

Lokaskýrsla til Sprotasjóðs 2016 – 2017

Frá hugmynd til framkvæmdar



Ábyrgðaraðili og verkefnastjóri: Kristján Sturla Bjarnason
Skólastjóri: Þorsteinn Sæberg

Lokaskýrsla til Sprotasjóðs

Nafn skóla: Árbæjarskóli

Nafn verkefnisins: Frá hugmynd til framkvæmdar – Startup Árbær

Nafn verkefnisstjóra: Kristján Sturla Bjarnason

Númer samnings og hvaða ár verkefnið hlaut styrk: UMS 61. 2016-2017

Efnisyfirlit

Markmið verkefnis samkvæmt umsókn	3
Leiðir sem valdar voru til að ná markmiði	3
Frávik miðað við áætlun verkefnisins	4
Helstu hindrarnir sem komu upp við vinnu verkefnisins	4
Helsti ávinningur af vinnu við verkefnið	4
Mat á verkefninu	5
Niðurstaða	5
Framtíð verkefnisins	6

Markmið verkefnis samkvæmt umsókn

Markmið verkefnisins var að þjálfar nemendur í að hrinda hugmyndum sínum í framkvæmd með því að notast við verkfæri frumkvöðlafræða og nýsköpunar. Markmiðið var einnig að þjálfar þá í lýðræðislegum vinnubrögðum, leiðtogafræðum, markaðssetningu, fjármálum og öllu því sem við kemur stofnun á einföldu fyrirtæki.

Hugmyndin var sú að nota fyrirtækjaformið til að vekja áhuga nemenda á hinum ýmsu hliðum samfélagsins og um leið fræða þá um þætti sem þeir gætu tengt beint við verkefni sín. Sem dæmi þarf að hafa ákveðna þekkingu á fjármálum þegar farið er af stað í að stofna fyrirtæki og er þannig komið kjörið tækifæri til að vera með fjármálafræðslu sem nemendur geta þá tengt við verkefnið sitt. Samhliða þessu færi einnig fram markviss vinna í tengslum við t.d. lýðræði, framkomu, skipulagsfærni, áætlanagerð, markmiðssetningu, stjórnun, samfélagslega ábyrgð, hópvinnu og ábyrgð svo fátt eitt sé nefnt. Verkefnið myndin síðan tengjast inn í skólasamfélagið og taka þátt í að efla og bæta það. Nemendur myndu einnig fara í vettvangsheimsóknir til sprotafyrirtækja og fyrirtækja sem eru að gera spennandi hluti í þjóðfélaginu með það að leiðarljósi að kynna þá fyrir hinum ýmsu möguleikum sem atvinnulífið hefur upp á að bjóða.

Leiðir sem valdar voru til að ná markmiði

Unnið var með svokallað raunhæft verkefni sem gekk út á það að nemendur myndu fá hugmynd og framkvæma hana. Í kringum hugmyndina áttu þeir síðan að stofna sitt eigið fyrirtæki á einfaldan hátt og útfæra hugmyndina sína fyrir alvöru kringumstæður. Nemendur fóru í gegnum allt ferlið sem þarf til þess að stofna einfalt fyrirtæki. Fyrirtækið var að sjálfsögðu ekki alvöru fyrirtæki en hugmyndin var þó að nemendur myndu upplifa sem svo væri. Þannig þurfti að skipta niður í stöður s.s. framkvæmdastjóra, fjármálastjóra o.s.frv. ásamt því að búa til áætlanir, þróa hugmyndina, gera markaðskonun og fleira.

Valfaginu var skipt niður í nokkra hluta:

1. Hugmyndavinna og innblástur
2. Úrvinnsla hugmynda og vettvangsheimsókn
3. Stofnun „fyrirtækis“/upphaf raunhæfs verkefnis
4. Fræðsluerindi og innlegg um þætti sem skipta máli í nýsköpun
5. Framkvæmd hugmynda
6. Kynning á verkefni og niðurstöður
7. Uppskeyra

Inn í þetta myndi síðan blandast vettvangsheimsóknir og önnur fræðsla, svo sem fjármálafræðsla, leiðtogafræði, áætlanagerð að ógleymdri fræðslu um samfélagslega ábyrgð svo fátt eitt sé nefnt.

Frávik miðað við áætlun verkefnisins

Í ljós kom að hlutirnir tóku aðeins lengri tíma en áætlað var. Upphaflega var hugmyndin að vera með tvö stór verkefni – eitt fyrir áramóti og annað eftir áramót. Það fór hins vegar mikill tími í að plana og undirbúa fyrra verkefnið og því var ákveðið að stækka það. Annað frávik var fjöldi þátttakenda en ákveðið var að byrja með minni hóp en áætlað var. Þar sem þetta var valfag völdu nemendur þó sjálfir að taka þátt í verkefninu. Skráningin var heldur minni en áætlað var í fyrstu og skýrist það ef til vill af því að nemendur áttuðu sig ekki á því um hvað valfagið snérist. Eftir þetta ár tvöfaldaðist hins vegar skráning í valfagið sem gefur góð fyrirheit um það að þetta eigi eftir að stækka.

Helstu hindranir sem komu upp við vinnu verkefnisins

Þær hindranir sem komu upp við vinnu verkefnisins snéru aðallega að tímamörkum og fjármálum. Í upphafi var gert ráð fyrir að hægt væri að komast yfir fleiri verkefni en í ljós kom þegar leið á önnina að verkefni myndu taka lengri tíma. Einnig duttu út nokkrir tímar fyrir áramót og spilaði þar inn í kjarabarátta kennara og fleira. Suma þætti tók lengur að útskýra og vinna með en aðra. Lagt var upp með ákveðið kennsluefni í byrjun en í ljós kom að einfalda þurfti suma þætti sem snéru að rekstri fyrirtækja s.s. áætlanagerð, fjármál og fleira. Til að halda þátttakendum áhugasömum var horfið frá því að vera með fyrirlestra og láta þá frekar vinna með hlutina í hópum. Það var þó lagt upp með að hafa stutt innlegg í upphafi hvers tíma. Þessar breytingar komu aðeins niður á upphaflegri tímaáætlun.

Hvað fjármálin varðar þá skilaði fyrirtækið sem var stofnað smá hagnaði. Það var vissulega mjög jákvætt en um leið komu upp smá vangaveltur um hvert sá hagnaður ætti að fara. Ekki var hægt að borga þátttakendum beint í vasa fyrir sinn þátt í fyrirtækinu og þurfti því að finna leið til að koma fjármagninu á réttan stað. Mikilvægt er að hafa það skýrt í upphafi svo að það skapist ekki neikvæð umræða um hvert peningarnir eiga að fara. Þátttakendur þurfa að upplifa að peningarnir hverfi ekki bara í almennt skólastarf heldur að þeir fái að hafa áhrif á hvert þeir renna. Það leystist sem betur fer á mjög góðan máta. Það var ljóst í upphafi að ákveðið hlutfall hagnaðar átti að fara í góðgerðarmál. Þá var eftirstandandi ákveðin upphæð sem ákveðið var að myndi fara í að umbuna þátttakendum með nokkurs konar uppskeruhátíð og svo mættu þeir nota restina til að gera eitthvað fyrir skólann. Þá var ákveðið að kaupa skemmtiatriði á lokaball skólans sem vakti mikla lukku.

Helsti ávinningur af vinnu við verkefnið

Gríðarlega margt jákvætt kom út úr þessu verkefni. Hópurinn var ekki stór eins og fram kom í upphafi en þó skiluðu sér áhrifin talsvert inn í skólastarfið. Nokkrir úr hópnum fundu sig algjörlega í svona verkefni og mátti heyra á foreldrum að virkni í skólanum hefði aukist í kjölfarið. Fyrirtækið sem var stofnað var fatafyrirtæki og seldu þeir peysur sem þeir hönnuðu sjálfir. Peysurnar seldust gríðarlega vel og skapaðist mikil stemning í skólanum í kjölfarið. Mátti sjá nemendur klæðast peysunum sem vakti bæði umtal og eftirtekt. Þeir notuðu síðan ágóðann í að gefa til góðgerðarmála, fara út að borða og gefa skólanum tónlistatriði á lokaballinu. Það vakti gríðarlega lukku og voru samnemendur þeirra hæstánægðir með þá gjöf.

Mat á verkefninu

Það er nokkuð ljóst að verkefnið er komið til að vera og verður haldið áfram að þróa það og stækka. Í fyrstu áttuðu nemendur sig ekki alveg á því út á hvað þetta gengi en núna eftir að fyrirtækið sem var stofnað fékk svona mikla athygli innan skólans átta nemendur sig betur á því hvað nýsköpun merkir. Það varð til þess að mun fleiri skráðu sig í valfagið árið á eftir. Þetta virkaði einnig sem jákvæð innspýting inn í nemendasamfélagið og félagslífið samanber hagnaður fyrirtækisins sem fór í að efla félagsstarf skólans.

Í upphafi var lagt upp með að áætlaður afrakstur verkefnisins yrði sá að nemendur myndu fá grunnþjálfun í ákveðnu verkferli frá því að fá hugmynd, skoða hana með gagnrýnum augum og finna leiðir til að láta hana verða að veruleika. Það gekk vel upp í þessu tilfelli og var gaman að fylgjast með því hvernig þátttakendur fengu í upphafi nokkrar hugmyndir sem þeir krufu til mergjar og komust sjálfir að niðurstöðu um hvaða hugmynd væri heppilegust. Þátttakendur fengu þjálfun í gagnrýnni hugsun og voru þeir þjálfaðir í því að taka á móti gagnrýni. Einnig með því að taka þátt í ferli frá hugmynd og að framkvæmd töluðu þeir allir um eftir á hvað þeir hefðu lært mikið af því og hvernig þeir myndu gera hlutina öðruvísi næst. Einn í hópnum er nú þegar búinn að stofna lítið fyrirtæki og er að nota aðferðir sem eru að hjálpa honum að byggja það upp.

Einnig var lagt upp með að verkefnið myndi efla skólabrag og félagslíf skólans með því að tengja fagið beint við skólastarfið og skapa þannig jákvætt andrúmsloft innan veggja skólans. Þátttakendur yrðu þar að auki meðvitaðari um samfélagslega ábyrgð og mikilvægi þess að gefa til baka. Eins og lesa má hér að ofan gekk það markmið eftir. Það var mjög áberandi í allri markaðssetningu hjá fyrirtækinu að ákveðinn hluti myndi renna til góðgerðarmála og mikil áhersla lögð á mikilvægi þess. Höfðu þátttakendur það á orði þegar þeir voru búnir að gefa í góðgerðarmálefnið að þeim fannst gott að geta haft áhrif á vellíðan annarra. Styrkurinn var afhentur formlega SOS barnahjálpmiðum sem þeir völdu sjálfir og fengu þeir um leið kynningu á starfsemi samtakanna og hvert peningurinn myndi renna. Ennfremur fengu þeir þjálfun í að gefa til baka þegar þeir gáfu samnemendum sínum skemmtiatriðið á lokaballi skólans sem þeir kynntu sjálfir og sögðu að væri í boði fyrirtækisins. Það fannst þeim mjög flott og sáu svart á hvítu hvað þeir gátu haft mikil áhrif á nemendasamfélagið með þeirri gjöf.

Eitt af markmiðum verkefnisins var að tengja það við fyrirtæki í hverfinu en farið var í heimsókn í nokkur þeirra sem og utan hverfisins. Stefnan er að þróa þá tengingu mun meira og verður lagt meira upp úr því á næsta ári.

Niðurstaða

Líta má á síðasta ár sem nokkurs konar tilraunaár hvað þetta verkefni varðar. Prófaðar voru ýmsar leiðir og var ýmislegt sem kom á óvart. Niðurstaðan var þó nokkuð skýr. Verkefnið féll vel að skólastarfinu, hafði mikið lærdómsgildi og hafði jákvæð áhrif á skólasamfélagið. Nemendur sem sýndu e.t.v. ekki mikla virkni í öðrum fögum sýndu t.d. gríðarlegan áhuga á þessu og má það helst sjá bæði á því hve mikla vinnu þeir lögðu í verkefnið og einnig að þegar fella þurfti niður tíma þá braust út mikil óánægja. Hópurinn var einnig samheldinn enda mikið unnið í því að kenna þeim

aðferðir í að hrista saman hóp og efla sjálfstraust. Farið var yfir mikilvægi liðsheildar og hve miklu máli hún skiptir fyrir velgengni fyrirtækja. Þeir fengu þar að auki þjálfun í því að koma fram, kynna eða „selja“ hugmyndina sína, segja sína skoðun o.s.frv. Þessir þættir eru þó ekkert nýjir á nálinni í skólastarfi en hér var leitast við að tengja þá við nýsköpun og frumkvöðlafræði til að auka áhuga. Í ljós kom að þátttakendur sem höfðu hingað til sýnt þessum þáttum lítinn áhuga sáu allt í einu tilgang með því að læra þá og tóku miklum framförum.

Framtíð verkefnisins

Verkefnið mun halda áfram næsta ár og er nú þegar búin að tvöfaldast skráning í valfagið. Þá má búast við því að enn fleiri hugmyndir fái að líta dagsins ljós sem munu vonandi skila sér margfalt inn í skólasamfélagið.

Verkefnið hefur ekki fengið formlega kynningu fyrir utan kynningu á fyrirtækinu sem stofnað var. Stefnt er að því að kynna verkefnið með einum eða öðrum hætti bæði í skólasamfélaginu og í hverfinu. Mikilvægt er þó að safna meiri upplýsingum um framkvæmd svona verkefnis áður en farið er í miklar kynningar. Það verður því haldið áfram að þróa og bæta verkefnið næsta ár og eftir það ætti að vera komin reynsla sem hægt er að nýta í kynningar og fleira.

Vonandi verður síðan hægt að búa þannig um hnútana að verkefnið verði sjálfbært og sá peningur sem safnast á komandi árum fari í að efla og styrkja nýsköpunarverkefni nemenda.

Myndir frá verkefninu

Til að gefa dæmi um hvernig verkefni er hægt að vinna með má hér sjá nokkrar myndir af vörinni sem „fyrirtækið“ þeirra S.Á. Fashion seldi. Myndirnar voru teknar af nemenda í skólanum sem var „ráðinn í vinnu“ við að taka myndir en mikið var lagt upp úr faglegrí markaðssetningu. Módelin voru einnig nemendur úr skólanum en þess má geta að peysurnar voru seldar í fjórum litum – hvítar, svartar, bleikar og sand-litaðar.

