

# Frumkvöðlasmiðja fyrir innflytjendur

**Lokaskýrsla og leiðbeiningar fyrir  
þróunarverkefnið:  
Nýtt fólk - Nýjar hugmyndir**

INTERCULTURAL ISLAND

2016

G. Ágúst Pétursson og Guðrún Pétursdóttir

## Efni

INNGANGUR .....	1
UM FRUMKVÖÐLAFRÆÐSLU .....	2
AÐFERÐIN .....	4
AÐ LÆRA MEÐ ÞVÍ AÐ GERA .....	7
AFURÐIR .....	8
NÁMSLÝSING .....	9
LOKAORÐ - NIÐURSTÖÐUR .....	10
VIÐAUKI A: NÁMSMAT OG NIÐURSTÖÐUR „FYRIR“ OG „EFTIRÁ“ KANNANNA.....	12
COURSE AND POST COURSE EVALUATION – INTERCULTURAL ICELAND ENTREPRENEURSHIP COURSE.....	15
VIÐAUKI B: CANVAS LÍKANID .....	19

## Inngangur

Eins og kunnugt er þá hefur fjöldi innflytjenda aukist talsvert í Evrópu á síðustu árum. Oft er bent á vandamál sem þessari þróun fylgja og rætt um ógn sem ýmsir telja að steðji að ríkjum Evrópu af þessum sökum og er þá einkum horft til Þýskalands sem hefur tekið á móti miklum fjölda flóttafólks á síðustu árum, einkum frá Sírlandi. Að sjálfsögðu fylgja því ýmsar áskoranir þegar mikill fjöldi einstaklinga sest að í nýju landi á stuttum tíma. Sagan kennir okkur hins vegar að auðvelt er að mæta þessum áskorunum ef vel er staðið að móttöku flóttafólks og innflytjenda almennt. Sjaldnar er rætt um þann gífurlega ávinning sem koma innflytjenda og flóttafólks færir samfélaginu sem flutt er til. Staðreyndin er sú innflytjendur koma með ómetanlega menntun, færni, reynslu og þekkingu í farteskinu, sem því miður er oftar en ekki vannýtt og vanmetin í nýju landi..

Í sept./okt. 2016 stóð InterCultural Iceland fyrir frumkvöðlasmiðju, sem sérstaklega var ætluð innflytjendum. Ekki var ljóst fyrir fram hvernig viðtökur verkefnið fengi, en eftirspurnin reyndist meiri en gert var ráð fyrir. Í smiðjunni unnu innflytjendur í hópum að því að finna og þróa viðskiptahugmyndir, setja raunhæf markmið, greina markaðinn og gera markaðslegar áætlanir og vinna einfalda fjárhagsáætlun. Smiðjan var þátttakendum að kostnaðarlausu, en verkefnið naut stuðnings Þróunarsjóðs innflytjendamála sem heyrir undir Velferðarráðuneytið.

Stefnt var að því að halda smiðju fyrir 20-25 þátttakendur mest, en 42 skráðu sig upphaflega til leiks. 25 var boðið að taka þátt og var þá gert ráð fyrir að ákveðinn hluti myndi heltast úr lestinni, t.d. vegna veikinda eða annarra orsaka. Við val á þátttakendum var einkum tekið mið af því að viðkomandi væri ekki nú þegar í rekstri og hefði ekki mikla reynslu á því sviði, enda smiðjan hugsuð sem skapandi hugmyndaleit og hvatning til að skoða möguleikann á að skapa sér tekjur með því að stofna til starfsemi. Frumkvöðlasmiðjur af þessu tagi eru því ekki hugsaðar

sem námskeið um stofnun og rekstur fyrirtækja. Slík námskeið væru miklu fremur rökrétt framhald af skapandi frumkvöðlasmiðjum og fjölmargir aðilar sem bjóða uppá slíkt.

Eins og við var að búast féllu nokkrir þátttakendur nánast strax út. Helstu ástæður voru:

- Kann þetta allt og þarf ekki á svona smiðju að halda (einn þátttakandi).
- Persónulegar aðstæður.

Árangur sem mældur er í ánægju þátttakenda er ótvíræður eins og kemur fram í meðfylgjandi ánægjumati (sem þátttakendur fylltu út á síðasta degi námskeiðs).

Einn þátttakandi sendi þennan póst í lok okt. 2016: „So.... Thanks to this group and all you guys! You inspired me to create this page! I am presenting you my MuurMuur brand 😊 Of course this is just the begin, but I hope step by step everything will be more serious“.

### Um frumkvöðlafræðslu

Í erindi sem Evrópuráðið (Council of Europe) sendi helstu undirstofnunum sínum árið 2013 og ber heitið „Aðgerðaáætlun 2020 um frumkvöðlastarf“ er fjallað um nauðsyn þess að efla frumkvöðlafræðslu í löndum sambandsins. Þar segir m.a. að nauðsynlegt sé að leysa úr læðingi frumkvöðlakraftinn í Evrópu og ná aftur vexti innan sambandsins<sup>1</sup>. Full ástæða er að gefa þessu stefnuþlaggi nokkurn gaum. Staðreyndin er sú, að lítil og meðalstór fyrirtæki skapa flest störf í Evrópu á hverju ári eða í kringum 4 milljónir starfa. Það eru samt ýmsar ástæður fyrir því að frumkvöðlar lenda í vandræðum: menntakerfið býður ekki upp á rétta grunninn fyrir frumkvöðlastarf, erfitt getur reynst að komast inn á markaðinn og flókið regluverk eru dæmi um hindranir sem frumkvöðlar standa frammi fyrir.

Evrópusambandið vill gera byltingarkennt átak til að efla frumkvöðlastarf. Meðal þess sem gera þarf er eftirfarandi<sup>2</sup>:

- Bæta aðgengi að fjármagni.
- Styðja frumkvöðla á hinu erfiða vaxtarskeiði fyrirtækjanna, en u.þ.b. 50% nýrra fyrirtækja hætta starfsemi á fyrstu fimm árum sem þau starfa.
- Leysa úr læðingi ný viðskiptatækifæri sem felast í / nýta sér þróun nýrrar tækni (digital age).
- Stuðla að því að heiðarlegir frumkvöðlar sem verða gjaldþrota geti fengið annað tækifæri.
- Einfalda regluverkið.

<sup>1</sup> “Unleashing Europe’s entrepreneurial potential to bring back growth.” [http://europa.eu/rapid/press-release\\_IP-13-12\\_en.htm](http://europa.eu/rapid/press-release_IP-13-12_en.htm)

<sup>2</sup> [ibid](#)

- Evrópuráðið hyggst einnig leggja sérstaka áherslu á að stuðla að frumkvöðlastarfi í ákveðnum hópum.
  - Virkja betur frumkvöðlakraft kvenna.
  - Eldri borgarar búa yfir mikilli reynslu sem ætti að flytja yfir til nýrra kynslóða og auðvelda þeim þar með að stofna eigið fyrirtæki.
  - Þróun viðskiptatækifæra og nauðsynleg þjálfun, ráðgjöf og handleiðsla getur skipt miklu máli í baráttunni við atvinnuleysi.
  - Þar sem innflytjendur glíma oft við erfiðleika á vinnumarkaði getur sjálfstæð starfsemi verið áhugaverð fyrir þennan hóp.

Í því samhengi sem hér er til umræðu er síðasti liðurinn einkum áhugaverður. M.a. er bent á, að á árunum 1995 til 2005 voru innflytjendur 52% stofnenda nýrra fyrirtækja í Silicon Valley.

Samkvæmt upplýsingum frá OECD sýna innflytjendur meiri frumkvöðlakraft en heimamenn. Það er því ljóst að á meðal innflytjenda í Evrópu felst mikill frumkvöðlakraftur sem hefur aðeins að hluta til verið virkjaður. Á sama tíma er bent á, að fyrirtæki innflytjenda hafa oft fáa eða enga starfsmenn á launaskrá. Einnig hafa heimamenn vinninginn með tilliti til veltu og hagnaðar<sup>3</sup>. Innflytjendur sem hafa nægjanlega hæfni glíma oft við réttarfarsleg vandamál og önnur vandamál sem hvetja þá til að hefja sjálfstæða starfsemi.

Innflytjendur stofna sem sagt hlutfallslega fleiri fyrirtæki en hlutfall annarra íbúa en vegna skorts á upplýsingum, þekkingu og tungumálakunnáttu mistekst þessum hópi meira en öðrum<sup>4</sup>.

Í 2020 stefnunni segir ma.: „Evrópusambandið hefur opinberlega viðurkennt hið mikilvæga framlag sem innfluttir frumkvöðlar geta átt í því tryggja stöðugan vöxt og viðhalda háu atvinnustigi“. Það þarf því að auðvelda þeim að starfa á sínu sviði, enda um að ræða „drifkraft fyrir sköpun og nýsköpun“.

Evrópa hefur lengi staðið frammi fyrir fjármálakreppu og samdrætti, ásamt miklu atvinnuleysi, auknum ójöfnuði í samfélaginu og aukinni fátækt. Áðurnefnd „Frumkvöðlafræði 2020“ áætlunin undirstrikar, að **til þess að ná Evrópu aftur á flug, auka hagvöxt og minnka atvinnuleysi þurfi Evrópa fleiri frumkvöðla**. Til að koma af stað „frumkvöðlabyltingu“ og til að „virkja frumkvöðlaandann í Evrópu“ lagði framkvæmdastjórnin fram þrjá punkta til að einbeita sér að:

1. Að þróa frumkvöðlafræðslu með það markmið í huga að styðja vöxt og stuðla að stofnun nýrra fyrirtækja.
2. Að skapa hentugt viðskiptaumhverfi – að styrkja kerfi og aðstæður fyrir frumkvöðla með því að fjarlægja hindranir sem standa í vegi fyrir þeim.

### 3. Styðja við nýja kynslóð frumkvöðla og efla frumkvöðlamenningu í Evrópu.

Til þess að frumkvöðlahugmyndir innflytjenda nái flugi og geti staðið sig í harðri samkeppni skiptir menntun og þjálfun lykilmáli. Átt er við fræðslu og þróun á aðferðum þar sem þátttakendur fá tækifæri til að prófa sig áfram og taka þátt í lærdómsríkum verkefnum sem kenna þeim að reka fyrirtæki í nýju landi. Þetta á við í flestum tilvikum, hvort sem um er að ræða vel menntaða einstaklinga eða fólk með litla menntun og reynslu.

Þjálfunin kennir fólki að breyta hugmyndum í verkefni, tileinka sér skapandi hugsun og vinna í teyllum. Til þess að tryggja sem mestan árangur í því að efla frumkvöðlastarf innflytjenda þarf að þróa sérhæfðar námsleiðir og tryggja öflugt samstarf á milli menntakerfis og atvinnulífsins.

Önnur athyglisverð hlið á málinu snýr að lýðfræðilegum breytingum sem eru að verða víða í Evrópu. Meðalaldur fer hækkandi og hlutfall þeirra sem fara á eftirlaun hækkar stöðugt. Þessi þróun hefur m.a. í för með sér að þörfin fyrir fagfólk vex sífellt. Þýskar rannsóknir sýna jafnframt að háskólanemar af erlendum uppruna eiga oft erfitt um vik að finna leið inn á þýskan vinnumarkað<sup>5</sup>. Því er talið æskilegt að veita þeim sem hafa áhuga á og vilja til að stofna til eigin atvinnustarfsemi sem mesta aðstoð. Að sjálfsögðu þarf að nálgast þessa hópa á fjölbreyttan og sveigjanlegan hátt. Þannig eru sumir tiltölulega nýkomnir til landsins, búa yfir lítilli menntun og hafa litla eða enga reynslu af sjálfstæðum rekstri. Aðrir hafa langa reynslu af slíkum rekstri án þess þó að hafa aflað sér menntunar. Svo er sá hópur sem fer í gegnum háskólanám í viðkomandi landi og hefur góða þekkingu á viðskiptum en þarfnast aukinnar fræðslu um viðskiptaumhverfið í nýju landi, markaðskröfur, tengslanet o.s.frv.

#### Aðferðin

Verkefnið sem hér um ræðir snerist um að hanna smiðju, sérstaklega hugsaða með sértæka þekkingu og reynslu innflytjenda í huga og sem eru að hugleiða að stofna eigið fyrirtæki eða langar einfaldlega að kynnast íslensku viðskiptaumhverfi. Eins og flestir vita þá koma innflytjendur með margháttaða reynslu, þekkingu og nýjar og nýstárlegar hugmyndir frá heimalandinu. Auk þess hafa innflytjendur og flóttafólk oft farið í gegnum margvíslega erfiðleika sem geta tengst því að flytja á milli landa eða heimsálfa, stundum af nauðsyn frekar en áhuga. Þessi reynsla getur haft í för með sér endurtekna þjálfun í einmitt þeirri hæfni sem talin er frumkvöðlum mikilvæg. Má þar nefna sem dæmi þrautseigju, sveigjanleika, frumkvæði og samskiptahæfni. Markmiðið með verkefninu var að hanna smiðju þar sem innflytjendur fengju tækifæri til að nýta þessa þekkingu sína, uppgötva nýja þekkingu og öðlast færni til að fjalla um hugmyndir sínar og kanna möguleika sína í íslensku samfélagi.

Ákveðið var að áhersla yrði lögð á eftirfarandi þætti í þeirri smiðju sem þróuð yrði og síðan prófuð með hópi innflytjenda:

<sup>5</sup> **Das Gründungspotential von ausländischen Studierenden (útdráttur):** D. Markgraf, S. Seidel, AKAD Hochschule Leipzig, Professur für Marketing, Innovations- und Gründungsmanagement, Leipzig, Deutschland

- Skapandi þróun viðskiptahugmynda, markmiðasetning, markaðsgreining og markaðsáætlun, fjárhagsleg atriði, kynningar- og sölutækni.
- Innsýn og skilningur á starfi og lífi frumkvöðulsins með áherslu á íslenskar aðstæður.
- Innsýn í íslenskt viðskiptaumhverfi og helstu atriði sem þarf að hafa í huga við að stofna og reka fyrirtæki eða „non profit“ fyrirtæki á Íslandi.

Þar sem markhópur verkefnisins var fjölbreyttur hópur fólks sem allt á það sameiginlegt að hafa flutt til Íslands frá öðru landi þar sem þau áttu uppruna sinn var ákveðið að tvinna saman ýmsar aðferðir fjölmenningarlegrar kennslu og þekktar aðferðir frumkvöðlafræðslunnar. Reynslusmiðja var haldin í september 2016 og komust færri að en vildu. Notast var að mestu við ensku þar sem stærstur hluti þátttakenda bjó ekki yfir nægjanlegri íslenskukunnáttu. Fáeinir þátttakendur höfðu þó náð mjög góðum tókum á tungumálinu á ótrúlega stuttum tíma. Hópurinn var mjög áhugasamur og tilbúinn til að leggja mikið á sig til að komast í aðstöðu til að stofna síðar til eigin atvinnustarfsemi. Meðal þess sem flestir gerðu sér grein fyrir var mikilvægi þess að læra tungumálið og virtist sú meðvitund aukast er á leið. Það er mat skýrsluhöfunda að einstaklingar sem hvorki skilja og tala íslensku eða ensku hljóti oft að glíma við vandamál á íslenskum vinnumarkaði, hvort sem er sem sjálfstætt starfandi eða sem starfsmenn annarra. Úrræði eins og þau sem hér er til umræðu, þar sem beitt er skapandi hugmyndavinnu og farið yfir helstu atriði sem þarf að hafa í huga við stofnun eigin fyrirtækis, eru oft hvati til frekara íslenskunáms.

Þær aðferðir sem notast er við í frumkvöðlasmiðjum eins og þeirri sem hér er til umfjöllunar byggja á hugmyndinni um að „læra með því að gera“ (learning by doing)<sup>6</sup>. Segja má að bandaríska stofnunin NFTE ([www.nfte.com](http://www.nfte.com)) sé einna lengst komin í þróun aðferðarinnar á heimsvísu og þangað eru ýmsar aðferðir og hugmyndir sóttar<sup>7</sup>.

Vinna í frumkvöðlasmiðju getur verið nokkuð krefjandi en alltaf skemmtileg. Gerðar eru margvíslegar kröfur til nemenda: þannig vinnur hver hópur eða einstaklingur einfalda viðskiptaáætlun. Útbúið er fjölbreytt markaðsefni, t.d. bæklingar og heimasíður eftir því sem tími gefst til og í smiðjum sem standa í tvær vikur eða lengur gera hóparnir einfalda internet könnun og læra að semja spurningar og túlka svör auk þess sem nemendur kynnast þeirri tækni sem oftast er beitt við slíkar kannanir. Þátttakendur öðlast aukna færni í notkun á Word, Excel og Power Point, en flestir hafa einhverja grunnþekkingu á þessu sviði. Einnig læra þátttakendur að nýta sér internetið og leitarvélur á skipulegan hátt.

Þar sem þátttakendur á frumkvöðlasmiðjum þurfa að vinna náið saman, kynna hugmyndir sínar, gefa endurgjöf á hugmyndir annarra á uppbyggilegan hátt, hlusta á viðhorf og hugmyndir annarra, gera málamiðlanir o.s.frv. er mikilvægt að þátttakendur finni fyrir öryggi og trausti

<sup>6</sup> M.a. stuðst við handbókina: TELE sem byggir á evrópska Erasmus+ verkefninu „TELE – Teaching Entrepreneurship – Learning Entrepreneurship“. Símenntunarmiðstöðin á Vesturlandi var fulltrúi Íslands í þessu verkefni.

<sup>7</sup> Leiðbeinandi í smiðjunni, G. Ágúst Pétursson hefur sótt þjálfun hjá NFTE og er „Certified Entrepreneurship Teacher“ frá NFTE.

innan hópsins. Því er mikilvægt að smiðju sem þessari að taka tíma í byrjun þar sem farið er í einfalda en áhrifaríka leiki þar sem þátttakendur fá tækifæri til að kynna, tala saman, hlæja og slaka á. Þetta telja skýrsluhöfundar grundvallaratriði áður en byrjað er að vinna í skipulögðum hópum þar sem annars getur komið til ágreinings strax í upphafi eða að þeir sem óöruggari eru (t.d. vegna minni reynslu eða tungumálkunnáttu) verði óöruggir og hætti.

### **Meginefni frumkvöðlasmiðja er eftirfarandi, óháð tímalengd:**

- Finna og þróa hugmyndir.
- Markmiðasetning og verkefnisstjórnun / áætlanagerð.
- Markaðsrannsóknir (eftir því sem tími leyfir) og markaðsáætlanir.
- Söluáætlun, stofnkostnaðaráætlun og fjárhagsleg afkomuáætlun.
- Kynningar- og sölutækni.

### **Helsti ávinningur:**

- Aukinn skilningur á lífi og starfi frumkvöðla á Íslandi.
- Innsýn í íslenskt viðskipta- og stofnanaumhverfi og aðferðir við stofnun og rekstur eigin fyrirtækis.
- Færni í að gera vandaðar áætlanir, þ.m.t. sölu- og fjárhagsáætlanir.
- Áhersla er á að kynna fyrir nemendum aðferðir við að setja sér persónuleg og viðskiptatengd markmið og hvernig á að gera markið að veruleika. Hér skiptir grunnaðferðin „Learning by Doing“ mestu máli.

Vinna í frumkvöðlasmiðjum er í grunnin bæði skapandi og hagnýt – þetta snýst um að læra með því að gera, með aðstoð frá leiðbeinendum. Oftast eru verkefni tengd áhugasviði og reynsluheimi þátttakenda og var það raunin í frumkvöðlasmiðju þeirri sem hér er til umræðu. Það leiðir af sjálfu sér að verkefni séu tengd áhugasviði en leiðbeinandi aðstoðar nemendur við að gera sér grein fyrir mikilvægi slíkrar nálgunar.

NFTE Entrepreneurial Mindset Index (EMI) mælir **átta grunn gildi** sem talin eru nauðsynleg til að verða frumkvöðull, byggt á áralangri reynslu:

- Að koma auga á tækifæri
- Sátt við að taka áhættu
- Sköpunargleði
- Framtíðarsýn
- Sveigjanleiki og aðlögunarhæfni
- Frumkvæði
- Gagnrýnin og lausnamiðuð hugsun

- Samskiptahæfni<sup>8</sup>.

Við hönnun smiðjunnar var því lögð sérstök áhersla á að hann og nýta kennsluaðferðir sem þjálfuðu þá færni sem hér er upptalin. Sérstaklega geta virkar og skapandi aðferðir ýtt undir skapandi hugsun, sveigjanleika og aðlögunarhæfni, gagnrýna hugsun og samskipta og samvinnufærni.

### Að læra með því að gera

Eins og áður segir var lögð áhersla á skapandi og virkar kennsluaðferðir þar sem megin stefið er „Learning by Doing“, samvirkt nám og lausnaleit. Ekki skal farið hér ítarlega út í einstaka þætti, en megináherslan er á eftirfarandi:

- Efla sköpunargleði þátttakenda;
- Uppgötva styrkleika hvers og eins, færni og getu;
- Skilgreina vegferðina frá viðskiptahugmynd að raunhæfu verkefni;
- Gera viðskiptaáætlun;

„Að læra með því að gera“ í þessu samhengi felur í sér að búa til viðskiptalíkan (s.k. Canvas líkan, sjá viðauka) sem byggir á hugmyndum þátttakenda. Nemendur fá afhent sniðmát (Template, sjá pdf. skjal í viðhengi) sem nauðsynlegt er til að setja hugmyndina í rökrétt samhengi. Þetta sniðmát er mikilvægt í kennslunni, en það er hugsað til að auðvelda nemendum að fjalla á einfaldan en skilvirkan hátt um heildarverkefnið og síðan í lokin til að kynna það fyrir öðrum þátttakendum og ef því er að skipta fjárfestum og bönkum. Annir nemendur fá sent sniðmát í upphafi frumkvöðlasmiðju og eru samhliða öðrum verkefnum allan tímann að vinna í því.

Til að hvetja þátttakendur áfram kynnir leiðbeinandinn raunveruleg dæmi um fyrirtæki sem náð hafa langt, en einnig frumkvöðla sem hafa ekki ennþá náð árangri. Hægt er að bjóða frumkvöðlum sem gestum í smiðjuna til að deila sinni reynslu, frá stofnun fyrirtækisins til dagsins í dag, til að gera þátttakendum grein fyrir kostum, áskorunum, vandamálum og lausnum sem frumkvöðlarnir hafa staðið frammi fyrir í sínum rekstri. Annar leiðbeinandi smiðjunnar, stofnandi InterCultural Ísland, sagði frá sinni reynslu í stofnun fyrirtækis sem ekki væri rekið í hagnaðarskyni og lagði þar áherslu á atriði sem kennd voru á þessu námskeiði og hefði verið gott að vita við upphaf nýs fyrirtækis. Þar sem smiðjan stóð hins vegar aðeins í eina viku reyndist vegna tímaskorts ekki unnt að koma því við að fá fleiri frumkvöðla í heimsókn. Í ljósi reynslunnar má segja, að það hefði án efa komið betur út ef smiðjan hefði staðið í tvær eða jafnvel þrjár vikur.



Strax frá fyrsta degi byrjuðu þátttakendur að velta fyrir sér hugmyndum að rekstri sem þeim finnst vanta á Íslandi. Þátttakendur voru beðnir að velta fyrir sér hvort þeir myndu eftir einhverri þjónustu, vöru eða félagsskap sem þau mundu eftir frá sínum heimaslóðum eða annarstaðar frá þar sem þau hafa dvalið og þau sakna hér á landi. Í kjölfarið var farið í hugarflug (brainstorming) um allar mögulegar hugmyndir sem þeim datt í hug og komu að lokum fram mun fleiri hugmyndir en mögulegt hefði verið að framkvæma eða vinna með á svo stuttu námskeiði. Smám saman var hugmyndum fækkað og hver og einn tengdist þeirri hugmynd sem þeim fannst mest áhugaverð.

Sumir þátttakendur höfðu þegar mótaða hugmynd um rekstur og höfðu jafnvel þegar byrjað að vinna með þá hugmynd en öllum var gert ljóst að smiðja sem þessi snerist fyrst og fremst um að læra ferlið frekar en að allir þátttakendur kæmu út með fullskapaða hugmynd. Að lokum voru allir þátttakendur sáttir við að vinna í hópum í kringum ákveðna hugmynd.

Með þessa ákveðnu hugmynd í huga fylgdu hóparnir ákveðnu ferli sem sjá má skýrt á meðfylgjandi glærum. Þeim var eins og áður segir látið í té „sniðmát“ sem þau fylgdu við þróun hugmyndarinnar enda fjallar það um alla helstu þætti sem hefðbundin viðskiptaáætlun þarf að innihalda. Leiðbeinendur fylgdust grannt með vinnunni og gáfu endurgjöf og leiðbeindu eins og þurfa þótti. Að mestu leiti var þátttakendum þó gefið færi á að vinna sjálfstætt og nýta eigið frumkvæði við vinnuna.

Í lok smiðjunnar kynntu þátttakendur verkefni sín fyrir hópnum og stóð hver kynning í u.þ.b. 12-13 mínútur. Kynningarnar voru mjög vel unnar og öllum til sóma, sérstaklega með það í huga hversu lítinn tíma hóparnir fengu til úrvinnslu hugmynda sinna.

### Afurðir

Útkoman fer eftir þeim tíma sem er til ráðstöfunar, en eftirfarandi afurðir geta t.d. komið frá nemendum:

- Stutt, skrifleg viðskiptaáætlun (3-6 blaðsíður)
- Vel hönnuð power point kynning
- Auglýsingaefni/dreifimiðar
- Heimasíða
- Vörusýnishorn, ef það á við
- SVÓT greining (Styrkleikar / Veikleikar, Ógnanir / Tækifæri)
- Esurveypro.com eða sambærilegt tæki til að gera einfaldar skoðanakannanir.
- Nafnspjöld
- Fréttatilkynning
- Nafn fyrirtækis og slagorð

- Vörumerki (logo)
- Skrifleg tímasett og mælanleg markmið.

### Námslýsing.

Unnið var eftir neðangreindri dagskrá en samt liggur í eðli frumkvöðlasmiðju að oft þarf að breyta út frá dagskránni. Smiðjan stóð í 5 daga í 3 klst. í senn á milli kl. 17:00 og 20:00. Markmið var að vinna markvisst í hugmyndaleit og gera nemendum kleyft að leggja mat á hugmyndir sínar með tilliti til fýsileika. Í stuttri frumkvöðlasmiðju er heppilegt að leggja ákveðna áherslu á gerð Canvas líkans (sjá viðauka). Nemendur fá þá á einfaldan hátt heildaryfirlit yfir verkefni sín.

### Mánudagur

17.00 -18:00	Inngangur og kynning á vikunni framundan. Farið í gegnum ákveðin verkefni til að skapa traust og afslappað andrúmsloft. Almennt um rekstur fyrirtækja á Íslandi.
18.00-19.00	Koma auga á tækifærin (hugarflug). Finna og leggja mat á raunveruleg viðskiptatækifæri.
19.00-20.00	Mynda hóp og umræður. Markmiðasetning og áætlanagerð.

### Þriðjudagur

17.00 -18:00	Markmiðasetning og áætlanagerð (frh.). Þróun viðskiptahugmynda / vinna í hópum og umræður.
18.00-19.00	Um stefnumótun og stefnumótandi áætlanagerð (strategic planning), viðskiptalíkon og konsept. Kynning á <i>Canvas</i> líkaninu.
19.00-20.00	SVÓT greining. Markaðsgreining og markaðsrannsóknir. Markaðsáætlun og markaðsleg tæki.

### Miðvikudagur

17.00 -18:00	Unnið að viðskiptaáætlun.
--------------	---------------------------

18.00-20.00	Rekstrarform fyrirtækja á Íslandi, skráningarferli, skattaleg málefni, bókhald og önnur rekstrarleg- og fjárhagsleg málefni.
-------------	--

### Fimmtudagur

17.00 -18:00	Vinna með markaðsleg tæki. (hópavinna)
18.00-19.00	Söluáætlun og fjárhagslegar áætlanir.
19.00-20.00	Að selja hugmyndir. Þjálfun í að útbúa kynningargögn og kynna hugmyndir sínar.

### Föstudagur

17.00 -18:00	Fjármögnun viðskiptahugmynda á Íslandi.
18.00-20.00	Lokakynningar og umræður. Námsmat. Afhending skírteina.

### Lokaorð - niðurstöður

Frumkvöðlasmiðja sú sem hönnuð var og sérsniðin fyrir innflytjendur á Íslandi tókst vel og stóð fyllilega undir væntingum. Ýmislegt má læra af niðurstöðum, m.a. eftirfarandi:

- Smiðjan hefði þurft að vera ca. helmingi lengri eða 30-40 klst.
- Það kynni að vera æskilegt að láta slíka smiðju ná yfir lengra tímabil, t.d. kæmi til greina kenna tvö kvöld í viku 3 klst. í hvert skipti sem gæti þýtt sex til átta vikna smiðju. Þátttakendur stunda flestir vinnu og eru því oft uppgefnir eftir langan vinnudag. Einnig voru flestir þátttakendur fjölskyldufólk. Að dreifa kennsludögum yfir lengri tíma frekar en að kenna öll kvöld í stuttan tíma hefur líka þann kost að nemendur/þátttakendur hafa tækifæri til að gera óformlega könnun á nauðsyn hugmynda sinna, athuga hvort sambærileg þjónusta eða vara er þegar til, athuga með skráningarform o.s. frv. á milli kennsludaga. Þar sem ekki var möguleiki á slíku með fyrirkomulagi smiðjunnar, komum við að einhverju leyti til móts við þessa þörf með lokuðum facebook hóp sem var stofnaður og fólk gat borið upp spurningar og vangaveltur eftir að smiðjunni var lokið.
- Margir þátttakendur voru óruggir og svo virðist sem viðskiptaumhverfið og aðgerðir sem ekki verður komist hjá að framkvæma vaxi þeim í augum. Leiðbeinendur tóku eftir hversu margir tjáðu sig um aukið öryggi í þessum hóp innflytjenda þar sem kennslan fór

fram á ensku og þau upplifðu að styrkur þeirra væri metinn að verðleikum. Ætla má að sem innflytjandi upplifi fólk oft meiri áherslu á veikleika þeirra (talar ekki tungumálið, þekkir ekki kerfið, hefur ekki tengslanet o.s.frv.) heldur en styrkleika og var haft orð á því. Leiðbeinendur lögðu einnig áherslu á þann þátt og að smiðjan væri sérsniðin að innflytjendum ekki vegna þess að þeir þyrftu öðruvísi kennslu en Íslendingar heldur einmitt vegna sérstakra styrkleika þeirra og til að þeir fengju tækifæri til að tjá sig og vinna í hóp með öðrum með sambærilega lífsreynslu af því að hafa flutt til Íslands af mismunandi ástæðum. Nú er auðvitað ekki hægt að líta á frumkvöðlasmiðju sem ýtarlegt námskeið um stofnun og rekstur fyrirtækja. Smiðjan er hins vegar góður grunnur og er hvetjandi fyrir marga að leita sér frekari aðstoðar. Þátttakendum var ítrekað bent á að leita til Impru Nýsköpunarmiðstöðvar um frekari ráðgjöf og stuðning. Í mörgum tilvikum er æskilegt að líta á stutt frumkvöðlanám þar sem áherslan er á skapandi hugmyndaleit og yfirsýn yfir eigin hugmyndir og möguleika þeirra sem undanfara og leið inn í frekari stuðning við einstaka þætti við stofnun og rekstur fyrirtækja. Má þar nefna sem dæmi skattamál, fjármögnun, gerð ítarlegrar viðskiptaáætlunar, úthugsaðar fjárhagslegar áætlanir, samningagerð, einkaleyfi o.s.frv. Hjá Nýsköpunarmiðstöðinni starfar fjöldi sérhæfðra sérfræðinga t.d. í skattamálum og því eðlilegt að nýta slíka þjónustu þegar þess gerist þörf.

Í heildina séð var smiðjan mjög vel heppnuð og fer ekki á milli mála að það er mikið verk að vinna í framtíðinni. Markmiðið hlýtur að vera að koma auga á og finna leiðir til að menntun og reynsla innflytjenda nýtist sem best, sjálfum þeim og samfélaginu öllu til heilla.

Athyglisverð er áhersla þátttakenda á nákvæma kynningu á lagalegu og skattalegu umhverfi. Þessi áhersla er skiljanleg og einskorðast ekki við innflytjendur þótt þeir séu eflaust sérstaklega áhugasamir um þessa þætti enda geta þeir aðeins að litlu leyti byggt á þekkingu á regluverkinu í heimalandinu. Mjög mikilvægt er hins vegar að þátttakendur „festist“ ekki í þessari áherslu. Hugmyndin þarf að vera þaulhugsuð og þróuð, markmiðin þurfa að vera kristaltær og auðskilin og frumkvöðlar verða að tileinka sér markaðslega nálgun og áherslur. Ef þessar forsendur eru ekki uppfylltar þá skiptir annað harla litlu máli.

Í viðauka I má sjá námsmatskönnun sem gerð var fyrir og eftir tilraunasmíðju

Í viðauka II má sjá Canvas modelið sem notað var á smiðjunni

Á heimasíðu ICI [www.ici.is](http://www.ici.is) undir „námskeið og fræðsla“ má finna allar glærur sem notaðar voru.

## Viðauki A: Námsmat og niðurstöður „fyrir“ og „eftir“ kannanna

Að viðbættu námsmati sem var í lok smiðjunnar var gerð netkönnun áður en smiðjan hófst og svo „Post Course Evaluation“, þ.e. könnun sem framkvæmd var tíu vikum eftir að smiðjunni lauk. Könnunin var gerð á ensku (sjá síðari hluta í þessum viðauka) og helstu niðurstöður voru sem hér segir:

- Uppruni þátttakenda: Spánn x 2, Frakkland, Portúgal, Grikkland, Brasilía x 2, Suður Kórea, Gana, Pólland, Ástralía, Litháen, Danmörk.
- Menntunarstig: 86% með háskólagráðu, 7% með iðnmenntun, 7% með stúdentspróf eða sambærilegt.
- Helstu þekkingar / menntunarsvið: Sálfræði, grafísk hönnun, kennsla, arkitektúr, tölvuforritun, innanhússarkitektúr, lögfræði, tungumálanám/íslenskunám, menning og samskipti, ráðgjöf, teppavefnaður.
- Starfsaðstaður: 2 atvinnulausir, 1 í hlutastarfi og 11 í fullu starfi.

### Könnun áður en námskeið hófst:

Núverandi starf og tengsl þess við reynslu og hæfni:

Starf mitt er langt fyrir neðan menntun og þjálfun.	21.43%
Ég get að hluta til nýtt mér menntun mína og reynslu í starfinu.	21.43%
Menntun mín og reynsla nýtast mér að fullu í núverandi starfi.	28.57%

Hver þessara fullyrðinga eiga best við hjá þér varðandi stofnun eigin atvinnurekstrar:

Ég er með vandlega hugsaðar hugmyndir og er þess fullviss að ég geti hrint þeim í framkvæmd með dálitlum stuðningi.	28.57% 4
Ég er með hugmyndir en er ekki viss um að ég geti hrint þeim í framkvæmd.	57.14% 8
Ég er opinn fyrir því að skoða möguleikann á frumkvöðlahugmyndum.	7.14% 1

- Spurningin um ástæðu fyrir þátttöku í smiðjunni: 31% hafa í hyggju að stofna til eigin starfsemi og eru að leita eftir aðstoð og stuðningi. 70% vilja læra um frumkvöðlafræði og auka hæfni sína og tækifæri. Einn þátttakandi hafði þegar stofnað eigin fyrirtæki en vildi afla sér frekari þekkingar.
- Þegar skoðaðar eru sérstakar væntingar og þarfir, þá horfðu 6 til fjármálalegra og rekstrarlegra þátta eins og bókhalds, skatta og endurskoðunar, lána- og styrkjamöguleika. 3 höfðu einnig áhuga á markaðssetningu.

### Könnun 8 vikum eftir að smiðjunni lauk

8 svör fengust

Hver er tilfinning þín fyrir að stofna til eigin atvinnustarfsemi?

Ég er með hugmyndir sem ég tel mig geta framkvæmt með dálítilli aðstoð	25.00%	2
Ég er með hugmyndir en finnst ég ekki alveg tilbúin til að hrinda þeim í framkvæmd.	37.50%	3
Ég er tilbúinn til að kanna möguleika og frumkvöðlahugmyndir.	25.00%	2
Annað – “ætla að nota það sem ég lærði fljótlega”.	12.50%	1

Stóð námskeiðið undir væntingum þínum?

Öllum væntingum	0.00%	0
Stóð undir sumum af væntingum mínum	87.50%	7
Stóð ekki undir væntingum mínum	12.50%	1

Hefur þú gert jákvæðar breytingar í kjölfar námskeiðsins.

Hef þegar gert jákvæðar breytingar	25.00%	2
Er að undirbúa jákvæðar breytingar	62.50%	5
Engar breytingar	12.50%	

	1
--	---

Hefur þú hrint áformum þínum í framkvæmd?

<b>Framkvæmd er hafin</b>	<b>0.00%</b> 0
<b>Áætlun minni hefur að hluta til verið hrint í framkvæmd</b>	<b>25.00%</b> 2
<b>Áætlun minni hefur ekki verið hrint í framkvæmd</b>	<b>75.00%</b>

Hversu gagnlegt fannst þér námskeiðið?

<b>Mjög gagnlegt</b>	<b>37.50%</b> 3
<b>Að mestu leyti gagnlegt</b>	<b>50.00%</b> 4
<b>Ekki mjög gagnlegt</b>	<b>12.50%</b> 1

#### Helstu atriði sem má lesa úr könnun:

- Markaðssetning námskeiðsins hitti fyrir mjög breiðan hóp fólks hvað varðar uppruna, kyn, aldur, menntun og þjálfun og hugsanlega hefði mátt fara varlegar í lýsingu á innihaldi og væntanlegri útkomu.
- U.þ.b. 50% þátttakenda eru í stakk búnir að nota fyrri menntun og þjálfun í núverandi starfi, en það fer samt ekki á milli mála að flestir eru með störf sem ekki nýta alla þekkingu þeirra og reynslu.
- Flestir þátttakendur voru með hugmyndir um að stofna til eigin atvinnustarfsemi en skorti sjálfstraust og leiðsögn. Sjálfstraust jókst að nokkru marki á námskeiðinu.
- Flestir þátttakendur óskuðu eftir meira af fjárhagslegum upplýsingum, enda er óöryggið mest þegar kemur að samskiptum við skattýfirvöld, bókhalds- og endurskoðunarmálum o.þ.h.
- U.þ.b. 1/3 hluti þátttakenda voru ákveðnir í að stofna eigið fyrirtæki en 2/3 vildu kanna möguleika og valkosti og læra meira.
- Augljóst var að sjálfstraust og áhugi hafði aukist.
- Enginn af þeim 8 sem svöruðu könnun taldi námskeiðið hafi staðið undir öllum þeirra væntingum. Þegar athugasemdir þeirra eru skoðaðar kemur hins vegar í ljós að þetta

stafar ekki af óánægju með námskeiðið heldur lýsir áhuga og þörf á ítarlegra námskeiði einkum á sviði fjármála.

- Ekki komu neikvæðar athugasemdir um smiðjuna þótt tveir hefðu óskað sér að námskeiðið hefði staðið lengur þannig að unnt hefði verið að fara dýpra í einstaka þætti. Dæmi: Mér fannst námskeiðið gott og það var áhugavert að kynna öðrum innflytjendum sem höfðu einnig áhuga á að stofna til starfsemi. Ég hefði samt kosið að þátttakendur myndu vinna að eigin raunverulegu viðskiptahugmynd í stað þess að vinna í hópi. En í heildina naut ég þess að taka þátt og vil þakka ykkur fyrir að leyfa mér að taka þátt!”

## Course and Post Course Evaluation – InterCultural Iceland Entrepreneurship Course

*All data has been collected via Survey Monkey*

*14 pre course surveys were collected and 8 post course*

*Some questions are reproduced in both surveys to measure possible changes, however due to the short period between surveys this would not be expected to be significant.*

*The course survey was sent to participants to complete prior to the course and a follow up survey was sent around ten weeks afterwards. Ideally this would be sent after a longer duration to evaluate any ‘distance travelled’ post course, however, the requirements for conclusion of the course do not permit this for inclusion in the final arrangements of the course.*

### Course Survey

- *Origin of participants: Estonia x 2, France, Portugal, Greece, Brazil x 2, South Korea, Ghana, Poland, Australia, Lithuania, Denmark. One participant did not identify.*
- *Education levels of participants: 86% university degree, 7% trade or vocational qualifications, 7% college diploma or equivalent*
- *Education and training in diverse areas: Psychology, Graphic design, Teaching, Architecture, Computer programming, Restoration, Law, Linguistics, Icelandic studies, Culture and Communication, Counselling, Carpet Weaving and an ongoing PhD in Sustainability*
- *Employment category: 2 unemployed, 1 part time employed and 11 full time employed with occupations declared as 2 students, 1 support worker, 1 shop worker, 1 translator, 1 reception manager and 1 scrum master*
- *Current employment and its relationship to experience and qualifications:*

<i>I am working well below my level of education and/or training</i>	<i>21.43%</i>
<i>I am able to use my education and/or training</i>	<i>21.43%</i>



<i>My education and/or training is fully used in my current employment</i>	28.57%
--	--------

28% - 4 participants responded 'other' and comments showed 2 were not currently working, 1 was volunteering and 1 saw their computer background as transferrable but not highly relevant to current work

- In response to the question 'Which statement best describes your feelings about starting your own business or service:

<i>I have well thought out ideas and am confident I can do it with a little support</i>	28.57% 4
<i>I have some ideas but am not confident in carrying them out</i>	57.14% 8
<i>I am open to exploring possibilities and entrepreneurial ideas</i>	7.14% 1

- In response to the question 'What are your aims in participating in this course': 31% intend to start their own business and are looking for some support and ideas and 70% want to learn about entrepreneurship to increase skills and opportunities. 1 participant had already started a business but wanted more knowledge
- In terms of specific issues participants would like to access information and/or training on:  
6 were interested in financial aspects such as bookkeeping, taxes, accountancy, grants. 3 were also interested in marketing
- There were no negative comments in respect of the course although two would have preferred a longer course with additional content. Sample comment: "I thought the course was good, it was nice to meet other immigrants also wanting to make their own business. But I would've preferred being able to work on our own real business ideas and receive feedback from each other, rather than fictional businesses in group work. But overall, I enjoyed and thank you for letting me participate!"

### Post Course Survey

- 8 responses received
- No changes in employment status for these participants however given the few weeks between course delivery and post course survey this would be not be unexpected

- In response to the question 'What are your feelings about starting your own business or service:

<i>I have well thought out ideas and am confident I can do it with a little support</i>	<b>25.00%</b> 2
<i>I have some ideas but am not confident in carrying them out</i>	<b>37.50%</b> 3
<i>I am open to exploring possibilities and entrepreneurial ideas</i>	<b>25.00%</b> 2
<i>Other – 'planning to use what I learned soon'</i>	<b>12.50%</b> 1

- In response to the question 'Do you think that your aims were met by the course':

<i>All my aims were met</i>	<b>0.00%</b> 0
<i>Some of my aims were met</i>	<b>87.50%</b> 7
<i>My aims were not met</i>	<b>12.50%</b> 1
<i>Other - please comment</i>	<b>0.00%</b> 0

- Further training/information needs were as for Course Survey with financial issues most likely to be identified
- In response to the question 'Have you made any positive changes as a result of the course':

<i>Already made positive changes</i>	<b>25.00%</b> 2
<i>Planning positive changes</i>	<b>62.50%</b> 5
<i>No changes</i>	<b>12.50%</b> 1

- In response to the question 'Have you activated your plan':

<i>My plan has been activated</i>	<b>0.00%</b> 0
<i>My plan has been partly activated</i>	<b>25.00%</b> 2
<i>My plan has not been activated</i>	<b>75.00%</b>

- In response to the question 'How useful did you find the course':

<i>Very useful</i>	<b>37.50%</b> 3
<i>Mostly useful</i>	<b>50.00%</b> 4
<i>Not very useful</i>	<b>12.50%</b> 1

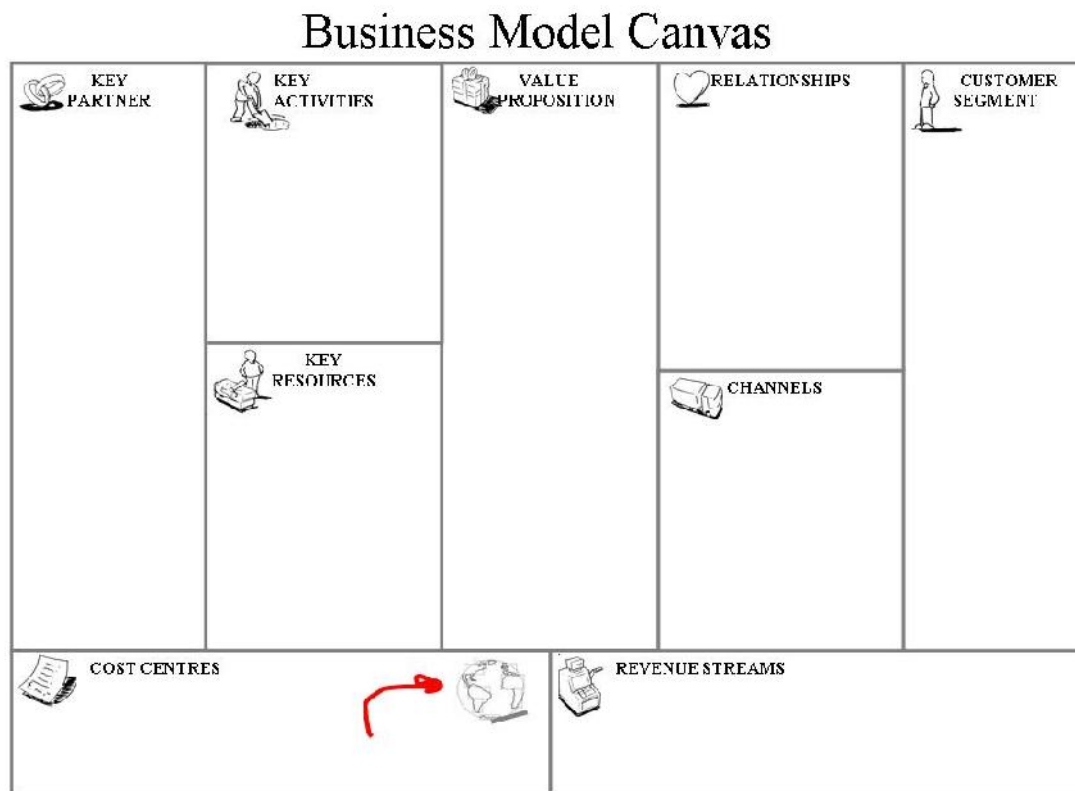
### **Key Points Arising from Surveys**

1. Pre course marketing resulted in a very diverse group in terms of ethnicity, gender, age, education and training and the course was oversubscribed
2. Nearly 50% of participants are able to use their previous education and training in their current employment however when comparing qualifications with actual employment roles it is clear to see that whilst they are using their skills in general they are under utilised
3. Most participants had ideas about starting their own business or service but lacked confidence. This grew somewhat after the course (small sample should be considered).
4. The key area that participants required more information on was financial issues
5. Around 1/3 had a clear intent to start their own business or service and 2/3 wanted to explore the option and learn more about the possibilities
6. After the course the both confidence and interest had increased however the differentiated sample does not allow direct comparison. It is clear to see that there has been a positive shift even with the smaller sample
7. None of the 8 respondents to post course survey felt all their aims had been met, however analysis of comments shows this is not related to dissatisfaction with the course more a desire to have more training in particular in the area of finance. 1 respondent appears through both surveys to have a significantly below average rating of the course and content but this is a consistent response from this participant and not shared by any of

the other respondents with 87% finding it very or mostly useful and having made or planning to make positive changes in their working life

8. In order to monitor the full impact of the course there would need to be a further data collection in 6 -12 months when participants have had time to complete individual plans and commence activation of them.

### Viðauki B: Canvas líkanið



*Canvas model*<sup>9</sup> er einföld en öflug aðferð til að öðlast yfirsýn yfir verkefni og er talsvert notað í atvinnulífinu. Upptalningin hér að neðan getur verið hjálpleg á “brainstorm” stiginu<sup>10</sup>.

#### Lykil samstarfsaðilar.

- Hverjir eru helstu samstarfsaðilar / birgjar?

<sup>9</sup> Sjá: [tele-project.eu/?page\\_id=199](http://tele-project.eu/?page_id=199) Hér má einnig fá ítarlegt efni sem varðar t.d. verklegar æfingar í frumkvöðlasmiðjum, mismunandi útfærslur á námskeiðum o.fl.

<sup>10</sup> ibid

- Hverjar eru helstu ástæður fyrir samstarfinu?

### **Lykil aðgerðir.**

- Hvaða aðgerðir skipta mestu máli varðandi viðskiptahugmyndina?
- Hvaða aðgerðir skipta mestu máli varðandi dreifingu, samskipti við viðskiptavini, fjármagnsflæði o.s.frv.?

### **Stefnumiðaður ávinningur (“Value Proposition”)**

- Hver er aðal ávinningur sem þú lætur viðskiptavini í té?
- Hvaða þarfir viðskiptavina ert þú að uppfylla?

### **Samskipti við viðskiptavini**

- Hvernig samskipti vilja helstu viðskiptavina hafa við þitt fyrirtæki?

### **Hópar viðskiptavina**

- Fyrir hvaða hópa ert þú að skapa ávinning?
- Hver er mikilvægasti viðskiptavinur þinn?

### **Helstu aðföng**

- Hvaða lykil aðfanga krefst tilboð þitt um ávinning?
- Hvaða lykil aðföng eru mikilvæg varðandi dreifileiðir, samskipti við viðskiptavini og sjóðstreymi?

### **Dreifileiðir**

- Hvaða dreifileiðir vilja viðskiptavinir að notast sé við?
- Hvaða dreifileiðir virka best? Hvað kosta þær? Hvernig verða þær best aðlagðar venjum þíns fyrirtækis og viðskiptavina?
- Hvaða lykil aðföng /aðgerðir eru kostnaðarsömumust?

### **Sjóðstreymi**

- Fyrir hvaða ávinning eru viðskiptavinir tilbúnir til að borga?
- Hvað og hvernig hafa þeir borgað upp á síðkastið? Hversu mikið vildu þeir helst borga?