

VISTASKIPTI

Margrét ráðin forstöðumaður viðskiptaþróunar



Advania Margrét Gunnlaugsdóttir hefur verið ráðin forstöðumaður vöru- og viðskiptaþróunar rekstrarlausna Advania. Hlutverk Margrétar felst m.a. í að því að bæta upplifun viðskiptavina af þessari þjónustu fyrirtækisins. Hún starfaði áður sem vöru- og viðskiptaþróunarstjóri hjá Já, sviðsstjóri þjónustu- og ráðgjafasviðs hjá Wise og rekstrarstjóri tækniþjónustu hjá Íslandsbanka.

Margrét er með BS gráðu í viðskiptafræði frá Háskóla Íslands og hefur lokið PMD stjórnendanámi í Háskólanum í Reykjavík.

Guðný Hjaltadóttir ráðin lögfræðingur



Félag atvinnurekenda Guðný Hjaltadóttir hefur verið ráðin lögfræðingur hjá Félagi atvinnurekenda. Hún kemur í stað Ingu Skarphéðinsdóttur, sem starfað hefur sem lögfræðingur hjá FA undanfarin þrjú ár en fer nú til starfa hjá Alþingi.

Guðný lauk meistaraþrófi í lögfræði frá Háskóla Íslands 2012 og hlaut máflutningsréttindi 2014. Hún starfaði áður hjá Lögmannum Lækjargötu og Lögmannum Höfðabakka. Starfsvið Guðnýjar hjá FA snýr að vinnurétti, útboðsrétti, samkeppnisrétti, samningarétti, kröfurétti, félagarétti, Evrópurétti, stjórnislyurétti, skaðabótarétti og almennri viðskiptalögfræði.

Marta Guðrún ráðin yfirlögfræðingur



ORF Líftækni Marta Guðrún Blöndal hefur verið ráðin yfirlögfræðingur ORF Líftækni. Auk leiðandi hlutverks í lögfræðilegum víðfangsefnum félagsins mun Marta sinna verkefnum á sviði viðskiptaþróunar. Hún hefur þegar hafið störf hjá félaginu.

Marta starfaði áður sem aðstoðarframkvæmdastjóri og lögfræðingur Viðskiptaráðs Íslands. Í störfum sínum fyrir ráðið stýrði hún meðal annars útgáfu leiðbeininga um stjórnarhætti fyrirtækja og sat í samráðshópi útgáfaðila stjórnarháttaleiðbeininga í Evrópu og á Norðurlöndum.

SPROTAR



Morgunblaðið/Hari

Áð stofna fyrirtæki er flókið og segir Minna Melleri mikilvægt að nemendurnir fái að gera mistök sem þeir geta lært af. „Dómnefndin tekur ýmis atriði með í reikninginn, og velur ekki endilega það lið sem hefur gengið allt í hagnin.“

Unga fólkinu kennt að vera frumkvöðlar

Ásgeir Ingvarsson

ai@mbl.is

Í ár taka um 500 framhaldsskólanemar þátt í sprotafyrirtækjakeppni Junior Achievement á Íslandi. Þau þurfa að móta góða viðskiptahugmynd og stofna fyrirtæki á aðeins fjórum mánuðum.

Smáralind fylltist af ungum frumkvöðlum um síðustu helgi. Tilefnið var vörumessa sem er hluti af árlegu frumkvöðlaátaki samtakanna Junior Achievement (JA) þar sem framhaldsskólanemendur spreya sig á að stofna og reka sprotafyrirtæki í kringum eigin viðskiptahugmynd.

Minna Melleri, framkvæmdastjóri JA á Íslandi, segir verkefnið veita nemendum djúrmætt veganesi, og rannsóknir sem gerðar hafi verið erlendis sýni að þeir sem taka þátt í frumkvöðlakeppni JA standi betur að vigi á vinnumarkaði og séu líklegri til að stofna eigin fyrirtæki.

„Frumkvöðlakeppnin gefur unga fólkinu tækifæri til að spreya sig, sjá hvað það útheimtir að vera frumkvöðull, og gera alls kyns mistök á leiðinni. Fyrir viknió eru þau betur í stakk búin að stofna fyrirtæki síðar á lífsleiðinni, og kunnna þá líka að vara sig á mistökunum,“ segir Minna.

Junior Achievement er með landsamtök um allan heim sem halda sams konar keppni. Á Íslandi er keppnin opin nemendum á aldrinum 16-21 árs og spannar eina framhaldsskólaönn á meðan víðast hvar erlendis tekur keppnin heilt skólaár. Undanfarin tvö ár hafa íslensku vinningsliðin haldið til Evrópu í framhaldskeppni og í bæði skiptin snúið til baka með sérstaka viðurkenningu í farteskunum.

Rekið eins og alvöruyrirtæki

„Á þessu sinni taka um 550 nemendur við 13 framhaldsskóla þátt í keppninni hér á landi, og við hvern skóla tekur kennari að sér að leiða nemendur í gegnum verkefnið, alla

Reynsla af rekstri dregur úr brottfalli

Mörgum þekktustu frumkvöðlum heims gekk illa í skóla og flosnuðu jafnvel upp úr námi áður en þeir stofnuðu fyrirtæki sem urðu margra milljarða dala virði. Minna segir að frumkvöðlakeppni JA virðist höfða sérstaklega vel til nemenda sem gengur illa í skólanum. „Þátttaka í keppninni virðist hafa þau áhrif að draga úr brottfalli og endurvekjia áhuga krakkanna á náminu ef þeim hefur ekki gengið vel fram til þessa. Þarna fá þau að reyna á hæfileika sem þau hafa ekki fengið að beita mikið í skólastarfinu, þurfa að skipuleggja sig vel og sjá betur þau tækifæri sem kunna að biða þeirra eftir útskrift.“

jafna tvær klukkustundir í viku. Nemendurnir skoða m.a. hvaða vöru eða þjónustu gæti vantað í heima- byggð þeirra eða á landsvisu, og líka hvernig þeirra eigin áhugamál og hugmyndir geta hjálpað þeim að finna nýjar lausnir. Nemendurnir mynda hópa sín á milli og stofna lítið fyrirtæki sem þau þurfa að stjórna rétt eins og um alvörurekstur væri að ræða,“ útskýrir Minna.

Nemendurnir gera m.a. með sér verkaskiptingu, velja framkvæmdastjóra, fjármálastjóra, markaðsstjóra, og þar fram eftir götunum. „Það þarf að velja nafn, hanna vörumerki, og svo auðvitað kafa ofan í tækifæri og áskoranir þeirrar vöru eða þjónustu sem þau hyggjast bjóða upp á. Líðin mega ekki taka peninga að láni, en geta aflað hlutfjár sem þau gera oft hjá fjölskyldu og vinum. Þau þurfa líka oftast en ekki að efna til samstarfs við „alvöru“fyrirtæki, s.s. um afnot af framleiðslutækjum, prentun, eða innflutning á hráefni.“

Fyrirtækin sem nemendurnir stofna fá sinn eigin tímabundna fyrirtækjareikning hjá Arion banka sem er einn af bakhjörtum keppinnar. „Þau halda því utan um fjármálin, útgjöldin og greiðslur reikninga rétt eins og um alvöru rekstur væri að ræða,“ segir Minna.

Auk Arion Banka styðja Eimskip, Landsvirkjun og Samtök atvinnulífsins við bakið á keppninni, og einnig að Háskólinn í Reykjavík, Sjávar-arklasinn og Nýsköpunarmiðstöð Íslands leggja sitt af mörkum með ráðgjöf og vinnuframlagi.

„Nemendurnir geta leitað til „mentora“ frá þessum fyrirtækjum og

stofnunum, sem hjálpa þeim að koma auga á styrkleika og veikleika viðskiptahugmyndanna og veita þeim leiðsögn við að koma verkefnum sínum á legg.“

Læra erfiðar lexíur

Minna segir almenna ánægju ríka meðal þeirra nemenda sem tekið hafa þátt í keppninni, en hún sé engu að síður krefjandi og kenni þátttakendum erfiðar lexíur. „Það fyrsta sem sumir þurfa að gera er að koma aftur niður á jörðina, og átta sig á að draumar um að stofna næsta Facebook eiga kannski ekki mikla stöð í raunveruleikanum. Tíminn er líka knappur og ekki mikið svigrúm til að breyta um stefnu ef í ljós kemur að gerð voru mistök einhvers staðar á leiðinni, enda þarf að vera hægt að kynna vöruna fyrir neytendum á vörusýningunni sem alla jafna er haldin í byrjun apríl.“ útskýrir Minna en keppnin hefst í janúar ár hvert. „Á sama tíma eru nemendurnir að læra fjármálalæsi, fræðast um fjárfestingar og læra fjárhagsáætlanu, og eru líka að gera um hlutverk leiðtogans og hvernig á að vinna betur saman í hópum.“

Vörumessan um síðustu helgi er einn af hápunktum keppinnar, en í lok apríl velur dómnefnd besta fyrirtækið. „Dómnefndin tekur ýmis atriði með í reikninginn, og velur ekki endilega það lið sem hefur gengið allt í hagnin. Matíð byggist m.a. á árs- skýrslu sem hver hópur þarf að skila, og taka þar fram hvaða mistök voru gerð, og gefin stig fyrir það ef ljóst er að hópurinn hafi lært af mistökunum.“

Sóluskálar

-sælureitur innan seilingar

Hentar mjög vel íslenskri veðráttu



Yfir 90 litir í boði!

Frábært skjól gegn vindi og regni

Við höfum framleitt viðhaldsfría glugga og hurðir í yfir 30 ár

Nánari upplýsingar á www.solskalar.is



GLUGGAR & GARDHÚS

Smíðshúð 10 • 210 Garðabær • Sími 554 4300 • solskalar.is