



SOCIAL **IN**CLUSION
OF MIGRANTS THROUGH
CREATIVE INDUSTRIES

From Migrant to Creative Entrepreneur

Manual



This project has been funded with support from the European Commission.
This publication [communication] reflects the views only of the author, and the
Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the
information contained therein.



Erasmus+



PARTNERS



This project has been funded with support from the European Commission.
This publication [communication] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



INCREA - Priročnik za pot od migranta do kreativnega podjetnika

Table of contents

POGLAVJE (A) Uvod v projekt Increa in kulturno in ustvarjalno industrijo.....	3
A.1 Uvod	3
A.2 Kaj je ta priročnik in komu je namenjen?	5
A.3 Mejniki pri ustanovitvi in vodenju podjetja v kreativnih in kulturnih sektorjih	6
A.4 Dve orodji in strategiji za izoblikovanje in vizualiziranje vaše kreativne ideje	13
POGLAVJE (B) Glavni viri financiranja kreativnih podjetij.....	18
B.1 Kako financirati svoje podjetje	18
B.2 Priložnosti financiranja v Evropi	19
B.3 Viri financiranja	24
POGLAVJE (C) Pravni in administrativni postopki za ustanovitev in vodenje podjetja	27
C.1 Osnovna pravna in administrativna pravila v Italiji	27
C.3 Osnovna pravna in administrativna pravila v Sloveniji	31
C.4 Osnovna pravna in administrativna pravila v Španiji	33
C.5 Osnovna pravna in administrativna pravila v Grčiji	34
C.6 Pregled EU	35
POGLAVJE (D) Nasveti za ključna jezikovna, podjetniška in digitalna znanja	38
D.1 DIGITALNA ZNANJA	38
D.2 PODJETNIŠKA ZNANJA	41
D.3 JEZIKOVNA ZNANJA	44

POGLAVJE (A) Uvod v projekt Increa in kulturno in ustvarjalno industrijo

A.1 Uvod

Projekt INCREA (kratica izhaja iz angleške fraze *Boosting social INclusion of migrants through CREative industries*, v prevodu: Vzpodbijanje družbenega vključevanja migrantov skozi ustvarjalno industrijo) je mednarodni projekt, ki ga je razvil program Erasmus + EU, katerega cilj je pomagati migrantom in beguncem, ki si v Evropi želijo postati podjetniki, da razvijejo primerne jezikovne veščine ter strokovne veščine, ki so potrebne za možnost zaposlitve, vključno z digitalnimi in podjetniškimi kompetencami, ki so potrebne za delo v sektorjih ustvarjalne in kulturne industrije. Projekt ima korenine v zavedanju dveh glavnih izzivov, s katerima se migranti in begunci srečujejo med osebnim in profesionalnim vključevanjem v Evropo. Ta dva izziva sta pomanjkanje:

- 1) Jezikovnega znanja, pri čemer je treba upoštevati, da so migranti glede izvirne kulture, družbe in jezika zelo raznoliki.
- 2) Strokovnih veščin in veščin, ki so potrebne za zaposlitev, pri čemer je treba upoštevati, da sega razpon izobrazbe migrantov od nepismenih osebkov do visoko kvalificiranih, ter da so med migranti tudi ranljive skupine, kot so ostareli, gluhi in osebe, ki služijo zaporne kazni.

Za uspešno spoprijemanje s temi izzivi je projektno partnerstvo razvilo po meri narejene aktivnosti, orodja in strategije za učenje jezikovnih, digitalnih in podjetniških kompetenc (to se pravi znanja za ustanovitev podjetja, nacionalne zakonske ureditve, praktične in mehke veščine, ki so povezane s podjetništvom).

Projekt se je s svojimi aktivnostmi osredotočil na ustvarjalni sektor. Cilj projekta je bil, da pomaga in spodbuja migrante in begunce, da izkoristijo svoje kulturno ozadje in ustvarijo podjetje, ter da spodbuja vključevanje v družbo in rast, in sicer tako, da oblikuje učenje jezika tako, da je bolj praktično in povezano z resničnim poslovnim življenjem.

Partnerji v projektu INCREA so se posvetili vključevanju migrantov v družbo tako, da so razvili:

- tri posebne učne načrte, s katerimi so združili učenje jezika ter učenje podjetniških in digitalnih veščin, ki so uporabne v ustvarjalnem sektorju industrije.
- novo IKT orodje za podajanje znanja migrantom in beguncem.
- Priročnik za pot od migranta do ustvarjalnega podjetnika.

Izvedba aktivnosti v okviru projekta INCREA v mednarodnem obsegu je doprinesla večji učinek, ob tem pa je oblikovala mrežo oseb in organizacij, ki podpirajo migrante pri integraciji. Učinek je mogoče kapitalizirati tudi po zaključku projekta in mogoče je doseči večje število nosilcev interesov, kar posledično širi interes, ozaveščanje, investicije in grajenje kapacitet.

V partnerstvo projekta so vključene naslednje organizacije:



**CCS Digital Education (CRYSTAL CLEAR SOFT) – Grčija
(Koordinator)**

Crystal Clear Soft (CCS) je podjetje za razvoj programske opreme, ki aktivno raziskuje inovativne uporabe najsodobnejše tehnologije pri digitalnem založništvu, izobraževanju in razširjanju znanja. Ponuja rešitve za enostavno in takojšnjo rabo, od zasnove in oblikovanja poučevalnih vsebin do testiranja in uporabe vsebin. CCS je razvil aplikacije, ki se uporabljajo v tisočih učilnicah po vsem svetu. CCS je predvsem komercialno podjetje z mednarodno prisotnostjo in impresivnim seznamom strank, zlasti v sektorjih založništva in korporativnega izobraževanja.

MATERAHUB – Italija



Materahub je konzorcij, ki deluje na mednarodni ravni in preko evropskih projektov nudi podporo podjetjem, zagonskim podjetjem, začetniškim podjetnikom, institucijam in organizacijam. Materahub je na jugu Italije že dolga leta posredniška organizacija evropskega programa ERASMUS + za mlade podjetnike. Prav tako je italijanski gostitelj tekmovanja Creative Business Cup, ki je najpomembnejše mednarodno tekmovanje za kreativno industrijo. Materahub je član organizacije Puglia Creativa District in del organizacije CRESCO, mreže kulturnih in ustvarjalnih organizacij s sedežem v Basilicatu. Konzorcij se je nedavno pridružil tudi mreži NICE (Mreža za inovacije v kulturi in ustvarjalnosti).

DOMSPAIN – Španija



DomSpain Consulting je organizacija za izobraževanje odraslih, ki je specializirana za področje izobraževanja, usposabljanja, poklicnih študij, poklicev, družbenih in medkulturnih veščin, jezikov in novih tehnologij. Specializirana je za tuje jezike, računalniško tehnologijo in gospodarstvo, ponuja pa širok nabor tečajev in delavnic, ki jih lahko prilagodi posebnim potrebam (dolgoročni ali intenzivni tečaji, spletno e-učenje, itd.). Poleg tega organizira, oblikuje in vodi vse vrste usposabljanj, mednarodne projekte, senčenje na delovnem mestu (job shadowing) in podobne aktivnosti za študente, učitelje, akademsko in administrativno osebje ali osebe, ki želijo delati v tujini.



UPI – Slovenija

UPI-LJUDSKA UNIVERZA ŽALEC je javna, nepridobitna ustanova za izobraževanje in usposabljanje odraslih na območju Savinjske doline v Sloveniji. Specializirana je za raznolike programe formalnega in neformalnega izobraževanja. Zagotavlja kakovostno svetovanje in usmerjanje za različne ciljne skupine odraslih, kot so brezposelni, migranti, starejši, osebe, ki niso v izobraževanju, zaposlitvi ali usposabljanju (NEET), in odrasli na splošno. V številnih nacionalnih in mednarodnih projektih (Erasmus +) sodelujejo z interesnimi skupinami na lokalni, državni in tudi evropski ravni. Zavezani so poti vseživljenjskega učenja in si nenehno prizadevajo izboljšati svoje izobraževalne programe v skladu s potrebami naših ciljnih skupin.



SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIALE ONLUS (ARNERA) – Italija

Società Cooperative Sociale Onlus ARNERA večpoklicno združenje, ki ga je leta 2014 ustanovila zveza štirih različnih zadrug: Il Ponte, Il Cerchio, Paideia in Il Progetto. ARNERA deluje v različnih okrožjih Toskane in lahko s pomočjo skrbnih analiz in izvajanja ustreznih strategij pokrije vse potrebe ozemlja. Organizacija posreduje v naslednjih področjih: otroci do prvega leta starosti, otroci in mladostniki, močno marginalizirane skupine, oskrba zasvojenosti, in oskrba starejših. Cilj ANERE je ustvarjanje zaposlitvenih priložnosti in zagotavljanje storitev blizu svojega ozemlja delovanja z namenom povezovanja in opolnomočenja ciljnih oseb, da bi tako omogočili zvišanje ravni kakovosti življenja, blaginje in državljskih pravic.



COOPERATION BANCAIRE POUR L'EUROPE – Belgija

Coopération Bancaire pour l'Europe je evropska skupina za gospodarske interese (European Economic Interest Grouping - EEIG), ki jo je leta 1992 financirala skupina evropskih bank. CBE ima 10 članov iz treh evropskih držav, vključno z evropskimi bankami in gospodarskimi zbornicami, ki dosegajo veliko mrežo bank, malih in srednjih podjetij in gospodarskih združenj iz vse Evrope. Cilj CBE je spodbujati gospodarski razvoj v Evropi in prispevati k doseganju ciljev strategije Evropa 2020, tako da svojim članom in njihovim strankam zagotavlja informacije in podporo za pravilno razumevanje politik in strategij Evropske unije. Končni cilj skupine CBE je podpirati inovativna mala in srednja podjetja pri dostopanju do trga in financ Evropske unije.

A.2 Kaj je ta priročnik in komu je namenjen?

Priročnik za pot od migranta do kreativnega podjetnika smo sestavili z namenom, da ustvarimo enostavno in uporabniku prijazno trajnostno orodje za prenos rezultatov študij projekta INCREA. Z njim smo tudi želeli povzeti rezultate prejšnjih projektnih aktivnosti, ter predstaviti vrsto pravil in osnovnih praks o tem, kako "voditi podjetje".

Cilj priročnika je določiti nabor jasnih, preprostih in prilagodljivih nasvetov za kreativne podjetnike, ki želijo izvedeti več o tem področju, ter pomagati bodočim migrantom, kako postati kreativni podjetnik in kako razviti svoje podjetje.

Struktura priročnika

- ✚ POGlavJE (A) vsebuje uvod v projekt INCREA in v ta priročnik, predstavitev ciljev projekta in priročnika, opis strukture, pregled kulturnih in kreativnih industrij in opis dveh glavnih inovativnih orodij za pomoč pri razmišljanju in razvijanju kreativnih idej za poslovni projekt
- ✚ POGlavJE (B) je "tehnični" del priročnika, ki se osredotoča na vire financiranja za ustanavljanje in podporo kreativne industrije. To poglavje tudi nudi nasvete, kako dobiti posojilo, kako sestaviti poslovni načrt in kako oblikovati poslovni model.
- ✚ POGlavJE (C) vključuje osnovna pravila podjetniške zakonodaje in administrativne in birokratske postopke za financiranje in vodenje podjetja v glavnih partnerskih državah, vključen pa je tudi bolj splošen del s pravili, ki so v veljavi na evropski ravni.
- ✚ POGlavJE (D) vključuje nasvete za teme in vsebine, ki smo jih razvili v naslednjih treh učnih načrtih:

Tečaj DIGITALNIH VEŠČIN

- Kako poiskati spletne vire in vire za prosto izobraževanje
- Kako ustvariti identiteto svoje blagovne znamke
- Delo na spletu. Spletno bančništvo in delo kot samostojni podjetnik ali honorarni delavec
- Kako doseči, da je vaše podjetje opazno na spletu (spletni osebni računi in imidž in trženje na družabnih omrežjih)
- Kako zaščititi svoj osebni računalnik in digitalno dokumentacijo vašega podjetja

Tečaj PODJETNIŠKIH VEŠČIN

- Kako izvedem raziskavo in kako pridem do poslovne ideje?
- Načrtujmo! Kako ustvariti poslovni načrt
- Veste, kako registrirati podjetje? (nacionalne zakonske strukture)
- Kako postopati s pogodbami, davki in zaposlovanjem?
- Kako financiram svoje podjetje in kako pridobim posojilo za podjetje?

Tečaj JEZIKOVNIH VEŠČIN

- Kako sestaviti življenjepis
- Ste pripravljeni na razgovor?
- Delajmo! Kako komunicirati s kolegi
- Kako pisati elektronska sporočila in kako se spoprijeti z birokracijo
- Kako pravilno telefonirati

A.3 Mejniki pri ustanovitvi in vodenju podjetja v kreativnih in kulturnih sektorjih

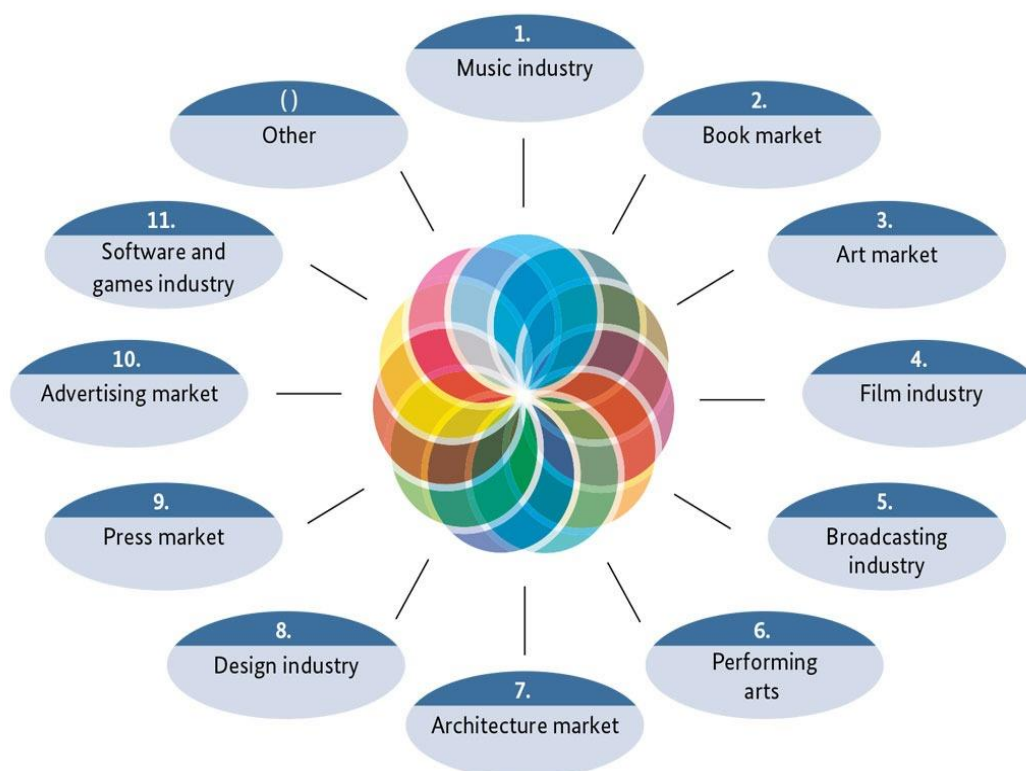
- **Kaj so kreativne in kulturne industrije (KKI)? Sektorji, gonilniki in ključne podjetniške veščine**

Kreativne in kulturne industrije vključujejo industrije, ki ustvarjajo ali distribuirajo kulturne in kreativne izdelke in storitve. Le-te je leta 2005 UNESCO definiral kot **"aktivnosti, izdelki in storitve, ki ... utelešajo ali podajajo kulturno izražanje, ne glede na njihovo morebitno komercialno vrednost."**



(Vir slike.: The GoDown Arts Centre - Creative Economy Conference)

Kulturni in kreativni sektorji vključujejo vse sektorje, v katerih aktivnosti temeljijo na kulturnih vrednostih in/ali na umetniškem in kreativnem izražanju, ne glede na to, ali so te aktivnosti usmerjene v komercialni ali nekomercialni trg in ne glede na tip strukture, ki jih izvaja.



(Vir slike: BMWi - Zvezno ministerstvo za gospodarstvo in energijo - kulturno ...)

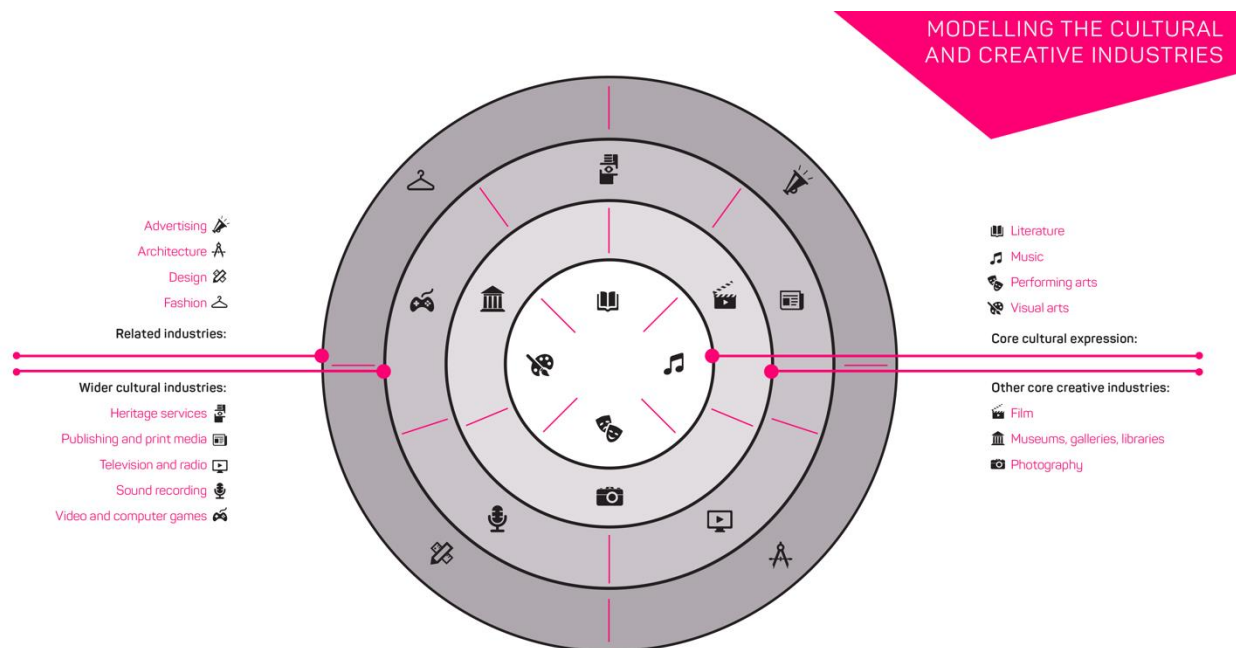
Te aktivnosti vključujejo ustvarjanje, produkcijo, razširjenje in ohranjanje del in storitev, ki utelešajo kulturno, umetniško ali kreativno izražanje, kot tudi s tem povezane funkcije, kot so izobraževanje, upravljanje in regulacije.

Pod kulturne in kreativne industrije spadajo gledališče, vizualna umetnost, kino, televizija, radio, glasba, založništvo, računalniške igre, novi mediji, arhitektura, oblikovanje, moda in oglaševanje.

Izraza "kulturna industrija" in "kreativna industrija" sta v večini primerov praktično izmenljiva.

Koncept "kulturne industrije" je bolj povezan s kulturno dediščino in tradicionalnimi oblikami ustvarjanja, "kreativna industrija" pa vključuje uporabne umetniške prakse, inovacije ter ustvarjanje dobička in delovnih mest preko ustvarjanja intelektualne lastnine.

Kulturne in kreativne industrije so v središču ustvarjalne ekonomije. Temeljijo na znanju, individualni ustvarjalnosti in talentu. Ustvarjajo ogromno gospodarsko bogastvo in ohranjajo evropsko identiteto, kulturo in vrednote. Ustvarjalnost in oblikovanje sta v ospredju hitro spreminjajočega se sveta. Posamezniki, družba in delodajalci še nikoli niso bolj cenili ustvarjalnosti. **Ustvarjalni delavci igrajo pomembno vlogo pri spodbujanju gospodarskega, družbenega in kulturnega razvoja.**



(Vir slike: 5. predavanje. Kulturne in kreativne industrije)

Meje med ustvarjalnimi polji so vse bolj zabrisane. Vizualni umetniki uporabljajo interaktivne in gibljive slike, performerji uporabljajo digitalne medije v delih, ki so specifični glede na mesto izvajanja, sodelujoče skupine pa ustvarjajo prefinjene produkcije, ki očarajo naše čute.

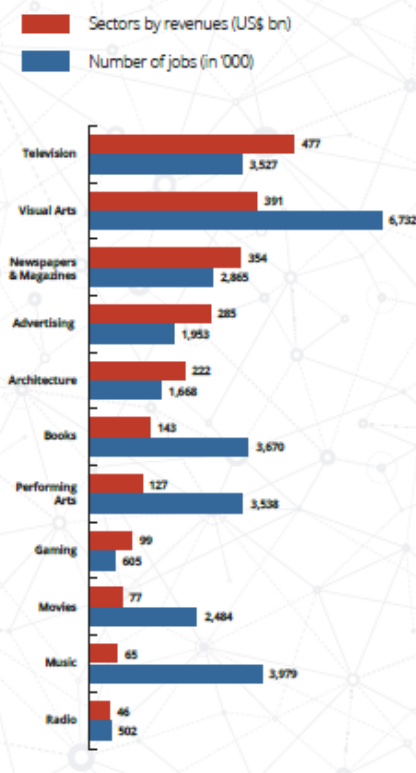
Tehnologija ustvarjalcem ponuja nove možnosti, in sicer pri ustvarjanju njihovih del, kot novo orodje za izražanje njihove ustvarjalnosti in kot sredstvo za promocijo in distribucijo njihovih del. Izpiljena uporaba digitalnih tehnologij omogoča ustvarjanje in izvedbe omrežnih predstav in kulturnih doživetij.

Kulturni in kreativni sektorji vključujejo predvsem arhitekturo, arhive in knjižnice, umetniške obrti, avdio-vizualno ustvarjanje (film, televizija, video igre, multimedija), kulturno dediščino, oblikovanje, festivale, glasbo, uprizoritveno umetnost, založništvo, radio in vizualno umetnost.

Creators are Key Contributors to the World Economy



Global CCI Contributions by Sector:



- Gonilniki kulturnih in kreativnih industrij za svetovno gospodarstvo

Kulturne in kreativne industrije zaposlujejo več kot 12 milijonov ljudi v Evropski uniji, kar je 7,5% vseh zaposlenih v celotnem gospodarstvu EU.

Kulturne in kreativne industrije vključujejo številne pod sektorje, kot so rokodelstvo, kulturna dediščina, oblikovanje, moda, film, glasba, uprizoritvene in virtualne umetnosti, založništvo, radio, televizija in video igre.

Kulturne in kreativne industrije so pomemben člen gospodarstva, saj obsegajo 5,3% vse bruto dodane vrednosti v EU in 4% nominalnega bruto domačega proizvoda, ki ga generirajo industrije višjih cenovnih razredov.

CISAC – Mednarodna konfederacija društev avtorjev in skladateljev - je objavila novo študijo, ki jo je izdal EY, z naslovom "Cultural Times – The First Global Map of Cultural and Creative Industries" oz. v prevodu "Kulturni časi - Prvi globalni zemljevid kulturnih in kreativnih industrij."

Ta raziskava prvič kvantitativno opredeljuje globalni ekonomski in družbeni doprinos tega pomembnega sektorja. Študija analizira 11 sektorjev kulturnih in kreativnih industrij: oglaševanje, arhitekturo, knjige, igre, filme, glasbo, časopise in revije, uprizoritveno umetnost, radio, televizijo in vizualno umetnost. Najboljši trije zaposlovalci so vizualna umetnost, (7,73 m), knjige (3,67 m) in glasba (3,98 m).

(Vir: "Cultural Times – The First Global Map of Cultural and Creative Industries")

- **Katere so ključne značilnosti in vodilni tipi kreativnih podjetnikov?** Globlji vpogled v mehke veščine kreativnega podjetnika:



Kreativni podjetnik je nadarjen mislec, ki združuje dobro poslovno žilico s kreativnostjo in občutkom za estetiko. Ne glede na to, ali so samozaposleni ali pa so zaposleni v določeni panogi, uporabljajo ustvarjalni podjetniki za ustvarjanje prihodka vedno in levo in desno stran svojih možganov. Njihovo ustvarjanje ni hobi ... So inovatorji, ki ustvarjajo in izvajajo ideje.

Bistroumen kreativni mislec sledi svojim idejam in jih udejanji, pri tem pa postane mojster pri izvajanju naslednjih kategorij:

- **Kreativnost:** ustvarja nove ideje, jih zna učinkovito oceniti, zna jih tudi udejanjiti in iz njih ustvariti nove izdelke in storitve.
- **Sodelovanje:** poveže se in dela s partnerji, strankami in drugimi pomembnimi osebami v svojem poslovnem omrežju, ki je najbrž razširjeno po celem svetu in vsebuje več virtualnih poznanstev kot tradicionalnih (večine znancev najbrž nikoli ni srečal v živo).
- **Podjetništvo:** zaznava priložnosti na trgu in svoje podjetniške veščine uporablja tako, da spremeni ideje v izdelke, le-te pa v dobiček.

Kreativni podjetniki razmišljajo v smislu ustvarjanja priložnosti, ustvarjanja rezultatov in ustvarjanja dobička. Posledično ustvarjajo sisteme in podjetja, ki ustvarjajo bogastvo, hkrati pa dopuščajo in sproščajo čas, v katerem lahko najdejo naslednjo veliko idejo.

- Katere so glavne kompetence kreativnega podjetnika?



Prva kompetenca je povezana s **PODJETNIŠKIMI VEŠČINAMI**, ki vključujejo:

- Pripravljenost sprejeti tveganja - to je sposobnost, da oceniš, uživaš v in se spoprišeš s tveganji, vključno z veščinami in iniciativami, ter da uspešno pelješ ideje do udejanjenja.

- Načrtovalne veščine - te vključujejo zmožnost vizualiziranja ideje, ustvarjanja in organiziranje strukturiranega načrta prihodnjih korakov in aktivnosti, ter odločanja, kaj je treba narediti in kako.
- Strast do svojega sektorja ustvarjanja - kreativni podjetniki so mediatorji, ki kreativne izdelke pripeljejo na trg. Imeti morajo zmožnost, da opazijo nadarjene osebe in da opazijo, spoštujejo, razumejo in upravljajo kreativnost.
- Podjetniške veščine - to je občutek za posel oz. poslovna žilica, občutek za komercialo, sposobnost vođenja, zmožnost razvoja vizije in strategije.
- Medosebne veščine - to je veščina za prodajanje idej, pogajanje in mreženje.

The second one is related to **CREATIVITY, PROBLEM SOLVING and INNOVATION**, including the ability to find:

- new, innovative ways to take creative work to audiences and communities – new models of production, distribution and value – highlighting the wider social, economic and cultural benefits in doing so.
- original ideas and be flexible and self-confident in taking these to market.

Zadnja kompetenca je povezana z **ZMOŽNOSTJO KREATIVNEGA RAZMIŠLJANJA IN POTENCIALOM ZA SPREMINJANJE SVOJEGA SEKTORJA**. Kreativni podjetnik mora biti zmožen videti situacije iz različnih zornih kotov in najti nove originalne ideje.

Kljub napačni predstavi, da je nekdo obdarjen s kreativnostjo ali pa pač ne, lahko vsakdo s pravilnim načinom razmišljanja sprost svojo ustvarjalno žilico in si s tem postavi temelje zdravega poklicnega in zasebnega življenja.

Vaja dela mojstra

Ker svojim kapacitetam razmišljanja namenimo toliko časa v vsakodnevni rutini, pogosto pozabimo stopiti iz svojega vsakdana in tako tudi pozabimo sanjati. Ne glede na starost ali izkušnje je za kreativnost ključnega pomena, da kdaj mislim pustimo prosto pot in povečamo znanje o določenem področju.

Da smo kreativni, nam ni treba znova izumljati tople vode

Steve Jobs in iPhone sta odlični primer za to. Čeprav je prenosni telefon izumil Martin Cooper, je v povezavi z mobilnimi telefoni bolj znan prav Jobs, ki na tem področju velja kot izredni ustvarjalec, saj je mobilni telefon povzdignil iz običajnega izdelka za komuniciranje na daljavo v napravo za predvajanje glasbe in brezžično povezovanje s spletom.

Naj vam problemi služijo kot inspiracija

Namesto, da bi na ovire, s katerimi se srečujete v vsakdanjem življenju, gledali kot na neprijetnosti, jih raje sprejmite kot priložnost za inovacije. Najbrž niste edini, ki se spoprijemate s tovrstnimi težavami, kar pomeni, da na trgu ne obstaja samo vrzel, temveč da obstaja tudi ciljna skupina, ki čaka na vašo kreativno rešitev za točno ta določen problem.

Ne podcenjujte praktičnih rešitev

Ko podjetniki sanjarijo o svojem prvem poslu in podjetju, si običajno predstavljajo, da bodo ustvarili glamurozen izdelek ali storitev. Vendar to pomeni, da podcenjujejo vrednost in dolgoročen potencial za posel pri podjetjih, ki temeljijo na praktičnih in vsakdanjih rešitvah.

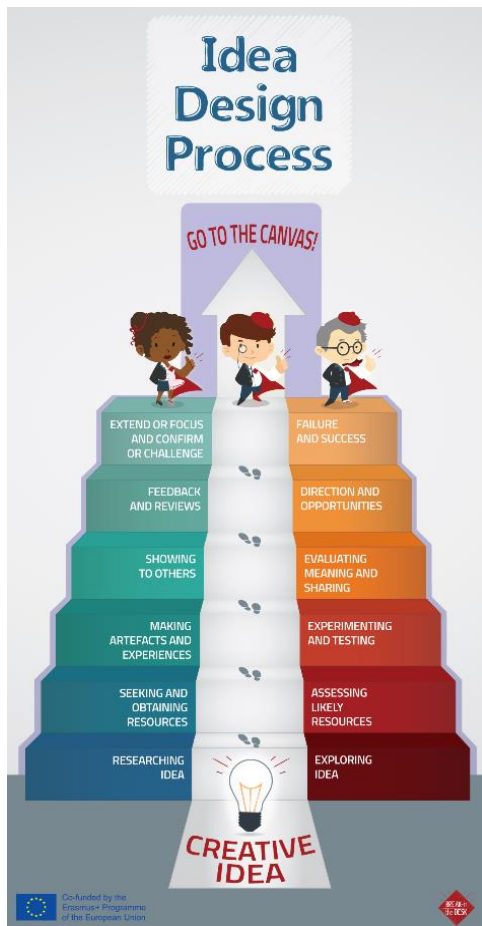
Dvomite v vse

Če želite kreativno idejo spremeniti v uspešno podjetje, morate razmisliti in premotriti vse vidike izdelka in celotnega zamišljenega podjetja, da boste ugotovili, ali je ideja sploh izvedljiva. Poskrbite, da boste svojo idejo lahko predstavili v nekaj enostavnih stavkih, da boste sestavili **poslovni načrt** in da boste dobro preračunali vse izdatke in vložke, ter da boste razmislili, kako bo podjetje delovalo v praksi.

Ustvarjalen je lahko vsakdo, ki je pripravljen v svoje ideje in projekte vložiti čas za inovacije, ki je pripravljen razmišljati, kako izboljšati že obstoječe izdelke, in ki je pripravljen videti probleme kot priložnosti za inovacije, ne glede na to, kako neglamurozen bo končni izdelek. Če boste dvomili v izvedljivost svoje ideje, ko jo boste enkrat oblikovali, boste tako postavili trdne temelje za pretvorbo vaše edinstvene ideje v uspešno podjetje.

A.4 Dve orodji in strategiji za izoblikovanje in vizualiziranje vaše kreativne ideje

1) Orodje št. 1: Postopek oblikovanja ideje

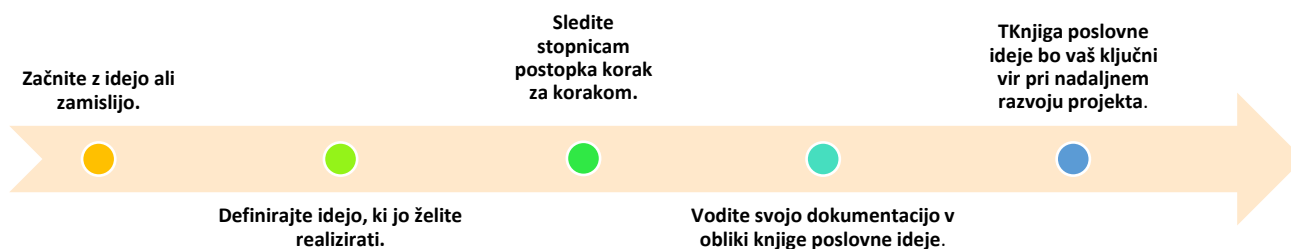


Med številnimi obstoječimi orodji za izoblikovanje, vizualizacijo in pregled ideje za kreativno podjetje ali kreativni projekt je trenutno zelo uporabno orodje, ki se imenuje postopek oblikovanja ideje, ki bo udeležencem tečajev pomagalo, da bodo svojo kreativno idejo izoblikovali korak za korakom in tako udeležanili svoj kreativni projekt. Pri izoblikovanju poslovne ideje potrebujemo čas, da jo razvijemo, preizkusimo in na koncu ovrednotimo.

Postopek oblikovanja ideje je razvila organizacija Materahub skupaj s partnerji projekta "Break in the desk", ki ga financira EU. Ta postopek je ključno orodje za analizo prednosti in slabosti ter izvedljivosti kreativne poslovne ideje, ki temelji na tem, kdo ste vi, in na tem, v kakšnem kontekstu želite realizirati svojo poslovno idejo. S tem orodjem boste definirali in oblikovali podrobnosti svoje kreativne poslovne ideje, preden boste idejo udeležanili.

Če želite uporabiti postopek oblikovanja ideje, morate na začetku imeti zamisel ali preblisk, nato pa definirati idejo, ki jo želite realizirati, sanje, ki jih želite uresničiti, naslednji podjetniški projekt, ki ga želite razviti, projekt, ki ga želite modificirati ali razširiti.

Sledite stopničkam korak za korakom, opravite vse naloge in izdelajte potrebno dokumentacijo in dokazila, upravljajte z dokumentacijo v obliki knjige poslovne ideje, v katero boste dodajali skice, fotografije, slike, videe, povezave, povratne informacije, itd. Na koncu bo knjiga poslovne ideje vaš ključni vir informacij, ko boste sestavljali načrt svojega projekta.



Šest korakov postopka oblikovanja ideje:

There are 6 steps to design your creative business idea:

1.
KORA

Iskanje ideje - Raziskovanje ideje.

Razmislite, katere so vaše strasti, sposobnosti, prepričanja, sanje. Na spletu iščite podobne projekte. Stojite na tleh, na ravnini, razgledujete se naokoli in iščete navdih in idejo. Izberite vsaj 3-4 projekte, preučite razlike in podobnosti med njimi in vašo idejo in jo vizualizirajte (narišite skico, miselni vzorec, seznam ključnih besed in povezav, itd.).

2.
KORA

Iskanje in pridobivanje sredstev - Ocenjevanje verjetnih sredstev

Naredite seznam sredstev, ki jih boste potrebovali za razvoj svojega projekta, ki so vam realno dosegljiva. Ne pozabite: sredstva niso samo v obliki financ, med njih štejemo tudi sposobnosti, veščine in opremo.

3.
KORA

Izdelovanje prototipa in pridobivanje izkušenj - Eksperimentiranje in preizkušanje

Zdaj ste sredi postopka, ukvarjate se z osrednjim korakom, oblikovanjem ideje. Na tej stopnji ste pripravljeni razviti prototip ideje. Če je vaša poslovna ideja izdelek, ga sestavite v majhni velikosti in/ali s poceni materiali. Če je vaša poslovna ideja storitev, jo udejanjite s prijatelji in/ali z družino. Naredite nekaj fotografij ali posnemite video kot dokaz vaše izkušnje.

Naredite seznam vsega, kar s stališča stranke ali uporabnika pri izdelku ali storitvi deluje in kar ne. Na podlagi izkušnje naredite še en seznam s kompetencami in veščinami, pri katerih ste se počutili samozavestni in pri katerih se niste.

"Nekaj drobnih nasvetov za oblikovanje prototipa vaše ideje:"

--Če boste v svojem projektu ponujali ali prodajali izdelke, je koristno, če lahko izdelek vidite in se ga dotaknete. Naredite vzorec izdelka s katerim koli materialom (papirjem, plastiko, itd.).

--Če je vaš projekt povezan z dogodki, prireditvami, festivali, sestavite načrt, scenarij, video, risbo ali kar koli podobnega, s čimer boste vizualizirali svojo idejo.

Pomembno je, da delite svojo idejo z drugimi. Pridobivanje povratnih informacij in razpravljanje o vašem projektu z drugimi je ključnega pomena. Ne oklevajte pri deljenju svoje ideje z drugimi, saj boste tako dobili dodatne predloge, kar bo vzpodbudilo vaše razmišljanje in izpopolnjevanje ideje.

4.
KORA

Predstavitev ideje drugim - Vrednotenje pomena in deljenje

Preberite seznam s stvarmi, ki delujejo, in stvarmi, ki ne delujejo, ki ste ga ustvarili v 3. koraku. Razmislite, kako bi se dalo poslovno idejo izboljšati. Znova pregledajte svojo idejo in si odgovorite na to vprašanje: So ljudje, ki ste jih vključili v prototipno fazo, hitro in enostavno razumeli vaš projekt?

Povratne informacije in ocene - Smer in priložnosti

**5.
KORA**

Zelo blizu vrha ste. Dobro ste opravili! Še enkrat preglejte in napišite svojo poslovno idejo. Zberite komentarje in povratne informacije od ljudi, ki ste jih vključili v fazo prototipa (komentarji so lahko v obliki besedila, slike, videa, intervjuja, itd.). Še enkrat preglejte idejo. Naj vas ne prestraši dejstvo, da bo mogoče vaša poslovna ideja na tej stopnji popolnoma drugačna od vaše prvotne ideje. Trdno delate, da bi dosegli zadnjo stopnico v postopku in da bi razvili najboljšo različico svoje ideje. Ne pozabite, da uspešne ideje včasih izvirajo iz napak!

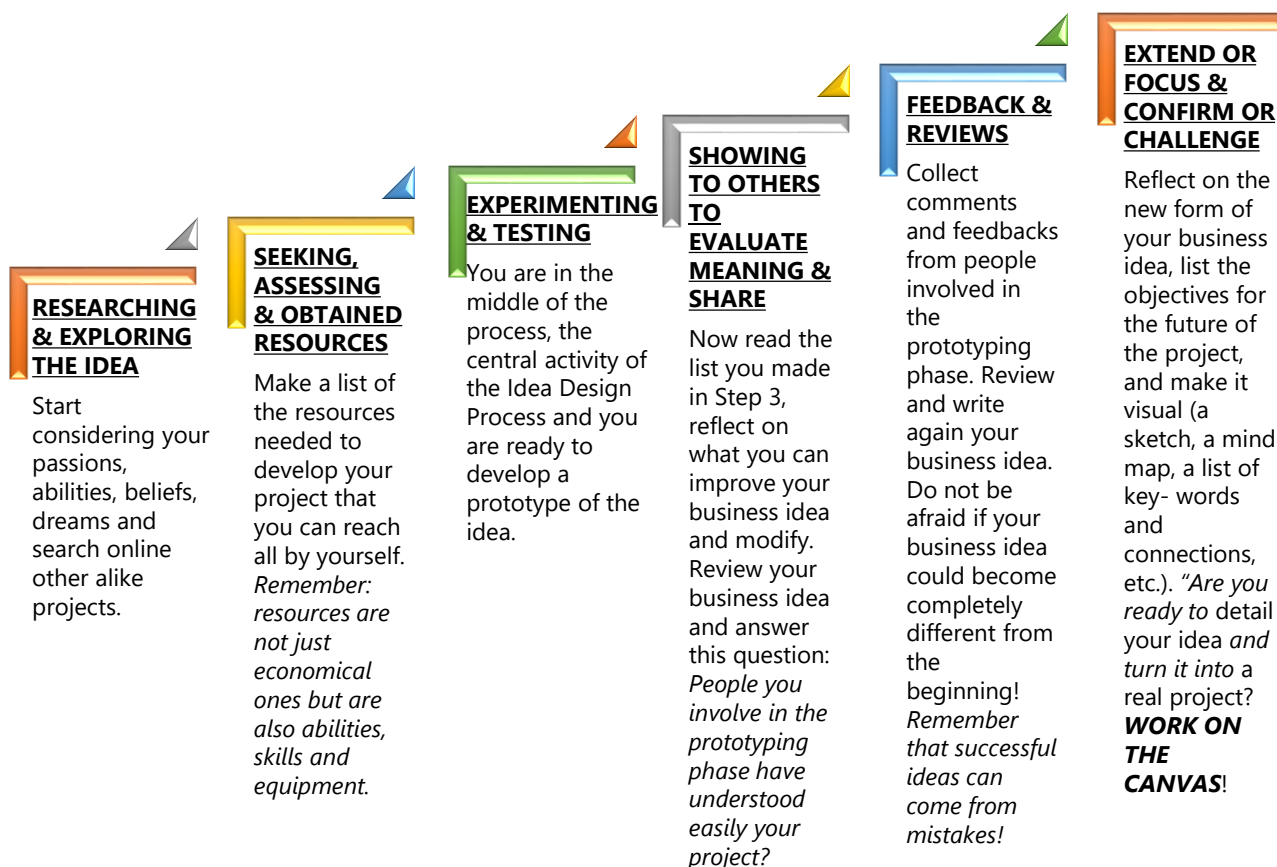
Razširite ali fokusirajte in potrdite ali dvomite - Uspeh in neuspeh

**6.
KORA**

Razmislite o novi obliki svoje poslovne ideje in naredite seznam ciljev za prihodnost projekta ter jih vizualizirajte (s skico, miselnim vzorcem, seznamom ključnih besed in povezav, itd.).

Razvijte svoj postopek oblikovanja ideje: Sledi postopek oblikovanja ideje, razložen korak za korakom. Podrobna razlaga tega orodja in platna kreativnega projekta vam je na voljo na strani WorkPlayBook, ki vključuje tudi interaktivne igre: <https://www.creativeprojectcanvas.com/>

Uživajte v oblikovanju svoje kreativne poslovne ideje!



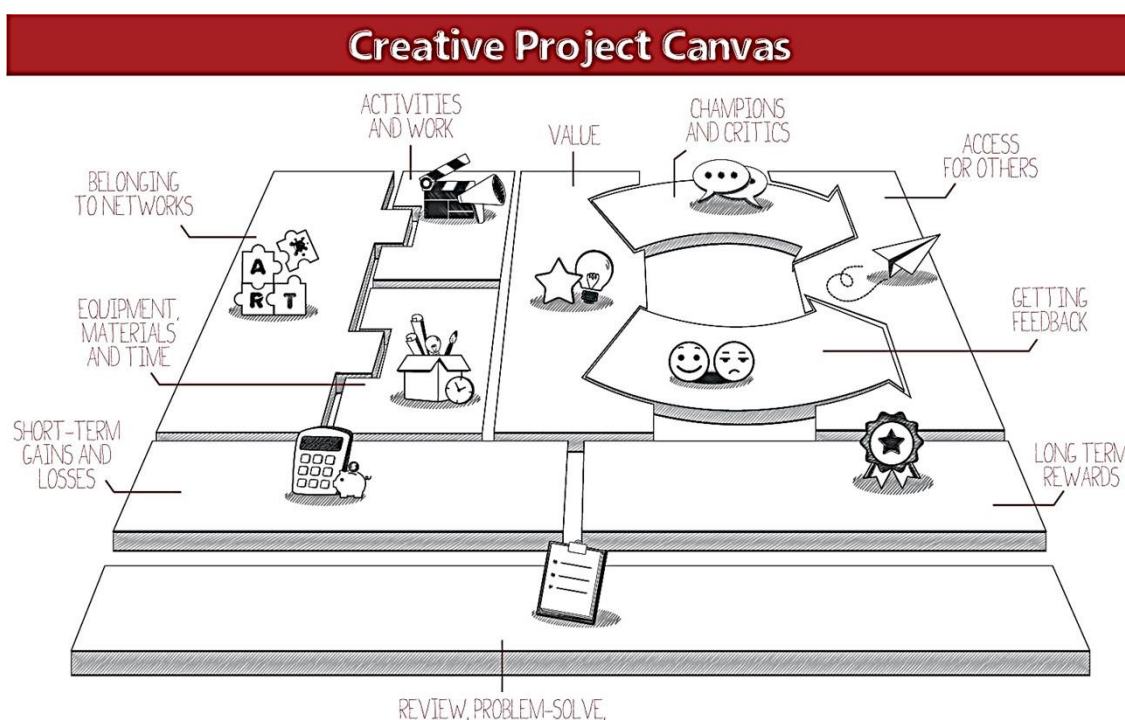
2) Orodje št. 2: Platno kreativnega projekta

Zakaj so poslovni modeli tako pomembni?

Poslovni modeli vam omogočajo, da iz svoje ideje ustvarite vrednost. Ni dovolj, da imate le dobro idejo za nov izdelek ali storitev, če ne morete odgovoriti na nekaj ključnih vprašanj, kako svojo idejo uresničiti. Prav tako samo pozitivna čustva, kako narediti nekaj dobrega za ljudi, niso dober temelj za ustvarjanje platforme, preko katere boste posredovali pomembne storitve, še posebej v razvojnih sektorjih in sektorjih družbenega podjetništva. Dobro je, če v sodelovanju s kolegi izoblikujete strukturo svoje ideje in tako identificirate pomembna tveganja in predpostavke, ki so povezani z idejo.

Inovativen poslovni model je platno kreativnega projekta

Organizacija Materahub je na podlagi platna poslovnega modela, ki je strateško in podjetniško orodje za vizualiziranje ideje in njene oživitve v obliki projekta, razvila zelo inovativno platno kreativnega projekta.



Platno kreativnega projekta je strateško vizualno ogrodje, s katerim lahko načrtujemo trajnostne projekte, pri katerih trajnost ni nujno povezana z dolgoročnimi ekonomskimi dobički, temveč tudi z trdnimi temelji, ki jih morate postaviti pri vseh svojih profesionalnih projektih

Naše **PLATNO KREATIVNEGA PROJEKTA** je orodje za iskanje, raziskovanje in načrtovanje kreativnih projektov.

Zakaj potrebujem **platno kreativnega projekta**? Ker mi pomaga pri naslednjih dejavnostih:



Obstaja 9 tem za vsako od teh dejavnosti, vključno z vprašanji, s katerimi lahko bolje definirate in razmišljate o projektu. Poiščite svoj odgovor!

Spodaj si lahko ogledate platno kreativnega projekta, ki je razdeljeno v štiri dele. Pomagalo vam bo vizualizirati glavne aspekte vašega projekta.

2 .The practical part of your project
who will help you, how do you do it,
what do you need?

1 .The core of your project
what do you do?

3 .The external-perception of your project
how do you interact and how do you reach your
target audience?

CREATIVE PROJECT CANVAS

Project name:
Team members:
Data:
Rate:

BELONGING TO NETWORKS - How can current and potential networks support with this project? Learning? Preparing? Travelling? Creating, producing and sharing? Coordinating all the aspects of it? Reviewing and reflecting? Recovering and refreshing before the next project?	ACTIVITIES AND WORK - What activities are required? - Who does these? - Could others do these? - What would enable them to do these? - What impact would that have on the project; you; family; others? EQUIPMENT, MATERIALS AND TIME - What equipment and materials are needed? - Who provides these? - Who else has these? - What would enable others to provide these? - How much time is needed? - Recovering and refreshing before the next project?	VALUE - How would you describe the value of this project to yourself; your family; others? Emotional Intellectual Material/Financial Spiritual Social Other	CHAMPIONS AND CRITICS - Who is a champion and supporter of your creative projects? - What impact do they have on the project; you; family; others? - Who is a critic and blocker of your creative projects? - What impact do they have on the project; you; family; others? - How can you increase the positive and reduce the negative impact? GETTING FEEDBACK - Who gives feedback about your project? - How do you use this? - What is important to know about? - How often? - How can others give feedback? - How can others request the opportunity to give feedback? - How can you get more useful feedback?
---	---	---	--

SHORT TERM GAINS AND LOSSES

 - What are the short-term gains from doing this project?
 Money; Contacts; Credibility; Opportunities; Other;

 - What are the short-term losses from doing this project?
 Money; Time; Missed opportunities;

LONG TERM REWARDS

 - What are the long-term rewards from undertaking this creative project?

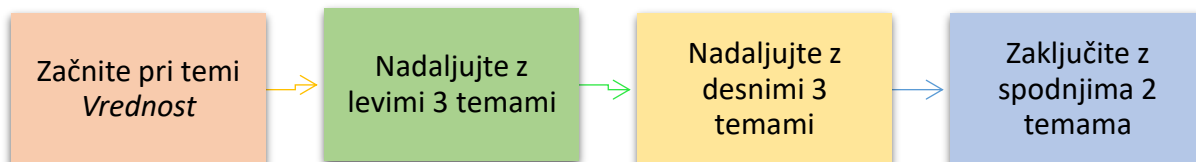
 - How will you use these rewards to stimulate further opportunities, create sustainability or long-term impact?

REVIEW, PROBLEM-SOLVE, SCOPE AND PLAN

4 .The future plans of your project
what could you gain and loose in the near future? which rewards
could you gain in the next future.

Kako ga uporabiti?

- Preberite ključna vprašanja, ki so našeta v vsaki od 9 tem in zapišite odgovore na listke, ki jih potem prilepite ob vsako od tem (ne pozabite, samo 1 listek za 1 razdelek)



- Ko boste sestavili prvi osnutek svojega platna kreativnega projekta, ga redno preučujte, da boste tako preverili, kako napredujete, in da boste spremenili karkoli, za kar ste ugotovili, da je treba spremeniti, prilagoditi ali izbrisati

POGLAVJE (B) Glavni viri financiranja kreativnih podjetij

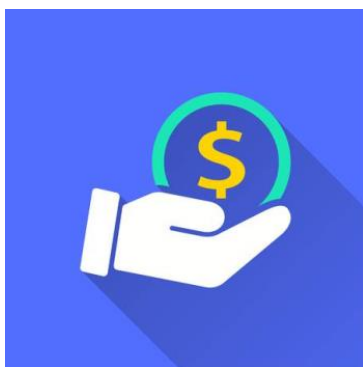
B.1 Kako financirati svoje podjetje

• Trajne naložbe

To so dolgoročni bančni krediti. To so posojila s strani finančnih ustanov, ki se jih odplačuje več kot eno leto. Bančni kredit je najbolj običajen vir financiranja v poslovnem svetu, ne glede na to, ali je dolgoročen ali kratkoročen (ta je odplačan v manj kot enem letu).

Očitno je, da je dostop do teh kreditov veliko lažji za tista podjetja, ki že imajo konsolidirane rezultate in dejavnosti, kot pa za nova podjetja in podjetnike, ki želijo začeti nov projekt. Ko govorimo o začetku nove dejavnosti, se ne moremo izogniti dejstvu, da bodo pogoji, ki jih bodo postavile finančne ustanove, bolj ostri kot pa pri že ustaljenih podjetjih.

Takšni zaostreni pogoji pomenijo pogosto višje obresti, krajše roke odplačevanja, višje provizije, in zahtevo po večjih zavarovanjih kredita, ki lahko vključujejo zavarovanja z osebno lastnino, hipoteke ali jamčenja s strani tretjih oseb s svojim kapitalom



• Kratkoročne naložbe

To so kratkoročna posojila. Rok vrnitve posojila in obresti je pri teh posojilih manj kot eno leto.

Kompleksnost kratkoročnih posojil je enaka kot pri dolgoročnih, kar pomeni, da so pri novih podjetjih z novimi projekti pogoji bolj zaostreni. Razlika je le v tem, da ta vrsta financiranja zaradi kratkoročnosti ne uporablja hipotekarnih garancij. Običajno so jamstva le osebna, vendar morajo skoraj vedno biti potrjena oz. jamčena še s strani tretjih oseb, ki lahko izkažejo verodostojnost z velikostjo svojega kapitala.

• Lastna sredstva

Povečanje kapitala: podjetje se lahko odloči za tovrstno financiranje katerega koli novega projekta, kadar se lahko zanaša na določeno verodostojnost na trgu. Skoraj nemogoče je, da bi se na tak način lahko financirala zagonska podjetja, saj še nimajo rezultatov, ki bi lahko pri



investitorjih zbudili zaupanje. Ko se podjetje odloči povečati svoj kapital, stori to tako, da na trgu ponudi nove delnice ali pa poveča vrednost obstoječih delnic. To velja pri delniških korporacijah. Pri manjših podjetjih lastniki delnic dajo denar v obliki novih delnic ali pa povečajo vrednost obstoječih.

Samofinanciranje: tovrstno interno financiranje za zagon novih projektov je koristno za podjetja, ki že nekaj časa poslujejo in se ukvarjajo z aktivnostmi, ki jim že prinašajo vsaj minimalni dobiček. Gre za financiranje z uporabo dobička podjetja ali njegovega dela in z amortizacijo. Tako se pri uporabi tega vira ni potrebno zadolžiti, da bi podjetje začelo nov projekt. Ena najpomembnejših posledic samofinanciranja je zmanjšanje zunanje odvisnosti in odprava finančnih stroškov. Edina pomanjkljivost tega vira financiranja je dejstvo, da dokler podjetje dobiček uporablja za financiranje projekta, so lastniki in delničarji deležni manjšega dela dobička.

Prodaja osnovnih sredstev: v tem primeru (če razmere to omogočajo) podjetje nove projekte financira s prodajo osnovnih sredstev, ki niso več v uporabi ali ki lahko z novo dejavnostjo povečajo vrednost. Tovrstno financiranje je mogoče najti le v podjetjih, ki so do neke mere konsolidirana v drugih dejavnostih, ki jim omogočajo, da lahko računajo na določeno količino kapitala v obliki sredstev.

Zmanjšanje inventarja: ta vrsta financiranja je v osnovi mogoča za podjetja, katerih glavna dejavnost je proizvodnja, saj imajo veliko zalog (ali osnovne surovine ali končne izdelke). Gre za izboljšanje upravljanja v skladišču (s surovinami), v proizvodnji ali v prodaji (izboljšanje prodaje zmanjša obseg inventarja). Posledično pride do prihranka v splošnih stroških podjetja.

Zmanjšanje časa za zbiranje denarja od strank: Podjetja lahko to financiranje uporabijo tako, da strankam maksimalno zmanjšajo roke plačil. Ta vrsta financiranja je v veliki meri povezana s sposobnostjo podjetja, da čim bolj podaljša rok plačila svojim dobaviteljem. Daljša kot je časovna razlika med plačilom, ki ga podjetje dobi od strank, in plačilom, ki ga mora podjetje plačati svojim dobaviteljem, večja in boljša bo raven financiranja novega projekta s tovrstnim sistemom.

Tovrstno financiranje zahteva dobre pogajalske spretnosti pri pogajanju s kupci in dobavitelji. Ta sposobnost je običajno povezana z verodostojnostjo podjetja, njegovo pomembnostjo, starostjo in njegovo podobo. To so pogoji, ki jih je mogoče doseči le s časom in dobrim delom. To pomeni, da je financiranje s pomočjo tega sistema za novega podjetnika ali mlado podjetje, ki želi začeti nov projekt, težko izvedljivo. Zaradi očitnih razlogov bodo dobavitelji od mladega podjetja z novim projektom želeli dobiti plačilo v čim krajšem času ali pa bodo želeli biti plačani z gotovino, saj mlado podjetje ali novi podjetnik še nima potrebnih referenc in izkušenj. Prav tako bodo kupci nagnjeni k daljšanju plačilnega roka, kolikor bodo lahko glede na dejavnost. To bodo storili zaradi nepoznavanja novega izdelka ali storitve. To dejstvo bodo uporabili za poganja in izboljšanje svojih kupnih pogojev.

B.2 Priložnosti financiranja v Evropi

Evropska unija ima različne programe financiranja, na katere se glede na vrste vaše dejavnosti ali projekta lahko prijavite. Obstajata dve vrsti financiranja: neposredno in posredno. Dodelitev *neposrednega financiranja* upravljajo evropske institucije. Financiranje je lahko v obliki donacij ali naročil. Za donacije in naročila, ki jih upravlja Evropska komisija, se lahko prijavite na portalu ['Financiranje in razpisi'](#).

Posredno financiranje je nacionalni ali regionalni organ, odgovoren za zagotavljanje posrednega financiranja, ki predstavlja skoraj 80% proračuna EU, predvsem v obliki petih glavnih skladov, ki sestavljajo Evropske strukturne in naložbene sklade.

Evropska unija nudi podporo evropskim podjetnikom in podjetjem. Tovrstna podpora je na voljo bodisi neposredno, bodisi preko programov, ki se upravljajo na nacionalni ali regionalni ravni, kot so

strukturni skladi Evropske unije. Podjetniki lahko izkoristijo tudi vrsto nefinančnih mehanizmov v obliki storitev, ki nudijo poslovno podporo.

• Program Ustvarjalna Evropa

Program Ustvarjalna Evropa je program Evropske komisije za podporo kulturnemu in avdiovizualnemu sektorju. Ta program je naslednik prejšnjih programov Kulturni program in MEDIA program. Kreativna Evropa bo s proračunom 1,46 milijarde EUR podpirala evropske kulture in ustvarjalne sektorje.

Cilji Ustvarjalne Evrope so:

- pomagati kulturnim in ustvarjalnim sektorjem zgrabiti priložnosti, ki jih ponujata digitalna doba in globalizacija.
- omogočiti sektorjem, da uresničijo svoj gospodarski potencial in da prispevajo k trajnostni rasti, proizvajajo nova delovna mesta in da prispevajo k socialni koheziji.
- omogočiti evropskim kulturnim in medijskim sektorjem dostop do novih mednarodnih priložnosti, trgov in občin. To bo zlasti vključevalo financiranje za 2.500 umetnikov in kulturnih strokovnjakov, 2.000 kinematografov, 800 filmov in 4.500 prevodov knjig. Leta 2016 je bila vzpostavljeno finančno jamstvo v višini 750 milijonov evrov za mala podjetja, dejavna v teh sektorjih.



Kdo lahko sodeluje?

Program Ustvarjalna Evropa je odprt za kulturne in ustvarjalne organizacije iz držav članic EU, kot tudi iz držav, ki niso članice EU. Pod določenimi posebnimi pogoji lahko v programu enakopravno z državami članicami EU sodelujejo tudi organizacije iz držav, ki so članice EGP (Evropski gospodarski prostor), kandidatke ali potencialne kandidatke za vstop v EU in ki sodelujejo v okviru Evropske sosedске politike.

Več informacij o državah, ki izpolnjujejo pogoje, najdete v tabeli o državah, ki niso članice EU, in v smernicah vsakega posameznega razpisa za zbiranje predlogov.

Kako se prijaviti?

Organizacije, ki jih zanima prijava na razpis za financiranje, lahko več izvedo na več posameznih straneh: Priložnosti kulturnega sektorja; Priložnosti avdiovizualnega sektorja; Medsektorski sklop. Več podrobnih informacij glede postopka prijave in rezultatov preteklih razpisov je na voljo na strani Izvajalske agencije za izobraževanje, avdiovizualno področje in kulturo ([EACEA](#)).



• Instrument za mala in srednje velika podjetja (1. in 2. faza)

Evropska unija nudi podporo malim in srednje velikim podjetjem. Podpora je na voljo v različnih oblikah, kot so donacije, posojila in v nekaterih primerih jamstva. Mala in srednje velika podjetja lahko koristijo tudi vrsto nefinančnih pomoči v obliki programov in podpornih storitev za podjetja. Sledijo sheme pomoči, razdeljene v štiri kategorije:

1. Tematske naložbene priložnosti: Ta sredstva so večinoma tematska s posebnimi cilji (okolje, raziskave, izobraževanje), ki jih oblikujejo in izvajajo različni oddelki Evropske komisije. Mala ali srednje velika podjetja ali druge organizacije se lahko običajno na programe prijavijo neposredno, običajno pod pogojem, da predstavljajo trajnostne, transnacionalne projekte z dodano vrednostjo.

Glede na program so med prosilci lahko tudi poslovna združenja, ponudniki poslovne podpore in/ali svetovalci. Sofinanciranje je v tem procesu splošno pravilo. Podpora Evropske unije je običajno sestavljena iz subvencij, ki krijejo le del stroškov projekta.

2. Strukturni skladi (Evropski regionalni razvojni sklad (ERDF) in Evropski socialni sklad (ESD)) so največji instrumenti financiranja skupnosti, ki koristijo malim in srednje velikim podjetjem z različnimi tematskimi programi in pobudami skupnosti, ki se izvajajo v regijah. Upravičenci do strukturnih skladov prejmejo neposreden prispevek za financiranje svojih projektov. Upoštevajte, da se programi upravljajo in da se projekti izbirajo na nacionalni in regionalni ravni.

3. Finančni instrumenti: Večina finančnih instrumentov je na voljo samo posredno preko nacionalnih finančnih posrednikov. Veliko jih upravlja Evropski investicijski sklad.

4. Podpora internacionalizaciji malih in srednje velikih podjetij: Ta podpora se izvaja v obliki pomoči posredniškim organizacijam ali javnim organom na področju internacionalizacije, ki malim in srednje velikim podjetjem pomagajo pri dostopu do trgov zunaj EU.

Instrument MSP - kako deluje

Ta program financiranja za podporo malim in srednjim podjetjem je lahko zelo učinkovit tudi za zagonska podjetja. Odličen je za razvoj in širjenje inovativne poslovne ideje. Poleg tega lahko podjetnik uporabi sredstva za razvoj podjetja in za izobraževanje za uspešen razvoj svojega podjetja. Instrument za mala in srednje velika podjetja je zdaj del pilotskega projekta Evropskega sveta za inovacije, ki podpira vrhunske inovatorje, podjetnike, mala podjetja in znanstvenike z možnostmi financiranja in pospeševalnimi storitvami. Glavni poudarek pilotnega projekta Evropskega sveta za inovacije je na radikalnih inovacijah, ki ustvarjajo nove trge, s projektom pa želi svet izboljšati produktivnost in mednarodno konkurenčnost ter vzpodbuditi ustvarjanje novih delovnih mest in višjega življenjskega standarda.

Kdo se lahko prijavi?

Instrument za mala in srednje velika podjetja (MSP) naslavlja MSP s korenito novo idejo, ki je podprta s poslovnim načrtom za uvajanje tržnih inovacijskih rešitev, ter MSP, ki imajo ambicije za rast in širitev. Podpira MSP z visokim tveganjem in visokim potencialom, ki so usmerjena k dobičkonosnosti, vključno z mladimi podjetji in zagonskimi podjetji iz katerega koli sektorja. Podjetje mora imeti sedež državi članici EU ali v državi, ki je povezana s okvirnim programom Horizon 2020.

Konkurenca je močna, le najbolj prepričljivi in odlični predlogi dobijo financiranje, in to po temeljitem ocenjevanju s strani večnacionalnih komisij, sestavljenih iz strokovnjakov za tehnologijo, poslovanje in finance. Izbrana podjetja prejmejo finančna sredstva in ponudbo za poslovno usposabljanje za razširitev svoje inovacijske ideje, lahko pa dobijo tudi mentorstvo. Dobijo pomoč pri povezovanju z drugimi udeleženci EIC instrumenta za mala in srednje velika podjetja, z drugimi podjetji vseh velikosti ter s potencialnimi soinvestitorji in nadaljnjimi vlagatelji po vsej Evropi. Do leta 2020 bo za naložbe izbranih 4000 malih podjetij. Kot prejemnik sredstev Instrumenta za mala in srednje velika podjetja boste pridobili prepoznavnost in povečali svoje možnosti za uspeh na evropskem in mednarodnem trgu.

Kakšno podporo lahko dobite?

Instrument za MSP zagotavlja podporo poslovnim inovacijam skozi celoten proces poteka projekta. Ima tri faze, vključno s poučevanjem in mentorstvom. Zastavljenih tem ni, inovativna podjetja po vsem svetu lahko predstavijo svoje odlične ideje. Za podjetja je priporočljivo, da se najprej prijavijo za 1. fazo, lahko pa tudi neposredno za 2. fazo, če je projekt že v dovolj zreli fazi razvoja.

Študija izvedljivosti - 1. faza

Prva faza vam pomaga dojeti raziskave in razvoj, tehnično izvedljivost in komercialni potencial prelomne inovativne ideje in jo razviti v verodostojen poslovni plan za njeno realizacijo in nato nadaljnji razvoj. Projekti dobijo pavšalni znesek 50.000 evrov, ki naj bi bil dovolj za šest mesecev dela.

Od zasnove do trga - 2. faza

2. faza vam pomaga razviti poslovni koncept v produkt, storitev ali postopek, ki je pripravljen na trg, in usklajen s strategijo rasti vašega podjetja. Aktivnosti v tej fazi vključujejo preizkuse, oblikovanje prototipov, potrditev, predstavitev izdelka in njegovo testiranje v resničnih razmerah, ter njegovo tržno rabo. Če dejavnost zadeva predvsem tehnološko inovacijo, je predvidena raven tehnološke pripravljenosti (TRL) 6 ali višja. Projekti prejmejo med 0,5 in 2,5 milijona evrov, a lahko ob prijavi na razpis zahtevate višji ali nižji znesek, pri čemer morate zahtevo ustrezno utemeljiti. Projekti običajno trajajo od 12 do 24 mesecev, v izjemnih in dobro utemeljenih primerih pa lahko trajajo tudi dlje.

Kako se prijaviti?

Instrument za mala in srednje velika podjetja je stalno odprt razpis s 4 prekinitvami na leto za vsako fazo. Predloge strokovnjaki ocenjujejo na podlagi treh meril za dodelitev sredstev: "vpliv", "odličnost in kakovost" in "učinkovitost izvedbe". V 1. fazi predloge neodvisni strokovnjaki ocenjujejo na daljavo. Predlogi, ki presežejo prag kakovosti, torej oceno 13 od 15, preidejo v presojo za dodelitev sredstev v mejah proračuna, ki je na voljo. Vloge za 2. fazo se ocenjujejo v dveh korakih. V prvem koraku neodvisni strokovnjaki predloge ocenijo na daljavo. Predlogi, ki dosežejo najvišjo oceno kakovosti, so povabljeni v drugi korak (v ta korak dobi povabilo približno dvakrat toliko predlogov, kot je razpoložljivih sredstev v proračunu). Drugi korak je sestavljen iz komisijskih pogovorov z komisijo strokovnjakov s področja tehnologije, poslovanja, financ in industrije.

• COSME

COSME je program Evropske komisije, ki se ukvarja s konkurenčnostjo podjetij. Njegov cilj je spodbujati poslovanje in podjetništvo v Evropi, pri čemer je poseben poudarek na malih in srednje velikih podjetjih, ki predstavljajo glavnino evropskega gospodarstva in ustvarjajo 85% vseh novih delovnih mest.

Program COSME prispeva k ciljem programa Evropa 2020, ki so pametna, vključujoča in trajnostna rast, hkrati pa optimizira sinergije z drugimi programi EU, kot sta Horizon 2020 in Evropski strukturni in naložbeni sklad.



Program zastavlja naslednje cilje: izboljšanje dostopa malih in srednje velikih podjetij do finančnih sredstev, olajšanje dostopa do trga, zlasti znotraj Evropske unije, a tudi na svetovni ravni; izboljšanje okvirnih pogojev za poslovno konkurenčnost in trajnost, še zlasti za MSP, vključno s turističnim sektorjem; podpiranje podjetnikov in spodbujanje podjetništva. Okvirni proračun programa COSME znaša 2,3 milijarde evrov za obdobje 2014-2020. Program se izvaja na podlagi letnega delovnega načrta in podpornimi ukrepi. Delovni program za leto 2017 ima skupni proračun v višini 292 milijonov evrov. Od tega je 60% namenjenih finančnim instrumentom, 20% pa dejavnostim za spodbujanje lažjega dostopa podjetij do trga, kar sta dve glavni prednostni nalogi programa.

Upravičeni subjekti in partnerstva

Kot že omenjeno, so potencialni upravičenci do sredstev programa COSME vsi akterji (fizični in pravni), ki se ukvarjajo z dejavnostmi: podjetniki, podjetja, začetni podjetniki, zagonska podjetja in organizacije, ki podpirajo javna in zasebna podjetja in so dejavne na lokalni, regionalni in državni stopnji.

Kar zadeva druge programe, je primerno upravičence razdeliti na dve ravni: organi, ki nudijo podporo podjetjem (prvi upravičenci sredstev s strani številnih razpisov, ki jih je razpisal COSME), in podjetja, ki imajo korist od zagotovljene podpore. Za mala in srednje velika podjetja in zagonska podjetja je treba poznati finančne podporne instrumente (dostop do posojil in lastniškega kapitala), ki jih nudi program COSME, vendar je dostop do teh instrumentov večinoma preko finančnih posrednikov, prisotnih na lokalni ravni, ki so vezani na določen razpis znotraj programa COSME. Vendar pa je znotraj programa COSME tudi vedno veliko razpisov, ki so namenjeni neposredni udeležbi malih in srednje velikih podjetij ter manjših akterjev na posameznem področju.

Oblikovanje partnerstva (zlasti nadnacionalnega partnerstva) mora biti usmerjeno v ustvarjanje funkcionala "evropska dodana vrednost" glede na specifično dejavnost, ki se financira: glede na posamezni primer so lahko določilnega primera naslednji vidiki projekta: inovacija ideje, tržni potencial ideje, prenosljivost praks v druge sektorje, države in proizvodne procese in celo zmožnost projekta, da vpliva na politike podjetij in splošnega poslovnega okolja. Razpisi za zbiranje predlogov so odprti subjektom, ki pripadajo območju EU, območju EFTA/EGP in /na podlagi posameznih sporazumov, ki jih je treba preveriti za vsak primer posebej) za kandidate in potencialne kandidate za pridružitve tem ustanovam, ter za sosednje države.

Vrste dejavnosti in področja dejavnosti znotraj programa COSME:

Program COSME je strukturiran v štiri glavne ključne dejavnosti, ki so tudi njegova glavna področja delovanja:

1) Dostop do financ:

Prva prednostna naloga programa COSME (glede na pomembnost in obseg) je omogočanje dostopa malim in srednje velikim podjetjem do finančnih sredstev v vseh fazah njihovega življenjskega cikla, zlasti v ključnih trenutkih ustanovitve, zagona podjetja, širitve in prenosa poslovanja. Oblike podpore vključujejo dostop do jamstev, posojil, tveganega kapitala in lastniškega kapitala. To podporo usmerjajo finančne institucije, ki so že prisotne na ozemlju, kjer deluje podjetje.

Za doseganje tega cilja obstajata dva instrumenta:

- *Jamstvena shema za posojila (LGF)*, preko katere program finančnim posrednikom (bankam, lizinskih in poroštvenim družben, itd.) zagotavlja poročstva in posredna poročstva, da lahko povečajo obseg posojil malim in srednje velikim podjetjem, tako v količinskem smislu kot v smislu tipov podjetij, ki jih finančne družbe servisirajo, ter v smislu storitev, ki jih finančne družbe nudijo tovrstnim podjetjem. Najbolj je pričakovano, da bo ta program vplival na mikropodjetja (ki imajo manj kot 10 zaposlenih), manj ustaljena podjetja in podjetja, pri katerih je zaznana večja stopnja tveganja (ker so mlada in inovativna).
- *Kapitalska shema za rast (EFG)*, s katerim program zagotavlja tvegan kapital naložbenim skladom (večinoma skladom tveganega kapitala), ki financirajo predvsem mala in srednje velika podjetja, ki so v fazi širitve in rasti. Posebna pozornost je namenjena malim in srednje velikim podjetjem, ki so mednarodno aktivna. Podjetja, ki bodo prejela naložbe, izberejo upravitelji skladov, ki poleg poslovanja na podlagi komercialnih meril ocenijo tudi potencial rasti podjetij.

– *

2) Dostop do trga

Program COSME podjetjem pomaga pri dostopu do trgov znotraj in zunaj EU. Program še posebej podpira: mrežo The Enterprise Europe Network, ki je sestavljena iz več kot 600 pisarn v več kot 50 državah, ki malim in srednje velikim podjetjem pomaga poiskati poslovne in tehnološke partnerje, razumeti evropsko zakonodajo in dostopati do sredstev EU; informacijski portal "Tvoja Evropa" Your Europe in "Portal za internacionalizacijo malih in srednje velikih podjetij" podjetnikom, ki želijo ustanoviti podjetja v drugi državi članici EU ali zunaj EU, nudi praktične informacije; službe za pomoč pri varovanju intelektualne lastnine za MSP, ki podjetjem nudijo podporo pri zagotavljanju

intelektualne lastnine, standardih ali javnih naročilih. Poseben poudarek je na jugovzhodni Aziji, Kitajski in Latinski Ameriki; EU-Japonski center za industrijsko sodelovanje, ki spodbuja vse oblike industrijskega, trgovinskega in naložbenega sodelovanja med tema dvema državama.

3) Izboljšanje okvirnih pogojev za podjetja.

Ta prednostna naloga programa COSME določa številne smeri ukrepanja, ki so lahko predmet določenih razpisov za predloge: zmanjšanje administrativnih in regulativnih bremen na podjetja (zlasti na mala in srednje velika podjetja) z oceno učinka podjetja, razvojem zakonodaje, ki je bolj primerna za mala in srednje velika podjetja; ustvarjanje konkurenčnih panog s tržnim potencialom s podporo malim in srednje velikim podjetjem pri sprejemanju novih poslovnih modelov in njihovo vključevanje v "vrednostne verige"; posebne ukrepe (ki dopolnjujejo tiste, ki se izvajajo na nacionalni ravni) na področjih z visokim potencialom rasti (npr. turistični sektor); razvoj grozdov na visoki ravni in njihova internacionalizacija znotraj EU s posebnim poudarkom na medsektorskem sodelovanju in nastajajočih industrijah; digitalizacija poslovne skupnosti in spodbujanje kompetenci/vodstva pri uporabi informacijsko-komunikacijskih tehnologij.



4) Podpora podjetnikom in podjetništvu.

Tudi znotraj te prednostne naloge obstajajo številne dejavnosti, ki bi lahko bile predmet posebnih razpisov za zbiranje predlogov: pobude za mobilnost in izmenjavo raziskav in razširjenja dobrih praks; pilotni projekti na področjih, kot so podjetniško izobraževanje, mentorstvo ali razvoj svetovalnih storitev za nove in potencialne podjetnike (mlade, ženske, starejše); program Erasmus za mlade podjetnike: čezmejni sistem izmenjave,

katerega namen je pomagati novim podjetnikom ali osebam, ki želijo postati podjetniki, da pridobijo potrebna znanja za vodenje in širitev podjetja, tako da pomagajo izkušenemu podjetniku iz druge države za obdobje enega do šestih mesecev; podpora digitalnemu podjetništvu in digitalni preobrazbi evropskih podjetij, da bi v celoti razumeli in izkoristili priložnosti, ki jih nudijo ključne nove tehnologije.

B.3 Viri financiranja

Tržno financiranje

S tržnimi finančnimi sredstvi poleg bank vključujemo še druge finančne vire. V tem delu priročnika opisujemo možnosti financiranja, ki prihajajo iz drugih virov, kot so naložbe, množično financiranje in pospeševalniki poslovanja.

• Poslovni angeli

Poslovni angel ali angel investitor je oseba, podjetje ali skupina, ki deluje kot finančni vir za mala zagonska podjetja ali podjetnike. Kapital, ki ga nudijo, je lahko enkratna vsota semenskega denarja ali stalna podpora za pomoč podjetju v težkih časih. Poslovni angel investira svoje osebne finance, ki jih nujno ne potrebuje, in poslovne ali strokovne izkušnje v rast majhnega podjetja, običajno v zagonska podjetja ali podjetja v zgodnji fazi. Poslovni angeli lahko vlagajo sami ali pa kot del sindikata. Te vrste vlagatelje včasih običajno želijo delež lastništva kapitala podjetja.

Običajna naložba poslovnega angela znaša med 25.000 in 100.000 evrov na podjetje, lahko pa je tudi višja. Poslovne angele zlasti zanimajo kakovost podjetja ali ideje, strast ljudi, ki so vpleteni v delovanje podjetja, in integriteta ustanoviteljev.

Če ste udeleženi v tovrstnem financiranju, morate narediti jasno premišljen poslovni načrt in vso zgodnjo dokumentacijo o projektu. Poslovne angele zanima tehnologija in intelektualna lastnina. Poslovni angeli postavljajo ugodnejše pogoje financiranja kot drugi posojilodajalci. Podjetju želijo pomagati, da uspe, niso pa toliko osredotočeni na velik dobiček, ki bi bil rezultat njihove naložbe. V Evropi združujejo poslovne angele dve mreži: Poslovni angeli Evrope in Evropska mreža poslovnih angelov. Na spletnih straneh obeh mrež lahko najdete sezname njunih članov.

• Tvegani kapital

Podjetja tveganega kapitala vlagajo denar drugih ljudi v vašo idejo. Ti tipi vlagateljev običajno želijo prevzeti 20 do 30 odstotkov vašega podjetja in se bodo pridružili vašemu upravnemu odboru ter vas poskušali usmeriti proti čim večjemu potencialnemu izkupičku, kar mogoče ne želite, zato morate dobro premisliti, preden sprejmete tovrstno naložbo. Podjetja tveganega kapitala so zasebne organizacije, ki zbirajo kapital za nakup lastniških pozicij v mladih podjetjih, ki imajo potencial dolgoročne rasti in razvoja v donosno podjetje.

Vlagatelj tveganega kapitala je lahko sklad ali tradicionalno podjetje. Glavna dejavnosti tovrstnih vlagateljev so naložbe v druga podjetja. Vlagatelji tveganega kapitala zanimajo vse morebitne poslovne priložnosti, zato so navajeni, da takšne priložnosti prepoznajo, jih ocenijo in se s podjetniki pogajajo o pogojih, pod katerimi bodo pridobili visoke donose.

Vlagatelji tveganega kapitala izkoristijo prednost nizke vrednosti podjetja, v katerega vlagajo. To jim omogoča pridobivanje dobička s prodajo svojega deleža, ko je podjetje veliko večje. Cilj vlagateljev tveganega kapitala je torej vlagati, prodajati in dosegati dobičkonosnost. Z vlaganjem v zagonsko podjetje postane vlagatelj delničar te družbe (z manjšinskim ali večinskim deležem). Ko se vlagatelj umakne iz naložbe, mora svoj delež v podjetju prodati. Običajno vlagatelj tveganega kapitala ostane investiran v posamezno podjetje 3 do 7 let.

Poleg izključno finančnih vlagateljev tveganega kapitala obstajajo tudi industrijski partnerji, ki so lahko pomembni za zagonska podjetja. Oba sta strateška partnerja, vendar so njuni interesi in vloge različne. Če na primer zagonsko podjetje razvije določeno tehnološko rešitev za veliko industrijsko podjetje v telekomunikacijski industriji, lahko to veliko podjetje pokaže zanimanje za delež v zagonskem podjetju, saj je to novo podjetje tesno povezano z njihovo dejavnostjo. Kateri partner je boljši? Težko je posplošiti, saj ima vsako zagonsko podjetje svoje specifične potrebe, projekcije za prihodnost in tako naprej. Poleg tega je treba upoštevati različne zakonodaje v različnih državah.

Finančni vlagatelji tveganega kapitala želijo po določenem času svoj delež v podjetju prodati, industrijski partnerji pa ne določijo časovne omejitve svoje udeležbe v podjetju, ki je lahko tudi neomejena. Njihov cilj je drugačen od zgolj izpolnjevanja poslovnega načrta, saj je to partnerstvo videti kot strateška odločitev, ki prispeva k globalni strategiji velikega podjetja (predvsem izboljšuje njegov položaj na trgu). Vendar to ne pomeni, da industrijski vlagatelji ne bodo pozorno spremljali izvajanje poslovnega načrta in da se ne bodo zavezali k temu, da bo podjetje pridobilo visoko vrednost. Za vse vrste vlagateljev tveganega kapitala je pomembno, da prvotni ustanovitelji zagonskega podjetja obdržijo svoj delež v njem in da ostanejo neodvisni, avtonomni in odgovorni za svoj poslovni projekt. Vlagatelji tveganega kapitala lahko vsilijo določene pogoje, da tako zagotovijo ustrezno upravljanje podjetja. Običajno se to izvede tako, da vlagatelj od podjetja zahteva, da le-to izvaja določene mehanizme nadzora, ki bodo tudi podrobno analizirali realno stanje, kar pomaga pri odločanju v podjetju. Ponovno poudarja vloge partnerjev, ki obstajajo med vlagatelji tveganega kapitala in ustanovitelji podjetja.

Uspešna družba, ki zastopa industrijo zasebnega kapitala je Invest Europe. Prispeva k politiki, ki vpliva na naložbe zasebnega kapitala v Evropi, in nudi informacije o vlogah svojih članov. Struktura družbe je sestavljena iz platforme komanditistov, platforme tveganega kapitala, platforme vlagateljev v srednje velika podjetja in platforme velikih odkupov. Na spletni strani družbe Invest Europe je

mogoče najti seznam njenih članov. Oglejte si to povezavo, če želite izvedeti, katera podjetja so člani družbe Invest Europe.

- **Množično financiranje**

To je učinkovita in vedno bolj popularna metoda za zbiranje kapitala, ki izkorišča moč družabnih omrežij in podjetnikom omogoča, da svojo predstavitev ideje in pogojev naložbe na specializiranih spletnih straneh, kjer tudi zberejo denar od mnogih običajnih ljudi, ki niso akreditirani vlagatelji in ki investirajo male količine denarja preko spleta. Množični vlagatelji so pogosto navdušenci nad določeno znamko ali celo stranke ali kupci ter drugi profili ljudi, ki želijo podpreti poslovno idejo.

Tovrstni način financiranja se običajno uporablja za zbiranje sredstev za socialne namene ali za podporo kulturnemu izražanju, koristen pa je tudi za nova podjetja, saj "vlagatelji" menijo, da ima poslovna ideja zanje finančno vrednost ali pa je projekt družbeno privlačen. Prispevek ljudi, ki vlagajo v določeno podjetje, je pravzaprav donacija in ne naložba v strogem pomenu besede. Spletna platforma za zbiranje sredstev je pri množičnem financiranju zelo pomemben element, saj omogoča, da se vlagatelji in podjetja srečajo in sodelujejo. Podjetja, ki se poslužijo množičnega financiranja, morajo za vlagatelje predvideti določeno nagrado ali donos, ki bi jih lahko zanimal. To so lahko popusti, prednost pri rezervacijah, brezplačni izdelki ali storitve (z določeno količino), brezplačen prenos s spleta, gotovina, itd.

Evropska mreža za množično financiranje (ECN) je strokovna mreža, ki izvaja pobude za inovacije, zastopanje, promocijo in zaščito evropske industrije množičnega financiranja. Njen cilj je lajšanje interakcije med člani in ključnimi udeleženci v panogi. Lahko je koristno orodje za iskanje platform za množično financiranje, če želite svoj projekt financirati z množičnim financiranjem. Če želite videti, katere platforme so v okviru mreže, si oglejte povezavo.

Uspešna platforma za množično financiranje je Crowd cube, ki je v letu 2018 bila največja britanska stran za množično financiranje. V ZDA je ta vir finančnih sredstev ustvaril 16 bilijonov dolarjev prispevkov.

- **Pospeševalni programi zagonskih podjetij**

Mnoge regije, skupnosti in univerze vzpostavijo programe za pospeševanje, ki zagonskim podjetjem ponujajo semenski kapital in dodatno podporo. Tovrstni programi s pomočjo intenzivnih programov poslovnega in osebnega razvoja pomagajo podjetnikom pri prehodu iz začetne poslovne ideje do močnega modela, na podlagi katerega bodo lahko zgradili svoj novi projekt. Tak zagon podjetja je zelo učinkovit, saj pritegne dodatne vlagatelje v nadaljnji razvoj.

Pospeševalci običajno uporabljajo strukturirane programe, ki trajajo največ eno leto in so na voljo omejenemu številu podjetnikov, ki so zavezani svoji ideji in predstavijo izvedljivo poslovno idejo (torej najbolj obetavna podjetja, v čigar poslovne ideje je vredno vlagati). Poleg prostora, kjer lahko dela, ima podjetnik dostop do mentorjev, ki jih vodijo pri oblikovanju svojega poslovnega načrta. Na koncu programa podjetniki predstavijo svojo poslovno idejo (tako imenovani demo dan) vlagateljem in vlagateljem tveganega kapitala z namenom, da bi pridobili prve naložbe.

Evropska komisija je sprožila pomembno pobudo, ki se imenuje *Startup Europe*. To je stična točka za zagonska podjetja v Evropi, s katero podjetja lažje dostopajo do informacij, ki jih potrebujejo za svojo rast. Povezuje zagonska podjetja, vlagatelje, pospeševalce in druge zainteresirane subjekte in tako ustvarja lokalni ekosistem in ga podpira.

Druga uspešna mreža okoli 150 poslovnih in inovacijskih centrov in 70 drugih organizacij je *EBN innovation network*. Cilj te mreže je podpirati razvoj in rast podjetnikov, zagonskih podjetij in malih in srednje velikih podjetij. Poleg tega zbira skupnost strokovnjakov, ki pomagajo tem podjetjem rasti na najbolj učinkovit in trajnosten način.

POGLAVJE (C) Pravni in administrativni postopki za ustanovitev in vodenje podjetja

C.1 Osnovna pravna in administrativna pravila v Italiji

Obstaja več načinov za odprtje podjetja v Italiji. V Italiji je najpogostejša oblika podjetja malo ali srednje veliko podjetje ali MSP (PMI). To so podjetja v partnerstvu z drugimi podjetniki, mala podjetja, ki delujejo le v delu poslovne verige ali sodelujejo z drugimi podjetji za proizvodnjo končnega izdelka ali storitve ali njegove prodaje. Najbolj razširjene oblike malih in srednje velikih podjetij so:

- Spa: Incorporated Spa – delniška družba
- Srl: družba z omejeno odgovornostjo
- Srls: enostavna družba z omejeno odgovornostjo
- Sapa: Komanditna delniška družba
- Snc: Družba z neomejeno odgovornostjo
- Sas: Komanditna družba
- Evropska zadruga
- Samostojni podjetnik



• Kako ustanoviti podjetje ali postati samostojni podjetnik v Italiji

Če želite ustanoviti podjetje ali postati samostojni podjetnik v Italijo, morate:

- vpisati svoje podjetje v poslovni register pri Gospodarski zbornici. Datum registracije ni nujno enak datumu začetka poslovanja, ki ga je mogoče preložiti.
- obvestiti Ekonomski in upravni indeks (REA) na Gospodarski zbornici o datumu začetka poslovanja. Obvestilo mora biti izvedeno preko spletnega mesta ComUnica v tridesetih dneh od datuma začetka poslovanja.
- dobiti informacije o zahtevah za ustanovitev podjetja (na voljo so samo v italijanščini).
- Če potrebujete dovoljenje s strani občine, preden ustanovite svoje podjetje, morate kontaktirati SUAP - Sportello Unico Attività Produttive), spletni portal, kjer se posameznik ali podjetje zaprosi za licence in dovoljenja, ki so določena z zakonom.
- zaprositi za overjen elektronski naslov.

• Kaj storiti

Kot zahteva civilni zakonik, vsebuje poslovni register vse ustrezne podatke o podjetjih in samostojnih podjetnikih, ki opravljajo kmetijsko, trgovsko ali proizvodno dejavnost. Vsebuje osnovne podatke, kot so imena podjetij, statuti, odbori in sedeži. Beleži tudi ključne dogodke v podjetju, kot so spremembe statuta, imen ali upravljanja, postopke v primeru insolventnosti in ustanavljanje novih podružnic. Poslovni register je izčrpna baza podatkov, s katero lahko analiziramo in razumemo trende lokalnih gospodarstev v kateri koli provinci v Italiji.

Ekonomski in administrativni indeks (REA) je javni register, ki vsebuje ekonomske, administrativne in statistične podatke o vseh podjetjih, ki so registrirana v italijanskem poslovnem registru. To so letni promet, datumi začetka poslovanja, začasne prekinitev poslovanja, če trajajo več kot 30 dni, in

odprtja novih podružnic. Vsako zahtevo za registracijo ali spremembo v zvezi z vašim podjetjem je potrebno podpisati z napravo za digitalni podpis.

- **Kateri so glavni postopki registracije podjetja**

Registracija podjetja v Italiji poteka v več korakih, ki se na splošno nanašajo na registracijo pri lokalnih organih, notarsko overitev dokumentov podjetja pri lokalnem javnem notarju in registracijo pri davčnih organih. Vlagatelji morajo pri odpiranju podjetja v Italiji upoštevati naslednje:

- Potrebno je pripraviti memorandum in statut podjetja in ju overiti pri javnem notarju v Italiji;
- Vse potrebne dokumente je potrebno predložiti Registru podjetij v Italiji;
- Potrebno je kupiti poslovne in računovodske knjige, kot je določeno s členom 2478 italijanskega civilnega zakonika;
- Pri najemanju zaposlenih v Italiji jih je potrebno registrirati na Uradu za delo in to institucijo obvestiti ob vsakem novem najemu delavca (obvestilo je treba poslati en dan pred začetkom veljave pogodbe o zaposlitvi).

- **Obdavčitev podjetij v Italiji**

Podjetje je praviloma zavezano za obdavčenje v Italiji, če je bilo ustanovljeno v tej državi ali če svoje poslovanje tukaj opravlja prek stalne poslovne enote.

Podjetje je zavezano plačevanju davka na dohodek pravnih oseb, davka na kapitalski dobiček, davka na dividende in davčne odtegljaje, ki se nanašajo na licenčnine, obresti in drugo. Hkrati je zavezano k obdavčitvi dohodkov zaposlenih v podjetju, zato se mora registrirati za socialno varnost.

Vlagatelji morajo tudi vedeti, da so združitve in prevzemi podjetij obdavčeni z davkom na reorganizacijo, ki stopi v veljavo v posebnih pogojih.

- **Kako odpreti novo podjetje, če niste državljani EU**

Državljeni držav, ki niso članice EU, ki želijo ustanoviti podjetje kot samostojni podjetnik ali postati partner novega splošnega partnerstva, upravitelj nove družbe, zakoniti zastopnik tujega podjetja li upravitelj obstoječega podjetja, morajo izpolnjevati naslednje pogoje:

- če se nastanijo v tujini, morajo preveriti obstoječe pogoje vzajemnosti;
- če se nastanijo v Italiji (so že rezidenti Italije ali se nameravajo preseliti v Italijo), morajo preveriti pogoje vzajemnosti in pridobiti veljavno dovoljenje, ki je izdano za samostojne podjetnike, zaposlene in druge delavce, ki čakajo na zaposlitev, ali pa je izdano iz družinskih razlogov, humanitarnih razlogov ali za politični azil;
- alternativno morajo pridobiti dovoljenje za bivanje in zaposlitev v skladu z zakonsko uredbo 40/2014 (na voljo samo v italijanščini). Državljeni držav, ki niso članice EU, ki imajo dovoljenje za dolgoročno bivanje, smejo izvajati gospodarske dejavnosti v Italiji (zakonska uredba 3/2007).

Načelo vzajemnosti pomeni, da imajo italijanski državljani v matični državi tujih državljanov enake pravice kot jih ima tuj državljan, ki zaprosi zanje. Pogoje vzajemnosti lahko preveri kdor koli na italijanskem veleposlaništvu v matični državi, preveriti pa jih mora javni uradnik/javni organ, ki je prejel zahtevo (torej notar ob ustanovitvi podjetja, gospodarska zbornica ob imenovanju upravnika podjetja, itd.).

Ko so izpolnjeni vsi potrebni pogoji, se mora podjetje/samostojni podjetnik registrirati v italijanski poslovni register v roku 30 dni po začetku poslovanja. Zahtevani so naslednji dokumenti:

- državljani z veljavnim dovoljenjem za prebivanje (ali z dovoljenjem EU za dolgotrajno bivanje) morajo predložiti fotokopijo dovoljenja;
- državljani, ki čakajo na izdajo dovoljenja za bivanje, morajo predložiti potrdilo o priporočenem pismu, poslanim preko Poste Italiane na center Centro Servizi Amministrativi v Rimu, ko so zaprosili za dovoljenje, in fotokopijo potnega lista skupaj z veljavno vizo tipa "D";
- državljani, ki čakajo na podaljšanje dovoljenja za bivanje, morajo predložiti fotokopijo poteklega dovoljenja in potrdilo o priporočenem pismu, poslanim preko Poste Italiane na center Centro Servizi Amministrativi v Rimu, ko so zaprosili za podaljšanje dovoljenja. Med čakanjem na izdajo dovoljenja ali podaljšanja dovoljenja državljani dobijo začasno potrdilo z naslednjo opombo: "Izdana je bila prošnja za dovoljenje za bivanje, ki še ni izdano/obnovljeno".

C.2 Osnovna pravna in administrativna pravila v Belgiji

Belgija je znana kot dober kraj za ustanovitev podjetja in ima močno podjetniško kulturo, zlasti v Bruslju in nekaterih večjih mestih. Glede na statistične podatke EU je v Belgiji aktivnih več kot 620.000 podjetij. Večina teh je majhnih ali srednje velikih podjetij, ki ustvarijo približno 62,4% vrednosti belgijskega gospodarstva. Veliko belgijskih podjetij je v lasti tujcev. Delež belgijskih podjetij v tuji lasti znaša 28% vrednosti privatnega sektorja. Podjetja imajo običajno plitko organizacijsko strukturo z manj ravni srednjega menedžmenta.



Ko boste ustanavljali svoje podjetje v Belgiji, bo vaš prvi korak izbira pravne strukture podjetja, ki bo najbolj primerna za vaš projekt. Obstajata dva načina strukturiranja samostojnega podjetja:

- delo kot samozaposlena oseba (samozaposlena fizična oseba),
- ustanovitev podjetja (pravna oseba).

Oba imata svoje prednosti in slabosti, vaša odločitev pa bo imela pomembne posledice za vaše podjetje:

- **Delniška družba (SA)** je podjetje, v katerega sta pripravljena vlagati vsaj dva vlagatelja;
- **Družba z omejeno odgovornostjo (SPRL)** je podjetje, ki jo ustanovi ena ali več oseb, ki so vezani samo na svojo investicijo. Pravice lastnikov so presunljive samo pod določenimi pogoji. To obliko podjetja lahko ustanovi posamezna fizična oseba;
- **Družba z omejeno odgovornostjo "starter" (SPRL-S)**: ta oblika podjetja je rezervirano samo za fizične osebe, ki nimajo dovolj finančnih sredstev za ustanovitev lastnega podjetja. Namen te oblike podjetja je spodbuditi ustvarjanje novih podjetij, hkrati pa zaščititi podjetnikovo zasebno in družinsko lastnino pred komercialnimi tveganji;
- **Zadruga z neomejeno ali omejeno odgovornostjo (SCRL ali SCRI)**: zadruga je podjetje, v katerem njegovi člani delajo proti skupnim ciljem in imajo skupne vrednote. To je specifična oblika komercialnega podjetja, ki jo karakterizira variabilno število partnerjev in količina kapitala;
- **Družba z neomejeno odgovornostjo (SNC)**: je podjetje, ki jo sestavljajo partnerji, ki so solidarno odgovorni. Namen tovrstnega podjetja je izvajati civilno ali komercialno dejavnost pod imenom podjetja. Vse odločitve podjetja je treba sprejeti soglasno;
- **Komanditna družba (SCS)** ima aktivne in pasivne partnerje. Aktivni partnerji vodijo podjetje. Sponzorji financirajo podjetje, a nimajo nobene besede pri upravljanju;

- **Komanditna delniška družba (SCA)** je podjetje, ki ga ustanovi eden ali več solidarno odgovornih partnerjev, ki se imenujejo upraviteljski partnerji, in enega ali več omejenih partnerjev, ki prispevajo naložbo;
- **Neprofitna družba (ASBL)** je neprofitno podjetje, katere člani so fizične ali pravne osebe, ki imajo nesebični namen. Neprofitna družba ima vsaj tri člane.

Ko se odločite, katero obliko bo imelo vaše podjetje, lahko storite prve korake za ustanovitev:

- sestavite akt o ustanovitvi,
- vložite listino o ustanovitvi,
- registrirate ustanovni statut.

Prva formalnost je pisno oblikovanje akta o ustanovitvi vašega podjetja. To vključuje statut podjetja, ki vključuje vse glavne podatke o podjetju (ime, pravna oblika družbe, naslov sedeža, trajanje podjetja (določen ali nedoločen čas), namen podjetja, znesek kapitala, delnice družbe) in njegove postopke poslovanja. Za oblikovanje ustanovnega akta potrebujete naslednje dokumente:

- finančni načrt, ki upravičuje znesek kapitala ali začetni kapital podjetja, ki se ustanavlja, in ki poda oceno pričakovanih potreb in prihodkov;
- v primeru denarnega vložka: dokazilo, da je bil odprt poseben račun v imenu podjetja, ki se ustanavlja (bančno potrdilo);
- v primeru prispevka v naravi (zgradba, oprema, itd.): poročilo revizorja.

Nato je treba listino o ustanovitvi podjetja vložiti pri pisarju sodišča, ki je pristojno v kraju, kjer ima podjetje sedež. Ta vložitev mora biti opravljena v roku 30 dni po oblikovanju ustanovnega akta.

Glede na vrsto podjetja je ta listina lahko v obliki:

- **overjene listine pri notarju** (imenik notarjev v Belgiji): Če izberete eno od najpogostejših pravnih oblik (SRL, SA, SC), morati pri notarju sestaviti statut družbe. Stroški se razlikujejo glede na zapletenost statuta. Tako sklenjeni sporazumi pridobijo vrednost in pravno varnost. Podpisniki teh aktov lahko uporabijo to varnost med seboj ali pa proti kateri koli osebi zunaj tega sporazuma.
- **privatna listina**: Če se odločite za eno od drugih pravnih oblik podjetja (SNC, SComm), je privatna listina zadostna. To je pisni sporazum, ki ga sestavijo ustanovitelji sami ali pa tretja oseba. Ustanovni statut je lahko vложен pri pristojnem uradu ali gospodarskem sodišču na naslednje načine:
 - preko spleta (za podjetja v pravni obliki SCS, SNC, SCRI, SAGRI in GIE) z elektronsko potrditvijo "eID Authentication",
 - fizično vložitevijo dokumentov pri pristojnem uradu ali gospodarskem sodišču:
 - preko VEM točke (fr).

Po vložitvi uradnik vnese identifikacijske podatke podjetja v register pravnih oseb (Crossroads Bank for Enterprises). To vašemu podjetju dodeli številko podjetja. Sodni tajnik zagotovi objavo izvlečka akta v prilogah belgijskega uradnega lista. Memorandum o ustanovitvi podjetja mora biti vpisan v enega od registratorjev finančnega urada FPS Finance (*Administration du Cadastre, de l'Enregistrement et des Domaines*).

Zaposlovanje ob ustanovitvi podjetja v Belgiji

Podjetja, ki zaposlujejo osebe v Belgiji, morajo opraviti nekaj administrativnih korakov, ki so povezani z davčno in socialno zakonodajo:

- podjetje se mora registrirati kot delodajalec pri Belgijskem nacionalnem uradu za socialno varnost (ONSS),

- podjetje mora podati elektronsko izjavo o zaposlitvi (DIMONA),
- podjetje mora vsako četrtletje podati multifunkcionalno izjavo Belgijskemu nacionalnemu uradu za socialno varnost, ki vključuje prihodke in bonitete zaposlenih.

Ko boste zaposlili osebe, se boste morali držati belgijske delovne in zaposlovalne zakonodaje. Ta vključuje naslednje uredbe:

- zaposleni ne smejo delati več od zakonsko določenih 38 ur na teden;
- zaposleni s polno zaposlitvijo morajo biti deležni vsaj 20 dni dopusta na leto;
- podjetje mora upoštevati smernice o varnosti in zdravju pri delu;
- podjetje mora zaposlenemu plačevati belgijsko minimalno plačo;
- podjetje mora nuditi socialne ugodnosti, kot so nadomestilo za brezposelnost in invalidnost.

Vsa podjetja v Belgiji morajo voditi natančne in podrobne račune za davčne namene. Te je treba hraniti vsaj sedem let po davčnem obdobju, v katerem so bili izdani. Računovodske obveznosti so odvisne od vrste podjetja:

- **Mala in srednje velika podjetja** – morajo voditi račune po načelu dvojnega vnosa in se lahko odločijo za predložitev računov v skrajšani obliki.
- **Velika podjetja** – morajo predložiti letne računovodske izkaze. Dobro vodenje poslovnih računov vključuje spremljanje prihodkov, odhodkov in izdajanje računov za izdelke in storitve v skladu s smernicami.

Belgijski račun mora vključevati:

- Podatke o podjetju (uradni naziv, davčno številko, naslov, itd.),
- Podatke o stranki/kupcu, če je le-ta drugo podjetje,
- Podatke o računu (številka računa, datum, valuta),
- Podatke o izdelku ali storitvi (opis, cena na kos, količina, stopnja DDV, itd).

Viri:

- *Belgijska uradna stran o Poslovnih informacijah*
- *Belgijska uradna stran*
- *Service public fédéral Justice*
- *FRNB*

C.3 Osnovna pravna in administrativna pravila v Sloveniji

Obstaja veliko različnih načinov ustanovitve podjetja in veliko je dejavnikov, ki vplivajo na izbiro oblike podjetja.

Po poročanju slovenskega podjetniškega portala [MladiPodjetnik](#) sta najbolj pogosti pravni obliki podjetij v Sloveniji **samostojni podjetnik** in **družba z omejeno odgovornostjo**.

V zadnjih letih se je registracija podjetja poenostavila, stroške registracije pa krije država. Ko so zbrani vsi podatki, mora ustanovitelj podjetje registrirati na VEM točki. To lahko stori osebno na VEM točki ali preko portala e-VEM točke (VEM točka je informacijska točka, kjer lahko dobite informacije in nasvete o postopku registracije podjetja).

Nekaj običajnih pravnih oblik podjetij v Sloveniji

I. SAMOSTOJNI PODJETNIK

Če želite delati kot samostojni podjetnik, morate naprej registrirati svoje podjetje. To lahko naredite s sledečimi koraki:

Najprej izpolnite prošnjo za registracijo v poslovni register AJPES. To lahko storite tako, da izpolnite poseben obrazec v elektronski ali fizični obliki.

Za registracijo podjetja potrebujete naslednje podatke:

- predlagani datum registracije podjetja, ki je poznejši od datuma prošnje za registracijo in ni poznejši od treh mesecev po vložitvi prošnje za registracijo;
- ime podjetja in podatki o sedežu podjetja;
- podatki o kratici imena podjetja;
- podatki o podjetniku: ime, priimek, osebna registrska številka, davčna številka;
- podatki o agentu: ime, priimek, osebna registrska številka, prebivališče, davčna številka;
- dejavnost vašega podjetja;

Podjetnik mora v 8 dneh po vpisu v Poslovni register Slovenije obvestiti davčni urad (Davčna uprava RS).

Podati morate naslednje podatke:

- število in lokacijo poslovnih prostorov, ki jih podjetje uporablja za svoje dejavnosti in pridobivanje prihodkov;
- podatke o poslovnih enotah doma in v tujini;
- kapitalske naložbe doma in v tujini; številke bančnih računov v tujini; povezane osebe; oseba, ki vodi računovodske knjige.

II. DRUŽBA Z OMEJENO ODGOVORNOSTJO je najbolj pogosta oblika podjetja v Sloveniji in po svetu. Ustanovi jih lahko ena ali več fizičnih ali pravnih oseb.

Glede na poslovni slovar je družba z omejeno odgovornostjo (d. o. o.) *oblika podjetja, ki združuje značilnosti samostojnega podjetništva in korporacije (...). Ker družba z omejeno odgovornostjo ni ločena entiteta, ne plačuje davkov in ne prevzema izgub. To morajo storiti lastniki podjetja, saj morajo o v obračunu dohodnine poročati o dobičku ali izgubah poslovanja. Vendar pa so lastniki družbe z omejeno odgovornostjo (tako kot korporacije) zaščiteni pred osebnimi obveznostmi (od tod naziv omejena odgovornost).*

Pri registraciji tovrstnega podjetja v Sloveniji mora ustanovitelj storiti naslednje:

- predložiti mora original ali overjeno kopijo pogodbe;
- predložiti mora seznam članov družbe in navesti njihova vložena sredstva;
- predložiti mora poročilo o prispevkih v naravi;
- predložiti mora potrdilo banke o položitvi prispevkov skupaj z izjavo banke, da lahko podjetje prosto razpolaga s sredstvi;
- predložiti mora poročila pooblaščenega revizorja o vrednosti nadenarnih prispevkov.

V primeru, da podjetje ustanovi samo ena oseba, oseba sprejme akt o ustanovitvi, za katerega ni potrebno, da je v obliki notarskega zapisa. Ustanovni akt je lahko tudi na posebnem obrazcu v pisni ali elektronski obliki.

III. DELNIŠKA DRUŽBA

Delniško družbo lahko ustanovi ena ali več fizičnih ali pravnih oseb, ki sprejmejo statut, ki mora biti v obliki notarskega zapisa.

Delniška družba je *podjetje, katere vrednostni papirji se trgujejo na borzi in jih lahko kupi in proda vsakdo. Delniške družbe so subjekt strogih regulacij in so zakonsko obvezane, da objavijo popoln in resničen finančni položaj, tako da lahko vlagatelji ugotovijo, kakšna je resnična vrednost njegovih delnic. Tovrstnim družbam pravimo tudi javne družbe. V Združenem kraljestvu zato uporabljajo za delniške družbe naziv "public limited" in kraticlo PL, v ZDA pa se imenujejo "korporacije" in se uporablja kratica Inc.*

Vir: <http://www.businessdictionary.com/definition/public-limited-company.html>

C.4 Osnovna pravna in administrativna pravila v Španiji

Prvi korak lastnika pri ustanovitvi podjetja je vpis podjetja v register mestne hiše, pri čemer mora biti ime podjetja edinstveno. Če novi lastnik dobi potrdilo, ki preklicuje ime, to pomeni, da to ime že nosi drugo podjetje..

Podjetniki se morajo odločiti, katero obliko podjetja želijo ustanoviti. Najbolj tipične oblike so: samostojni trgovec/samostojni podjetnik (Empresario Individual or Autónomo); partnerstvo (Sociedad Civil); družba z omejeno odgovornostjo (Sociedad Limitada/SL ali Sociedad de Responsabilidad Limitada/SRL); delniška družba (Sociedad Anónima /SA); nova družba z omejeno odgovornostjo (Sociedad Limitada Nueva Empresa/SLNE); in solastništvo (Comunidad de Bienes/CB). Odločitev o obliki podjetja je odvisna od različnih dejavnikov, kot so člani družbe, vložen kapital v podjetje, zunanje odgovornosti. Ti dejavniki ustvarjajo pogoje za oblikovanje podjetja in vplivajo na postopek in korake pri ustanovitvi podjetja. Obstajajo spletni portali, ki olajšajo postopek ustanovitve: www.paelectronico.es ali www.euqo.es.



Lastnik ob registraciji novega imena podjetja prejme alfanumerično kodo in davčno številko, ki sta potrebni za identifikacijo podjetja.

Obstajata dva ustanovna akta: prvi je javni akt, ki določa pogodbo o ustanovitvi podjetja in ga morajo podpisati ustanovni partnerji, drugi pa je notarski akt, s katerim notar preveri dejstva podjetja.

Kar zadeva davke in registracije; obstajajo davki na prenose sredstev, korporativne operacije ter dokumentirane pravne dejavnosti, obstajajo tudi vpisi podjetja v trgovski register, ki je podlaga za pravne kapacitete in vpise v register posebnih trgovskih družb.

Za začetek poslovanja so potrebne nekatere formalnosti, na primer vpis v Popis podjetnikov, strokovnjakov in imetnikov lastniških pravic in davek na ekonomske dejavnosti, ki so vpisani v AEAT in so pojasnjene na naslednjih spletnih straneh:

- Španska uradna stran Popisa podjetnikov,
- Španska uradna stran o davkih na ekonomske dejavnosti.

Obstajata dve registraciji: registracija v posebnem režimu za samozaposlene (RETA) regulira prispevek samozaposlenih za socialno varnost in registracijo partnerjev in skrbnikov v režimih socialne varnosti.

Lastnik je tudi zadolžen za različne legalizacije in registracije. Med legalizacije štejemo nabavo in legalizacijo knjige gostujočih podjetij (Libro de visitas), legalizacijo Dnevnika (Legalización del libro de actas) in legalizacije knjige aktov (Libro de Actas). Med registre vključujemo register članov (Registro de socios), register registriranih deležev (Registro de acciones nominativas) in register pogodb med posameznim delničarjem in celotnim podjetjem (Registro de contratos entre el accionista único y la sociedad). Lastnik mora voditi tudi knjigo inventarjev in letnih računov (Libro de inventarios y cuentas anuales) in pridobiti elektronsko potrdilo, ki omogoča podpisovanje elektronskih dokumentov (obtención de un certificado electrónico).

Več informacij na povezavi: www.ipyme.org

Lastnik mora glede na dejavnost podjetja pridobiti dovoljenje za opravljanje dejavnosti ali vpis v druge uradne registre. Če želi podjetnik najeti delavce, mora podjetje registrirati skupaj z delavci, jih vključiti v register za socialno varstvo, registrirati njihove zaposlitvene pogodbe in jim sporočiti, kdaj morajo začeti delati, kot tudi njihove izostanke, in sicer preko določitve delovnega koledarja. Podjetnik tudi lahko registrira svoje različne znake, logotipe ali znamke, ki se razlikujejo od znakov posnemovalcev ali konkurentov.

C.5 Osnovna pravna in administrativna pravila v Grčiji

Kako ustanoviti podjetje v Grčiji?

To je odvisno od **pravne oblike** podjetja. Vaše podjetje lahko ustanovite kot::

- **Samostojni podjetnik** je oblika podjetja, ki jo ima v lasti in jo vodi ena oseba.
- **Podjetje z omejeno odgovornostjo:** privatno podjetje, katerega lastniki odgovarjajo za dolgove le z kapitalom, ki so ga vložili v podjetje.
- **Družba z neomejeno odgovornostjo:** podjetje v katerem dva ali več oseb deli vsa sredstva, dobičke in finančne in pravne odgovornosti.
- **Komanditna družba:** partnerstvo, v katerem en partner vodi podjetje in ima neomejeno osebno odgovornost za dolgove in odgovornosti, drug partner pa ima omejeno odgovornost, a ne sme sodelovati v vodenju podjetja.
- **Družba z omejeno odgovornostjo:** podjetje, katerega lastniki niso osebno odgovorni za dolgove in odgovornosti podjetja.



Upoštevajte, da boste za ustanovitev podjetja v nekaterih strokovnih področjih potrebovali **strokovno licenco**. Če želite ustavnosti tehnično podjetje, frizerski salon ali turistično pisarno, boste potrebovali strokovno licenco za ta strokovna področja. Za pridobitev licence se boste morali obrniti na ustrezen oddelek prefekture.

Poleg tega boste glede na svojo dejavnost morali morda priskrbeti **posebno dovoljenje za poslovanje**. Vrste poslovnih dejavnosti, ki potrebujejo to dovoljenje, so povezane s hrano, alkoholom, zdravili, kemikalijami, gnojili, itd..

Potem ko se odločite za pravno obliko podjetja in lokacijo sedeža, boste morali svoje podjetje registrirati na gospodarski zbornici vaše regije. Na spletni strani [Zveze grških gospodarskih zbornic](#)

najdete seznam gospodarskih zbornic v Grčiji in ustrezen registracijski obrazec. Zbornica vam bo povedala, kaj morate vse storiti glede na vrsto vašega podjetja.

Na koncu boste morali pri lokalnem **davčnem organu** zaprositi za **davčno številko vašega podjetja**.

Več informacij najdete na portalu Ermis, ki podjetjem in državljanom nudi informacije in elektronske storitve.

Reference

Kako ustanoviti podjetje – Grčija (24.oktober, 2018).

Pridobljeno na strani https://europa.eu/youreurope/business/running-business/start-ups/starting-business/greece/index_en.htm

Σύσταση νέας επιχείρησης. (24. julij, 2014).

Pridobljeno na strani <https://www.supportbusiness.gr/financial/companies-legalforms/81-systash-neas-epixeirhsh>

Διαδικασίες ίδρυσης Μικρής-Μεσαίας Επιχείρησης σε 9 βήματα. *Γραφείο Διασύνδεσης Πολυτεχνείου Κρήτης*.

Pridobljeno na strani

https://www.career.tuc.gr/fileadmin/users_data/career/oldsite/downloads/newstart.pdf

C.6 Pregled EU

Ena glavnih prednostnih nalog Evropske komisije je zmanjšati breme administrativnih postopkov in spodbuditi več posameznikov k temu, da postanejo podjetniki, ustvariti delovna mesta in izboljšati evropsko gospodarsko uspešnost. Komisija je sprejela več pobud za poenostavitev administrativnih postopkov:

- Postopke ustanovitve zagonskega podjetja je leta 2006 prevzela Komisija.
 - Leta 2007 je bila ustanovljena posebna strokovna skupina koordinatorjev za zagonska podjetja, ki je spremljala napredek držav EU pri poenostavitvi postopkov ustanavljanja zagonskih podjetij. O postopkih zagona podjetja razpravljajo tudi nacionalni odposlanci malih in srednje velikih podjetij..
 - Akt za mala podjetja (2008) poziva države EU, naj poenostavijo in zmanjšajo administrativno breme za podjetja in izboljšajo kakovost zakonodaje.
 - Svet za konkurenčnost, sklican maja 2011 je države EU zaprosil, naj do leta 2012 zmanjšajo čas zagona novih podjetij na 3 dni, stroške pa na 100 evrov.
- Glavna vloga Komisije je spremljati dogajanje v državah EU, jih opazovati in objavljati rezultate ter pomagati pri izmenjavi najboljših praks.
- Akcijski načrt za podjetništvo, sprejet januarja 2013, spodbuja ustanavljanje digitalnih in spletnih zagonskih podjetij.



- Poročilo o napredku zagonskih podjetij iz leta 2018.
- Tabela z ocenami posameznih držav iz leta 2018.

Evropsko pravo družb je delno kodificirano z Direktivo (EU) 2017/1132 od določenih vidikov prava družb, države članice pa še vedno uporabljajo svoje zakone o družbah, ki jih občasno posodablja, da bi bili v skladu z direktivami in uredbami EU. Cilj potekajočih prizadevanj za vzpostavitev sodobnega in učinkovitega prava družb in okvira upravljanja podjetij je izboljšanje poslovnega okolja EU za evropskega podjetja, vlagatelje in zaposlene.

Drugi odstavek člena 49 PDEU zagotavlja pravico začeti in opravljati dejavnosti kot samozaposlena oseba ter pravico do ustanovitve in vodenja podjetij, zlasti družb in firm (2.1.4).

Cilji pravil EU na tem področju so omogočiti ustanavljanje podjetij kjerkoli v EU na podlagi prostega gibanja oseb, storitev in kapitala (2.1.3), zaščititi delničarje in druge subjekte z deležem v družbah, povečati konkurenčnost podjetij ter spodbujati podjetja k čezmejnemu sodelovanju (2.1.5).

Čeprav kodificirano evropsko pravo družb kot tako ne obstaja, se je s harmonizacijo nacionalnih zakonov o družbah uvedlo nekaj minimalnih standardov. Harmonizacija se je nanašala na zaščito interesov in pravic delničarjev, pravila o prevzemnih ponudbah za delniške družbe, razkrivanje informacij o podružnicah, združitve in delitve, minimalna pravila za družbe z omejeno odgovornostjo z enim družbenikom, finančna poročila in računovodstvo, enostavnejši in hitrejši dostop do informacij o družbah in nekatere zahteve za družbe v zvezi z razkritjem informacij.

Potrebe se razlikujejo glede na posamezno državo. Vendar **EU spodbuja vse države, da dosežejo določene cilje** za pomoč pri ustanovitvi novega podjetja:

- postopek ustanovitve naj ne traja več kot 3 delovne dni,
- strošek ustanovitve naj znaša manj kot 100 evrov,
- vse postopke naj opravi en administrativni organ,
- vse formalnosti registracije naj bo mogoče opraviti preko spleta,
- registracija podjetja zunaj EU naj bo mogoča preko spleta (preko nacionalnih kontaktnih točk).

Obstaja vrsta evropskih pravnih subjektov, ki obstajajo v vsej EU skupaj z nacionalnimi subjekti:

1. Evropska družba (SE): Družbam iz najmanj dveh držav članic, ki se želijo oblikovati kot SE, je na voljo več možnosti: združitve, ustanovitve holdinga, oblikovanje odvisne družbe ali preoblikovanje v SE. SE mora prevzeti obliko kapitalske družbe. Da bi zagotovili, da so te družbe razumne velikosti, je določen najnižji znesek ustanovnega kapitala 120 000 EUR.

2. Evropska zadruga (SCE) omogoča fizičnim osebam, ki prebivajo v različnih državah članicah, ali pravnim subjektom, ustanovljenim v skladu s pravom različnih držav članic, ustanovitev zadruga. Z minimalnim kapitalom v višini 30 000 EUR lahko nove evropske zadruge delujejo na vsem enotnem trgu s statusom ene pravne osebe, v skladu z enim sklopom predpisov in z enotno strukturo.

3. Evropsko gospodarsko interesno združenje (EGIZ), ki ima status pravne osebe, družbam iz ene države članice omogoča, da za doseg skupnega cilja (na primer za spodbujanje ali razvoj gospodarske dejavnosti svojih članov, vendar ne za ustvarjanje lastnih dobičkov) sodelujejo z družbami ali fizičnimi osebami iz drugih držav članic, pri čemer se dobiček razdeli med člane.

4. Družba z omejeno odgovornostjo z enim družbenikom (SUP)

Evropska komisija nudi tudi podporo in informacije za podjetnike in mala in srednje velika podjetja, in sicer preko sledečih storitev:

- *poslovni portal Tvoja Evropa*, ki je praktični vodič za poslovanje v Evropi. Podjetnikom nudi informacije in interaktivne storitve, ki pomagajo podjetjem poslovati v tujini;
- mreža *Enterprise Europe Network* pomaga malim in srednje velikim podjetjem ter podjetnikom dostopati do informacij o trgu, premagati pravne ovire in najti poslovne partnerje po vsej Evropi;
- *Podpora za internacionalizacijo malih in srednje velikih podjetij* nudi informacije o tujih trgih in pomaha evropskim podjetjem internacionalizirati svoje dejavnosti;
- portal *Dostop MSP do finančnih sredstev* pomaga malim in srednje velikim podjetjem najti financiranje, podprto s strani EU.
- neformalno učenje in formalno izobraževanje;
- Program *Erasmus za mlade podjetnike* je čezmejni program, ki spodbuja izmenjavo podjetniških in vodstvenih izkušenj.

POGLAVJE (D) Nasveti za ključna jezikovna, podjetniška in digitalna znanja

D.1 DIGITALNA ZNANJA

Kaj so?



Si predstavljate, da od jutri ne bi več imeli internet? Ne bi mogli poslati elektronske pošte poslovnemu partnerju, ne bi mogli prebrati spletnih novic, ne bi mogli gledati posnetkov na YouTubeu ali preveriti svojega profila na Facebooku. Za plačilo računov bi morali iti na banko in čakati v vrsti. Če bi o svojem novem izdelku radi obvestili stranke, ga ne bi mogli oglaševati in družabnih medijih in svoji spletni strani, ampak bi morali uporabiti tradicionalne načine oglaševanja. Na srečo je internet še vedno tu, digitalna znanja pa so ključnega pomena za uspeh vsakega podjetja v 21. stoletju. Ne glede na to, ali pišete poslovnemu partnerju, na spletni strani objavite novico o svojem novem izdelku, plačate

račune ali razvijate nov izdelek ali storitev, boste potrebovali različna digitalna znanja. V tem razdelku smo zbrali nekaj nasvetov, ki vam lahko pomagajo krmariti med različnimi področji digitalnih znanj in sprejemati dobre odločitve.

I. Kako najti spletne in prosto dostopne vire?

Ko pišete seminarsko nalogo, raziskujete na spletu ali iščete podatke o določeni temi, vas lahko količina podatkov, ki jih internet ponuja, zmede. Na srečo obstaja več načinov, kako najti kakovostne prosto dostopne vire, ki jih lahko uporabite v študijske ali raziskovalne namene. Obiščete lahko širok nabor prosto dostopnih revij, portalov ali knjig, ki so dostopne na spletu.

Začnete lahko z Wikipedijo: zajema veliko informacij in poda dober pregled večine tem.

Nadaljujte z *Googlom*: vnesite ključne besede, povezane s temo, ki vas zanima. Začnite s splošnim iskanjem ključnih besed.

Nadaljujte z *multimedijo*: na spletu ne najdemo samo besedil. Iščite multimedijske vsebine (filmske in zvočne posnetke ipd.).

Poiščite vire za prosto izobraževanje (OER): obstaja veliko brezplačnih tečajev in širok nabor urejenih informacij o katerikoli temi. S pomočjo virov za prosto izobraževanje (OER) lahko prihranite čas in delo in izboljšate globalno izobraževanje. Viri za prosto izobraževanje so prosto dostopna besedila, mediji in druge vsebine, ki jih lahko uporabite pri učenju, poučevanju in vrednotenju ali raziskavah. Še posebej v državah v razvoju, kjer si študentje ne morejo privoščiti knjig in je dostop do študija omejen, so viri za prosto izobraževanje vedno pomembnejši.

Poiščite navodila: prikazala vam bodo, kako nekaj narediti korak za korakom.

Uporabite orodja, ki so na razpolago: obstaja veliko orodij, ki vam lahko olajša raziskovanje. Imajo posebne funkcije in so vam lahko v pomoč pri raziskovanju.

Specializirane spletne strani: obstajajo spletne knjižnice za širok nabor tem. Vse ima nekje na spletu svojo knjižnico!

II. Kako blagovni znamki ustvariti identiteto

Preden začnete ustvarjati identiteto svoje znamke, je zelo pomembno, da sledite naslednjim korakom:

- Opravite raziskavo trga, določite in analizirajte konkurenco.
- Dobro razmislite o tem, kaj vase podjetje predstavlja in kakšne so njegove vrednote. Po tem se bo ločilo od konkurence.
- Določite potrebe vaših strank in vaše glavne cilje.
- Ko izbirate ime za podjetje, izberite takšnega, ki ga ne bo mogoče zamenjati z imenom drugega podjetja in ni predolgo ali prezapleteno.
- Ko ustvarjate logotip in slogan, pomislite na vrednote, poslanstvo in cilje podjetja. Ko razvijate logotip, izberite preprost logotip, ki sig a je lahko zapomniti, je edinstven in brezčasen. Tako ga bodo ciljne skupine bolje razumele. Za pripravo logotipa uporabite kakovostno oblikovanje.
- Izberite družbene medije, ki so najprimernejši za vašo blagovno znamko.
- Ko blagovno znamko oglašujete na družbenih medijih, upoštevajte naslednje: jezik, vrsto fotografij, pogostost objav (redna komunikacija s ciljnim skupinami).
- Branding uporabljajte za različne vidike podjetja in ga nadgrajujte skladno z rastjo podjetja.

III. Delajte na spletu! Spletno bančništvo in svobodni poklici

Mogoče že dolgo uporabljate spletno bančništvo ali pa se še zanašate na tradicionalno banko.

V vsakem primeru se je potrebno zavedati pomanjkljivosti in si odgovorno urediti račun spletne banke.

- Če ste se odločili za spletno bančništvo, pri svoji banki preverite, če omogoča spletni dostop do bančnega računa. Dobro se pozanimajte o prednostih in pomanjkljivostih računa pri spletni banki.
- Ko prvič uporabite račun spletne banke, boste morda rabili pomoč.

Pomaga naj vam oseba, ki ji res zaupate.

Ko na napravo namestite spletno banko in jo začnete uporabljati, je pametno upoštevati naslednje:

- izogibajte se javnemu Wi-Fi-ju,
- nikomur ne zaupajte podatkov o svojem računu,
- ko banko nehati uporabljati, se odjavite,
- ne odgovarjajte elektronski pošti ali klicem, ki vas sprašujejo o varnostnih podatkih,
- redno preverjajte račun in posodablajte operacijski sistem in antivirus. Če ste podjetje odprli kot samozaposleni, se dobro pozanimajte o svojih finančnih obveznostih (davki). Lahko si naredite seznam prednosti in pomanjkljivosti.

IV. Kako poskrbeti, da bo podjetje opazno na spletu (spletni osebni računi, slike in marketing na družabnih medijih)

Danes je za podjetje skoraj nemogoče, da ne bi imelo spletne strani. Dobra spletna stran lahko pomembno vpliva na posel in znatno poveča možnosti za uspeh.

Po drugi strani lahko slaba spletna stran odvrne potencialne stranke in poskrbi za slabo reklamo. Zbrali smo nasvete za pripravo učinkovite spletne strani, ki bo pomagala privabiti stranke.

• Nasveti za pripravo spletne strani

- Ena od ključnih besed je *uporabnost*. Upoštevajte osnovna pravila in pripravite spletno stran, ki je preprosta in pregledna.
- Pomembno je tudi upravljanje z uporabnikovo pozornostjo. Od njega ne smete zahtevati preveč aktivnosti (npr. dolgi obrazci), saj nočete, da izgubi potrpljenje. Če od uporabnika zahtevate manj aktivnosti, je bolj verjetno, da bo naključni obiskovalec preizkusil vašo storitev. Dobro si je zapomniti, da bo uporabniška izkušnja boljša, če bo potrebnega manj razmišljanja. Splača se upravljati z uporabnikovo pozornostjo.
- Za komuniciranje s ciljnim skupinami je dobro uporabiti kratke in jedrnate povedi. Preprost jezik je lažje razumljiv in ne bo odbil uporabnikov. Bodite jasni in razločni in se ne bojte praznega prostora, saj uporabniku pomaga pri dojetju informacij na zaslonu.
- Uporabniku ponudite jasno in skladno konceptualno strukturo in naredite čim več s čim manj iztočnicami in vidnimi elementi. Ko komunicirate s ciljnim skupinami, se naj predstavitev ujema z zmožnostmi ciljne skupine.

- Ne preskočite vrednotenja. Testirajte zgodaj in pogosto. Testi uporabnosti dajejo pomembne podatke o težavah, ki so povezane z razporeditvijo strani.

- **Katere strategije spletnega oglaševanja poznate? Poskusite naslednje strategije spletnega oglaševanja:**

- *Osebni branding* vam daje priložnost, da prikazete zaupanja vreden, osebni imidž za promocijo svoje blagovne znamke.
- Vsebinski marketing omogoča izpolnitev več različnih ciljev. Poznamo različne oblike vsebinskega marketinga glede na vaše cilje, izdelek in storitve. Izberite obliko, ki najbolje ustreza potrebam vašega podjetja.
- Pozanimajte se o optimizaciji spletnih strani (SEO - proces, ki poskrbi za večjo vidljivost strani na iskalnikih) in o tem, kako poskrbeti za večjo vidljivost strani pri potencialnih strankah.
- Ko potencialna stranka odpre vašo spletno stran, jo pripravite do nadaljnje aktivnosti in v idealnem primeru do nakupa vašega izdelka ali storitve. Optimizacija pretvorbe pomaga zagotoviti, da vsak obiskovalec prinese več vrednosti, tako da maksimirate stopnjo pretvorbe.
- Marketing na družbenih omrežjih ima velik potencial privabljanja in ohranjanja občinstva na družabnih omrežjih.
- E-mail marketing: celo preproste e-novice lahko pomagajo povečati promet na vaši strani, poskrbijo za več interakcije strank z vašo blagovno znamko in obdržijo pozornost občinstva.

- **Kako poskrbeti za varnost računalnika in digitalne dokumentacije podjetja**

Ko uporabljamo računalnike in ostale naprave, pogosto mislimo, da smo varni pred zlonamerno programsko opremo, krajo identitete in izgubo podatkov. Počutimo se varne. Zaradi tega pogosto nismo dovolj pozorni na zaščito naprav in ravnamo malomarno, kar poveča tveganje za poškodbe digitalne poslovne dokumentacije. Da to preprečite, naredite naslednje:

- Naprav ne uporabljajte v bližini dejavnikov, ki bi jim lahko škodovali. Bodite previdni z vtičnicami in vtiči, ki jih uporabljate za polnjenje, saj lahko poškodba računalnika povzroči izgubo dokumentov.
- Digitalnih naprav ne puščajte nenadzorovanih, saj jih lahko kdo ukrade ali z njih prekopira podatke.
- Vedno zaščitite dostop do datotek z močnim geslom. Močno geslo vsebuje različne znake (številke, majhne in velike črke, ločila ipd.).
- Pazite, da ne izgubite zunanjega pomnilnika, na katerem shranjujete dokumente.
- Redno naredite varnostne kopije datotek, da jih boste imeli v primeru poškodbe računalnika.

D.2 PODJETNIŠKA ZNANJA



Kaj so?

Podjetništva se je mogoče naučiti. Da lahko imate uspešno podjetje, se vam ni treba roditi kot podjetnik. To lahko postanete z razvojem podjetniške miselnosti in znanj. Tako je podjetništvo sposobnost, da ideje udejanjimo. Zajema ustvarjalnost, inovativnost in pripravljenost tvegati, kot tudi zmožnost načrtovanja in upravljanja projektov, da bi dosegli cilje. Podjetniška znanja so

koristna ne glede na to, če nameravamo odpreti podjetje ali ne. Uporabna so v zasebnem in poslovnem življenju, saj zajemajo ustvarjalnost, iniciativo, vztrajnost, timsko delo, razumevanje tveganj in smisel za odgovornost. Kaj sestavlja podjetniška znanja je predmet mnogih debat.

Za razliko od ostalih pomembnih ekonomskih znanj podjetniška znanja niso povezana z določenim delom, področjem ali kvalifikacijo. Vseeno je večji poudarek na učenju podjetništva in razvoju podjetniških znanj poskrbel za analizo in dogovor o tem, katera so podjetniška znanja in zmožnosti. Podjetniška znanja združujejo nabor tehničnih, vodstvenih in osebnih znanj. Zaradi tega ni enotne ali preproste definicije podjetniških znanj. OECD je identificiral tri glavne skupine znanj, ki jih potrebujejo podjetniki:

- 1) Tehnična znanja – komunikacija, ekološki monitoring, reševanje problemov, implementacija in uporaba tehnologije, medosebna znanja, organizacijska znanja.
- 2) Poslovni menedžment – načrtovanje in postavljanje ciljev, sprejemanje odločitev, upravljanje s človeškimi viri, marketing, finance, računovodstvo, odnosi s strankami, nadzor kakovosti, pogajalstvo, zagon podjetja, menedžment rasti, skladnost s predpisi.
- 3) Osebna poslovna znanja – samonadzor in disciplina, obvladovanje tveganj, inovativnost, vztrajnost, vodstvenost, upravljanje sprememb, mreženje, strateško razmišljanje.

Te kombinacije znanj, kompetenc in lastnosti so zahtevane pri komercialnih menedžerjih in ustvarjalcih. Poleg tega morajo podjetniki imeti znanje o sektorjih, na katerih delujejo (podjetnik, ki se ukvarja z IT-jem, gradbeništvo ali prehrano, potrebuje znanja s teh področij).

I. Kako naj raziskujem in najdem poslovno idejo?

Za raziskovanje v namene načrtovanja poslovne ideje potrebujete dobre sposobnosti načrtovanja. Sposobnosti načrtovanja se nanašajo na zmožnost določiti prioritete, prednosti in pomanjkljivosti in pametne cilje. Ključnega pomena so sposobnosti analitičnosti, komunikativnosti, odločnosti, močnega vodenja in reševanja problemov.

Proces načrtovanja v glavnem zajema določanje ciljev in virov, ki so potrebni, da te cilje dosežemo. Doseganje ciljev zahteva usklajeno delovanje. Ena od glavnih sposobnosti v procesu načrtovanja je zmožnost določiti in oceniti prednosti, pomanjkljivosti, možne nevarnosti in priložnosti, ki jih ima vsako podjetje, pri družinskem podjetju pa zagotavljanje trdne strategije nasledstva in načrtovanja. Strateški menedžment je ključnega pomena za razvoj uspešnega podjetja in vključuje razvoj načrta, ki bo vodil podjetje na poti doseganja ciljev in poskrbel, da se podjetje drži začrtane smeri. Eno od orodij načrtovanja in menedžmenta, ki pomaga pri pripravi učinkovitega načrta delovanja in je ključnega pomena za osebne in poslovne dosežke, je metoda SMART (cilji so specifični, merljivi, dosegljivi, ustrezni in časovno določeni).

Najti morate strategije in orodja, ki vam bodo pomagali razviti poslovno idejo korak za korakom in uresničiti vaš projekt, saj je potreben čas za razvoj, preizkus in oceno poslovne ideje. Proces razvoja poslovne ideje je ključno orodje za analizo prednosti, pomanjkljivosti in izvedljivosti ideje glede na to, kdo ste in v kakšnem kontekstu bi idejo radi udejanjili.

V. Načrtujmo! Kako pripraviti poslovni načrt

Za uspešno podjetje intuicija, dobra volja in podpora niso dovolj. Imeti morate jasno idejo, kako boste delovali in katero smer boste izbrali. Model poslovnega načrta, kot je Creative Project Canvas, je temelj vašega podjetja. Načrt razvijete v skladu z vašo vizijo in strategijo, ki bi jo radi uporabili. Pomaga vam določiti, kako bo podjetje ustvarjalo vrednost in kako bo za to nagrajeno. Poslovni model je sestavljen iz raziskave trga (določanja priložnosti in tveganj), nabora analize podatkov in določanja ciljev in strategij podjetja (glede na kratkoročne, srednjeročne in dolgoročne cilje).

VI. Veste, kako odpreti podjetje (nacionalni pravni predpisi)?

Preden začnete z delom, se morate vprašati, kako opisati svoj projekt, analizirati njegovo okolje, tržiti vašo idejo, organizirati vaše podjetje in financirati vaš projekt. Morali boste izpolniti obrazce, izpolnjevati pogoje in administrativne obveznosti glede na vrsto aktivnosti in pravno obliko podjetja. Glavni koraki odprtja podjetja so:

- Izberite pravni status.
- Samostojni podjetnik (fizična oseba) ali podjetje (pravna oseba).
- Ustanovite podjetje s pomočjo registriranega akta o ustanovitvi.
- Registrirajte podjetje na za to pristojnem uradu.
- Odprite tekoči račun.
- Določite, če boste zavezanec za DDV, in izpolnite obveznosti v zvezi s tem.
- Registrirajte se pri skladu za socialno varnost za samozaposlene in plačujte prispevke za socialno varnost.
- Registrirajte se pri vzajemni družbi po svoji izbiri, da boste koristili ugodnosti zdravstvenega in invalidskega zavarovanja.
- Sklenite ustrezna zavarovanja, ne glede na to, če so obvezna ali ne.

Če boste delovali kot samostojni podjetnik (kot fizična oseba), lahko izberete tudi ime podjetja. Izbira imena podjetja: ime podjetja je pomembno, saj se boste s tem imenom predstavili tržišču in konkurenci. Ime daje identiteto podjetju in ga ločuje od drugih podjetij na tržišču. Ime deluje tudi kot reklama. Ime podjetja mora biti navedeno na vseh uradnih dokumentih, ki so povezani s podjetjem (računi, dobavnice, vizitke itd.).

Čeprav je izbira imena podjetja načeloma svobodna, izbrano ime ne sme kršiti pravic, ki pripadajo že obstoječemu podjetju.

Če ustanovite svoje podjetje, je potrebno razlikovati med komercialnim imenom in firmo podjetja. Komercialno ime je ime, pod katerim je podjetje znano svojim strankam. Firma je uradno ime podjetja, kot je navedeno na uradnih dokumentih podjetja in objavljeno v registru podjetij. To ime je namenjeno samo identifikaciji podjetja, nima pa oglaševalske vloge kot komercialno ime podjetja. Seveda lahko kot komercialno ime in firmo uporabite isto ime.

VII. Kako ravnati s pogodbami, davki in zaposlovanjem?

Ko odprete majhno podjetje, morate državi plačati določene davke. Vedeti morate, kateri davki so povezani z vašim podjetjem, kdaj jih morate plačati in zakaj jih morate plačati. Če zaposlujete, morate plačati davek na dohodek in prispevke za socialno varnost. Običajno so večja podjetja, kot so družbe, organizacije in institucije, ki imajo status pravne osebe, podvržena obvezi plačevanja davka od dohodkov pravnih oseb. Če se dejavnost izvaja v imenu podjetja in ne v obliki podjetja, so podjetnikovi prihodki podvrženi obdavčenju v okviru osebne dohodnine.

Pogodba o zaposlitvi je dogovor med dvema ali več ljudmi, delodajalcem in delojemalcem, ki določa pogoje, s katerimi se oseba strinja, da bo izvajala določene obveznosti, kot jih je določil delodajalec v zameno za dogovorjeno plačilo, s katerim delodajalec zaščiti svoje interese. Vsak delojemalec je zavezan k izvajanju določenih nalog in uboganju delodajalca. Preden pogodbo podpišete, se prepričajte, da vključuje in opisuje naslednje elemente:

- imena in naslove vpletenih strank,
- opis podjetja,
- jasno določeno delovno mesto in položaj,
- posebne zahteve podjetja,
- trajanje zaposlitve in čas dela,
- plačo, nadomestilo, dodatke,
- klasifikacijo delovnega mesta,
- pravilnik o zasebnosti,
- pričakovane rezultate,
- naloge in obveznosti,
- pogoji razmerja,
- odpovedne roke,
- podpise in datume.

Najem je pogodba, pri kateri ena oseba drugi dovoli uživanje stvari ali uporabo delavcev in industrije, lahko za to osebo samo ali njene podrejene, za določen čas, za določeno kompenzacijo.

VIII. Kako lahko financiram svoje podjetje?

Za pridobivanje sredstev ali kreditov za financiranje podjetja vam je na voljo več finančnih orodij:

Tradicionalno posojilo/bančno posojilo: obstaja več vrst posojil za podjetja, ki pa vsa spadajo v eno od dveh kategorij. Nezavarovano posojilo (izposoja denarja brez tveganja, da bi kot jamstvo uporabili sredstva podjetja) in zavarovano posojilo (kot jamstvo se uporabijo sredstva podjetja). Če posojila ne vrnete, lahko posojilodajalec proda sredstva vašega podjetja).

Bančno posojilo: denarno posojilo, ki ga nudijo banke in gradbena podjetja. Podjetje si izposodi enkratni znesek in ga vrne v določenem času. Večina bančnih posojil zahteva jamstvo direktorja. Če podjetje posojila ne more odplačati, bo direktor osebno odgovoren za vračilo posojila.

Mikroposojila so pogosto tako majhna, da se komercialne banke z njimi ne ukvarjajo. Namesto banke poiščite posojilodajalca, neprofitno organizacijo, ki deluje drugače kot banke. Ponudniki mikroposojil ponujajo manjša posojila, po navadi zahtevajo manj dokumentacije kot banke in imajo pogosto bolj fleksibilne zahteve glede jamstva.

Posojila za zagonska podjetja: podeljuje jih vlada in imajo fiksne letne obresti. Posojilo je mogoče odplačati v določenem številu let. Ni treba plačati stroškov vloge in zgodnjega odplačila.

Poiščete lahko tudi možnosti financiranja s strani EU. Evropska unija ima več programov financiranja, za katere lahko zaprosite glede na vrsto vaše dejavnosti ali projekta. Obstajata dve vrsti financiranja: neposredno in posredno.

-Podeljevanje neposrednega financiranja urejajo evropske institucije. Financiranje lahko ima obliko subvencije ali pogodbe. Za subvencije in pogodbe, ki jih podeljuje Evropska komisija, lahko zaprosite na njeni strani pod razdelkom "Financiranje, javna naročila".

-Posredno financiranje je odvisno od državnih in regionalnih oblasti, ki so odgovorne za zagotavljanje posrednega financiranja, ki znaša skoraj 80 % proračuna EU-ja, predvsem s petimi glavnimi skladi, ki so del Evropskih strukturnih in investicijskih skladov. SME Instrument je namenjen majhnim in srednje velikim podjetjem, ki imajo inovativno idejo, podprto s poslovnim načrtom, ki nameravajo predstaviti inovativne rešitve in bi se rada širila. Pomaga podjetjem, ki so pripravljena tvegati, da na trg prinesejo nove izdelke, storitve in poslovne modele, ki bi lahko pripomogli k gospodarski rasti. SME Instrument je bil oblikovan za profitna majhna in srednje velika podjetja vključno z mladimi in zagonskimi podjetji iz vseh sektorjev.

Prijava na SME Instrument je mogoča vse leto, prošnje pa so ocenjene štirikrat na leto. Ocenijo jih strokovnjaki glede na tri kriterije: vpliv, odličnost in kakovost in učinkovitost implementacije. Program COSME si prizadeva za konkurenčnost podjetij in majhnih in srednje velikih podjetij. Program je namenjen izboljšanju dostopa teh podjetij do financiranja in trga s pomočjo dveh finančnih instrumentov (jamstvena shema za posojila in lastniška kapitalska shema).

D.3 JEZIKOVNA ZNANJA

Kaj so?

Gre za štiri sposobnosti, ki posamezniku omogočajo razumevanje in rabo govornega jezika za ustrezno in učinkovito medosebno komunikacijo. Te sposobnosti so poslušanje, govorjenje, branje in pisanje ter poznavanje kulture.

• Kako pripraviti CV

- Osredotočite se na glagole kot "prijaviti se", "iskati", ki vam lahko pomagajo na razgovoru.
- Pripravite osebni profil s fotografijo (na kateri je jasno viden vaš obraz in je videti profesionalno), imenom, kontaktnimi podatki, datumom rojstva, kaj lahko ponudite podjetju, vašimi poslovnimi cilji, vašimi izkušnjami (vključno z nazivi, obveznostmi in nalogami, delodajalcem in obdobjem zaposlitve), vašo izobrazbo (akademski dosežki z zadnjim in najpomembnejšim na začetku in obdobjem izobraževanja) in vašimi znanji in sposobnostmi (vključno z jeziki, ki jih govorite, in programsko opremo, ki jo znate uporabljati.).

Kako sestaviti učinkovit življenjepis

Predloge dobrih življenjepisov

Ste pripravljeni na razgovor?

Na razgovoru bodite pozorni na slovnično pravilnost, saj to pove veliko o vas:

- Pred razgovorom analizirajte delovno mesto in podjetje, da vidite, če vam delo ustreza. Pozanimajte se, za kakšno podjetje gre in s čim se ukvarja.



- Pripravite dva seznama: enega s svojimi znanji in sposobnostmi, strokovnimi znanji in osebnimi lastnostmi, in drugega s svojimi prednostmi ter ju primerjajte z zahtevami razpisanega delovnega mesta. Priprava na razgovor: seznam stvari, na katere morate biti pozorni.

- Pripravite se na pogosta vprašanja, kot so "Kako bi se opisali?", "Kaj so vaše prednosti in slabosti?", ki povejo veliko o vas. Ko odgovarjate na taka vprašanja, bodite samozavestni in se prikažite v dobri luči.

Pogosta vprašanja in odgovori na razgovorih

- Ko vas vpraševalec vpraša, zakaj ste zapustili prejšnje delovno mesto, bodite pozitivni. Mogoče je vašega prejšnjega delodajalca

povprašal po vašem delu ali pa ga osebno pozna.

- Navedite primere in govorite o dolgoročnih ciljih, ki bi jih radi dosegli na novem položaju.
- Med razgovorom vljudno pozdravljajte, bodite mirni in samozavestni, pazite na telesno govorico, pozorno poslušajte, vzemite si čas za odgovore in vpraševalcu povejte, da vas delo zanima.

- Po razgovoru napišite zahvalno e-pošto, s katero delodajalcu izrazite hvaležnost, ker vas je povabil na razgovor.

- **Delajmo! Kako komunicirati s sodelavci**

Ko začnete z novim delom, ne prekinjajte sodelavcev, ko govorijo z vami, glejte jih v oči in bodite pozorni na svojo držo in izraz na obrazu. Kako bolje komunicirati s sodelavci

- Ne govorijo vsi radi na štiri oči; nekateri dajejo prednost klicu, e-pošti ali sporočilom preko aplikacij.
- Nikoli ne kričite. Če vas je kaj zmotilo, nekajkrat globoko vdihnite in izdihnite, preden začnete s pogovorom. To vas bo umirilo.
- Bodite prijazni, a ne preveč. Bodite osebni, a ne preveč sproščeni.
- Ko posredujete povratne informacije, bodite pozitivni in ne vzbujajte preveč avtoritativnega vtisa; naj bo videti kot nasvet za izboljšave.
- Ko vam nadrejeni da navodila, jih ponovite, saj mu s tem pokažete, da ste pravilno razumeli, o čemer sta govorila.
- Ko pride do nesoglasij, pozorno poslušajte. Na tak način lahko spore rešite, ne da bi prišlo do večjih težav, in postavite temelje za boljše posredovanje v prihodnosti. Preprečevati konflikte na delovnem mestu
- Na sestanek pridite točno; držite se tem, ki ste jih napovedali; pazite na svojo telesno govorico, poslušajte zaposlene in upoštevajte njihova stališča; ko zagovarjate svoje ideje bodite jasni, jedrnat in neposredni. 7 načinov za učinkovito komunikacijo na sestankih

- **Kako pisati e-pošto in urejati birokracijo**

Pred pisanjem e-pošte razmislite o tem, za kakšno pošto gre: je formalna, delno formalna ali osebna. Pisanje formalnih in neformalnih elektronskih sporočil

- Ko pišete e-pošto, napišite zadevo, primeren pozdrav (po njem uporabite vejico), upoštevajte postavljanje ločil, uporabite primeren zaključni pozdrav, preverite pravilnost naslovov vseh prejemnikov, izogibajte se posredovanju pošte in odgovarjanju vsem hkrati ter bodite jasni, kratki in jedrnat ter vljudni.
- Uporabljajte ločena naslova za poslovno in zasebno e-pošto. Tako boste lažje preverili svojo zasebno pošto.
- Preden začnete pisati, upoštevajte zgradbo dopisov. V posameznih odstavkih omenite: zakaj pišete in kje ste videli oglas za delo; navedite podatke o svojih kvalifikacijah in izkušnjah, zakaj ste primerni za delo, kdaj lahko greste na razgovor in kje ste dosegljivi. How to write emails in English

- **Telefonski klici**

- Vnaprej pripravite, kaj boste povedali. Pripravite tudi dokumente, če je potrebno.
- Predstavite se s svojim imenom in imenom podjetja, jasno opišite namen klica, prosite za mnenje, zabeležite povedano in pojasnite nadaljnje ukrepe, če so potrebni. Kako se učinkovito pogovarjati po telefonu
- Pripravite poslovni pozdrav; govorite vljudno; ko govori sogovornik, ga poslušajte brez prekinitev; če je klic namenjen drugi osebi, sogovornika vprašajte, če bi rad pustil sporočilo; nikoli ne recite, da nečesa ne veste; ko je pogovora konec, ne končajte klica brez pozitivnega zaključka (npr. *Hvala za klic ali Želim vam lep dan*). Kako opraviti učinkovit poslovni klic



inerea.erasmusplus.website



inerea project