



Nýsköpunarmiðstöð
Íslands

Guðmundur Óli Hilmisson

Stuðningsverkefni

- Frumkvöðlastuðningur
- Átak til atvinnusköpunar
- Skrefi framar
- Framtak

		undirbúningur	að hefja rekstur	fyrirtæki í rekstri	vöxtur á markaði
Frumkvöðlastuðningur	NMÍ	X	X		
Átak til atvinnusköpunar	NMÍ	X	X	X	X
Framtak	NMÍ			X	X
Skrefi framar	NMÍ			X	X
Verkefnasjóður	Tþs		X	X	X
Frumherjastyrkir	Tþs	X	X		
Markaðsstyrkir	Tþs		X	X	
Vaxtarsamningar		X	X	X	X

Frumkvöðlastuðningur

- Markmið: Að styðja nýsköpunarhugmyndir einstaklinga og fyrirtækja á landsbyggðinni.
- Styrkupp hæðir 100-600 þúsund.

Átak til atvinnusköpunar

- Markmið: Að styrkja atvinnuskapandi verkefni á vegum fyrirtækja og einstaklinga.
- Styrkupp hæðir 500 þús. til 3 milljónir

Skrefi frammar

- Markmið: Að veita fyrirtækjum fjárhagslegan stuðning til kaupa á ráðgjöf við nýsköpun eða umbætur í rekstri.
- Styrkuppþæð 200 – 600 þúsund.

Framtak

- Markmið: Að styðja fjárhagslega og faglega við þróunarstarf fyrirtækja, þ.e. frá hugmynd til markaðshæfðrar vöru.
- Styrkuppþæð 300 þús.– 3 milljónir.

Umsóknin þarf að geta staðið sjálfstæð

Verkefnið er alfarið metið út frá þeim upplýsingum sem fram koma í umsókninni.

Viðhengi eru einungis ætluð til frekari glöggvunar eða útskýringa á því verkefni sem sótt er um styrk til.

- Myndir
- Teikningar
- Vottorð

Mikilvægt í skrifum að vera gagnorð. Lengd er ekki aðalmálið

Samræmi í umsókn, milli allra þátta, mjög mikilvægt

Bakgrunnur umsækjanda

Hér er verið að leita eftir reynslu, menntun og hæfni sem gæti skipt sköpum varðandi framgang verkefnisins.

Æviágrip, fjölskyldustærð og ýmislegt annað telur ekki mikið við mat

Mat á hæfni umsækjanda

Hæfni umsækjanda

- 3 (Ofullnægjandi upplýsingar)
- 3 (Fyrri reynsla bendir til að mikið skorti á getu umsækjanda til að ljúka verkefninu)
- 3 (Samstarfsaðilar eru tilgreindir án þeirra vitneskju)
- 0 (Ekki er unnt að meta hvort fyrirliggjandi upplýsingar um umsækjanda séu verkefninu til framdráttar)
- 3 (Umsækjandi hefur viðskiptapekkingu, en er að fara inn á nýtt svið)
- 3 (Reynsla eða þekking á viðfangsefninu en viðskiptapekking takmörkuð)
- 6 (Menntun sem fellur vel að verkefninu)
- 6 (Reynsla sem fellur vel að verkefninu)
- 9 (Menntun og reynsla falla vel að verkefninu)
- 9 (Umsækjandi hefur stýrt samskonar eða hliðstæðum rekstri)
- 9 (Umsækjandi hefur áður tekið þátt í verkefni og skilað því með sóma)

Verkefnið í hnotskurn

Stutt lýsing á verkefninu og afurðum þess

- Þessi liður er örstuttur útdráttur úr umsókninni í heild. Oft á tíðum er þetta sá texti sem stjórn Átaksins les og myndar fyrstu hugmynd um verkefnið.
- Mikilvæg að þarna komi fram í hnitmiðum texta:
 - Þörfin
 - Nýjungin
 - Varan/þjónustan
 - Markaðurinn

Um hvaða verkþátt er sótt til Átaks til atvinnusköpunar

Yfirleitt er bara einn þáttur styrktur. Mikilvægt að samræmi sé milli þess þáttar sem sótt er um og umsóknarinnar í heild.

- Markaðsaðgerða
- Markaðsáætlunar
- Viðskiptaáætlunar
- Hagkvæmnisathuganir
- Nýnæmisathuganir
- Þróunar vöru eða þjónustu
- Annað

Lýsing á verkefninu

Er um nýja þjónustu eða vöru að ræða eða endurbætur á eldri lausnum? Í hverju er nýjungin m.a. fólgin? Mikilvægt er að draga fram þá þætti sem eru nýjungar og greina þjónustuna/vöruna frá því sem innlendir aðilar bjóða í dag.

- Þetta er mjög mikilvægur kafli
- Hér þarf að koma fram, hvað nákvæmlega á að gera
- Ekki tala um vörur/þjónustu, heldur nákvæmlega hvaða vörur og þjónustu
- Lýsa því í hverju nýjungin ef fólgin. Ekki segja bara nýja útfærslu á einhverju. Hvað er það nákvæmlega sem er nýtt?
- Að jafnaði þarf varan/þjónustan að vera verulega frábrugðin því sem til er. (Greina frá samkeppnisvörum)

Lýsing á verkefninu framh.

Hvað telst nýjung?

- Ný og áður óþekkt vara/þjónusta. Nýja þekkingu þarf til að gera x að verðmæti
- Nýjar leiðir við framleiðslu
- Nýir markaðir, erlendis
- Nýr markaður innanlands er yfirleitt ekki talin nýsköpun. Þó eru til undantekningar
- Nýjung er yfirleitt ekki svæðisbundin, þ.e.a.s. x er ekki nýjung í Öxarfirði ef x er þekkt á Ísafirði. Þó eru dæmi um slíkt, en sjaldgæft að slík verkefni fái stuðning
- Nýjung milli landa. Ef x er nýjung á heimsvísu skorar hún mun hærra en ef x er þekkt erlendis

Mat á nýsköpunargildi

Nýsköpunargildi
verkefnis

- 3 (Ofullnægjandi upplýsingar)
- 3 (Urelt vara eða þjónusta. Aðferðir eða vörur sem lagða hafa verið af)
- 3 (Verkefnið er ekki í samræmi við lög og reglugerðir)
- 0 (Engin nýjung eða nýsköpun kemur fram í verkefninu, vara eða þjónusta er þekkt á viðkomandi markaði)
- 3 (Nýjungin felst í þróun eða viðbót við þekkta vöru eða þjónustu)
- 3 (Nýjungin felst í útliti/útfærslu á þekktri vöru eða þjónustu)
- 6 (Nýjungin felst í verulegri þróun á vörum eða þjónustu)
- 6 (Nýjungin felst í nýjum aðferðum við framleiðslu á þekktri vöru)
- 6 (Nýjungin felst í markaðssetningu á þekktri vöru á nýjan markað)
- 9 (Varan eða þjónustan er óþekkt á markaði og veruleg framþróun á því sem þekkt er)
- 9 (Markaðssetning á nýrri vöru eða þjónustu á nýjan markað)

Áætlaður markhópur

Hverjir eru væntanlegir kaupendur, möguleg stærð markhópa, innanlands eða utan. Hvernig kemur varan/þjónustan til móts við þarfir þeirra?

Hugmyndir um markhópa þurfa að vera:

- Skýrar
 - Hverjum stendur til að selja
- Afmarkaðar
 - Ekki tala um Evrópu og Bandaríkin
- Forgangsröðun hópa
 - Markaðssvæði , Markaðssvæði 2 o.s.frv.
- Hvernig á að nálgast þá

Ef sótt er um styrk til markaðsaðgerða þarf vara/þjónusta að vera til

Mat á markaðsmálum

Markaðsmál

▼

- 3 (Ofullnægjandi upplýsingar)
- 3 (Væntanlegur markaður er ekkert skilgreindur)
- 3 (Ekkí er gert ráð fyrir því að varan eða þjónustan verði seld)
- 0 (Aform um markaðssetningu óraunhæf)
- 3 (Vara/þjónusta til staðar en markaður er lítið skilgreindur og ekki skýrt hvernig á að herja á hann)
- 6 (Markaður lítið skilgreindur, en sýnt fram á þörf fyrir vöruna/þjónustuna)
- 6 (Verkefnið er á þróunarstigi og markaðsáform því lítt útfærð, en veruleg þörf er fyrir vöruna/þjónustuna)
- 6 (Markaður ekki vel þekktur, þörf fyrir vöru/þjónustu og verkefnið snýst um að afla betri þekkingar á því sviði)
- 9 (Markaður fyrir vöruna eða þjónustuna er vel skilgreindur og búið að forgangsraða markaðssvæðum)

Samkeppni

Nefnið innlendar og innfluttar samkeppnisvörur eða þjónustu ef um er að ræða og samkeppnisaðila sem vitað er af.

- Þarf að vera í samræmi við „Lýsingu á verkefninu“
- Að jafnaði eru vörur sem framleiddar eru og þjónusta sem framreidd er á á Íslandi í samkeppni
- Svæðisbundin nýjung er yfirleitt ekki styrkt
- Í einstaka tilvikum er vikið frá því ef mjög erfitt eða óframkvæmanlegt er að bjóða/nýta þjónustu. Þarf yfirleitt líka að vera einhver nýjung

Mat á samkeppni

Samkeppni

- 3 (Ofullnægjandi upplýsingar)
- 3 (Verkefnið er í beinni samkeppni við innlenda starfsemi)
- 0 (Obein samkeppni við hliðstæða vöru eða þjónustu)
- 3 (Obein samkeppni við innlenda vöru eða þjónustu, en lausnin er frábrugðin)
- 6 (Einungis í samkeppni við opinbera aðila)
- 6 (Overuleg samkeppni og lausnin er töluvert frábrugðin)
- 9 (Engin samkeppni við innlenda aðila)

Atvinnusköpun og ávinningur

Segið frá fjölda starfa sem verkefnið mun/gæti skapað.
t.d. 1-3 störf næstu 3-5 árin.

Segið einnig frá hagrænum ávinningi.
t.d. er verkefnið gjaldeyrisskapandi eða kannski sparandi

Ávinningur gæti einnig verið afleidd störf eða hagræðing fyrir svæðið.

Mat á atvinnusköpun og ávinningi

Atvinnusköpun og ávinningur

- 3 (Ófullnægjandi upplýsingar)
- 3 (Um er að verkefnið mun ekki skapa störf)
- 0 (Lítill atvinnusköpun næstu 3-5 árin)
- 0 (Óraunhæfar væntingar um atvinnusköpun)
- 3 (1-3 störf næstu 3-5 árin)
- 6 (1-3 störf næstu 3-5 árin og gjaldeyrisskapandi/sparandi)
- 6 (1-3 störf næstu 3-5 árin og líkur á afleiddum störfum)
- 6 (3-10 störf næstu 3-5 árin)
- 6 (1-3 störf á viðkvæmu svæði. Skýring á viðkvæmu svæði fylgir með í umsögn)
- 6 (1-3 störf sem krefjast háskólamenntunar)
- 9 (3-10 störf sem krefjast háskólamenntunar)
- 9 (3-10 störf á viðkvæmu svæði. Skýring á viðkvæmu svæði fylgir með í umsögn)
- 9 (3-10 störf næstu 3-5 árin og líkur á afleiddum störfum)
- 9 (3-10 störf næstu 3-5 árin og gjaldeyrisskapandi/sparandi)
- 9 (10+ störf næstu 3-5 árin)

Helstu verkþættir og framkvæmd þeirra

Stutt lýsing á þeim verkþáttum sem óskað er eftir að verði studdir og hverjir koma að vinnunni. Mikilvægt er að hér sé fjallað um sömu verkþætti og fram koma í áætlun um tíma og kostnað.

- Lýsa því sem til stendur að gera, t.d. verkþáttum, umfangi og aðkomu annarra

Áætlun um tíma og kostnað

- Mikilvægt að sundurliða vel.
- Ekki *markaðssetning erlendis*, heldur sundurliða verkefnið, t.d.:
 - Greining markhópa
 - Hönnun kynningarefnis
 - Fundir með dreifingaraðilum
 - Prentun
 - Birting auglýsinga

Áætlun um fjármögnun

- Þarf að stemma við kostnað
- Hugmyndir eða áætlun um fjármögnun allra þátta
- Umbeðinn styrkur er hluti af fjármögnun

Áætlun um tíma og kostnað, vinsamlegast skráið upphæðir í krónum.

Hverjir eru helstu verkþættir, hvað kosta þeir og hvaða tíma tekur að ljúka þeim?

Verkþáttur	Áætlaður kostnaður	Áætlaður verktími
Vefforritun	1500000	188 klst
Grafíska hönnun	600000	100 klst
Myndbandsvinnsla	500000	80 klst
Leikarar	200000	40 klst
Kennslufræði	200000	40 klst

Samtals 3.000.000

Áætlun um fjármögnun, vinsamlegast skráið upphæðir í krónum.

Hvaða áætlanir eru um fjármögnun verkefnisins. Nafn, upphæð og staða máls, t.d. í eða á eftir að sækja um.

Fjármögnununaraðili	Upphæð	Staða fjármögnunar
Umbeðinn styrkur úr Átaki til atvinnusköpunar	1500000	-
Nýsköpunarstyrkur frá Landsbankanum	500000	0
Frumfrjárfesting frá einstakling	500000	0
Þróunarsjóður námsganga	500000	0

Samtals 3.000.000

Verkefnisferlið



Nýsköpunarmiðstöð
Íslands

Akureyri | Egilsstöðum | Húsavík | Höfn | Ísafirði | Reykjavík | Sauðárkróki | Vestmannaeyjum



Nýsköpunarmiðstöð
Íslands

Takk fyrir áheyrnina