki aylık stok ile ilerliyorduk. 2000 yılında artık kapasitemiz yetmemeye başladı. 2001 yılında Selamiçesme'de Bağdat caddesi üzerinde ilk dükkanımızı açtık ve stantılarımıza kadar tescil ettirdik. Biz ürünlerimizi tüm dünya için üretiyoruz yoksa sadece ülke içinde bu ürünleri eritmek pekte mümkün değil.

(Gerçek bir yaşam öyküsünden uyarlanmıştır.)

Tüm bu bilgiler ışığında aşağıdaki sorulara cevap veriniz :

1- Örnek olayda kişi finansman fikrini nasıl geliştirmiştir?

Kitaplarını satarak yada kiralayarak

2- Siz de örnek bir finansman fikri geliştirebilir misiniz? Lütfen yazınız.

İlk bir dükkan açar onu genişletir
Kazancımı elde ederim

Açıklama (Avantaj, dezavantaj, fırsat, tehdit)

Babuşının ona para vermesi avantaj
Babuşının verdiği paraya dükkan açması

3- Örnek olayda karakterimiz finansman fikrini geliştirirken nasıl bir yol izlemiştir?

Ahlaki, bir yol izlemişiz.
Metal şeylerden satıyorum.

4- Siz finansman fikrinizi neleri dikkate alarak geliştirdiniz?

Kazancımı, Metal şeylere dikkat
ederim

Açıklama (Avantaj, dezavantaj, fırsat, tehdit)

Bileklik alıp satmak Bide satmamak

ÇALIŞMA YAPRAĞI Vaka Örneği

KAZANARAK VEYA KAYBEDEREK ÖĞRENİYORSUNUZ ...

29 Ekim 1956'da Siirt'te doğdum. İlkokul, ortaokul ve liseyi Siirt'te okudum. Okul zamanlarımda harçlığımı çıkarmak için kitaplarımı kiralityor veyaahut satıyordum. Benim ticaret hayatım böyle başladı diyebilirim. Aile üyelerimin çoğu öğretmendir. Bundan sebep bende üniversitede İngilizce öğretmenliği okudum. Okul yıllarımda abimin kurmuş olduğu çelik atölyesinde kaynak vb. işlerde çalışıyordum. Okul bitikten sonra Şırnak'a atandım ve burada iki yıl öğretmenlik yaptım. Ardından meslekten istifa ettim. İstifa nedenim ticaret hayatına atılmış olmamdı. 1976'da öğretmenlik yaparken Siirt'te ilk züccaciye dükkanımı açmışım. Hayatta her şeyi yaşayarak öğreniyorsunuz ben kazanarak veya kaybederek öğrendim. İlk dükkanımı açtığımda o kadar büyük bir açılış yaptım ki o zamanın şartlarına göre çok lüks bir mekândı ve insanlar kapısından girmeye korkuyordu. Sonradan anladım ki fazla gösterişli ve lüks bir mekân yapmak yanlış. Hitap edeceğimiz kitleye göre tercihlerde bulunmak her zaman daha mantıklıdır.

Tahtakale'ye çok gidip geliyordum. Oraya gide gele ticarete bakış açım değişti. O zamanlar en büyük alımı Paşabahçe'den yapıyordum. Züccacıyecilik faaliyetlerim sürerken bir yandan da meşrubat bayiliği yapmaya başladım. Bu konu ile ilgili kısa bir anımı anlatayım :

O zamanlar çünkü bir içecek markasının bayiliğini yapıyordum. Bu firma ürünlerin yanında bardak veriyordu ve maliyetler biraz fazlaydı. Sonrasında öğrendik ki firma ürüne logo bastığı için fiyatlar bu denli yüksek o anda bu bardağı ben üretip maliyeti düşürmek istedim. Bu cümle beni İstanbul'a taşıdı. 1983 yılında bu firmanın bardaklarını üretmek için İstanbul'a geldim. Yaklaşık üç-dört milyarlık bir yatırımdı ve o zamanlar için çok iyi bir kazançtı. Sonrasında bu alanda da meşhur olduk. Bu işi bizden başka yapan firma olmadığı için gittikçe büyüdük ve piyasada bilinir hale geldik. Zaman geçtikçe dünyaya açıldık ve turizm işlerimiz arttı. Oteller vb. büyük firmaların ürünlerine logo basımına başladık. 1984 yıllarında "İmge" adındaki firmam ile bu işlerde büyümeye gittikçe arttı. (İmge: Erişilmesi güç olan) Bizlere rakip bir firma yoktu bu işi yapan tek kurumdur.

İlk fabrikamızı 1990 yılında Gebze'de kurduk. O zamanlar fabrikamızda 150-190 kişi arasında çalışmamız vardı. Fabrikada stok usulü bir çalışma anlayışımız vardı. Bu anlayışa göre birikimli olarak ilerliyorduk fakat stok şişmesi sorunu yaşamamak adına en fazla iki aylık stok ile ilerliyorduk. 2000 yılında artık kapasitemiz yetmemeye başladı. 2001 yılında Selamiçme'de Bağdat caddesi üzerinde ilk dükkanımızı açtık ve stantlarımıza kadar tescil ettirdik. Biz ürünlerimizi tüm dünya için üretiyoruz yoksa sadece ülke içinde bu ürünleri eritmek pekte mümkün değil.

(Gerçek bir yaşam öyküsünden uyarlanmıştır.)

Tüm bu bilgiler ışığında aşağıdaki sorulara cevap veriniz :

1- Örnek olayda kişi finansman fikrini nasıl geliştirmiştir?

Kitaplarını, kiralıyor para alıyor

2- Siz de örnek bir finansman fikri geliştirebilir misiniz? Lütfen yazınız.

ben bir kartasige açıyorum kalemlerini satarsam paramı çıkarırım

Açıklama (Avantaj, dezavantaj, fırsat, tehdit)

Avantaj = kendi işini kurmuş, dezavantaj = diğer yapacak parası kalmamış

3- Örnek olayda karakterimiz finansman fikrini geliştirirken nasıl bir yol izlemiştir?

kendi parasını çıkartıp kendi harlığını çıkarıyormuş

4- Siz finansman fikrinizi neleri dikkate alarak geliştirdiniz?

hela olup temiz para olmasına dikkat edimin

Açıklama (Avantaj, dezavantaj, fırsat, tehdit)

Avantaj = helal para alması

ÇALIŞMA YAPRAĞI Vaka Örneği

KAZANARAK VEYA KAYBEDEREK ÖĞRENİYORSUNUZ ...

29 Ekim 1956'da Siirt'te doğdum. İlkokul, ortaokul ve liseyi Siirt'te okudum. Okul zamanlarımda harçlığımı çıkarmak için kitaplarımı kiralyor veya satıyordum. Benim ticaret hayatım böyle başladı diyebilirim. Aile üyelerimin çoğu öğretmendir. Bundan sebep bende üniversitede İngilizce öğretmenliği okudum. Okul yıllarımda abimin kurmuş olduğu çelik atölyesinde kaynak vb. işlerde çalışıyordum. Okul bittikten sonra Şırnak'a atandım ve burada iki yıl öğretmenlik yaptım. Ardından meslektan istifa ettim. İstifa nedenim ticaret hayatına atılmış olmamdı. 1976'da öğretmenlik yaparken Siirt'te ilk züccaciye dükkanımı açmıştım. Hayatta her şeyi yaşayarak öğreniyorsunuz ben kazanarak veya kaybederek öğrendim. İlk dükkanımı açtığımda o kadar büyük bir açılış yaptım ki o zamanın şartlarına göre çok lüks bir mekân ve insanlar kapısından girmeye korkuyordu. Sonradan anladım ki fazla gösterişli ve lüks bir mekân yapmak yanlış. Hitap edeceğimiz kitleye göre tercihlerde bulunmak her zaman daha mantıklıdır.

Tahtakale'ye çok gidip geliyordum. Oraya gide gele ticarete bakış açım değişti. O zamanlar en büyük alımı Paşabahçe'den yapıyordum. Züccaciyecilik faaliyetlerim sürerken bir yandan da meşrubat bayiliği yapmaya başladım. Bu konu ile ilgili kısa bir anımı anlatayım :

O zamanlar çünkü bir içecek markasının bayiliğini yapıyordum. Bu firma ürünlerin yanında bardak veriyordu ve maliyetler biraz fazlaydı. Sonrasında öğrendik ki firma ürüne logo bastığı için fiyatlar bu denli yüksek o anda bu bardağı ben üretip maliyeti düşürmek istedim. Bu cümle beni İstanbul'a taşıdı. 1983 yılında bu firmanın bardaklarını üretmek için İstanbul'a geldim. Yaklaşık üç-dört milyarlık bir yatırımdı ve o zamanlar için çok iyi bir kazançtı. Sonrasında bu alanda da meşhur olduk. Bu işi bizden başka yapan firma olmadığı için gittikçe büyüdük ve piyasada bilinir hale geldik. Zaman geçtikçe dünyaya açıldık ve turizm işlerimiz arttı. Oteller vb. büyük firmaların ürünlerine logo basımına başladık. 1984 yıllarında "imge" adındaki firmam ile bu işlerde büyüme gittikçe arttı.(İmge: Erişilmesi güç olan) Bizlere rakip bir firma yoktu bu işi yapan tek kurumdur.

İlk fabrikamızı 1990 yılında Gebze'de kurduk. O zamanlar fabrikamızda 150-190 kişi arasında çalışmamız vardı. Fabrikada stok usulü bir çalışma anlayışımız vardı. Bu anlayışa göre birikimli olarak ilerliyorduk fakat stok şişmesi sorunu yaşamamak adına en fazla iki aylık stok ile ilerliyorduk. 2000 yılında artık kapasitemiz yetmemeye başladı. 2001 yılında Selamiçeşme'de Bağdat caddesi üzerinde ilk dükkanımızı açtık ve stantlarımıza kadar tescil ettirdik. Biz ürünlerimizi tüm dünya için üretiyoruz yoksa sadece ülke içinde bu ürünleri eritmek pek mümkün değil.

(Gerçek bir yaşam öyküsünden uyarlanmıştır.)

Tüm bu bilgiler ışığında aşağıdaki sorulara cevap veriniz :

1- Örnek olayda kişi finansman fikrini nasıl geliştirmiştir?

harçlığını çıkarmak için kitaplarını kiralyor veya satıyormuş

2- Siz de örnek bir finansman fikri geliştirebilir misiniz? Lütfen yazınız.

çok olan eşyalarımı cebet, Panblon, elbise, masa, ayakkabı, şib. şeyleri satarak internetlere kazandırmak

Açıklama (Avantaj, dezavantaj, fırsat, tehdit)

babası, eulenmesi, için iki milyon para veriri. Ama 3 yer, acağı, tercih eder.

3- Örnek olayda karakterimiz finansman fikrini geliştirirken nasıl bir yol izlemiştir?

öğretmenlik yaparken siirt'te ilk züccaciye dükkanını açmıştı.

4- Siz finansman fikrinizi neleri dikkate alarak geliştirdiniz?

hatal para olmasına vb. şeyleri dikkate alarak para kazanılması

Açıklama (Avantaj, dezavantaj, fırsat, tehdit)

liseyi Siirt'te İngilizce öğretmenliği okumuştur. Abisinin kurduğu çelik atölyesinde kaynak vb. işlerde çalışıyordum.

KAZANARAK VEYA KAYBEDEREK ÖĞRENİYORSUNUZ ...

29 Ekim 1956'da Siirt'te doğdum. İlkokul, ortaokul ve liseyi Siirt'te okudum. Okul zamanlarımda harçlığımı çıkarmak için kitaplarımı kiralityor veya satıyordum. Benim ticaret hayatım böyle başladı diyebilirim. Aile üyelerimin çoğu öğretmendir. Bundan sebep bende üniversitede İngilizce öğretmenliği okudum. Okul yıllarımda abimin kurmuş olduğu çelik atölyesinde kaynak vb. işlerde çalışıyordum. Okul bittikten sonra Şırnak'a atandım ve burada iki yıl öğretmenlik yaptım. Ardından meslekten istifa ettim. İstifa nedenim ticaret hayatına atılmış olmamdı. 1976'da öğretmenlik yaparken Siirt'te ilk züccaciye dükkanımı açmışım. Hayatta her şeyi yaşayarak öğreniyorsunuz ben kazanarak veya kaybederek öğrendim. İlk dükkanımı açtığımda o kadar büyük bir açılış yaptım ki o zamanın şartlarına göre çok lüks bir mekândı ve insanlar kapısından girmeye korkuyordu. Sonradan anladım ki fazla gösterişli ve lüks bir mekân yapmak yanlış. Hitap edeceğimiz kitleye göre tercihlerde bulunmak her zaman daha mantıklıdır.

Tahtakale'ye çok gidip geliyordum. Oraya gide gele ticarete bakış açım değişti. O zamanlar en büyük alımı Paşabahçe'den yapıyordum. Züccaciyecilik faaliyetlerim sürerken bir yandan da meşrubat bayiliği yapmaya başladım. Bu konu ile ilgili kısa bir anımı anlatayım :

O zamanlar çünkü bir içecek markasının bayiliğini yapıyordum. Bu firma ürünlerin yanında bardak veriyordu ve maliyetler biraz fazlaydı. Sonrasında öğrendik ki firma ürüne logo bastığı için fiyatlar bu denli yüksek o anda bu bardağı ben üretilip maliyeti düşürmek istedim. Bu cümle beni İstanbul'a taşıdı. 1983 yılında bu firmanın bardaklarını üretmek için İstanbul'a geldim. Yaklaşık üç-dört milyarlık bir yatırımdı ve o zamanlar için çok iyi bir kazançtı. Sonrasında bu alanda da meşhur olduk. Bu işi bizden başka yapan firma olmadığı için gittikçe büyüdük ve piyasada bilinir hale geldik. Zaman geçtikçe dünyaya açıldık ve turizm işlerimiz arttı. Oteller vb. büyük firmaların ürünlerine logo basımına başladık. 1984 yıllarında "imge" adındaki firmam ile bu işlerde büyüme gittikçe arttı. (İmge: Erişilmesi güç olan) Bizlere rakip bir firma yoktu bu işi yapan tek kurumdur.

İlk fabrikamızı 1990 yılında Gebze'de kurduk. O zamanlar fabrikamızda 150-190 kişi arasında çalışmamız vardı. Fabrikada stok usulü bir çalışma anlayışımız vardı. Bu anlayışa göre birikimli olarak ilerliyorduk fakat stok şişmesi sorunu yaşamamak adına en fazla iki aylık stok ile ilerliyorduk. 2000 yılında artık kapasitemiz yetmemeye başladı. 2001 yılında Selamiçşme'de Bağdat caddesi üzerinde ilk dükkanımızı açtık ve stantlarımıza kadar tescil ettirdik. Biz ürünlerimizi tüm dünya için üretiyoruz yoksa sadece ülke içinde bu ürünleri eritmek pek mümkün değil.

(Gerçek bir yaşam öyküsünden uyarlanmıştır.)

Tüm bu bilgiler ışığında aşağıdaki sorulara cevap veriniz :

1- Örnek olayda kişi finansman fikrini nasıl geliştirmiştir?

Riportları, kiralayarak, loay boşluğu, raporok, babasından para olarak kendini geliştirdi.

2- Siz de örnek bir finansman fikri geliştirebilir misiniz? Lütfen yazınız.

Her işin hayallerinin peşinden gitmek bende geliştirebilirim.

Açıklama (Avantaj, dezavantaj, fırsat, tehdit)

Babasının para vermesi, Babasının verdiği parayla evlenmeyişiş dükkan açması

3- Örnek olayda karakterimiz finansman fikrini geliştirirken nasıl bir yol izlemiştir?

Geliserak

4- Siz finansman fikrinizi neleri dikkate alarak geliştirdiniz?

Helal bir para ve helal lokma kazanmak için kendimi geliştirdim.

Açıklama (Avantaj, dezavantaj, fırsat, tehdit)

Dükkanlardan ipsonların malzeme alması.

Aşağıda yukarıdaki vaka analizinden örnek bazı cümleler eksik olarak verilmiştir. Cümleler devam etse idi sizce hikâye nasıl devam ederdi. Lütfen yazınız?

- 1- "Okul zamanlarımda harçlığımı çıkarmak için kitaplarımı kiralityor veyahut satıyordum. Benim ticaret hayatım böyle başladı diyebilirim...

Bayıldığımde bir manav açardım. manavımın finansmanını
o sattığım veya kiraladığım kitaplarla karşıladım.

- 2- "Hitap edeceğimiz kitleye göre tercihlerde bulunmak her zaman daha mantıklıdır...

Bende bir butik aksam kadınlar için portüze,
elbiseler dııp satmayı düşündüm.

- 3- "Bu firma ürünlerin yanında bardak veriyordu ve maliyetler biraz fazlaydı. Sonrasında öğrendik ki firma ürüne logo bastığı için fiyatlar bu denli yüksek o anda bu bardağı ben üretip maliyeti düşürmek istedim. Bu cümle beni İstanbul'a taşıdı...

Bardak üretmek için İstanbuldaydım. O bardağın
üretirken o mutluluğum geldi aklıma.

EK 3: Ürün Tasarımı ve Üretim Teması ile İlgili Uygulama Örnekleri.

ÇALIŞMA YAPRAĞI Vaka Örneği

OLMAMIŞ BİR ŞEYİ BAŞARABİLİRSENİZ ÖZEL KALIYORSUNUZ...

1937 yılında doğdum. Boluluyum. 1956 yıllarında daha fazla ne yapabiliriz diye düşünürdüm. Ziraat mühendisliği mezunu olduğum için Bolu'da verimliliği artırma projeleri ile ilgilendim. O zamanlar Bolu çok güzel bir yerdi fakat iş imkânı olarak verimli bir yer değildi.

İlk dükkanımı açtım fakat zamanla bu dükkan bir ticarethaneye dönüştü. Özal döneminde Türkiye'de ilk defa beyaz et sektörü doğdu. Örneğin Mudurnu tavukçuluk. Bu olaydan sonra Bolu'da beyaz et sektörü bir sıçrama yaptı. Bende ne yapabilirim diye düşünürken beyaz et için yem üreten bir firma tasarısında bulundum. İlerleme belli oldukça tüm çalışmalarına yeni tasarımlar yeni fikirler eklemeye başladım. Bu tutumumdan dolayı çevrede 'bilen adam', 'araştıran adam' olarak adlandırılmaya başladım. İşin özü araştırırsanız bir şeyler buluyorsunuz. Örneğin o dönem 'Lades' adlı bir firma vardı ve o firmayı Danimarkalılar kurmuştu. Onlarla birlikte iş yaptık. Bölgede tavukçuluk geliyordu fakat hep bir sorun vardı. Ne yapabilirim diye düşünüp kendime sektörden bir çıkış noktası aradım. Birçok araştırmamın sonunda Hollanda, Almanya ve Danimarka üzerinden yaptığım çıkarımlara göre hindi etinin gelecek vaat ettiğini gördüm. Hindi etinde az yağla çok başarılı olabileceğini anladım.

1994 yılında kriz nedeniyle zora düştük. Kur farkına yakalandık. İşçilerimize iş bitti elimizdekiler ancak tazminatlarını ödemeye yeter dedik fakat onlar destek olunca bizde direndik ve bu durumdan kurtulduk. Yumurtaları her zaman yurt dışından getirtilirdi. Firmaları araştırdım ve fikirlerimi/isteklerimi sundum. Kanada'da çok iyi bir firma ile anlaştım. On üç senedir onlardan ürün alıyoruz diyebilirim. Bu firma hem bize oldukça dürüst davranıyor hem de en ucuz fiyatı bize veriyor.

Dünyada sağlıklı oluşunun yanı sıra en ekonomik etlerden biri hindi etidir. 1995 yılının Aralık ayında ilk tasarım ürünümüzü marketlere gönderdik. Ürünü var etmek kadar pazarlamak da önemlidir fakat rafa girmek çok pahalı bir iş. Marketlerde raflara girmek için mücadele ettik çünkü isminizi ancak bu yolla duyurabilirsiniz. Bizim ürünümüz 'fonksiyonel gıda' adı altında geliştirilen bir ürün olduğu için marketler ile iş birliği bizim için önemli idi. Aslında sağlığını düşünen bir kesimin tercih ettiği bir üründe diyebiliriz.

Biz bu işlerimizin yanı sıra sosyal sorumluluk projeleri de tasarladık. Örneğin anne sütüne en yakın süt olan keçi sütü üretimi yaptık ve belirli bir süre ihtiyacı olan annelere ücretsiz gönderdik ardından ücreti ile satın biz daha çok almak istiyoruz ama ücretsiz verdiğiniz için utaniyoruz diyenler oldu. Bir süre de ücretli olarak satış yaptık. Keçi sütünden peynir üretme fikrini düşündük. Bu düşünce ile 'Bolana' isimli keçi peyniri üretimi yaptık. Keçi sütünden peynir üretirken etlerinden ne yapsak diye düşünmeye başladık ve kolesterolü düşük sucuk üretimine başladık.

Son zamanlarda antioksidan oranı çok yüksek olan üzüm suyu bir meyve araştırması içerisindeyim. Bizi yaşlandırmayı hızlandıran şeyleri yok etmeye yarayan çok özel bir bitki. Bu bitki ile ilgili fonksiyonel besinler adı altında bir fidanlık tasarımı var. Bu ürüne ek olarak kabak çekirdeği üretimi fikri de düşüncelerim arasında.

Bu sektör kolay kurulmadı. Riskleri de var fakat istikbalimiz Bolu'da.

(Gerçek bir yaşam öyküsünden uyarlanmıştır.)

Tüm bu bilgiler ışığında aşağıdaki sorulara cevap veriniz :

1- Örnek olayda kişi ürün tasarımı ve üretim fikrini nasıl geliştirmiştir?

Ziraat mühendisliği yaparak

2- Siz de örnek bir ürün tasarımı ve üretim fikri geliştirebilir misiniz? Lütfen yazınız.

Evet bir Geleneksel kıyafet tasarımı yapabilirim.

Açıklama (Avantaj, dezavantaj, fırsat, tehdit)

Bir Garmen restorantı açarım. Yada bir Giyim sektörü açarım

3- Örnek olayda karakterimiz ürün tasarımı ve üretim fikrini geliştirirken nasıl bir yol izlemiştir?

Büzel ve doğru bir yol izlemiştir

4- Siz ürün tasarımı ve üretim fikrinizi neleri dikkate alarak geliştirdiniz?

Müşterinin beğenip beğenmemesine
Düzencime ve ürüne.

Açıklama (Avantaj, dezavantaj, fırsat, tehdit)

Hediyelik esya dükkanı açabilirim

OLMAMIŞ BİR ŞEYİ BAŞARABİLİRSENİZ ÖZEL KALİYORSUNUZ...

1937 yılında doğdum. Boluluyum. 1956 yıllarında daha fazla ne yapabiliriz diye düşündüm. Ziraat mühendisliği mezunu olduğum için Bolu'da verimliliği artırma projeleri ile ilgilendim. O zamanlar Bolu çok güzel bir yerdi fakat iş imkânı olarak verimli bir yer değildi.

İlk dükkanımı açtım fakat zamanla bu dükkan bir ticarethaneye dönüştü. Özal döneminde Türkiye'de ilk defa beyaz et sektörü doğdu. Örneğin Mudurnu tavukçuluk. Bu olaydan sonra Bolu'da beyaz et sektörü bir sıçrama yaptı. Bende ne yapabilirim diye düşünürken beyaz et için yem üreten bir firma tasarısında bulundum. Herleme belli oldukça tüm çalışmalarımı yeni tasarımlar yeni fikirler eklemeye başladım. Bu tutumumdan dolayı çevrede 'bilen adam', 'araştıran adam' olarak adlandırılmaya başladım. İşin özü araştırırsanız bir şeyler buluyorsunuz. Örneğin o dönem 'Lades' adlı bir firma vardı ve o firmayı Danimarkalılar kurmuştu. Onlarla birlikte iş yaptık. Bölgede tavukçuluk geliyordu fakat hep bir sorun vardı. Ne yapabilirim diye düşünüp kendime sektörden bir çıkış noktası aradım. Birçok araştırmamın sonunda Hollanda, Almanya ve Danimarka üzerinden yaptığım çıkarımlara göre hindi etinin gelecek vaat ettiğini gördüm. Hindi etinde az yatırımla çok başarılı olabileceğimi anladım.

1994 yılında kriz nedeniyle zora düştük. Kur farkına yakalandık. İşçilerimize iş bitti elimizdekiler ancak tazminatlarınıza ödemeye yeter dedik fakat onlar destek olunca bizde direndik ve bu durumdan kurtulduk. Yumurtaları her zaman yurt dışından getirttim. Firmaları araştırdım ve fikirlerimi/isteklerimi sundum. Kanada'da çok iyi bir firma ile anlaştım. On üç senedir onlardan ürün alıyoruz diyebilirim. Bu firma hem bize oldukça dürüst davranıyor hem de en ucuz fiyatı bize veriyor.

Dünyada sağlıklı oluşunun yanı sıra en ekonomik etlerden biri hindi etidir. 1995 yılının Aralık ayında ilk tasarım ürünümüzü marketlere gönderdik. Ürünü var etmek kadar pazarlamak da önemlidir fakat rafa girmek çok pahalı bir iş. Marketlerde raflara girmek için mücadele ettik çünkü isminizi ancak bu yolla duyurabilirsiniz. Bizim ürünümüz 'fonksiyonel gıda' adı altında geliştirilen bir ürün olduğu için marketler ile iş birliği bizim için önemli idi. Aslında sağlığını düşünen bir kesimin tercih ettiği bir üründe diyebiliriz.

Biz bu işlerimizin yanı sıra sosyal sorumluluk projeleri de tasarladık. Örneğin anne sütüne en yakın süt olan keçi sütü üretimi yaptık ve belirli bir süre ihtiyacı olan annelere ücretsiz gönderdik ardından ücreti ile satın biz daha çok almak istiyoruz ama ücretsiz verdiğiniz için utaniyoruz diyenler oldu. Bir süre de ücretli olarak satış yaptık. Keçi sütünden peynir üretme fikrini düşündük. Bu düşünce ile 'Bolana' isimli keçi peyniri üretimi yaptık. Keçi sütünden peynir üretirken etlerinden ne yapsak diye düşünmeye başladık ve kolesterolü düşük sucuk üretimine başladık.

Son zamanlarda antioksidan oranı çok yüksek olan üzümstü bir meyve araştırması içerisindeyim. Bizi yaşlandırmayı hızlandıran şeyleri yok etmeye yarayan çok özel bir bitki. Bu bitki ile ilgili fonksiyonel besinler adı altında bir fidanlık tasarımı var. Bu ürüne ek olarak kabak çekirdeği üretimi fikri de düşüncelerim arasında.

Bu sektör kolay kurulmadı. Riskleri de var fakat istikbalimiz Bolu'da.

(Gerçek bir yaşam öyküsünden uyarlanmıştır.)

Tüm bu bilgiler ışığında aşağıdaki sorulara cevap veriniz :

1- Örnek olayda kişi ürün tasarımı ve üretim fikrini nasıl geliştirmiştir?

ilk dükkanını açmış sonra aklına gelmiş

2- Siz de örnek bir ürün tasarımı ve üretim fikri geliştirebilir misiniz? Lütfen yazınız.

ben restoran açtım bolanın görsel gemeklerini
satabilirim

Açıklama (Avantaj, dezavantaj, fırsat, tehdit)

Avantaj = bolanın ilk beğaz etri olması

3- Örnek olayda karakterimiz ürün tasarımı ve üretim fikrini geliştirirken nasıl bir yol izlemiştir?

kendisi ilk beğaz etri satmıştır

4- Siz ürün tasarımı ve üretim fikrinizi neleri dikkate alarak geliştirdiniz?

kendim bulmam lazımlı: insanlar
alsın

Açıklama (Avantaj, dezavantaj, fırsat, tehdit)

avantaj? kendim yaptığım seğir insanlar
satın alsın

5/c
334

ÇALIŞMA YAPRAĞI Vaka Örneği

OLMAMIŞ BİR ŞEYİ BAŞARABİLİRSENİZ ÖZEL KALİYORSUNUZ...

1937 yılında doğdum. Boluluyum. 1956 yıllarında daha fazla ne yapabiliriz diye düşünürdüm. Ziraat mühendisliği mezunu olduğum için Bolu'da verimliliği artırma projeleri ile ilgilendim. O zamanlar Bolu çok güzel bir yerdi fakat iş imkânı olarak verimli bir yer değildi.

İlk dükkanımı açtım fakat zamanla bu dükkan bir ticarethaneye dönüştü. Özal döneminde Türkiye'de ilk defa beyaz et sektörü doğdu. Örneğin Mudurnu tavukçuluk. Bu olaydan sonra Bolu'da beyaz et sektörü bir sıçrama yaptı. Bende ne yapabilirim diye düşünürken beyaz et için yem üreten bir firma tasarısında bulundum. İlerleme belli oldukça tüm çalışmalarımı yeni tasarımlar yeni fikirler eklemeye başladım. Bu tutumumdan dolayı çevrede 'bilen adam', 'araştıran adam' olarak adlandırılmaya başladım. İşin özü araştırırsanız bir şeyler buluyorsunuz. Örneğin o dönem 'Lades' adlı bir firma vardı ve o firmayı Danimarkalılar kurmuştu. Onlarla birlikte iş yaptık. Bölgede tavukçuluk geliyordu fakat hep bir sorun vardı. Ne yapabilirim diye düşünüp kendime sektörden bir çıkış noktası aradım. Birçok araştırmamın sonunda Hollanda, Almanya ve Danimarka üzerinden yaptığım çıkarımlara göre hindi etinin gelecek vaat ettiğini gördüm. Hindi etinde az yağırma çok başarılı olabileceğini anladım.

1994 yılında kriz nedeniyle zora düştük. Kur farkına yakalandık. İşçilerimize iş bitti elimizdekiler ancak tazminatlarınıza ödemeye yeter dedik fakat onlar destek olunca bizde direndik ve bu durumdan kurtulduk. Yumurtaları her zaman yurt dışından getirttim. Firmaları araştırdım ve fikirlerimi/isteklerimi sundum. Kanada'da çok iyi bir firma ile anlaştım. On üç senedir onlardan ürün alıyoruz diyebilirim. Bu firma hem bize oldukça dürüst davranıyor hem de en ucuz fiyatı bize veriyor.

Dünyada sağlıklı oluşunun yanı sıra en ekonomik etlerden biri hindi etidir. 1995 yılının Aralık ayında ilk tasarım ürünümüzü marketlere gönderdik. Ürünü var etmek kadar pazarlamak da önemlidir fakat rafa girmek çok pahalı bir iş. Marketlerde raflara girmek için mücadele ettik çünkü isminizi ancak bu yolla duyurabilirsiniz. Bizim ürünümüz 'fonksiyonel gıda' adı altında geliştirilen bir ürün olduğu için marketler ile iş birliği bizler için önemli idi. Aslında sağlığını düşünen bir kesimin tercih ettiği bir üründe diyebiliriz.

Biz bu işlerimizin yanı sıra sosyal sorumluluk projeleri de tasarladık. Örneğin anne sütüne en yakın süt olan keçi sütü üretimi yaptık ve belirli bir süre ihtiyacı olan annelere ücretsiz gönderdik ardından ücreti ile satın biz daha çok almak istiyoruz ama ücretsiz verdiğiniz için utaniyoruz diyenler oldu. Bir süre de ücretli olarak satış yaptık. Keçi sütünden peynir üretme fikrini düşündük. Bu düşünce ile 'Bolana' isimli keçi peyniri üretimi yaptık. Keçi sütünden peynir üretirken etlerinden ne yapacak diye düşünmeye başladık ve kolesterolü düşük sucuk üretimine başladık.

Son zamanlarda antioksidan oranı çok yüksek olan üzüm suyu bir meyve araştırması içerisindeyim. Bizi yaşlandırmayı hızlandıran şeyleri yok etmeye yarayan çok özel bir bitki. Bu bitki ile ilgili fonksiyonel besinler adı altında bir fidanlık tasarımı var. Bu ürüne ek olarak kabak çekirdeği üretimi fikri de düşüncelerim arasında.

Bu sektör kolay kurulmadı. Riskleri de var fakat istikbalimiz Bolu'da.

(Gerçek bir yaşam öyküsünden uyarlanmıştır.)

Tüm bu bilgiler ışığında aşağıdaki sorulara cevap veriniz :

1- Örnek olayda kişi ürün tasarımı ve üretim fikrini nasıl geliştirmiştir?

Ziraat mühendisliği mezun olduğum için bolu'da verimliliği artırma projeleri ile ilgilendim

2- Siz de örnek bir ürün tasarımı ve üretim fikri geliştirebilir misiniz? Lütfen yazınız.

ben hayvanlaraJordan etmek istorim ve veteriner aqarim ve hayvanları beslemeyi isterim.

Açıklama (Avantaj, dezavantaj, fırsat, tehdit)

Ziraat mühendisliği

3- Örnek olayda karakterimiz ürün tasarımı ve üretim fikrini geliştirirken nasıl bir yol izlemiştir?

ziraat mühendisliği mezun olduğum için bolu'da Jordan

4- Siz ürün tasarımı ve üretim fikrinizi neleri dikkate alarak geliştirdiniz?

Doğal, aqarim, tatlı, kışkık ve jibi dışarıda sandıkta kofalin içerişide 33315 derin olur renfi penbe olur içeriş bey.

Açıklama (Avantaj, dezavantaj, fırsat, tehdit)

Ziraat mühendisliği

OLMAMIŞ BİR ŞEYİ BAŞARABİLİRSENİZ ÖZEL KALİYORSUNUZ...

1937 yılında doğdum. Boluluyum. 1956 yıllarında daha fazla ne yapabiliriz diye düşündüm. Ziraat mühendisliği mezunu olduğum için Bolu'da verimliliği artırma projeleri ile ilgilendim. O zamanlar Bolu çok güzel bir yerdi fakat iş imkânı olarak verimli bir yer değildi.

İlk dükkanımı açtım fakat zamanla bu dükkan bir ticarethaneye dönüştü. Özal döneminde Türkiye'de ilk defa beyaz et sektörü doğdu. Örneğin Mudurnu tavukçuluk. Bu olaydan sonra Bolu'da beyaz et sektörü bir sıçrama yaptı. Bende ne yapabilirim diye düşünürken beyaz et için yem üreten bir firma tasarısında bulundum. İlerleme belli oldukça tüm çalışmalarına yeni tasarımlar yeni fikirler eklemeye başladım. Bu tutumumdan dolayı çevrede 'bilen adam', 'araştıran adam' olarak adlandırılmaya başladım. İşin özü araştırırsanız bir şeyler buluyorsunuz. Örneğin o dönem 'Lades' adlı bir firma vardı ve o firmayı Danimarkalılar kurmuştu. Onlarla birlikte iş yaptık. Bölgede tavukçuluk geliyordu fakat hep bir sorun vardı. Ne yapabilirim diye düşünüp kendime sektörden bir çıkış noktası aradım. Birçok araştırmamın sonunda Hollanda, Almanya ve Danimarka üzerinden yaptığım çıkarımlara göre hindi etinin gelecek vaat ettiğini gördüm. Hindi etinde az yağırma çok başarılı olabileceğini anladım.

1994 yılında kriz nedeniyle zora düştük. Kur farkına yakalandık. İşçilerimize iş bitti elimizdekiler ancak tazminatlarınıza ödemeye yeter dedik fakat onlar destek olunca bizde direndik ve bu durumdan kurtulduk. Yumurtaları her zaman yurt dışından getirttim. Firmaları araştırdım ve fikirlerimi/isteklerimi sundum. Kanada'da çok iyi bir firma ile anlaştım. On üç senedir onlardan ürün alıyoruz diyebilirim. Bu firma hem bize oldukça dürüst davranıyor hem de en ucuz fiyatı bize veriyor.

Dünyada sağlıklı oluşunun yanı sıra en ekonomik etlerden biri hindi etidir. 1995 yılının Aralık ayında ilk tasarım ürünümüzü marketlere gönderdik. Ürünü var etmek kadar pazarlamak da önemlidir fakat rafa girmek çok pahalı bir iş. Marketlerde raflara girmek için mücadele ettik çünkü isminizi ancak bu yolla duyurabilirsiniz. Bizim ürünümüz 'fonksiyonel gıda' adı altında geliştirilen bir ürün olduğu için marketler ile iş birliği bizim için önemli idi. Aslında sağlığını düşünen bir kesimin tercihi ettiği bir üründe diyebiliriz.

Biz bu işimizin yanı sıra sosyal sorumluluk projeleri de tasarladık. Örneğin anne sütüne en yakın süt olan keçi sütü üretimi yaptık ve belirli bir süre ihtiyacı olan annelere ücretsiz gönderdik ardından ücreti ile satın biz daha çok almak istiyoruz ama ücretsiz verdiğiniz için utaniyoruz diyenler oldu. Bir süre de ücretli olarak satış yaptık. Keçi sütünden peynir üretme fikrini düşündük. Bu düşünce ile 'Bolana' isimli keçi peyniri üretimi yaptık. Keçi sütünden peynir üretirken etlerinden ne yapsak diye düşünmeye başladık ve kolesterolü düşük sucuk üretimine başladık.

Son zamanlarda antioksidan oranı çok yüksek olan üzüm suyu bir meyve araştırması içerisindeyim. Bizi yaşlandırmayı hızlandıran şeyleri yok etmeye yarayan çok özel bir bitki. Bu bitki ile ilgili fonksiyonel besinler adı altında bir fidanlık tasarımı var. Bu ürüne ek olarak kabak çekirdeği üretimi fikri de düşüncelerim arasında.

Bu sektör kolay kurulmadı. Riskleri de var fakat istikbalimiz Bolu'da.

(Gerçek bir yaşam öyküsünden uyarlanmıştır.)

Tüm bu bilgiler ışığında aşağıdaki sorulara cevap veriniz :

1- Örnek olayda kişi ürün tasarımı ve üretim fikrini nasıl geliştirmiştir?

Dükkan açarak, Yumurtaları yurt dışından getirmesi araştırması, ve fikirlerini/isteklerini sunması

2- Siz de örnek bir ürün tasarımı ve üretim fikri geliştirebilir misiniz? Lütfen yazınız.

Araştırma yaparım, bilgi edinirim. daha sonra bir mağaza açarım

Açıklama (Avantaj, dezavantaj, fırsat, tehdit)

3- Örnek olayda karakterimiz ürün tasarımı ve üretim fikrini geliştirirken nasıl bir yol izlemiştir?

Marketlere göndererek. Süt satarak veya peynir satarak.

4- Siz ürün tasarımı ve üretim fikrinizi neleri dikkate alarak geliştirdiniz?

Bileklikleri orijinal halde dikmeyi, renkli tipler olmasına isteklere göre bir bileklik yapmaya özen gösterim.

Açıklama (Avantaj, dezavantaj, fırsat, tehdit)

ÇALIŞMA YAPRAĞI Vaka Örneği

OLMAMIŞ BİR ŞEYİ BAŞARABİLİRSENİZ ÖZEL KALIYORSUNUZ...

1937 yılında doğdum. Boluluyum. 1956 yıllarında daha fazla ne yapabiliriz diye düşündüm. Ziraat mühendisliği mezunu olduğum için Bolu'da verimliliği artırma projeleri ile ilgilendim. O zamanlar Bolu çok güzel bir yerdі fakat iş imkânı olarak verimli bir yer değildi.

İlk dükkanımı açtım fakat zamanla bu dükkan bir ticarethaneye dönüştü. Özal döneminde Türkiye'de ilk defa beyaz et sektörü doğdu. Örneğin Mudumu tavukçuluk. Bu olaydan sonra Bolu'da beyaz et sektörü bir sıçrama yaptı. Bende ne yapabilirim diye düşünürken beyaz et için yem üreten bir firma tasarısında bulundum. İlerleme belli oldukça tüm çalışmalarımı yeni tasarımlar yeni fikirler eklemeye başladım. Bu tutumumdan dolayı çevrede 'bilen adam', 'araştıran adam' olarak adlandırılmaya başladım. İşin özü araştırırsanız bir şeyler buluyorsunuz. Örneğin o dönem 'Lades' adlı bir firma vardı ve o firmayı Danimarkalılar kurmuştu. Onlarla birlikte iş yaptık. Bölgede tavukçuluk geliyordu fakat hep bir sorun vardı. Ne yapabilirim diye düşünüp kendime sektörden bir çıkış noktası aradım. Birçok araştırmanın sonunda Hollanda, Almanya ve Danimarka üzerinden yaptığım çıkarımlara göre hindi etinin gelecek vaat ettiğini gördüm. Hindi etinde az yağımlla çok başarılı olabileceğini anladım.

1994 yılında kriz nedeniyle zora düştük. Kur farkına yakalandık. İşçilerimize iş bitti elimizdekiler ancak tazminatlarınıza ödemeye yeter dedik fakat onlar destek olunca bizde direndik ve bu durumdan kurtulduk. Yumurtaları her zaman yurt dışından getirttim. Firmaları araştırdım ve fikirlerimi/isteklerimi sundum. Kanada'da çok iyi bir firma ile anlaştım. On üç senedir onlardan ürün alıyoruz diyebilirim. Bu firma hem bize oldukça dürüst davranıyor hem de en ucuz fiyatı bize veriyor.

Dünyada sağlıklı oluşunun yanı sıra en ekonomik etlerden biri hindi etidir. 1995 yılının Aralık ayında ilk tasarımı ürünümüzü marketlere gönderdik. Ürünü var etmek kadar pazarlamak da önemlidir fakat rafa girmek çok pahalı bir iş. Marketlerde raflara girmek için mücadele ettik çünkü isminizi ancak bu yolla duyurabilirsiniz. Bizim ürünümüz 'fonksiyonel gıda' adı altında geliştirilen bir ürün olduğu için marketler ile iş birliği bizler için önemli idi. Aslında sağlığını düşünen bir kesimin tercih ettiği bir üründe diyebiliriz.

Biz bu işlerimizin yanı sıra sosyal sorumluluk projeleri de tasarladık. Örneğin anne sütüne en yakın süt olan keçi sütü üretimi yaptık ve belirli bir süre ihtiyaç olan annelere ücretsiz gönderdik ardından ücreti ile satın biz daha çok almak istiyoruz ama ücretsiz verdiğiniz için utaniyoruz diyenler oldu. Bir süre de ücretli olarak satış yaptık. Keçi sütünden peynir üretme fikrini düşündük. Bu düşünce ile 'Bolana' isimli keçi peyniri üretimi yaptık. Keçi sütünden peynir üreten etlerinden ne yapsak diye düşünmeye başladık ve kolesterolü düşük sucuk üretimine başladık.

Son zamanlarda antioksidan oranı çok yüksek olan üzüm suyu bir meyve araştırması içerisindeyim. Bizi yaşlandırmayı hızlandıran şeyleri yok etmeye yarayan çok özel bir bitki. Bu bitki ile ilgili fonksiyonel besinler adı altında bir fidanlık tasarımı var. Bu ürüne ek olarak kabak çekirdeği üretimi fikri de düşüncelerim arasında.

Bu sektör kolay kurulmadı. Riskleri de var fakat istikbalimiz Bolu'da.

(Gerçek bir yaşam öyküsünden uyarlanmıştır.)

Tüm bu bilgiler ışığında aşağıdaki sorulara cevap veriniz :

1- Örnek olayda kişi ürün tasarımı ve üretim fikrini nasıl geliştirmiştir?

çalışarak

2- Siz de örnek bir ürün tasarımı ve üretim fikri geliştirebilir misiniz? Lütfen yazınız.

Bilimsel ama sıkta kullanılabilir bir pontalı ağırlık.



Açıklama (Avantaj, dezavantaj, fırsat, tehdit)

3- Örnek olayda karakterimiz ürün tasarımı ve üretim fikrini geliştirirken nasıl bir yol izlemiştir?

4- Siz ürün tasarımı ve üretim fikrinizi neleri dikkate alarak geliştirdiniz?

Maliyet, koku, olma, gözet, duralı ve ağırlığın fotoğraflar serisi olmalıdır.

Açıklama (Avantaj, dezavantaj, fırsat, tehdit)

EK 4: Tanıtım ve Pazarlama Teması ile İlgili Uygulama Örnekleri.

Vaka Örneği

BABAMIN UFKU ÇOK GENİŞTİ...

1940-50 yıllarında babam ve dedem köyden yöresel ürünleri Ceyhan bölgesine götürüp satıyorlarmış. Sattıkları ürünler karşılığında bazen para bazen de kumaş alıyorlarmış. Bu kumaşları da memlekete getiriyorlarmış. Bu sayede Çukurova bölgesi ile ticari faaliyetlerini başlatmışlar. 1955 yılında ticaretin kalbi olarak görülen Çukurova bölgesine yerleşim diye düşünmüşler. Nihayetinde burada bir dükkân açmışlar.

1967 yılında babam tekstil işine girmeye karar vermiş. Dedem bu konuyu pek sıcak karşılamamış. Fakat babam kararlı davranmış ve eğer müsaade etmiyorsa ben seyyar tezgâh açacağım demiş. Gerçekten de seyyar tezgâhlar üzerinde ürünlerini tanıtmaya/sergilemeye başlamış. Tekstil ürünlerini Adana'dan İstanbul'dan alıp satmaya başlamış. Bir yıl içerisinde babamın seyyar tezgâhta gösterdiği performans dedemin dükkânındaki performansı geçmiş. Dedem bu durumu görünce oğluna tamam sen haklıydın demiş ve iş yerini tekstile çevirmeye karar vermiş. Gün geçtikçe müşteriler arttıkça küçük mağazalar ilave ederek işi biraz daha büyütmüşler. Bu şekilde on beş sene geçmiş ve 1982 yılında amcalarında tezgâhlara dahil olmuşlar. 1982'de babam Adana'ya taşınmış.

1989'da üretim nasıl yapılır diye düşünmeye başladık ve ürünleri kendimiz üretmeye başladık. Üretimle ilgili bu kararıma babam çok destek oldu. Bu konuşmadan on beş gün sonra çocuk gömleği üretimine başladık. Coşkun ismiyle üretimlerimiz devam etti. Bu ürünleri kendi araçlarımız ile götürüp satıyorduk. Kırk metre karelik bir dükkân ile başladığımız bu yolculuk iki bin beş yüz metre kare bir dükkân ile devam etti. O dönemlerde çocukların fikri pek önemsenmezdi fakat bizde bu durum tam tersi idi. Babam benim kararlarımıza hep saygı duymuştur.

Toptan alıp sattığımız ürünler Coşkun markası ile satılmaya devam ediyordu. Bu süreçte okul önlükleri üretmeye başladık. Piyasayı, üretimi, toptancılığı, satışı hepsini tanımaya başladık. 1994'ten sonra yeni arayışlara girdik. İlerisi için neler yapabiliriz düşüncesine kapıldık. Markasız üretimin bizi nereye taşıyacağını göremiyorduk. 1996'da bu şirketin iki büyük hedefi olduğuna karar verdik. Birincisi marka çıkarmak ikincisi ise yurt dışına açılmak. Bu hedefler doğrultusunda 1997 yılında Süvari markası kurulmuş oldu. 1997 yılının sonunda üretime başladık ve ihracat(Türkiye'de üretilen bir malın döviz karşılığında yabancı bir ülkeye satılması) çalışmalarını düşünmeye başladık. Türkmenistan'da bazı arkadaşlarımız iş yapıyordu ve bizleri de oraya davet ettiler. Bizde orada bir mağaza açtık ve bir arkadaşımızı orada bıraktık. Kısa sürede oradaki mağaza sayımız üçe çıktı.

Enteresan bir şekilde ilk mağazamız yurt dışında faaliyet gösterirken Türkiye'de mağazamız olmadığını fark ettik.1999 yılında artık kendi mağazamızdan satış yapmalıyız fikrine vardık. Adana'da Atatürk caddesinde ilk mağazamızı açtık. 2005 yılında sektörden kendi markamızı nasıl ayırırız diye düşündük. Reklam danışmanlarımız ile farklı fikirler ortaya çıkardık. İnovatif ürün fikri ortaya çıktı ve ilk kez gömleğin yakasına gizli bir ilik koyduk. Bu dünyada bir ilkti ve patentini de aldık. Bu ve bunun gibi kendi firmamızı öne çıkaracak birçok çalışmamız oldu.

Şu anda yedi ülkede yirmi bir mağazamız var. Yirmi ülkeye de ürün satışı yapıyoruz. Mağaza ve üretim kapasitesi büyüdükçe birimlerimiz gelişti. Marka olgusu arttığı için toptancılıktaki payımızı biraz küçülttük. Tekstilde sadece Süvari ile devam ediyoruz.

(Gerçek bir yaşam öyküsünden uyarlanmıştır.)

Tüm bu bilgiler ışığında aşağıdaki sorulara cevap veriniz :

1- Örnek olayda kişi tanıtım ve pazarlama fikrini nasıl geliştirmiştir?

Çocuk gömlekları yapmış ve Türkmenistan'da bir dükkân açarak geliştirmiştir.

2- Siz de örnek bir tanıtım ve pazarlama fikri geliştirebilir misiniz? Lütfen yazınız.

Handi ürünlerimi şehir şehir gezip tanıtırdım ve onlarda aktığı olduğunu söyleyerek almaları.

Açıklama (Avantaj, dezavantaj, fırsat, tehdit)

Elbisekri kendim giyeret tanıtırdım.

ÇALIŞMA YAPRAĞI

Vaka Örneği

BABAMIN UFKU ÇOK GENİŞTİ...

1940-50 yıllarında babam ve dedem **köyden yöresel ürünleri Ceyhan bölgesine götürüp satıyorlarmış**. Sattıkları ürünler karşılığında bazen para bazen de kumaş alıyorlarmış. Bu kumaşları da memlekette getiriyorlarmış. Bu sayede Çukurova bölgesi ile ticari faaliyetlerini başlatmışlar. 1955 yılında ticaretin kalbi olarak görülen Çukurova bölgesine yerleşim diye düşünmüşler. Nihayetinde burada bir dükkân açmışlar.

1967 yılında **babam tekstil işine girmeye karar vermiş**. Dedem bu konuyu pek sıcak karşılamamış. Fakat babam kararlı davranmış ve eğer müsaade etmiyorsan ben seyyar tezgâh açacağım demiş. Gerçekten de seyyar tezgâhlar üzerinde ürünlerini tanıtmaya/sergilemeye başlamış. Tekstil ürünlerini Adana'dan İstanbul'dan alıp satmaya başlamış. Bir yıl içerisinde babamın seyyar tezgâhta gösterdiği performans dedemin dükkânındaki performansı geçmiş. Dedem bu durumu görünce oğluna tamam sen haklıydın demiş ve iş yerini tekstile çevirmeye karar vermiş. Gün geçtikçe müşteriler arttıkça küçük mağazalar ilave ederek işi biraz daha büyümüşler. Bu şekilde on beş sene geçmiş ve 1982 yılında amcalarında tezgâhlara dahil olmuşlar. 1982'de **babam Adana'ya taşınmış**.

1989'da üretim nasıl yapılır diye düşünmeye başladık ve ürünleri kendimiz üretmeye başladık. Üretimle ilgili bu kararıma babam çok destek oldu. Bu konuşmadan on beş gün sonra **çocuk gömleği üretimine başladık**. **Coşkun ismiyle üretimlerimiz devam etti**. Bu ürünleri kendi araçlarımız ile götürüp satıyorduk. Kırk metre karelik bir dükkân ile başladığımız bu yolculuk iki bin beş yüz metre kare bir dükkân ile devam etti. O dönemlerde çocukların fikri pek önemsenmezdi fakat bizde bu durum tam tersi idi. Babam benim kararlarımıza hep saygı duymuştur.

Toptan alıp sattığımız ürünler Coşkun markası ile satılmaya devam ediyordu. Bu süreçte **okul önlükleri** üretmeye başladık. Piyasayı, üretimi, toptancılığı, satışı hepsini tanımaya başladık. 1994'ten sonra yeni arayışlara girdik. İlerisi için neler yapabiliriz düşüncesine kapıldık. Markasız üretimin bizi nereye taşıyacağını göremiyorduk. 1996'da bu şirketin iki büyük hedefi olduğuna karar verdik. Birincisi marka çıkarmak ikincisi ise **yurt dışına açılmak**. Bu hedefler doğrultusunda 1997 yılında **Süvari markası kurulmuş** oldu. 1997 yılının sonunda üretime başladık ve ihracat(Türkiye'de üretilen bir malın döviz karşılığında yabancı bir ülkeye satılması) çalışmalarını düşünmeye başladık. Türkmenistan'da bazı arkadaşlarımız iş yapıyordu ve bizleri de oraya davet ettiler. Bizde orada bir mağaza açtık ve bir arkadaşımızı orada bıraktık. Kısa sürede oradaki mağaza sayımız üçe çıktı.

Enteresan bir şekilde ilk mağazamız yurt dışında faaliyet gösterirken Türkiye'de mağazamız olmadığını fark ettik.1999 yılında artık kendi mağazamızdan satış yapmalıyız fikrine vardık. Adana'da Atatürk caddesinde ilk mağazamızı açtık. 2005 yılında sektörden kendi markamızı nasıl ayırırız diye düşündük. Reklam danışmanlarımız ile farklı fikirler ortaya çıkardık. İnovatif ürün fikri ortaya çıktı ve ilk kez gömleğin yakasına gizli bir ilik koyduk. Bu dünyada bir ilkti ve patentini de aldık. Bu ve bunun gibi kendi firmamızı öne çıkaracak birçok çalışmamız oldu.

Şu anda **yedi ülkede yirmi bir mağazamız** var. Yirmi ülkeye de ürün satışı yapıyoruz. Mağaza ve üretim kapasitesi büyüdükçe birimlerimiz gelişti. Marka olgusu arttığı için toptancılıktaki payımızı biraz küçülttük. Tekstilde sadece Süvari ile devam ediyoruz.

(Gerçek bir yaşam öyküsünden uyarlanmıştır.)

Tüm bu bilgiler ışığında aşağıdaki sorulara cevap veriniz :

- 1- Örnek olayda kişi tanıtım ve pazarlama fikrini nasıl geliştirmiştir?

köyden yöresel ürünleri ceyhan bölgesine götürüp satı yormuş.

- 2- Siz de örnek bir tanıtım ve pazarlama fikri geliştirebilir misiniz? Lütfen yazınız.

Ürünlerimlerimi kendi üzerimde deneyip sonra satışa çıkarırım.

Açıklama (Avantaj, dezavantaj, fırsat, tehdit)

3/ 350
ÇALIŞMA YAPRAĞI
Vaka Örneği

BABAMIN UFKU ÇOK GENİŞTİ...

1940-50 yıllarında babam ve dedem köyden yöresel ürünleri Ceyhan bölgesine götürüp satıyorlarmış. Sattıkları ürünler karşılığında bazen para bazen de kumaş alıyorlarmış. Bu kumaşları da memlekete getiriyorlarmış. Bu sayede Çukurova bölgesi ile ticari faaliyetlerini başlatmışlar. 1955 yılında ticaretin kalbi olarak görülen Çukurova bölgesine yerleşim diye düşünmüşler. Nihayetinde burada bir dükkân açmışlar.

1967 yılında babam tekstil işine girmeye karar vermiş. Dedem bu konuyu pek sıcak karşılamamış. Fakat babam kararlı davranmış ve eğer müsaade etmiyorsa ben seyyar tezgâh açacağım demiş. Gerçekten de seyyar tezgâhlar üzerinde ürünlerini tanıtmaya/sergilemeye başlamış. Tekstil ürünlerini Adana'dan İstanbul'dan alıp satmaya başlamış. Bir yıl içerisinde babamın seyyar tezgâhta gösterdiği performans dedemin dükkânındaki performansı geçmiş. Dedem bu durumu görünce oğluna tamam sen haklıydın demiş ve iş yerini tekstile çevirmeye karar vermiş. Gün geçtikçe müşteriler arttıkça küçük mağazalar ilave ederek işi biraz daha büyümüşler. Bu şekilde on beş sene geçmiş ve 1982 yılında amcalarında tezgâhlara dahil olmuşlar. 1982'de babam Adana'ya taşınmış.

1989'da üretim nasıl yapılır diye düşünmeye başladık ve ürünleri kendimiz üretmeye başladık. Üretimle ilgili bu kararıma babam çok destek oldu. Bu konuşmadan on beş gün sonra çocuk gömleği üretimine başladık. Coşkun ismiyle üretimlerimiz devam etti. Bu ürünleri kendi araçlarımız ile götürüp satıyorduk. Kırk metre karelik bir dükkân ile başladığımız bu yolculuk iki bin beş yüz metre kare bir dükkân ile devam etti. O dönemlerde çocukların fikri pek önemsenmezdi fakat bizde bu durum tam tersi idi. Babam benim kararlarımıza hep saygı duymuştur.

Toptan alıp sattığımız ürünler Coşkun markası ile satılmaya devam ediyordu. Bu süreçte okul önlükleri üretmeye başladık. Piyasayı, üretimi, toptancılığı, satışı hepsini tanımaya başladık. 1994'ten sonra yeni arayışlara girdik. İlerisi için neler yapabiliriz düşüncesine kapıldık. Markasız üretimin bizi nereye taşıyacağını göremiyorduk. 1996'da bu şirketin iki büyük hedefi olduğuna karar verdik. Birincisi marka çıkarmak ikincisi ise yurt dışına açılmak. Bu hedefler doğrultusunda 1997 yılında Süvari markası kurulmuş oldu. 1997 yılının sonunda üretime başladık ve ihracat(Türkiye'de üretilen bir malın döviz karşılığında yabancı bir ülkeye satılması) çalışmalarını düşünmeye başladık. Türkmenistan'da bazı arkadaşlarımız iş yapıyordu ve bizleri de oraya davet ettiler. Bizde orada bir mağaza açtık ve bir arkadaşımızı orada bıraktık. Kısa sürede oradaki mağaza sayımız üçe çıktı.

Enteresan bir şekilde ilk mağazamız yurt dışında faaliyet gösterirken Türkiye'de mağazamız olmadığını fark ettik.1999 yılında artık kendi mağazamızdan satış yapmalıyız fikrine vardık. Adana'da Atatürk caddesinde ilk mağazamızı açtık. 2005 yılında sektörden kendi markamızı nasıl ayırıştırırız diye düşündük. Reklam danışmanlarımız ile farklı fikirler ortaya çıkardık. İnovatif ürün fikri ortaya çıktı ve ilk kez gömleğin yakasına gizli bir ilik koyduk. Bu dünyada bir ilkti ve patentini de aldık. Bu ve bunun gibi kendi firmamızı öne çıkaracak birçok çalışmamız oldu.

Şu anda yedi ülkede yirmi bir mağazamız var. Yirmi ülkeye de ürün satışı yapıyoruz. Mağaza ve üretim kapasitesi büyüdükçe birimlerimiz gelişti. Marka olgusu arttığı için toptancılıktaki payımızı biraz küçülttük. Tekstilde sadece Süvari ile devam ediyoruz.

(Gerçek bir yaşam öyküsünden uyarlanmıştır.)

Tüm bu bilgiler ışığında aşağıdaki sorulara cevap veriniz :

- 1- Örnek olayda kişi tanıtım ve pazarlama fikrini nasıl geliştirmiştir?

Ürünleri kendisi üretiyor

- 2- Siz de örnek bir tanıtım ve pazarlama fikri geliştirebilir misiniz? Lütfen yazınız.

Ürünleri, kullandığı ve dikket çektiği olarak

Açıklama (Avantaj, dezavantaj, fırsat, tehdit)

ÇALIŞMA YAPRAĞI Vaka Örneği

BABAMIN UFKU ÇOK GENİŞTİ...

1940-50 yıllarında babam ve dedem köyden yöresel ürünleri Ceyhan bölgesine götürüp satıyorlarmış. Sattıkları ürünler karşılığında bazen para bazen de kumaş alıyorlarmış. Bu kumaşları da memlekete getiriyorlarmış. Bu sayede Çukurova bölgesi ile ticari faaliyetlerini başlatmışlar. 1955 yılında ticaretin kalbi olarak görülen Çukurova bölgesine yerleşelim diye düşünmüşler. Nihayetinde burada bir dükkân açmışlar.

1967 yılında babam tekstil işine girmeye karar vermiş. Dedem bu konuyu pek sıcak karşılamamış. Fakat babam kararlı davranmış ve eğer müsaade etmiyorsan ben seyyar tezgâh açacağım demiş. Gerçekten de seyyar tezgâhlar üzerinde ürünlerini tanıtmaya/sergilemeye başlamış. Tekstil ürünlerini Adana'dan İstanbul'dan alıp satmaya başlamış. Bir yıl içerisinde babamın seyyar tezgâhta gösterdiği performans dedemin dükkânındaki performansı geçmiş. Dedem bu durumu görünce oğluna tamam sen haklıydın demiş ve iş yerini tekstile çevirmeye karar vermiş. Gün geçtikçe müşteriler arttıkça küçük mağazalar ilave ederek işi biraz daha büyütmüşler. Bu şekilde on beş sene geçmiş ve 1982 yılında amcalarında tezgâhlara dahil olmuşlar. 1982'de babam Adana'ya taşınmış.

1989'da üretim nasıl yapılır diye düşünmeye başladık ve ürünleri kendimiz üretmeye başladık. Üretimle ilgili bu karara babam çok destek oldu. Bu konuşmadan on beş gün sonra çocuk gömleği üretimine başladık. Coşkun ismiyle üretimlerimiz devam etti. Bu ürünleri kendi araçlarımız ile götürüp satıyorduk. Kırk metre karelik bir dükkân ile başladığımız bu yolculuk iki bin beş yüz metre kare bir dükkân ile devam etti. O dönemlerde çocukların fikri pek önemsenmezdi fakat bizde bu durum tam tersi idi. Babam benim kararlarımıza hep saygı duymuştur.

Toptan alıp sattığımız ürünler Coşkun markası ile satılmaya devam ediyordu. Bu süreçte okul önlükleri üretmeye başladık. Piyasayı, üretimi, toptancılığı, satışı hepsini tanımaya başladık. 1994'ten sonra yeni arayışlara girdik. İlerisi için neler yapabiliriz düşüncesine kapıldık. Markasız üretimin bizi nereye taşıyacağını göremiyorduk. 1996'da bu şirketin iki büyük hedefi olduğuna karar verdik. Birincisi marka çıkarmak ikincisi ise yurt dışına açılmak. Bu hedefler doğrultusunda 1997 yılında Süvari markası kurulmuş oldu. 1997 yılının sonunda üretime başladık ve ihracat(Türkiye'de üretilen bir malın döviz karşılığında yabancı bir ülkeye satılması) çalışmalarını düşünmeye başladık. Türkmenistan'da bazı arkadaşlarımız iş yapıyordu ve bizleri de oraya davet ettiler. Bizde orada bir mağaza açtık ve bir arkadaşımızı orada bıraktık. Kısa sürede oradaki mağaza sayımız üçe çıktı.

Enteresan bir şekilde ilk mağazamız yurt dışında faaliyet gösterirken Türkiye'de mağazamız olmadığını fark ettik.1999 yılında artık kendi mağazamızdan satış yapmalıyız fikrine vardık. Adana'da Atatürk caddesinde ilk mağazamızı açtık. 2005 yılında sektörden kendi markamızı nasıl ayırıştırırız diye düşündük. Reklam danışmanlarımız ile farklı fikirler ortaya çıkardık. İnovatif ürün fikri ortaya çıktı ve ilk kez gömleğin yakasına gizli bir ilik koyduk. Bu dünyada bir ilkti ve patentini de aldık. Bu ve bunun gibi kendi firmamızı öne çıkaracak birçok çalışmamız oldu.

Şu anda yedi ülkede yirmi bir mağazamız var. Yirmi ülkeye de ürün satışı yapıyoruz. Mağaza ve üretim kapasitesi büyüdükçe birimlerimiz gelişti. Marka olgusu arttığı için toptancılıktaki payımızı biraz küçülttük. Tekstilde sadece Süvari ile devam ediyoruz.

(Gerçek bir yaşam öyküsünden uyarlanmıştır.)

Tüm bu bilgiler ışığında aşağıdaki sorulara cevap veriniz :

1- Örnek olayda kişi tanıtım ve pazarlama fikrini nasıl geliştirmiştir?

Çocuk gömleği yaptı. Marka olarak sattı.

2- Siz de örnek bir tanıtım ve pazarlama fikri geliştirebilir misiniz? Lütfen yazınız.

Ürünlerimi mağazaya ağırlıkla tanıtırım.

Açıklama (Avantaj, dezavantaj, fırsat, tehdit)



ÇALIŞMA YAPRAĞI
Vaka Örneği

BABAMIN UFKU ÇOK GENİŞTİ...

1940-50 yıllarında babam ve dedem köyden yöresel ürünleri Ceyhan bölgesine götürüp satıyorlarmış. Sattıkları ürünler karşılığında bazen para bazen de kumaş alıyorlarmış. Bu kumaşları da memlekete getiriyorlarmış. Bu sayede Çukurova bölgesi ile ticari faaliyetlerini başlatmışlar. 1955 yılında ticaretin kalbi olarak görülen Çukurova bölgesine yerleşelim diye düşünülmüşler. Nihayetinde burada bir dükkân açmışlar.

1967 yılında babam tekstil işine girmeye karar vermiş. Dedem bu konuyu pek sıcak karşılamamış. Fakat babam kararlı davranmış ve eğer müsaade etmiyorsa ben seyyar tezgâh açacağım demiş. Gerçekten de seyyar tezgâhlar üzerinde ürünlerini tanıtmaya/sergilemeye başlamış. Tekstil ürünlerini Adana'dan İstanbul'dan alıp satmaya başlamış. Bir yıl içerisinde babamın seyyar tezgâhta gösterdiği performans dedemin dükkânındaki performansı geçmiş. Dedem bu durumu görünce oğluna tamam sen haklıydın demiş ve iş yerini tekstile çevirmeye karar vermiş. Gün geçtikçe müşteriler arttıkça küçük mağazalar ilave ederek işi biraz daha büyüttmüşler. Bu şekilde on beş sene geçmiş ve 1982 yılında amcalarında tezgâhlara dahil olmuşlar. 1982'de babam Adana'ya taşınmış.

1989'da üretim nasıl yapılır diye düşünmeye başladık ve ürünleri kendimiz üretmeye başladık. Üretimle ilgili bu kararıma babam çok destek oldu. Bu konuşmadan on beş gün sonra çocuk gömleği üretimine başladık. Coşkun ismiyle üretimlerimiz devam etti. Bu ürünleri kendi araçlarımız ile götürüp satıyorduk. Kırk metre karelik bir dükkân ile başladığımız bu yolculuk iki bin beş yüz metre kare bir dükkân ile devam etti. O dönemlerde çocukların fikri pek önemsenmezdi fakat bizde bu durum tam tersi idi. Babam benim kararlarımıza hep saygı duymuştur.

Toptan alıp sattığımız ürünler Coşkun markası ile satılmaya devam ediyordu. Bu süreçte okul önlükleri üretmeye başladık. Piyasayı, üretimi, toptancılığı, satışı hepsini tanımaya başladık. 1994'ten sonra yeni arayışlara girdik. İlerisi için neler yapabiliriz düşüncesine kapıldık. Markasız üretimin bizi nereye taşıyacağını göremiyorduk. 1996'da bu şirketin iki büyük hedefi olduğuna karar verdik. Birincisi marka çıkarmak ikincisi ise yurt dışına açılmak. Bu hedefler doğrultusunda 1997 yılında Süvari markası kurulmuş oldu. 1997 yılının sonunda üretime başladık ve ihracat(Türkiye'de üretilen bir malın döviz karşılığında yabancı bir ülkeye satılması) çalışmalarını düşünmeye başladık. Türkmenistan'da bazı arkadaşlarımız iş yapıyordu ve bizleri de oraya davet ettiler. Bizde orada bir mağaza açtık ve bir arkadaşımızı orada bıraktık. Kısa sürede oradaki mağaza sayımız üçe çıktı.

Enteresan bir şekilde ilk mağazamız yurt dışında faaliyet gösterirken Türkiye'de mağazamız olmadığını fark ettik.1999 yılında artık kendi mağazamızdan satış yapmalıyız fikrine vardık. Adana'da Atatürk caddesinde ilk mağazamızı açtık. 2005 yılında sektörden kendi markamızı nasıl ayırırız diye düşündük. Reklam danışmanlarımız ile farklı fikirler ortaya çıkardık. İnovatif ürün fikri ortaya çıktı ve ilk kez gömleğin yakasına gizli bir ilik koyduk. Bu dünyada bir ilkti ve patentini de aldık. Bu ve bunun gibi kendi firmamızı öne çıkaracak birçok çalışmamız oldu.

Şu anda yedi ülkede yirmi bir mağazamız var. Yirmi ülkeye de ürün satışı yapıyoruz. Mağaza ve üretim kapasitesi büyüdükçe birimlerimiz gelişti. Marka olgusu arttığı için toptancılıktaki payımızı biraz küçülttük. Tekstilde sadece Süvari ile devam ediyoruz.

(Gerçek bir yaşam öyküsünden uyarlanmıştır.)

Tüm bu bilgiler ışığında aşağıdaki sorulara cevap veriniz :

1- Örnek olayda kişi tanıtım ve pazarlama fikrini nasıl geliştirmiştir?

ilk başlarda seyyar satışlar yaparak tanıtıyor

2- Siz de örnek bir tanıtım ve pazarlama fikri geliştirebilir misiniz? Lütfen yazınız.

Örnek = kabalık ortamındaki reklam pandoması
Ayrıca çok rahat gören noktalarda pazar-

Açıklama (Avantaj, dezavantaj, fırsat, tehdit)

Seyyar satışlar yaparak dışarıya ürünleri
satılması. Avantaj

3- Örnek olayda karakterimiz tanıtım ve pazarlama fikrini geliştirirken nasıl bir yol izlemiştir?

Megane aarak

4- Siz tanıtım ve pazarlama fikrinizi neleri dikkate alarak geliştirdiniz?

Ambalajlarının güzel olması, helal mal olmasına dikkat ederdim

Açıklama (Avantaj, dezavantaj, fırsat, tehdit)

Elimdeki para ile ambalajlar için ambalaj yapan bir yenden yapması için para verirdim.

Aşağıda yukarıdaki vaka analizinden örnek bazı cümleler eksik olarak verilmiştir. Cümleler devam etse idi sizce hikâye nasıl devam ederdi. Lütfen yazınız?

1- "1967 yılında babam tekstil işine girmeye karar vermiş. Dedem bu konuyu pek sıcak karşılamamış...

Ama benim babam beni bu konuda çok destekledi ve benim bir butik açmamın arkasında durdu

2- "1989'da üretim nasıl yapılır diye düşünmeye başladık ve ürünleri kendimiz üretmeye başladık ...

Bu sayede güzel tanıtımlar yaptık.

3- "Toptan alıp sattığımız ürünler Coşkun markası ile satılmaya devam ediyordu. Bu süreçte okul önlükleri üretmeye başladık. Piyasayı, üretimi, toptancılığı, satışı hepsini tanımaya başladık. 1994'ten sonra yeni arayışlara girdik. İlerisi için neler yapabiliriz düşüncesine kapıldık. Markasız üretimin bizi nereye taşıyacağını göremiyorduk....

Elbiseler yapmaya başladık aynı zamanda çok güzel tanıtımlar ve pazarlamalar yapıyorlardık.

EK 5: Yatırım Teması ile İlgili Uygulama Örnekleri.

ÇALIŞMA YAPRAĞI Vaka Örneği

BİZE HER ŞEYİ KRİZLER ÖĞRETTİ...

1967'de Eskişehir'de doğdum. İlk orta lise eğitimimi Eskişehir'de tamamladım. Orta Doğu Teknik Üniversitesi Elektrik elektronik mühendisliği bölümünü bitirdim. 1996'nın sonlarına doğru çeşitli şirketlerde çalışmaya başladım. Çalıştığım işler genellikle elektrik ve elektronik ile ilgiliydi. Ardından ESTAP(Elektrik Elektronik ve Bilgisayar Sistemleri) firmasına ortak oldum. 1998 yılında elektrik sektöründen çıkarak IT(bilgisayar teknolojileri) bölümüne geçiş yaptık. 2001 yılında Dudullu'da beş bin metrekaresel bir alana kendi fabrikamızı kurduk. 2005 yılında fabrika bize yetmemeye başladı için yatırımlarımızı Eskişehir'e götürmeye karar verdik. Orada on bin metrekaresel bir alanda fabrikamızı kurduktan sonra ekstra olarak on bin metrekaresel bir alana daha yatırım yaptık.

Bize her şeyi krizler öğretti. İhracat nedir bilmiyorduk. 2001 yılında Türkiye'de kriz olunca yapacak bir şey olmadığı için yurt dışına ürün satmaya karar verdik. Bu kararımız doğrultusunda araştırmalara başladık. Dünyanın dört bir yanını gezdik. Katılmadığımız fuar kalmadı diyebilirim. Dolayısıyla 2001 krizinden şirketimiz büyüyerek çıktı. İhracatımız çok fazla arttı için yapılan yatırımlarımız bizleri 2008 yılına kadar kolayca götürdü. Çünkü kriz varken biz makine yatırımı yapıyorduk.

2008 yılında şirketi Fransızlara sattık. Şirketi sattıktan sonra üç sene yasal zorunluluk gereği genel müdür olarak görevime devam ettim. 2011 yılında oradan emekli oldum. Yıllar sonra büyüttüğünüz bir şirketi satın, ardından da oradan emekli olmak değişik bir duygu olsa gerek...

Biz bu süreçte tekrardan bir arayış içine girdik. Öyle bir şey yapalım ki emeklilik hayatımızda gezmeye ve eğlenmeye vakit ayıralım, çalışmayalım düşüncesine kapıldık fakat işler pekte öyle olmuyormuş. İmalat insanı dinç tutuyormuş bunu fark ettik. Boş durmak üretmemek bize göre değilmiş. Tüm bu düşüncelerimiz neticesinde yeni bir alana yönelmeye karar verdik. Bu araştırmalar sonucunda döküm işi bize mantıklı geldi. Türkiye'de bu işi ciddiye alıp pek fazla yapan olmadığını fark ettik. Kâr oranlarına baktık ve gelişebilir mi gelişemez mi ? Bir dünya markası olabilir mi diye düşündük. Nihayetinde Lava markası doğmuş oldu. Biz kurduğumuz şirketlerin finansal olarak satılması fikrini önemseydiğimiz için çok önemli yatırımlar yaptık. Yatırımlarımıza 2010 yılında başlamış 2011 yılı Mayıs ayında fatura kesmeye başlamıştık.

Şu anda züccaciye sektöründe daha fazla üretimimiz var. Yılda toplam dört milyon adet ızgara üretimi yapabiliyoruz. Biz bu tesisi kurarken önümüzdeki üç yıla dönük olarak yatırımlarımızı yaptık. Büyüdükçe yatırım yapalım mantığıyla hareket etmedik. Baştan planımızı iyi yaptık ve projeksiyonu çizdik. Biz firmalar ile daha çok partner olarak çalışıyoruz. Son kullanıcıya ulaşım kendi markamızı güçlendirmek istiyoruz. Elliye yakın referans ürünümüz var. 2012'nin sonlarında yüz çeşit ürün oldu. Kendimize stratejik bir yol çizdik. Özellikle Rusya, Türki Cumhuriyetler, İran, Ortadoğu, Kuzey Afrika'nın bir kısmı ve Doğu Avrupa hedef pazarlarımız arasında. Avrupa'nın ve dünyanın pek çok önemli züccaciye fuarında da yer alıyoruz ve almaya da devam edeceğiz.

(Gerçek bir yaşam öyküsünden uyarlanmıştır.)

Tüm bu bilgiler ışığında aşağıdaki sorulara cevap veriniz :

1- Örnek olayda kişi yatırım fikrini nasıl geliştirmiştir?

Orta doğu teknik üniversitesi elektrik elektronik mühendisliği bölümünü bitirdim.

2- Siz de örnek bir yatırım fikri geliştirebilir misiniz? Lütfen yazınız.

Bir butik mağazası için süslü olma.

Açıklama (Avantaj, dezavantaj, fırsat tehdit)

elektronik mühendisliği

3- Örnek olayda karakterimiz yatırım fikrini geliştirirken nasıl bir yol izlemiştir?

Orta doğu teknik üniversitesi elektrik elektronik mühendisliği

4- Siz yatırım fikrinizi neleri dikkate alarak geliştirdiniz?

Plan, bütçe, iş fikri, kurulum

Açıklama (Avantaj, dezavantaj, fırsat tehdit)

elektronik mühendisliği

ÇALIŞMA YAPRAĞI Vaka Örneği

BİZE HER ŞEYİ KRİZLER ÖĞRETTİ...

1967'de Eskişehir'de doğdum. İlk orta lise eğitimimi Eskişehir'de tamamladım. Orta Doğu Teknik Üniversitesi Elektrik elektronik mühendisliği bölümünü bitirdim. 1996'nın sonlarına doğru çeşitli şirketlerde çalışmaya başladım. Çalıştığım işler genellikle elektrik ve elektronik ile ilgiliydi. Ardından ESTAP(Elektrik Elektronik ve Bilgisayar Sistemleri) firmasına ortak oldum. 1998 yılında elektrik sektöründen çıkarak IT(bilgisayar teknolojileri) bölümüne geçiş yaptık. 2001 yılında Dudulla'da beş bin metrekarelik bir alana kendi fabrikamızı kurduk. 2005 yılında fabrika bize yetmemeye başladı için yatırımlarımızı Eskişehir'e götürmeye karar verdik. Orada on bin metrekarelik bir alanda fabrikamızı kurduktan sonra ekstra olarak on bin metrekarelik bir alana daha yatırım yaptık.

Bize her şeyi krizler öğretti. İhracat nedir bilmiyorduk. 2001 yılında Türkiye'de kriz olunca yapacak bir şey olmadı. İçin yurt dışına ürün satmaya karar verdik. Bu kararımız doğrultusunda araştırmalara başladık. Dünyanın dört bir yanını gezdik. Katılmadığımız fuar kalmadı diyebilirim. Dolayısıyla 2001 krizinden şirketimiz büyüyerek çıktı. İhracatımız çok fazla arttı. İçin yapılan yatırımlarımız bizi 2008 yılına kadar kolayca götürdü. Çünkü kriz varken biz makine yatırımı yapıyorduk.

2008 yılında şirketi Fransızlara sattık. Şirketi sattıktan sonra üç sene yasal zorunluluk gereği genel müdür olarak göreve devam ettim. 2011 yılında oradan emekli oldum. Yıllar sonra büyüdüğünüz bir şirketi satıp, ardından da oradan emekli olmak değişik bir duygu olsa gerek...

Biz bu süreçte tekrardan bir arayış içine girdik. Öyle bir şey yapalım ki emeklilik hayatımızda gezmeye ve eğlenmeye vakit ayıralım, çalışmayalım düşüncesine kapıldık fakat işler pekte öyle olmuyormuş. İmalat insanı dinç tutuyormuş bunu fark ettik. Boş durmak üretmemek bize göre değilmiş. Tüm bu düşüncelerimiz neticesinde yeni bir alana yönelmeye karar verdik. Bu araştırmalar sonucunda döküm işi bize mantıklı geldi. Türkiye'de bu işi ciddiye alıp pek fazla yapan olmadığını fark ettik. Kar oranlarına baktık ve gelişebilir mi gelişemez mi? Bir dünya markası olabilir mi diye düşündük. Nihayetinde Lava markası doğmuş oldu. Biz kurduğumuz şirketlerin finansal olarak satılması fikrini önemsemediğimiz için çok önemli yatırımlar yaptık. Yatırımlarımıza 2010 yılında başlamış 2011 yılı Mayıs ayında fatura kesmeye başlamıştık.

Şu anda züccaciye sektöründe daha fazla üretimimiz var. Yılda toplam dört milyon adet ızgara üretimi yapılabiliyoruz. Biz bu tesisi kurarken önümüzdeki üç yıl dönük olarak yatırımlarımızı yaptık. Büyüdükçe yatırım yapalım mantığıyla hareket etmedik. Baştan planımızı iyi yaptık ve projeksiyonu çizdik. Biz firmalar ile daha çok partner olarak çalışıyoruz. Son kullanıcıya ulaşım kendi markamızı güçlendirmek istiyoruz. Elliye yakın referans ürünümüz var. 2012'nin sonlarında yüz çeşit ürün oldu. Kendimize stratejik bir yol çizdik. Özellikle Rusya, Türkiye Cumhuriyetler, İran, Ortadoğu, Kuzey Afrika'nın bir kısmı ve Doğu Avrupa hedef pazarlarımız arasında. Avrupa'nın ve dünyanın pek çok önemli züccaciye fuarında da yer alıyoruz ve almaya da devam edeceğiz.

(Gerçek bir yaşam öyküsünden uyarlanmıştır.)

Tüm bu bilgiler ışığında aşağıdaki sorulara cevap veriniz :

1- Örnek olayda kişi yatırım fikrini nasıl geliştirmiştir?

Gesitir şirketlerde çalışarak.

2- Siz de örnek bir yatırım fikri geliştirebilir misiniz? Lütfen yazınız.

Evet geliştirebiliriz ben bir kozmetik satış bir mağaza açıp işler güzel giderse bakım ürünlerinde satışlarım.

Açıklama (Avantaj, dezavantaj, fırsat tehdit)

3- Örnek olayda karakterimiz yatırım fikrini geliştirirken nasıl bir yol izlemiştir?

Sürekliliği gesitir şirketlerde çalışarak öğrenme geliştirmişti.

4- Siz yatırım fikrinizi neleri dikkate alarak geliştirdiniz?

Açıklama (Avantaj, dezavantaj, fırsat tehdit)

ÇALIŞMA YAPRAĞI Vaka Örneği

BİZE HER ŞEYİ KRİZLER ÖĞRETTİ...

1967'de Eskişehir'de doğdum. İlk orta lise eğitimimi Eskişehir'de tamamladım. Orta Doğu Teknik Üniversitesi Elektrik elektronik mühendisliği bölümünü bitirdim. 1996'nın sonlarına doğru çeşitli şirketlerde çalışmaya başladım. Çalıştığım işler genellikle elektrik ve elektronik ile ilgiliydi. Ardından ESTAP(Elektrik Elektronik ve Bilgisayar Sistemleri) firmasına ortak oldum. 1998 yılında elektrik sektöründen çıkarak IT(bilgisayar teknolojileri) bölümüne geçiş yaptık. 2001 yılında Dudullu'da beş bin metrekaresel bir alana kendi fabrikamızı kurduk. 2005 yılında fabrika bize yetmemeye başladı için yatırımlarımızı Eskişehir'e götürmeye karar verdik. Orada on bin metrekaresel bir alanda fabrikamızı kurduktan sonra ekstra olarak on bin metrekaresel bir alana daha yatırım yaptık.

Bize her şeyi krizler öğretti. İhracat nedir bilmiyorduk. 2001 yılında Türkiye'de kriz olunca yapacak bir şey olmadığı için yurt dışına ürün satmaya karar verdik. Bu kararımız doğrultusunda araştırmalara başladık. Dünyanın dört bir yanını gezdik. Katılmadığımız fuar kalmadı diyebilirim. Dolayısıyla 2001 krizinden şirketimiz büyüyerek çıktı. İhracatımız çok fazla arttı için yapılan yatırımlarımız bizi 2008 yılına kadar kolayca götürdü. Çünkü kriz varken biz makine yatırımı yapıyorduk.

2008 yılında şirketi Fransızlara sattık. Şirketi sattıktan sonra üç sene yasal zorunluluk gereği genel müdür olarak görevime devam ettim. 2011 yılında oradan emekli oldum. Yıllar sonra büyüttüğünüz bir şirketi satın, ardından da oradan emekli olmak değişik bir duygu olsa gerek...

Biz bu süreçte tekrardan bir arayış içine girdik. Öyle bir şey yapalım ki emeklilik hayatımızda gezmeye ve eğlenmeye vakit ayıralım, çalışmayalım düşüncesine kapıldık fakat işler pekte öyle olmuyormuş. İmalat insanı dinç tutuyormuş bunu fark ettik. Boş durmak üretmemek bize göre değilmiş. Tüm bu düşüncelerimiz neticesinde yeni bir alana yönelmeye karar verdik. Bu araştırmalar sonucunda döküm işi bize mantıklı geldi. Türkiye'de bu işi ciddiye alıp pek fazla yapan olmadığımızı fark ettik. Kâr oranlarına baktık ve gelişebilir mi gelişemez mi ? Bir dünya markası olabilir mi diye düşündük. Nihayetinde Lava markası doğmuş oldu. Biz kurduğumuz şirketlerin finansal olarak satılması fikrini önemseyemediğimiz için çok önemli yatırımlar yaptık. Yatırımlarımıza 2010 yılında başlamış 2011 yılı Mayıs ayında fatura kesmeye başlamıştık.

Şu anda züccaciye sektöründe daha fazla üretimimiz var. Yılda toplam dört milyon adet ızgara üretimi yapabiliyoruz. Biz bu tesisi kurarken önümüzdeki üç yıla dönük olarak yatırımlarımızı yaptık. Büyüdükçe yatırım yapalım mantığıyla hareket etmedik. Baştan planımızı iyi yaptık ve projeksiyonu çizdik. Biz firmalar ile daha çok partner olarak çalışıyoruz. Son kullanıcıya ulaşp kendi markamızı güçlendirmek istiyoruz. Elliye yakın referans ürünümüz var. 2012'nin sonlarında yüz çeşit ürün oldu. Kendimize stratejik bir yol çizdik. Özellikle Rusya, Türki Cumhuriyetler, İran, Ortadoğu, Kuzey Afrika'nın bir kısmı ve Doğu Avrupa hedef pazarlarımız arasında. Avrupa'nın ve dünyanın pek çok önemli züccaciye fuarında da yer alıyoruz ve almaya da devam edeceğiz.

(Gerçek bir yaşam öyküsünden uyarlanmıştır.)

Tüm bu bilgiler ışığında aşağıdaki sorulara cevap veriniz :

1- Örnek olayda kişi yatırım fikrini nasıl geliştirmiştir?

Elektrik tesisinde çalışıyordum

2- Siz de örnek bir yatırım fikri geliştirebilir misiniz? Lütfen yazınız.

Çok miktarda param var onu bankaya yatırıyorum

Açıklama (Avantaj, dezavantaj, fırsat tehdit)

Bilek yapar onu satıyorum

3- Örnek olayda karakterimiz yatırım fikrini geliştirirken nasıl bir yol izlemiştir?

Güzel bir yol izlemiştir

4- Siz yatırım fikrinizi neleri dikkate alarak geliştirdiniz?

Bir cafe atar onu geliştirir biletlikleri

Açıklama (Avantaj, dezavantaj, fırsat tehdit)

Bir sol tasarımlar onu üretir ve yatırırım

BİZE HER ŞEYİ KRİZLER ÖĞRETTİ...

1967'de Eskişehir'de doğdum. İlk orta lise eğitimimi Eskişehir'de tamamladım. Orta Doğu Teknik Üniversitesi Elektrik elektronik mühendisliği bölümünü bitirdim. 1996'nın sonlarına doğru çeşitli şirketlerde çalışmaya başladım. Çalıştığım işler genellikle elektrik ve elektronik ile ilgiliydi. Ardından ESTAP(Elektrik Elektronik ve Bilgisayar Sistemleri) firmasına ortak oldum. 1998 yılında elektrik sektöründen çıkarak IT(bilgisayar teknolojileri) bölümüne geçiş yaptık. 2001 yılında Dudullu'da beş bin metrekarelik bir alana kendi fabrikamızı kurduk. 2005 yılında fabrika bize yetmemeye başladı için yatırımlarımızı Eskişehir'e götürmeye karar verdik. Orada on bin metrekarelik bir alanda fabrikamızı kurduktan sonra ekstra olarak on bin metrekarelik bir alana daha yatırım yaptık.

Bize her şeyi krizler öğretti. İhracat nedir bilmiyorduk. 2001 yılında Türkiye'de kriz olunca yapacak bir şey olmadığı için yurt dışına ürün satmaya karar verdik. Bu kararımız doğrultusunda araştırmalara başladık. Dünyanın dört bir yanını gezdik. Katılmadığımız fuar kalmadı diyebilirim. Dolayısıyla 2001 krizinden şirketimiz büyüyerek çıktı. İhracatımız çok fazla arttığı için yapılan yatırımlarımız bizi 2008 yılına kadar kolayca götürdü. Çünkü kriz varken biz makine yatırımı yapıyorduk.

2008 yılında şirketi Fransızlara sattık. Şirketi sattıktan sonra üç sene yasal zorunluluk gereği genel müdür olarak görevime devam ettim. 2011 yılında oradan emekli oldum. Yıllar sonra büyüdüğünüz bir şirketi satın, ardından da oradan emekli olmak değişik bir duygu olsa gerek...

Biz bu süreçte tekrardan bir arayış içine girdik. Öyle bir şey yapalım ki emeklilik hayatımızda gezmeye ve eğlenmeye vakit ayıralım, çalışmayalım düşüncesine kapıldık fakat işler pekte öyle olmuyormuş. İmalat insanı dinç tutuyormuş bunu fark ettik. Boş durmak üretmemek bize göre değilmiş. Tüm bu düşüncelerimiz neticesinde yeni bir alana yönelmeye karar verdik. Bu araştırmalar sonucunda döküm işi bize mantıklı geldi. Türkiye'de bu işi ciddiye alıp pek fazla yapan olmadığını fark ettik. Kâr oranlarına baktık ve gelişebilir mi gelişemez mi? Bir dünya markası olabilir mi diye düşündük. Nihayetinde Lava markası doğmuş oldu. Biz kurduğumuz şirketlerin finansal olarak satılması fikrini önemseydiğimiz için çok önemli yatırımlar yaptık. Yatırımlarımıza 2010 yılında başlamış 2011 yılı Mayıs ayında fatura kesmeye başlamıştık.

Şu anda züccaciye sektöründe daha fazla üretimimiz var. Yılda toplam dört milyon adet ızgara üretimi yapabiliyoruz. Biz bu tesisi kurarken önümüzdeki üç yıla dönük olarak yatırımlarımızı yaptık. Büyüdükçe yatırım yapalım mantığıyla hareket etmedik. Baştan planımızı iyi yaptık ve proteksiyonu çizdik. Biz firmalar ile daha çok partner olarak çalışıyoruz. Son kullanıcılara ulaşarak kendi markamızı güçlendirmek istiyoruz. Elliye yakın referans ürünümüz var. 2012'nin sonlarında yüz çeşit ürün oldu. Kendimize stratejik bir yol çizdik. Özellikle Rusya, Türkiye Cumhuriyetleri, İran, Ortadoğu, Kuzey Afrika'nın bir kısmı ve Doğu Avrupa hedef pazarlarımız arasında. Avrupa'nın ve dünyanın pek çok önemli züccaciye fuarında da yer alıyoruz ve almaya da devam edeceğiz.

(Gerçek bir yaşam öyküsünden uyarlanmıştır.)

Tüm bu bilgiler ışığında aşağıdaki sorulara cevap veriniz :

1- Örnek olayda kişi yatırım fikrini nasıl geliştirmiştir?

Kendi çalıştığı yer yetmeyip başka yer açması

2- Siz de örnek bir yatırım fikri geliştirebilir misiniz? Lütfen yazınız.

Kendi yaptığı ürünü çok kullanışlı satmak

Açıklama (Avantaj, dezavantaj, fırsat tehdit)

dezavantaj: kendi çalıştığı yerler

3- Örnek olayda karakterimiz yatırım fikrini geliştirirken nasıl bir yol izlemiştir?

Kendi yaptığı işi artırması ve başka yer açması

4- Siz yatırım fikrinizi neleri dikkate alarak geliştirdiniz?

insanların almaya çok önemli

Açıklama (Avantaj, dezavantaj, fırsat tehdit)

dezavantaj: kendi çalıştığı yerden ayrılması

BİZE HER ŞEYİ KRİZLER ÖĞRETTİ...

1967'de Eskişehir'de doğdum. İlk orta lise eğitimimi Eskişehir'de tamamladım. Orta Doğu Teknik Üniversitesi Elektrik elektronik mühendisliği bölümünü bitirdim. 1996'nın sonlarına doğru çeşitli şirketlerde çalışmaya başladım. Çalıştığım işler genellikle elektrik ve elektronik ile ilgiliydi. Ardından ESTAP(Elektrik Elektronik ve Bilgisayar Sistemleri) firmasına ortak oldum. 1998 yılında elektrik sektöründen çıkarak IT(bilgisayar teknolojileri) bölümüne geçiş yaptık. 2001 yılında Dudullu'da beş bin metrekarelik bir alana kendi fabrikamızı kurduk. 2005 yılında fabrika bize yetmemeye başladı için yatırımlarımızı Eskişehir'e götürmeye karar verdik. Orada on bin metrekarelik bir alanda fabrikamızı kurduktan sonra ekstra olarak on bin metrekarelik bir alana daha yatırım yaptık.

Bize her şeyi krizler öğretti. İhracat nedir bilmiyorduk. 2001 yılında Türkiye'de kriz olunca yapacak bir şey olmadığı için yurt dışına ürün satmaya karar verdik. Bu kararımız doğrultusunda araştırmalara başladık. Dünyanın dört bir yanını gezdik. Katılmadığımız fuar kalmadı diyebilirim. Dolayısıyla 2001 krizinden şirketimiz büyüyerek çıktı. İhracatımız çok fazla arttığı için yapılan yatırımlarımız bizleri 2008 yılına kadar kolayca götürdü. Çünkü kriz varken biz makine yatırımı yapıyorduk.

2008 yılında şirketi Fransızlara sattık. Şirketi sattıktan sonra üç sene yasal zorunluluk gereği genel müdür olarak görevime devam ettim. 2011 yılında oradan emekli oldum. Yıllar sonra büyüttüğünüz bir şirketi satıp, ardından da oradan emekli olmak değişik bir duygu olsa gerek...

Biz bu süreçte tekrardan bir arayış içine girdik. Öyle bir şey yapalım ki emeklilik hayatımızda gezme ve eğlenmeye vakit ayıralım, çalışmayalım düşüncesine kapıldık fakat işler pekte öyle olmuyormuş. İmalat insanı dinç tutuyormuş bunu fark ettik. Boş durmak üretmemek bize göre değilmiş. Tüm bu düşüncelerimiz neticesinde yeni bir alana yönelmeye karar verdik. Bu araştırmalar sonucunda döküm işi bize mantıklı geldi. Türkiye'de bu işi ciddiye alıp pek fazla yapan olmadığını fark ettik. Kâr oranlarına baktık ve gelişebilir mi gelişemez mi ? Bir dünya markası olabilir mi diye düşündük. Nihayetinde Lava markası doğmuş oldu. Biz kurduğumuz şirketlerin finansal olarak satılması fikrini önemseydiğimiz için çok önemli yatırımlar yaptık. Yatırımlarımıza 2010 yılında başlamış 2011 yılı Mayıs ayında fatura kesmeye başlamıştık.

Şu anda züccaciye sektöründe daha fazla üretimimiz var. Yılda toplam dört milyon adet ızgara üretimi yapabiliyoruz. Biz bu tesisi kurarken önümüzdeki üç yıla dönük olarak yatırımlarımızı yaptık. Büyüdükçe yatırım yapalım mantığıyla hareket etmedik. Baştan planımızı iyi yaptık ve projeksiyonu çizdik. Biz firmalar ile daha çok partner olarak çalışıyoruz. Son kullanıcıya ulaşım kendi markamızı güçlendirmek istiyoruz. Elliye yakın referans ürünümüz var. 2012'nin sonlarında yüz çeşit ürün oldu. Kendimize stratejik bir yol çizdik. Özellikle Rusya, Türkiye Cumhuriyetleri, İran, Ortadoğu, Kuzey Afrika'nın bir kısmı ve Doğu Avrupa hedef pazarlarımız arasında. Avrupa'nın ve dünyanın pek çok önemli züccaciye fuarında da yer alıyoruz ve almaya da devam edeceğiz.

(Gerçek bir yaşam öyküsünden uyarlanmıştır.)

Tüm bu bilgiler ışığında aşağıdaki sorulara cevap veriniz :

1- Örnek olayda kişi yatırım fikrini nasıl geliştirmiştir?

Çeşitli şirketlerde çalışıp geliştirmiştir. Çalıştığı işler genellikle elektrik ve elektronik ile ilgiliydi.

2- Siz de örnek bir yatırım fikri geliştirebilir misiniz? Lütfen yazınız.

Bir şirket açarım ve çalışanları peşlele geliştiririm.

Açıklama (Avantaj, dezavantaj, fırsat tehdit)

3- Örnek olayda karakterimiz yatırım fikrini geliştirirken nasıl bir yol izlemiştir?

Yurt dışına ürün satarak yol izlemiştir.

4- Siz yatırım fikrinizi neleri dikkate alarak geliştirdiniz?

Düzenli olarak işi aldım işimi en güzel şekilde yaptım.

Açıklama (Avantaj, dezavantaj, fırsat tehdit)