



KA205 – Strateegilised partnerlussuhted noortele
Ettevõtliku mõtteviisi edendamine migrantides
läbi hariduse –

NAISED

(2019-1-FR02-KA205-015830)

JUHEND NAISTETTEVÕTJATELE



SIHTASUTUS NOORED TEADUSES JA ETTEVÕTLUSES
YOUTH IN SCIENCE AND BUSINESS FOUNDATION



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Sisu

1. Projekti tutvustus.....	3
2. Juhendi tutvustus	4
3. Teoreetiline osa.....	5
Ettevõtlusoskused	5
Harjutus	7
4. Praktilised sessioonid.....	9
4.1. Toode/teenus	9
4.2. Turuanalüüs	10
4.3. Turundus	14
4.4. Kasutajatugi	16
4.5. IKT	18
4.6. Personalijuhtimine	21
4.7. Seadusandlus	24



1. Projekti tutvustus

„Ettevõtliku mõtteviisi edendamine migrantides hariduse kaudu” (FEMME) eesmärk on arendada ettevõtlikku mõtteviisi ja sellega seotud raskeid/pehmeid oskusi esimeses ja teises põlvkonna naissoost sisserändajad vanuses 18-25 potentsiaalsed ettevõtjad.

Projekt vastab väljakutsele edendada ettevõtlusvaimu ja haridust noorte inimeste arvu ELis, et suurendada ettevõtete loomise määra ja pakkuda alternatiive noorte tööalase konkurentsivõime ja isikliku eneseteostuse teed, pöörates erilist tähelepanu noortele naissoost noored. Vastavalt EÜ viimastele statistilistele tõenditele (vt https://ec.europa.eu/growth/smes/promoting-entrepreneurship/we-work-for/women_en), naiste ettevõtluses osalemise väljakutse on märkimisväärne, kuna naised esindavad seda 52% kogu Euroopa elanikkonnast, kuid ainult 34,4% ELi füüsilisest isikust ettevõtjatest ja 30% alustajad. Euroopa ühiskonnad on samuti rände- ja põgenikevoogude keskmes dünaamika ja sellega seotud väljakutse integreerida tohutuid põgenikemassi, millest paljud kes on naised. Eespool nimetatud suundumus on juba mängus ja muutub üha enam Euroopa ühiskondade arengu suunamisel mitmekultuurilises perspektiivis. Tänapäeval koosneb Euroopa rahvastikust kuni 5% mittekodanikest. Sisserändajad ei ole kaugeltki takistuseks vastuvõtivate ühiskondade arengule korduvalt tõestatud, et see annab sotsiaalmajanduslikule kasvule lisaväärtust, pakkudes ettevõtlusmotivatsiooni ja -potentsiaali täiendav kogum.

FEMME saavutab ülalnimetatud eesmärgi järgmiste vahenditega:

- Uurimisaruanne naissoost sisserändajate koolitusvajaduste väljaselgitamiseks ettevõtjad ja nende seos olemasoleva hariduspakkumisega.
- Juhend naissoost sisserändajatest ettevõtjatele, kes integreerivad iseõppimise meetodikaid toetada neid ettevõtlusideede kujundamisel ja arendamisel.
- Koolituse tööriistakomplekt koolitajatele, mis integreerib NFE juhised ja meetodid nende noorsootöötajate vajadused, kes on valmis ellu viima haridusprogramme, et anda volitused potentsiaalsed naissoost sisserändajatest ettevõtjad.



- Veebimoodulid ja veebiplatvorm, mis pakuvad sihtrühmale kasulikku teavet ja harjutusi, mis toetavad neid enda kavandamisel ja arendamisel ettevõtlikud ideed.

2. Juhendi tutvustus

Juhend naissoost sisserändajatele ettevõtjatele koosneb kahest osast – teoreetilisest ja praktiline osa. Sektsioonide arendamine jagati partnerite vahel.

Teoreetiline osa – kontseptsiooniga seotud teave üldiste pehmete oskuste ja spetsiifiliste kohta kõvad ettevõtlusoskused (Uringuaruande tulemuste põhjal) koostades spetsiifilist ettevõtlusprofiil, mis sobib naissoost sisserändajatest noorte erivajadustega individuaalne harjutus viimaste pehme/kõva oskuste konkreetseks arendamiseks.

Praktiline osa – konkreetsete juhiste ja juhiste pakkumine kasutajatele erinevates küsimustes mõõtmed, mille kasvatamist on vaja edukaks rajamiseks, kulgemiseks ja idufirma arendamine.

PRAKTILISE OSA TEEMAD:

- Toode/teenus;
- Turuanalüüs;
- Turundus;
- Kasutajatugi;
- IKT;
- personalijuhtimine;
- Seadusandlus.



3. Teoreetiline osa

Ettevõtlusoskused

SOFT SKILLS

Leadership skills	● ● ● ● ●
Communication	● ● ● ● ●
Teamwork	● ● ● ● ●
Time Management	● ● ● ● ●
Decision Making	● ● ● ● ●
Problem Solving	● ● ● ● ●
Flexibility/ Adaptability	● ● ● ● ●
Self-Confidence	● ● ● ● ●
Self-Motivated	● ● ● ● ●
Critical Thinking	● ● ● ● ●

HARD SKILLS

Marketing Campaign	● ● ● ● ●
Management	● ● ● ● ●
Marketing	● ● ● ● ●
Language skills	● ● ● ● ●
Accounting	● ● ● ● ●
Presentation skills	● ● ● ● ●
Business Management skills	● ● ● ● ●
Project Management skills	● ● ● ● ●

Nagu näete ülaloleval fotol - seal on mainitud pehmed ja kõvad oskused, mis ettevõtjad peavad äri alustama. Mis vahe on "pehmel" ja "kõval"?

oskused?

"Pehmed oskused on isiklikud harjumused ja omadused, mis kujundavad seda, kuidas sa töötad, iseseisvalt ja teistega. Näiteks tõhus suhtlemine on peamine pehme oskus, mida paljud tööandjad taotleavad. Mõned teised hõlmavad töökindlust, tõhusat meeskonnatööd ja aktiivset kuulamist.

Rasked oskused on tehnilised teadmised või koolitus, mille olete oma elu jooksul omandanud kogemust, sealhulgas teie karjääris või hariduses.^{üks}

Nagu näeme, on kõik mainitud pehmed oskused oskused, mis sõltuvad kas meie isiklikust tüübist või oskused, mida saame ise õppida, kogedes ja kallal töötades. Kõik oskused mainitud on olulised, sest ettevõtjal ei pea olema ainult suurepärane äriidee ja olema loominguuline, kohanemisvõimeline ja paindlik, aga ka suutma juhtida meeskonda,

^{üks}Kõvad oskused vs pehmed oskused - <https://www.indeed.com/career-advice/resumes-cover-letters/hard-skills-vs-soft-skills>



suhelda edukalt, teha olulisi otsuseid ja lahendada probleeme, mis tekivad, kui äri ajada. Lisaks täiendavad kõik need oskused üksteist ja on kuidagi seotud. ed üksteisele. Näiteks selleks, et teha ettevõtte jaoks õigeid otsuseid, preneur peab suutma kriitiliselt mõelda. Samuti on vaja enesekindlust, et osata juhtida a meeskonda ja suhelda meeskonnaga.

Kuid kõvad oskused erinevad pehmetest oskustest. Rasked oskused on need, mida õpid sept. teravalt. Need põhinevad paljudel teoreetilisel teabel, mida tavaliselt tuleb seisis esimesena, enne kui inimene saab seda oskust praktikas kasutada. Näiteks keeleoskus on üks sisserändaja jaoks on kõige olulisem võimalus avada äri teises riigis, kuna enamik bürokraatia ja seadused on kohalikus keeles. Turundusoskused on vajalikud selleks, et seda teha populariseerida ja müüa toodet või teenust. Ettevõtte juhtimise oskused on olulised, et osata juhtida ja mõista erinevaid protsesse, millega äri avamisel ja käitamisel silmitsi seisab. ness. Projektijuhtimise oskused on otsustava tähtsusega vastutuse ja ülesannete jagamisel. ees. Samuti on oluline näha, millised iga inimese tugevad küljed on ettevõtlusega seotud ja sellest lähtuvalt – vastutuse/ülesannete jagamine. Esitlusoskust mainitakse kui rasket oskust sest seda saab arendada ja tegema õppida.

Siin oleme lõpetanud nende oskuste loetelu, mida on vaja ettevõtte avamiseks. toetus. Järgmisest osast leiate harjutusi mõne sellise oskuse arendamiseks.



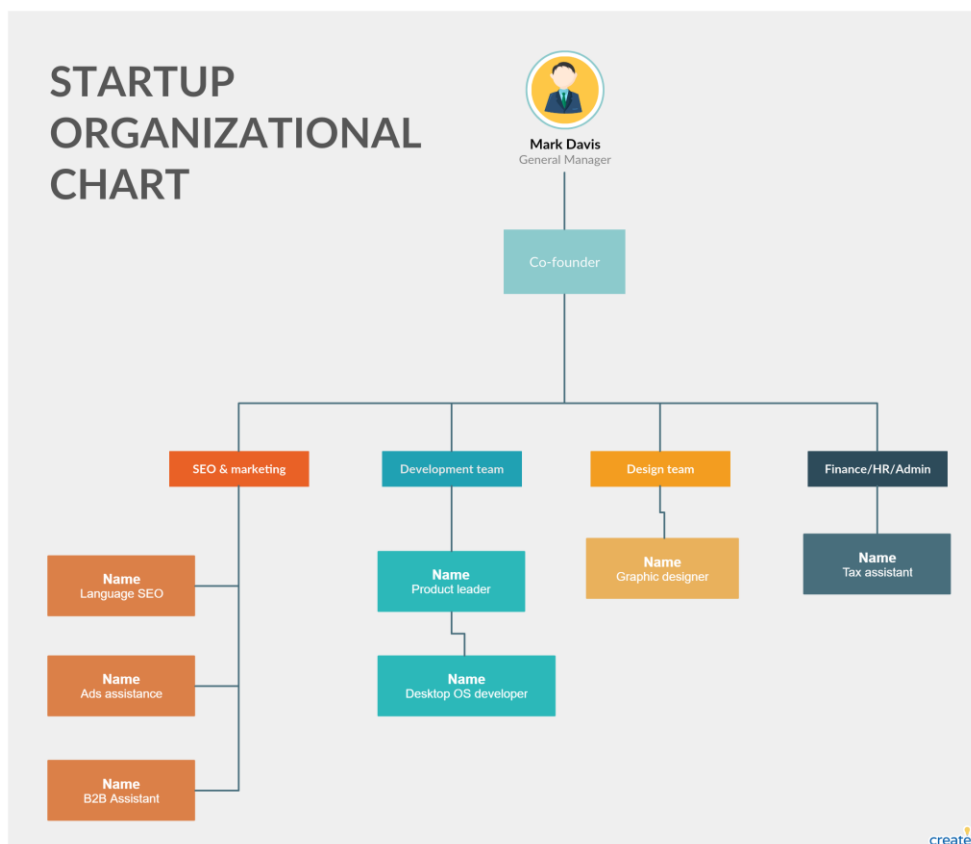
Harjutus

Ärijuhtimise oskused

Ettevõtluse edukaks ülesehitamiseks vajab ettevõtja ärijuhtimisoskusi. Esiteks, see on Oluline on mõista, kuidas luua ettevõtte struktuur ja jagada vastutust iga asjaosaline. Ettevõtlust on lihtsam juhtida, kui kohustused on selged kõik. See aitab teil ka näha, milliseid inimesi teil on vaja palgata.

Vajalikud materjalid – saate kasutada <https://app.creately.com/diagram/qxYA61Z4x1s/edit> looma Teie ettevõtte organogrammi (samuti on teil võimalus lisada teavet kohustuste kohta iga inimese kohta).

Organisatsiooni erinev liige





Nagu ülaloleval fotol näeme – igas organisatsioonis on palju erinevaid liikmeid.

Samuti võib struktuur olla erinev.

Organisatsiooni liikmed:

- tegevjuht - ettevõtte juhtimise eest vastutav põhiisik;
- Turundusjuht - juhib suhtlust ettevõtte ja klientide vahel;
- IT-juht - IT infrastruktuuri juurutamine ja hooldamine;
- Müügijuht - müügimeeste meeskonna juhtimine ja juhendamine organisatsioonis;
- Personalijuht – vastutab tööhõive, koolituse, toe, arvestuse jms eest.
- Tugihaldur – määrake kindlaks ja rakendage konkreetseid tehnilisi vajadusi ja prioriteetid organisatsioonis;
- Finantsjuht – vastutavad organisatsiooni finantsseisundi eest.

Et paremini mõista, milline on/saab olema teie ettevõtte struktuur, on oluline luua

Organisatsiooni skeem.

Organogramm = Organisationskeem on diagramm, mis näitab, kuidas organisatsioon on üles ehitatud, ja kuidas on ametikohad organisatsioonis omavahel seotud.

Sisaldab:

- ametinimetused;
- Nimed;
- Töötajate vastutusvaldkonnad.

Oluline on muuta planeerimine lihtsamaks ja määratleda organisatsiooni struktuur, kultuur ja stiil, näidates samal ajal selgelt kõigi osalejate volitusi ja vastutust organisatsioonis.

Rohkem informatsiooni -<https://www.orgcharting.com/organogram-definition-purpose/>



4. Praktilised sessioonid

4.1. Toode/teenus

Toote/teenuse brändimine	
Õppimine Tulemused:	Õppijad saavad ülevaate oma kaubamärgi või toote brändimiseks vajalikust teoreetilisest taustast. Pärast seda tehakse neile praktiline tegevus, mis võib olla abiks nende isiklikus äris.
Teoreetiline sisu:	Bränding, olgu see siis toode või teenus, ei ole lihtne ülesanne, eriti kui see on nullist. Brändingu peamine eesmärk on tutvustada publikule teie nime ja logo. Teisisõnu tähendab see eristamist rahvahulgast. Selle saavutamiseks peate läbima mitu etappi. Esiteks peate mõistma hetkeolukorda turul ehk tunda õppima, kes on teie sihtrühm. Kui olete seda teinud, peate valima oma fookuse ja isiksuse – viisi, kuidas te end esitlete. Pärast seda peaksite valima oma ettevõtte nime ja selle tegemiseks on mitu strateegiat (lisalugemine). Oma nime reklaamimiseks peaks teil olema ka loosung, mõned meeldejäädavad sõnad, millest saab teie tunnuslause. Siis tuleks see teha visuaalselt, st Valige oma kaubamärgi või toote fondid ja värvid ning pange see oma platvormile (veebisaidile, sotsiaalmeediale). Pärast seda peaksite oma logole tähelepanu pöörama, sest see on esimene asi, mida inimesed teie ettevõttega seostavad. Pidage meeles, et see peaks olema midagi ainulaadset ja seotud ainult teie ettevõttega. Viimaseks, kuid mitte vähem tähtsaks, peaksite püüdma oma kaubamärki kogu oma ettevõttes rakendada. Teil peaks olema lugu, mis annab teavet teie ettevõtte ja selle kohta, mida see tähistab.
Praktiline harjutus:	Õppijatele esitatakse toode, mida nad peaksid reklaamima. The tooted on osa toiduainetööstusest (erineva maitsega šokolaaditahvlid – pähklid, banaanid, kaer jne) Iga osaleja saab ühe toote ja hakkab vastutama selle kaubamärgi eest. Nad peavad läbima kõik ülalkirjeldatud etapid (teoreetilises osas) ja rakendama neid samme oma toote puhul (nimi, logo, vaatajaskond jne). Kui nad on lõpetanud, teevad nad oma ettevõtte/toote esitluse teiste osalejate (ja lektori) ees. Kuulamise ajal märgivad teised osalejad ja õppejõud ettekandja brändingustrateegia tugevaid ja nõrku külgi ning annavad seejärel konstruktiivse tagasiside.
Täiendavad lugemised:	https://www.shopify.com/blog/how-to-build-a-brand https://freshsparks.com/successful-brand-building-process/



4.2. Turuanalüüs

TURUANALÜÜS	
Õppimine Tulemused:	Selle seansi lõpetamisel saavad õppijad: <ul style="list-style-type: none">• Määratlege turuanalüüs• Loetlege turuanalüüsi peamised sammud• mõista turuanalüüsi põhielemente• Viige läbi oma potentsiaalse äritegevuse turuanalüüs
Teoreetiline sisu:	<p>Mis on turuanalüüs?</p> <p>Termin turuanalüüs viitab turu kvantitatiivsele ja kvalitatiivsele hindamisele. See koosneb turu suuruse, nii mahu kui ka väärtuse, erinevate kliendisegmentide ja ostumustrite, konkurentsi ning majanduskeskkonna analüüsist turule sisenemise barjääride ja reguleerimise osas. Hindamisvahendina võimaldab turuanalüüs kindlaks teha, kui sobiv konkreetne turg teie tööstusharule sobib. Olenemata sellest, kas soovite asutada idufirmat, laiendada oma olemasolevat äri või hinnata oma praegust turgu ümber, aitab turuanalüüsi läbiviimine tuvastada turu atraktiivsuse ning praegused ja tulevased riskid.</p> <p>Turuanalüüsi põhielemendid koosnevad mitmest hindamisvahendist, sealhulgas arutelust teie tööstuse ja selle turu väljavaadete üle, sihtturu analüüsist, konkurentsianalüüsist ning kultuuriliste ja õiguslike regulatsioonide tuvastamisest.</p> <p>Miks teha turuanalüüsi?</p> <p>Selleks, et teie äriplaani oleks edukas, peate läbi viima turuanalüüsi. Põhjalik turuanalüüs on konkreetse turundusstrateegia ja kindlate turundusmeetmete aluseks.</p> <p>Lisaks pakub turuanalüüs järgmist:</p> <ul style="list-style-type: none">• Varundage oma äriideed arvude, andmete ja faktidega, töötades seega välja eduka äriplaani;• Oskus varakult ära tunda turupotentsiaali ja vältida valesid otsuseid;• suutlikkus tuvastada olemasolevad teadmislünkad ja need õigeaegselt täita;• ülevaade turul juba olemasolevatest konkureerivatest toodetest;• Võimalus tuvastada turule sisenemise barjäär ja hinnata turu atraktiivsust. <p>Turuanalüüsi läbiviimine</p> <p>Kui teete turuanalüüsi, vaatate mitut</p>



omadused turul, millest olete huvitatud sisenema. Need omadused aitavad teil paremini mõista turgu, kus soovite tegutseda, ja aitavad teil kindlaks teha, kui sobiv teie tööstusharu turule sobib. Need mõõtmed hõlmavad järgmist:

Turu suurus:

- Kui suur on turg?
- Kuidas peaksite hindama oma toodet/teenust vastavalt turu suurusele?

Turu kasvutempo:

- Kui kaua turg kestab? Kas turg kasvab?

Turutrendid:

- Milline on praegune trend?
- Mis klientidele meeldib?
- Kui palju on kliendid nõus kulutama?
- Millised muud trendid võivad klientide tähelepanu köita?

Turu kasumlikkus:

- Kas minu ettevõtte teenib sellele turule investeerides kasumit?
- Turu kasumlikkuse arvutamiseks tuleb arvesse võtta järgmist: ostjajõud, tarnija jõud, sisenemisbarjäärid.

Peamised edutegurid:

- Peamised edutegurid on need elemendid, mis aitavad ettevõttel turul suurt edu saavutada, näiteks tehnoloogia areng, mastaabisääst, ressursside tõhus kasutamine.

Jaotuskanalid:

- Kui hästi turustuskanalid töötavad?
- Kas olemasolevad turustuskanalid on edukad või tuleks arendada uusi?
- Kas peaksite välja pakkuma uusi kanaleid, näiteks veebiturunduse?
-

Tööstusharu kulude struktuur:

- Kui palju kulub teie toodete müümiseks?
- Kuidas vähendada kulusid ja teenida suuremat kasumit ilma turuhinda tõstmata?



7 kasulikke tööriista turuanalüüsi läbiviimiseks

Allpool leiate näpunäidete loendi, mis aitavad teil oma äriplaani jaoks edukat ja kõikehõlmavat turuanalüüsi läbi viia.

üks.**Kasuta Interneti:**Internet on suurepärane koht alustamiseks, kuna see pakub demograafilisi andmeid, teavet teie konkurentsi kohta ja võimalust viia osa turu-uuringust läbi veebis.

2.**Ole klient:**Oluline on vaadata oma tooteid ja teenuseid läbi kliendi silmade. See vaatenurk aitab teil tuvastada probleeme, mis vajavad lahendust, kuidas konkurents teatud probleeme lahendab, ning pakkuda teile uusi ja tõhusamaid lahendusi.

3.**Lõika peale:**Äriplaani koostamisel lisage enne üksikasjadesse laskumist turuanalüüsi kokkuvõtte. See annab lugejale üldise ettekujutuse tulevast ja aitab paremini keskenduda kõige olulisematele punktidele.

4.**Viige läbi põhjalik turu-uuring:**Investeeringe esialgsesse uurimisfaasis aega, et uurida turgu ja koguda võimalikult palju teavet: saate seda teha, jagades küsitlusi, korraldades fookusgrupe ja küsides võimalusel tagasisidet. Kogutud andmeid kasutatakse teie turuanalüüsi abimaterjalina.

5.**Kasutage visuaalseid abivahendeid:**Publikul on seda teavet lihtsam haarata on suurel määral numbripõhine, näiteks statistika ja mõõdikud, kui need on esitatud visuaalsel kujul. Saate seda saavutada, kasutades diagramme ja graafikuid, et illustreerida andmeid ja numbreid oma turuanalüüsis.

6.**Olge lühidalt:**Üldiselt on neil, kes teie äriplaani loevad, turust juba teatav arusaam. Seetõttu on tõhusam lisada oma äriplaani turuanalüüsi osasse olulisemad andmed ja tulemused, teisaldades samal ajal tugidokumentatsiooni ja statistika lissasse.

7.**Seostage oma ettevõttega:**Kogu statistika ja andmed, mida oma turuanalüüsi kaasate, peaksid olema seotud teie ettevõtte ja selle pakutavate teenuste ja/või toodetega. Sihtturu vajaduste väljatoomisel tõstke esile uuenduslikud viisid, kuidas teie ettevõtte neid vajadusi rahuldab.

Järeldus

Turuanalüüs on ettevõtte jaoks võimas tööriist konkreetse turu kohta väärtusliku teabe hankimiseks. See toimib vundamendina, millele tuginedes saate välja töötada konkreetseid turundusstrateegiaid ja oma äriideed edukalt ellu viia.

Praktiline harjutus:Selles praktilises harjutuses vaatleme turu näidet nutitelefonide tööstuse analüüs. Selle harjutuse lõpuks saate aru turuanalüüsi põhielementidest ja sellest, kuidas saate seda teha



üks teie äriplaani jaoks.

Valitud turg

Nagu eespool öeldud, on selle turuanalüüsi näite jaoks valitud turg nutitelefonide tööstus, kuna nutitelefonidest on saanud igapäevaelu lahutamatu osa.

Analüüsi eesmärk

Oluline on seada turuanalüüsile eesmärk, kuna see selgitab, mida loodate sellest õppida, ja muudab selle teie ettevõtte jaoks kasulikuks.

Turuanalüüsi tehakse sageli kahel peamisel põhjusel ja kahel korral:

1. Elujõulisuse hindamine (enne uuele turule sisenemist)

Turuanalüüs tehakse enne turule sisenemist ja see aitab teil otsustada, kas teete targa äriotsuse.

2. Areneda (turul tegutsedes)

Turuanalüüs tehakse siis, kui teie ettevõtte juba turul tegutseb, ja see aitab teil oma äri optimeerida.

Selle harjutuse puhul eeldame, et soovite hinnata nutitelefonide turule sisenemise elujõulisust.

Turuanalüüsi tegurid (nutitelefonitööstus)

Selle turuanalüüsi näite puhul keskendume viiele muutujale, nagu on kirjeldatud selle seansi teoreetilises osas.

Kvantitatiivsed tegurid:

- Helitugevus

Kiire Google'i otsing annab hinnangu, et igal aastal müüakse lõpptarbijatele üle 1,5 miljardi nutitelefoni.

- Väärtus

Sama otsing annab aastase tulu põhjal hinnangu nutitelefonide turu väärtusele veidi alla 480 miljardi dollari.

Kvalitatiivsed tegurid:

- Turu vajadus

Nutitelefonide vajaduse hindamiseks pole standardset protseduuri, kuid isiklik kogemus näitab nutitelefonide asjakohasust.

- Võistlus

Nutitelefonide tootjaid on palju, neist kõige populaarsemad on Apple ja Samsung. Olulisem on kvalitatiivselt hinnata, kas teie nutitelefoni suudab konkureerida



	<p>need suurettevõtted, selle asemel, et hinnata nende hõivatavat turuosa.</p> <p>- määrus</p> <p>Nutitelefoni tööstuses ei ole reguleerimine suur probleem, kuna erinevalt teistest turgudest, näiteks toiduainete või ravimite puhul, nutitelefoni jaoks ei kehti ranged seadused.</p> <p>Pärast ülaltoodut on selge, et nutitelefoni tööstusel võib mõne ettevõtja jaoks olla tohutu potentsiaal. Kuid karm konkurents selles valdkonnas näitab, et see on raskem väikeste ja keskmise suurusega ettevõtete jaoks.</p> <p>Viimased Mõtted</p> <p>Nagu see harjutus näitab, on turuanalüüsi läbiviimine lihtne ega pea järgima jäika struktuuri. Siiski annab see väärtuslikku teavet uute äriettevõtete kohta. Potentsiaalse ettevõtjana mõelge lihtsalt sellele, kui palju aega ja raha säästsite, vältides seda ebareaalset ettevõtmist!</p>
Täiendavad lugemised:	<p>Blake, D. (1990). Finantsturgude analüüs (lk 130). London: McGraw-Hill.</p> <p>Day, GS (1981). Strateegiline turuanalüüs ja määratlemine: integreeritud lähenemisviis. Strateegilise juhtimise ajakiri, 2(3), 281-299.</p> <p>Mortensen, DT (1986). Töötsing ja tööturu analüüs. Tööökonomika käsiraamat, 2(15), 02005-02009.</p>

4.3. Turundus

Turundus – kuidas koostada hea turundusplaan	
Õppimine Tulemused:	Pärast järgnevat seansi tutvub lugeja turunduse planeerimise põhitõdede, selle oluliste osade ja struktuuriga. See sissejuhatus muudab selle valdkonna edasise arengu ja turundusplaani kirjutamise protsessi mugavamaks.



Teoreetiline sisu:

Iga ettevõtte kõige olulisem aspekt on turundusplaan. Turundusplaan võib olla nii lühike kui üks lehekülg ja laieneda ka mitmele leheküljele, kuid selle põhiaspektid peaksid vastama küsimustele nagu kus me praegu oleme? kuhu me läheme ja kuidas me sinna jõuame? Turundusplaani kallal töötades peaks lähtepunkt olema **Kokkuvõtte**, ülevaade teie ettevõttest ja kõigest sellega seonduvast (Teie ettevõtte **väärtused, missioon ja visioon**). Selles lõigus saate lühidalt kirjutada ka oma ettevõtte funktsioonist ja turundusplaani eesmärgist, varasematest saavutustest ja tulevikueesmärkidest. See turundusplaani osa peaks olema väga konkreetne ja lühike.

Järgmine samm on näidata ja määratleda oma teadmisi ja arusaama turust, millel konkureerite **SWOT-analüüs**. SWOT-analüüs on lihtne strateegilise planeerimise tehnika, mis koosneb:

- üks. **Tugevused** - millised on teie ettevõtte tugevad küljed;
2. **Nõrkused** - millised on teie ettevõtte nõrgad küljed;
3. **Võimalused** - võimalused tulevikus;
4. **Ohud** - ohud tulevikus;

Pärast peaksime teele asuma **Turunduse eesmärgid**: mida me oma turundusplaaniga saavutada loodame? me peaksime olema konkreetsete tegelike arvude ja konkreetsete eesmärkidega (*näiteks* sotsiaalmeedia kaasatuse suurenemine 30% kuni 2021. aasta detsembrini).

Eesmärgid peaksid alati olema **NUTIKAS**:

- **Konkreetne** - Näiteks võite seada eesmärgiks hankida kümme uut klienti.
- **Möödetav** - Olenemata sellest, milline on teie eesmärk, peate oma plaani üle vaadates saama kontrollida, kas olete selle saavutanud või mitte.
- **Saavutatav** - teil peavad olema eesmärgi saavutamiseks vajalikud ressursid (peamised ressursid on tavaliselt inimesed ja raha).
- **Realistlik** - eesmärgid peaksid sind venitama, mitte demotiveerima, sest need on ebamõistlikud.
- **Tähtjalised** - peaksite määrama eesmärgi saavutamiseks tähtja. Näiteks võite püüda saada järgmise 12 kuu jooksul kümme uut klienti.

Järgmine samm on oma **Ideaalne ostja**:

- üks. **demograafianagu** nende vanus, sissetulek ja asukoht;
2. **Ostjate profiil** - täpsem teave nende omaduste (miks nad peaksid teie toodet ostma?), harjumuste ja huvide kohta;



	<p>Pärast seda, kui peaksime kirjutama aturundusstrateegia mis koosneb:</p> <ol style="list-style-type: none">üks. Toode-kogu teave toote enda ja selle kohta, mida soovite õige turundusega teatavaks teha (nt selle silmapaistvad omadused ja eelised).2. Hind-mida me tahame hinnaturunduse kaudu teha (<i>näiteks</i>, kehtestada turul olemasolevatele toodetele konkurentsivõimelised hinnad);3. Edendamise-kellega soovite koostööd teha;4. koht -Kus soovite oma toodet reklaamida (sotsiaalmeedias, teles...). <p>Viimane samm on Määratlege eelarve esitades väga üksikasjalikud kulud - kui palju teie turunduseesmärgi saavutamise maksma läheb? Samuti on oluline osa õige Esitlus -visualiseerige oma plaan selgemaks, jagage see sammudeks ja faasideks.</p>
Praktiline harjutus:	<p>Teadmiste harjutamiseks</p> <ol style="list-style-type: none">1. proovige kirjutada SWOT-analüüsi tulevases ettevõttes (kui mitte tulevik, siis lemmik);2. Määratlege ideaalne ostja;3. Kirjutage turundusstrateegia (Toode, hind, reklaam, koht);
Edasi näidud:	<p>Giid juurde kirjutada a turundus plaan https://www.infoentrepreneurs.org/en/guides/write-a-marketing-plan/#1 Kuidas kirjutada turundusplaani: põhjalik juhend [koos mallidega]: https://vtldesign.com/digital-marketing/digital-marketing-strategy/how-kirjutada-turundusplaan-mall</p>

4.4. Kasutajatugi

Kasutajatugi	
Õppimine Tulemused:	Klienditeenindus => klienditeeninduse instrumendid/kanalid
Teoreetiline sisu:	<p>7 klienditoe kanalit online-äri jaoks:</p> <p>1) Meil Interneti-äris on e-posti klienditeenindus enamiku ettevõtete jaoks vaieldamatu kanal. Tegelikult kasutab 91% tarbijatest e-posti iga päev. Laia levikuga kanalite osas pole palju neid, mis neile lähedale jõuaksid.</p> <p>2) Sotsiaalsed võrgustikud Olenevalt sellest, kes on teie kliendid, veedavad nad peaaegu kindlasti iga päev aega vähemalt ühes suhtlusvõrgustikus.</p>



Kui olete aru saanud, milline see on, võite saavutada suuri võite, pakkudes sellel kanalil suurt tuge.

See on päris tugev argument sotsiaalmeedia kaasamiseks oma toetusstrateegiasse. Kuid ärge eeldage, et Twitter ja Facebook on ainsad võrgud, mida teie kliendid võivad kasutada.

Näiteks KLM Airlines teab, et paljud nende kliendid on LinkedIni kasutavad professionaalid. Nii käivitas lennufirma spetsiaalse LinkedIn grupi, mis pakub KLM-i reisijatele ööpäevaringset kliendituge.

3) Foorumid/teatetahvlid

Lihtne on unustada, et paljudel meie klientidel on sarnased huvid. Näiteks on paljud Groove'i kliendid SaaS-i ettevõtted ja idufirmad, kelle töötajad loevad sageli veebifoorumeid, nagu Stack Exchange, ja osalevad neis.

Võite avastada, et teil on sarnased "jagatud kogukonnad", kus paljud teie kliendid on aktiivsed.

KVS-i tööriist on rakendus, mida kasutavad sagedased lendajad lendude saadavuse jälgimiseks. Seega on mõistlik, et paljud nende kliendid on aktiivsed FlyerTalkis, Interneti suurimas püsilennuki kogukonnas.

4) Telefon

Kuigi mõned peavad telefonituge vanamoodsamaks kui e-posti, on tegelikkus see, et enamik kliente ootab seda endiselt.

Tegelikult moodustavad telefonid endiselt 68% kõigist tugiinteraktsioonidest.

Paljud kliendid eelistavad kiirust ja mugavust, mis on seotud telefoni vastuvõtmise ja kohese vastuse saamisega.

5) Reaalajas vestlus

Tänu telefonitoe kiirusele, kuid klientidele, kes eelistavad telefonile oma veebibrauserit, on palju rohkem mugavust, on reaalajas vestlus tohutult kasvanud tugikanalina kõigile, kes tegelevad võrgus äritegevusega.

Tegelikult väidavad 44% veebitarbijatest, et saidi üks olulisemaid funktsioone on see, et keset veebist ostmist vastab elava inimese küsimustele.

6) Self-serve Knowledge Base

Veebipõhine teadmistebaas võib olla kasulik tööriist, mis aitab teie klientidel end ise aidata.

Vastustega korduma kippuvatele küsimustele võimaldab teadmistebaas pakkuda ööpäevaringset tuge isegi väikese meeskonnaga.

7) Lehekülje tugi vidin

Lehel olevad tugividinad muudavad teie veebisaidi tugikanaliks.



	Allikas: https://www.groovehq.com/blog/customer-service-channels
Praktiline harjutus:	Mõelge iga ülaltoodud punkti puhul, kuidas saaksite seda kliendina kasutada Toetus. Millist teavet vajate? Kui tõhus see võib olla? Millised on kliendi vajadused? Kuidas saaksite neid tööriistu parimal viisil kasutada?
Täiendavad lugemised:	Richard Thaleri "Nudge" ja Cass Sunsteini "Tänumajandus", Gary Vaynerchuk "Valiku paradoks", autor Barry Schwartz

4.5. IKT

IKT	
Õppimine	IKT => kuidas kasutada digitaalseid tööriistu oma ettevõtte edendamiseks/juhtimiseks
Tulemused:	
Teoreetiline sisu:	<p>Meeskonna suhtlus</p> <p>Mõned tööriistad, mis aitavad teie meeskondadel suhelda:</p> <p>1. Loid Slack on turul üks parimaid ettevõtte sõnumsidetööriistu. See aitab teie meeskondadel vähendada e-kirjade, tekstide, telefonikõnede ja kõigi muude sidepidamise viiside müra, et anda teile keskne koht suhtlemiseks. Slacki kanalid pakuvad teile meeskonna sõnumite täielikku kohandamist. Üksikud meeskonnad saavad luua kanaleid igapäevaste toimingute või konkreetsete projektide arutamiseks, samas kui saate luua ka ettevõtteüleseid kanaleid tagasiside julgustamiseks, ettevõtte värskenduste postitamiseks ja muuks.</p> <p>2. Suumi Pärast esialgset COVID-19 sulgemist Ameerika Ühendriikides sai Zoom üldtuntuks. Telekonverents on suurepärase viisi peredele üksteisega ühenduse pidamiseks, kuid Zoom on ka väärtuslik tööriist meeskondadele kaugtöö ajal ühenduse loomiseks. Sellest hoolimata on ka teisi sarnaseid tööriistu.</p> <p>3. Doodle Kui teie meeskonnal on ühtne kalendrirakendus, millel on juurdepääs kõigi ajakavadele, on see suurepärase. Kui te pole valmis seda investeeringut tegema, on Doodle kvaliteetne ajakava alternatiiv. Olenemata sellest, kas proovite planeerida kogu ettevõtet</p>



(virtuaalne) happy hour või kui soovite lihtsalt turundusmeeskonnaga ühendust võtta, muudab Doodle ajakava küsitluseks. Saatke välja Doodle'i vigurlogo ja kõik teie kutsutud saavad selle täita, kui nad on vabad, et saaksite edasi-tagasi välja jätta.

Müük ja turundus

85% töötajatest ütleb, et ühest süsteemist ei ole võimalik saada klientidest 360-kraadist vaadet. See on probleem kaugtöökeskkonnas. Kliendi-kliendi suhe sõltub selgest suhtlusest ja süsteemidest, eriti kui koosolekute korraldamiseks pole kontorit.

Mõned tööriistad:

1. Salesforce

Salesforce on maailma juhtiv kliendisuhete haldussüsteem (CRM), mis toetab enam kui 150 000 ettevõtet. See on kallis, kuid hinnasilt on õigustatud. Salesforce'i saab kohandada vastavalt teie ettevõtte vajadustele, pakkudes teile kohti nii paljudele klientidele ja töötajatele, kui soovite, ning luues teie ettevõttele ainulaadse süsteemi. See pakub nii kõrgetasemelisi kui ka üksikasjalikke vaateid teie ettevõtte müügile ja tegevusele.

2. Mailchimp

E-post on iga ettevõtte jaoks oluline turunduskanal, kuid meilistrateegia alane koostöö on keeruline, kui inimesed on eemal. Mailchimp teeb elu siiski pisut lihtsamaks, pakkudes hulgaliselt lihtsalt kasutatavaid funktsioone. Atraktiivsete mallide, täiustatud analüütika ja ühe klõpsuga isikupärastamise vahel muudab Mailchimp lihtsaks terve meeskonna jaoks sihitud kampaaniate samaaegse loomise ja käivitamise.

3. Hootsuite

Sageli mõtleme sotsiaalmeediast kui individuaalsest ettevõtmisest, kuid suurepärase sotsiaalmeedia turundus nõuab koostööd. Hootsuite mitte ainult ei muuda meeskondade koostööd lihtsaks, vaid lihtsustab ka teie strateegiat. Hootsuite'iga saate hallata mitut suhtlusprofiili ühelt armatuurlaualt, ajastada postitusi, jälgida mainimisi ja suhelda jälgijatega. Hootsuite on väärtuslik vara, olenemata sellest, kas teil on meeskond, kes haldab kontosid erinevatel kellaaegadel või haldab mitut inimest korraga. Sellel on ka suurepärase tasuta plaan.

4. Google Analytics

Iga ettevõtte vajab analüütilisi tööriistu, et mõista, mis on ja mis mitte



töötavad. Google Analytics on üks parimaid platvorme väikeettevõtetele, kuna see on täiesti tasuta ja sellele pääseb kogu teie meeskond hõlpsasti juurde. Seal on natuke õppimiskõver, kuid kui saate aru, kuidas see toimib, saate oma digitaalse turunduse jõupingutustest üksikasjaliku ülevaate ja saate teadmisi, mis aitavad teie ettevõtet kasvada.

Tootlikkus

Ühe uuringu kohaselt teevad kaugtöötajad kuus 1,4 päeva rohkem tööd kui nende kontoris töötavad kolleegid. See on suur arv, kuid seda soodustab ka suurepärase ettevõtte tehnoloogia. Need tööriistad võivad teie töötajate tootlikkust toetada.

Mõned tööriistad:

1. Trello

Trello lihtsustab projektijuhtimist, luues nutikaid ja hästi kohandatavaid ülesandeloendeid. Trello saate kasutada sisukalendri loomiseks ja haldamiseks, toote turuletuleku jälgimiseks, turunduskampaaniate haldamiseks ja peaaegu kõigeks muuks, mis teile pähe tuleb. Kuna Trello on nii kohandatav, aitab see töötajatel keskenduda ja produktiivset teha kõigele, mida nad teatud aja jooksul tegema peavad. Nad saavad jälgida üksikute ülesannete edenemist, näha, mis iga päev tuleb tasuda, ja määrata meeldetuletusi, kui on aeg teatud üksust uuesti vaadata või värskendada.

2. Google Drive

Google Drive on üks parimaid koostöötootriistu, mis eales leiutatud. See pakub peaaegu kõiki Microsoft Office'i eeliseid, välja arvatud see, et see on reaalsajas juurdepääsetav kõigile, kellele olete juurdepääsu andnud. See pakub isegi võrguühenduseta sünkronimist, et saaksite dokumente, arvutustabeleid, esitlusi ja muud värskendada ilma Interneti-ühenduseta. Sama dokumendi kallal saavad töötada mitu inimest, riskimata vana versiooni üle kirjutamisega, ja kui see juhtub, hoiab Google varukoopiaid ja versioonialalugu hõlpsasti kättesaadavana. Google Drive on üksikisikutele tasuta, kuid kui soovite oma meeskonnale pakkuda kõiki Google'i äritööriistu, maksab see vaid 6 dollarit kasutaja kohta kuus.

3. Dropbox

Rääkides koostööst, kui teie ettevõtte tegeleb paljude üksikute failide ja kaustadega, on Dropbox üks parimaid pilvesalvestus- ja koostöötootriistu turul. Andes üksikisikutele juurdepääsu teie ettevõtte kontole, saavad nad ettevõtte faile turvaliselt Dropboxi teenuses salvestada ja kutsuda kliente või meeskonnakaaslasi värskendama, andma tagasisidet või jagama asjakohaste osapooltega.

Allikas: <https://www.allbusiness.com/digital-tools-to-help-you-run-edukas-kaugettevõtte-131542-1.html>



Praktiline harjutus:	Eespool toodud loendi jaoks kirjutage üles nende eelised ja miinused. Millist kasutaksid ja miks? Kas teate muid tööriistu, mida saate kasutada? Kuidas saavad digitaalsed tööriistad ettevõttele abiks olla?
Täiendavad lugemised:	<p>George Westerman, Didier Bonnet ja Andrew McAfee "Leading Digital: muutes tehnoloogia ettevõtte ümberkujundamiseks"</p> <p>David Rogersi „Digitaalse ümberkujundamise käsiraamat: mõtle oma äri ümber digiajastu jaoks”.</p> <p>„Digitaalse strateegia juhtimine: juhend oma ettevõtte ümberkujundamiseks”, autor Sunil Gupta</p> <p>George Day ja Paul Schoemaker „Vaadake varem, tegutsege kiiremini: kuidas valvsad juhid digitaalse turbulentsi ajastul arenevad (juhtimine tipptasemel)”</p> <p>Isaac Sacolick "Diving Digital: juhi juhend ettevõtte ümberkujundamiseks tehnoloogia abil"</p> <p>"Digitaalne ümberkujundamine: ellujäämine ja arenemine massilise väljasuremise ajastul", autor Tom Siebel</p> <p>Gerald Kane, Anh Nguyen Phillips, Jonathan Copulsky ja Garth Andrus "Tehnoloogia eksitus: kuidas inimesed on digitaalse transformatsiooni tõeline võti (juhtimine tipptasemel)"</p> <p>Greg Verdino "Mikroturundus: saate suuri tulemusi väikeselt mõeldes ja tegutsedes"</p>

4.6. Personalijuhtimine

HR JUHTIMINE	
Õppimine Tulemused:	Kogu personalijuhtimise tsükli mõistmine
Teoreetiline sisu:	<p style="text-align: center;"><u>PERSONALI JUHTIMINE</u></p> <p>Mis on "inimressursid"? Lihtsamalt öeldes on nad inimesed. „Inimressursid” on kõik töötajad, kes töötavad organisatsioonis või ettevõttes või panustavad sellesse.</p> <p>Mis on personalijuhtimine (HRM)? Personalijuhtimine tähendab kogu teie <u>töötajate</u> töö planeerimise protsessi,</p>



värbamine uusi töötajaid teie ettevõttele, arenev oma töötajate suutlikkust pideva koolituse ja strateegiate leidmise kaudu äilitama oma töötajaid (hoida neid lahkumast) jamõõtmine nende jõudlust ja funktsionaalsust ettevõttes.



1. Plaan

Planeerimine tähendab praeguste ja tulevaste inimressursside väljaselgitamist vajadustele et organisatsioon/ettevõtte oma eesmärgi saavutaks eesmärgid. Planeerimine on apidev protsess: see on küsimus hindamine olemasolevat olukorda ja otsustada, mida selleks vaja on parandada (sealhulgas selle kindlaksmääramine, kuidas olemasolevad inimressursid nende töökohtadele kõige paremini sobivad).

2. Värbamine

Värbamine on protsessipotentsiaalsete töötajate otsimine kellel on organisatsiooni eesmärkide saavutamiseks vajalikud võimed ja hoiakud. Tovärbamisprotsessi alustamiseks võiksite mõelda järgmisele:

- millised on töökohad, mida soovid täita;
- kui palju inimesi vajate nende täitmiseks; millised
- on nende ülesanded;
- millist kvalifikatsiooni need kohustused nõuavad.

Selle teabe põhjal peate ette valmistama tööpakkumise (kaasa arvatud töö kirjeldus), reklaamima pakkumise, eelvalik kandidaadid vastajate hulgas, intervjuu neid ja tehalõplik valik. Palju õnne! Olete palganud uue töötaja!

3. Arendage

Kui teil on oma töötajate kogum, soovite nende aidata neil areneda oskusi, teadmisi ja võimeid.

Selle saate saavutada järgmiselt.

- ametlik koolitus (tunnid, kursused jne)
- informaalne õpe (mentorluse, juhendamise, koostöö jne kaudu)

See omakorda parandab teie organisatsiooni/ettevõtte tõhusust.



4. Hoia alles

Kvaliteetset töötajat tööl hoida on tõhusam kui uue värbamine, palkamine ja koolitamine. Seetõttu on oluline, et kasutaksite oma töötajate hoidmiseks strateegiaid. Need sisaldavad:

- veendumaks, et töötajad teavad, mida teoodata nendelt;
- pakkudes õiglus ja õiglane kohtlemine;
- kvaliteeti pakkudes juhtimine võijärelevalve;
- võimaldades töötajatel omaandeid ja oskusi.

5. Mõõtke

Soovite oma töötajaid pidevalt jälgida ja mõõta esitus, et teada saada, millal ja kus selle parandamiseks või kvaliteedi säilitamiseks vajalikke toiminguid teha. Samuti soovite hinnata oma personali heaolu (st kuidas neil tööl ja organisatsioonikeskkonnas läheb), küsides ka oma tagasisidet. Veenduge, et nad teaksid sedasama hoolidnende sisu ja heaolu eest!

Praktiline harjutus

Teie sekretär lahkus ja nüüd on teie ettevõttes vaba töökoht.

Peate algatama värbamisprotsessi ja leidma kellegi, kes neid asendaks.

1. Pane kirja erialane ametijuhend.

Mõelge töökohale.

Küsi endalt: millised on sekretäri tööülesanded? Mis on eeldatav tööaeg?

Millist lepingut peaksin välja pakkuma?

2. Pane kirja oma tööpakkumine.

Küsi endalt: millised on vajalikud kvalifikatsioonid ja muud nõuded?

Millist inimest ma tahaksin sekretäriks palgata? Milliseid "pehmeid oskusi" ja tehnilisi oskusi ma otsin?

3. Koostage värbamisplaan.

Küsi endalt: milliseid meetodeid ma värbamiseks kasutan? Kas ma pöördun tööbüroo poole? Millised on valikukriteeriumid, mida ma kasutan? Kui palju kandidaate ma vestlusele eelvalin?

Koostage nimekiri küsimustest, mida soovite intervjuu ajal esitada, et mõista kandidaadi oskusi ja isiksust.

4. Koosta arengukava.

Nüüd olete palganud oma uue sekretäri. Tehke plaan oma uue ressursi arendamiseks.

Küsi endalt: millist formaalset koolitust uus ressurss vajab? Kas ta vajab juhendamist, juhendamist? Kas ma pean korraldama meeskonna loomise tegevusi?

Kirjutage üles, mida te neilt ootate.

Tehke nimekiri kõigist hüvedest ja stiimulitest, mida neile pakute.



Täiendavad lugemised: <https://sites.google.com/site/senqvanna126/hrm-recruitment>
<http://www.hreonline.com/HRE/story.jsp?storyId=379096509>
<https://open.lib.umn.edu/humanresourcemanagement/chapter/1-1-what-is-human-resources/#:~:text=Human%20resource%20management%20is%20the,töötaping%20strateegiaid%20to%20retain%20töötajaid>
<https://open.lib.umn.edu/humanresourcemanagement/part/chapter-8-training-and-development/>
<https://uclgafrika-alga.org/wp-content/uploads/2019/06/HRMM.pdf>

4.7. Seadusandlus

SEADUSANDLUS	
Riik:	Prantsusmaa
Nõuded avada aäri:	<p>Prantsusmaal ettevõtluse alustamiseks peab teil olema elamisluba või olema ELi kodanik.</p> <p>Sõltuvalt teie erialast võib teil vaja minna ka kvalifikatsioone või diplomeid, mida Prantsusmaa ametiasutused tunnustavad. Näiteks raamatupidajad, loomaarstid, juuksurid, ehitajad, veinimüüjad on reguleeritud elukutsed.</p> <p>Järgmiseks peate valima oma ettevõtte ettevõtte struktuuri tüübi. Mis puudutab Prantsusmaal ettevõtjat ja ühele isikule kuuluvat ettevõtet, siis on olemas äriühingu tüüp EURL (omanikuks on üks isik ja mida juhitakse piiratud vastutusega ühe aktsionäri äriühinguna).</p> <p>Lihtne ettevõtte staatus on saadaval neile, kes soovivad asutada Prantsusmaal väikeettevõtte, mida nimetatakse mikroettevõtteks. Registreerida saab veebis ning maksu- ja raamatupidamisreeglid on lihtsustatud, Mikroettevõtet tuntakse ka kui Auto-Ettevõtjat. Selleks peate oskama prantsuse keelt rääkida/lugeda, nii et enne vormide täitmist veenduge, et saate kõigest aru, kuna vead lükkavad protsessi edasi ja muudavad kõik keeruliseks.</p> <p>Prantsuse ärikategooriad:</p> <ol style="list-style-type: none">1. kaubanduslik või tööstuslik, näiteks poekohviku või tehase pidamine;2. ametid/käsitöölised nagu ehituskaubandus, tootmine;3. Sõltumatu või vabakutseline professionaal (töötab iseseisvalt, osutab teenust nagu hambaarst, muusik, kirjanik);4. Kaubandusagent, kus tegutsete teise ettevõtte nimel



	<p>(läbirääkimisi pidada või näiteks müüa); 5. Põllumajandus.</p> <p>Igal kategoorial on oma registreerimiskeskus (<i>Äriformaalsuste keskus</i> - CFE), peate registreerima oma ettevõtte vastava CFE kaudu ja teavitama teda kõigist muudatustest.</p> <p>Oma põhimääruse saate registreerida registreeritud ettevõtte asutamisagendi abiga, mis on odavam kui advokaadi abi. Kuid see on teie otsustada, saate nende vahel valida, arvestage sellega, et advokaadi abi on palju kallim.</p> <p>Võtke ühendust oma piirkonna kaubandus-tööstuskoja või kunsti- ja käsitöökojaga. Nad annavad tasuta nõu, korraldavad koolitusi ja pakuvad isegi logistikalahendusi alustavatele inimestele.</p>
Bürokratia dokumendid avage a äri:	<p>Prantsusmaal ettevõtte avamiseks vajalikud dokumendid:</p> <ul style="list-style-type: none">● ettevõtte nime broneerimise vorm, mis täidetakse äriregistris● ettevõtte tegevusobjekt koos kirjeldusega● aktsionäride nimed, aadressid ja passid● juhtide nimed, nende passid või muud isikut tõendavad dokumendid;● teave ettevõtte aktsiate jaotamise kohta <p>saate veebis ja tasuta kontrollida, kas nimi, mida soovite oma ettevõtte jaoks kasutada, on juba mõne teise ettevõtte poolt läbi viidud Riiklik tööstusomandi instituut (INPI). kui soovite kaitsta oma ettevõtte nime ja logo, peate selle registreerima kaubamärgina (<i>Tagatisraha märk</i>) ka läbi INPI.</p>
Riiklikud toetused:	<p>On mitmeid programme, mis aitavad inimestel ettevõtlusega alustada. Näiteks noorte ja üliõpilasettevõtjate liikumine (MoovJee), mis toetab ettevõtlusega alustavaid noori mentorprogrammi ja konkursi kaudu. Samuti on olemas loojate rühmade võrgustik mis pakub tuge 16–25-aastastele noortele ettevõtjatele.</p> <p>Prantsusmaal on a "Prantsuse tehnika" Majandusministeeriumi ellu kutsutud algatus, mille eesmärk on edendada idufirmade arengut. Selle roll on koondada idufirmade võrgustikke, kiirendada nende arengut ja edendada nende mainet.</p> <p>Bpifrance mängib alustavate ettevõtete julgustamisel võtmerolli. Sellel on Stardilaen (seemnelaen), mida kohaldatakse väikestele uuenduslikele ettevõtetele (alla 50 töötaja ja bilanss või käive alla 10 miljoni euro), mis on alla 5 aasta vanad, käivitusfaasis ja saanud avalikkust</p>



innovatsiooni toetamine. Laen on vahemikus 50 000 kuni 100 000 eurot, kui selle annab ainult Bpifrance, kuid piirkonna kohustuse korral võib see ulatuda 300 000 euroni.

SEADUSANDLUS

Riik:	Itaalia
Nõuded, et avage ettevõte:	<p>1. Hästi struktureeritud ja üksikasjalik äriplaan</p> <p>2. Isiklikud nõuded</p> <p>Ettevõtja teebmitte:</p> <ul style="list-style-type: none">- on välja kuulutatud pankrot,- on süüdi mõistetud kuritegudes või vangistuses,- alluvad erilisele järelevalvele, keelamisele või viibimiskohustusele, on- tunnistatud "tavaliseks kurjategijaks". <p>Teisest küljest peab ettevõtja:</p> <ul style="list-style-type: none">- olema täisealine,- elama Itaalias,- elamisluba mitte-Euroopa kodanikele. <p>3. ASL-i poolt väljastatud toitute ja jookide manustamise võimalik kursus</p> <p>4. Võimalik palgaleht või täistööajaga tööleping sotsiaalmaksust vabastamiseks</p> <p>5. Sertifitseeritud e-postkast - PEC</p>
Bürokraatia dokumendid avage ettevõte:	<p>Iga tegevusliigi puhul on põhiline bürokraatlik protseduur alati järgmine:</p> <ul style="list-style-type: none">- avamiskäibemaksu number;- registreerimine Kaubanduskojas Äriühingute registris;- kohandamiskohad INPS ja INAIL (sotsiaalkindlustus ja kindlustus);- teatis tegevuse alustamisest vallas (vähemalt 30 päeva enne algust);- Omaniku esi-/tagumise isikut tõendava dokumendi- koopia; Omaniku maksukoodi koopia;- Tegevuse aadress ja nimi.
Riiklikud toetused:	<p>- UUED ETTEVÕTTED NULLHINNAS. https://www.lgandpartners.it/nuoveimprese-a-tasso-zero-2020-guida-al-bando-per-le-startup-di-giovanie-donne/</p> <p>- VKE MIKROKREDIT - https://www.contributipmi.it/microreditoaziende/</p> <p>- PUHAKS LÕUNAS - https://www.contributipmi.it/resto-al-sud-</p>



äriplaenud-alla 46-aastastele /

- **Toetus** "Füüsilisest isikust ettevõtja" <https://www.invitalia.it/cosa-teeme / loome-uusi-ettevõtteid / füüsilisest isikust>
- **ettevõtjana** Noortegarantii **Noortegarantii**
- Incentivi Impresa (kas paluda professionaalil teie äriplaani kontrollida) <https://www.incentivimpresa.it/>
- **INVITALIA** **Invitalia: Riiklik Ettevõtlusagentuur - Investeeringute meelitamise ja arendamise riiklik agentuur d'trükitud**

SEADUSANDLUS

Riik:	Horvaatia
Nõuded, et avage ettevõte:	<p>Kogu ettevõtte asutamise protsess Horvaatias kestab umbes 10–15 päeva. Kõigepealt tuleks valida, millist tüüpi ettevõtet nad soovivad alustada. Horvaatias on neid tavaliselt kolme tüüpi: käsitöö, osaühing (doo) ja lihtühing (jdo). Need kolm erinevad oma äriaspektide ja kapitali suuruse poolest, mis teil peaks nende alustamisel olema. Näiteks kui soovite asutada lihtsat osaühingut, peate investeerima koguni 25 000 HRK – 3300 €. Kui olete oma ettevõtte asutanud, peate valima, millist tüüpi tööd kavatsete selles teha. Saate valida rohkem kui ühe töötüübi (see on ka soovitatav, sest iga järgmine kord, kui soovite veel ühe lisada, peaksite maksma 2500 HRK – 330 €). Samuti on soovitatav palgata juriidiline isik (advokaat), kes hoolitseb kõigi asjade eest dokumentatsioon ja nende kehtivus. Kõige olulisem on silmas pidada potentsiaalseid kliente, kes tagavad kasumi esimestel kuudel pärast ettevõtte käivitamist.</p>
Bürokraatia dokumendid avage ettevõte:	<p>Horvaatias ettevõtluse alustamiseks peab teil olema palju pabereid. Esiteks on taotlemiseks vaja notari kinnitust Ärikoht (maksab umbes 2500 HRK - 330 €). Seejärel vajate oma ettevõtte loomise kohta avaldust. Teil on vaja ka raamatupidajat, kedagi, kes vastutab teie paberite eest (ja maksab sellele inimesele iga kuu). Peaksite avama pangakonto. Peaksite oma ettevõtet teatama maksuosakonnale ja statistikabüroole. Samuti on vaja sõlmida äripinna üürileping. Peate väljastama paberi oma ettevõtte/ettevõtte ametliku numbriga. Peate oma ettevõtet kohturegistris tutvustama. Töötajad ja tööandjad peaksid olema registreeritud ja neil peavad olema kehtivad lepingud. Tööandjad tuleks kaasata ka tervise- ja pensionikindlustusse.</p>



Riiklikud toetused:	Riiklikke toetusi saab anda nii inimestele, kes ei tööta või soovivad oma äritegevust laiendada. Toetuse õigustamiseks peavad nad siiski vastama paljudele kriteeriumidele. Siin on link tingimustega: http://mjere.hr/mjere/potpore-za-fuusilisest-isikust-ettevotja/
----------------------------	---

SEADUSANDLUS	
Riik:	Küpros
Nõuded, et avage ettevõtte:	<p>Äriühinguseaduse kohaselt tuleb Küprosel ettevõtte avamiseks täita mitmeid nõudeid. Enne tegelikku registreerimismenetlust peab ettevõtja valima ettevõtlusvormi, mille alusel ta ettevõtte majandustegevuse lõpetab. Kui see oluline samm on lõpule viidud, on Küprosel ettevõtte avamise sammud järgmised:</p> <ul style="list-style-type: none">- Ärinime reserveerimine ettevõttele (nimi peab olema ainulaadsed ja kajastavad ettevõtte tegevust); Valitud nime heakskiitmise tagamiseks on soovitatav esitada vähemalt 3 nimeettepanekut, nende hulgas ka soovitud. Siinkohal tuleks kaaluda ka kaubamärgi registreerimist Küprosel ettevõtte nime jaoks.- Dokumentide sarja koostamine, sealhulgas ettevõtte asutamisleping ja põhikirj; -Ettevõttel, olenemata selle vormist, peab olema juriidiline või registreeritud aadress Küprosel – selleks on saadaval virtuaalsed kontorid;-Ettevõtte pangakonto avamine kohalikus pangas, kuhu paigutatakse aktsiakapital;-Ettevõtte ametnike – direktori ja ettevõtte sekretäri – määramine (kõikides Küprose ettevõtetes peavad olema sekretärid);-Ettevõtte registreerimismenetlusega seotud dokumentide esitamine Küprose ettevõtete majale;- Ettevõtte registreerimine maksu-, käibemaksu- ja sotsiaalkindlustus- ja pensionieesmärgid;- Vajalike tegevuslubade omandamine, mis võimaldab majandustegevuse alustamine. <p>Kui kõik ülaltoodud nõuded on täidetud ja ettevõtte registreerimistunnistus on saadud, saab ettevõtte palgata töötajaid ja alustada tegevust.</p>



**Bürokraatia
dokumendid
avage ettevõtte:**

Nagu ülalpool kirjeldatud, peate oma ettevõtte asutamise jätkamiseks esmalt otsustama:

- teie ettevõtte tüüp; teie
- ettevõtte nimi; registrijärgse
- asukoha aadress; direktorid ja
- sekretär; liikmed ja osakapital;
- ettevõtte objektid;
-
- ettevõtte asutamisleping ja põhikiri.

Piiratud vastutusega äriühingute puhul on kõige olulisemad esitatavad dokumendid asutamisleping ja põhikiri. Kõik kohustuslikud dokumendid tuleb koostada kreeka või inglise keeles ning need peavad olema ka notariaalselt kinnitatud.

Maksude registreerimise protseduur on ka osa Küprosel ettevõtte avamise protseduurist, mis tähendab, et see viiakse lõpule koos ettevõtte asutamisprotsessiga. Maksukohustuslasena registreerimisnumber väljastatakse koos registreerimistunnistusega, kuid käibemaksukohustuslasena registreerimisel tuleb protseduur läbida eraldi, kuna see ei ole kohustuslik.

Käibemaksukohustuslaseks registreerimine muutub kohustuslikuks, kui ettevõtte jõuab 35 000 eurose kaugmüügi piirmäärani. Käibemaksukohustuslase numbril alusel saavad EL-i piires kaupleva tegevusega ettevõtted hankida ka EORI numbrid ja seeläbi kauplemisprotseduure lihtsustada.

Kui teie väljapakutud nimi on heaks kiidetud ja kui olete oma ettevõtte asutamise kohta asjakohased otsused teinud, võite jätkata ettevõtte asutamistaotluse esitamist kas e-vormingus või käsitsi/posti teel. Oma ettevõtte veebipõhiseks asutamiseks peate esmalt registreeruma e-dokumentide esitamise süsteemis.

Ettevõtte registreerimine Internetis

Olenemata valitud ettevõtte tüübist võite esitada oma taotluse veebis Äriregistri pidaja e-toimikusüsteemi kaudu koos:

- allkirjutatud ja kohtu ees vannutatud seadusjärgne deklaratsioon (vorm HE1). volitatud advokaadi poolt;
- asutamisleping ja põhikiri vastavalt kavandatav ettevõtte tüüp, mis on nõuetekohaselt allkirjastatud kreeka keeles. Märgitakse, et juhul kui aktsiaselts või aktsiaselts otsustab oma põhikirjana võtta üle aktsiaseltsiseaduse I lisa tabelis A sisalduvad reeglid, tuleb esitada asjakohane dokument, mis viitab aktsiaseltsile või aktsiaseltsile. vastuvõetavate määruste pealkiri;
- allkirjade tunnistaja pidulik avaldus;



- asutamislepingu ja põhikirja kinnitatud tõlge muus kui kreeka keeles kas vandetunnistuse või Küprose Vabariigi vandetõlgi kaudu, kui soovite luua tõlgete faili, et saada asutamislepingust ja põhikirjast võõrkeelsed kinnitatud koopiad;
- vastava valitsuse loal, nõusolekul või eelneval heakskiidul asutus või pädev asutus, kui see on vajalik vastavalt sõnade või fraaside kasutamiseks ja/või äritegevuse iseloomust tulenevalt, kui seda ei ole juba koos nime kinnitamise taotlusega esitatud; ja
- summas ükssada kuuskümmend viis eurot (165 €) või summa krediitkaardiga tasumisele kuuluva osakapitalita äriühingu puhul kakssada kolmkümmend viis eurot (235 eurot).
- Ettevõtte registreerimisprotsessi kiirendamiseks lisandub tasu tasutakse sada eurot (100 €). Tõlgete faili koostamise korral tasutakse lisatasu sada kuuskümmend eurot (160 €).
- Kui asutatakse aktsiaselts, tuleb esitada ka vorm HE5, mille eest tuleb tasuda kakskümmend eurot (20 eurot).

Ettevõtte registreerimine käsitsi/posti teel

Ettevõtte saate registreerida käsitsi/posti teel, esitades järgmised dokumendid:

- kohustuslik deklaratsioon (vorm HE1), mille on allkirjastanud ja vannutanud volitatud isik advokaat kohtu ees;
- teatis äriühingu asukoha aadressi kohta (vorm HE2); teatis
- seoses teabega ettevõtte esimene direktorid ja sekretär (vorm HE3);
- asutamisleping ja põhikiri vastavalt kavandatud ettevõtte tüüp, mis on nõuetekohaselt allkirjastatud kreeka keeles. Märgitakse, et juhul kui aktsiaselts või aktsiaselts otsustab oma põhikirjaks võtta aktsiaseltsiseaduse I lisa tabelis A sisalduvad reeglid, tuleb esitada asjakohane dokument, mis viitab aktsiaseltsi nimetusele. vastuvõetavad määrused;
- asutamislepingu ja põhikirja kinnitatud tõlge muus kui kreeka keeles kas vandetunnistuse või Küprose Vabariigi vandetõlgi kaudu, kui soovite luua tõlgete faili, et saada asutamislepingust ja põhikirjast võõrkeelsed kinnitatud koopiad;
- vastava valitsuse loal, nõusolekul või eelneval heakskiidul asutus või pädev asutus, kui see on vajalik sõnade või fraaside kasutamiseks ja/või äritegevuse iseloomu tõttu, kui seda ei ole juba koos taotlusega esitatud



	<p>nime kinnitamine; ja</p> <ul style="list-style-type: none">- tasu sada kuuskümmend viis eurot (165 €) ja lisaks tasu sada eurot (100 €), juhul kui on vajalik kiirmenetlus. Makseid saab teha sularahas, tšekiga, registripidajate osakonnas peetava konto kaudu või pangaülekandega.- Kui aktsiaselts on asutatud, tuleb esitada vorm HE5 on vajalik ka, tasudes lisatasu kaksikümmend eurot (20 €).
Riiklikud toetused:	<p>Sihtfinantseerimine</p> <p>Küprose valitsus pakub olulisi rahastamiskeeme, et toetada alustavaid ettevõtmisi kogu nende arengu vältel.</p> <p><i>Teadus- ja Innovatsioonifond (RIF)</i></p> <p>RIF-i tegevuste kaks peamist tegevussammast on järgmised:</p> <ul style="list-style-type: none">a) riiklike teadusuuringute, tehnoloogiaarenduse ja innovatsiooniprogrammide arendamine ja juhtimine Küprosel;b) Küprose teadusorganisatsioonide, ettevõtete ja teadlaste edendamine Euroopa ja muudes rahvusvahelistes teadus- ja innovatsiooniprogrammides. <p><i>Tööstus- ja tehnoloogiateenistus</i></p> <p>Tööstus- ja tehnoloogiateenistus (Energeetika-, Kaubandus- ja Tööstusministeeriumi osa) haldab ja jaotab vahendeid erinevate programmide raames. Hiljutised näited hõlmavad järgmist:</p> <ul style="list-style-type: none">- VKEdede konkurentsivõime suurendamine tootmissektoris ja mujal konkreetsed- majandustegevused; Naiste- ettevõtetus; Noorte ettevõtlikkus;- Põllumajandustoodete tootmine/turundus/arendus;- Investeerimistegevuse soodustamine ja konkurentsivõime suurendamine veinistööstuses;- Ettevõtluse innovatsiooni tugevdamine. <p><i>Primaarsektori toetused</i></p> <p>Abi ettevõtjatele võib leida ka põllumajandusministeeriumi ja Küprose põllumajanduse maksete organisatsiooni kaudu, mis haldab ja jagab primaarsektori toetusi.</p> <p>Küprose valitsus ja Euroopa Liit</p>



Käivitavad inkubaatorid

Start-up ökosüsteemi toetavad era- ja avalikud asutused, kes soovivad inkubeerida või rahastada idufirmade algatusi, mis toovad kaasa uuendusi teaduses, rahanduses ja meelelahutuses.

Peamine äriuuringute rahastamise ja ülemaailmse haardega idufirmade arendamise doteerimise organ on Teadus- ja Innovatsioonifond (RIF).

Küprose valitsuse ja Euroopa Liidu struktuurifondide poolt kaasrahastatud RIF pakub skeeme (abikõlblikkuse ja kvalitatiivsete kriteeriumide alusel) alustavate ettevõtete rahastamiseks teadustegevuseks ja esmaseks arendustegevuseks. Toetused katavad kuni 85% investeeritud kapitalist.

SEADUSANDLUS

Riik:	Eesti
Nõuded, et avage ettevõtte:	<p>Eesti ID-kaardi või e-residentsuse kaardi omanikud ja kasvav hulk EL-i liikmesriikide ID-kaardi omanikke saavad asutada osaühing täielikult interneti teel. Kui ID või e-residentsuse kaart puudub, on asutamisdokumentide kontrollimiseks vajalik visiit Eesti notari juurde.</p> <p>Lisaks majandusüksuse asutamise võimalusele on igal füüsilisel isikul võimalik ettevõtlusega tegeleda füüsilisest isikust ettevõtjakes peab enne püsiva äritegevusega alustamist olema kantud äriregistrisse.</p> <p>Välisettevõtted saavad oma kaupu või teenuseid pakkuda ka filiaali asutades. Filiaal peab olema registreeritud Eesti äriregistris, esitades avalduse ja muu nõutava dokumentatsiooni. Tuleks arvestada, et filiaal ei ole majandusüksus ja välisettevõtte vastutab filiaali tegevusest tulenevate kohustuste eest.</p> <p>Eestis levinumad ettevõtlusvormid on Osaühing (OÜ) ja aktsiaselts (AS). Teiste ettevõtetüüpide kohta leiate täpsemat teavet äriseadustikus.</p>
Bürokraatia dokumendid avage ettevõtte:	<p>Äriseadustiku järgi on viis äriüksuste vormi Eestis:</p> <ol style="list-style-type: none">1. private limited company (OÜ)2. aktsiaselts (AS)3. täisühing (TLÜ)4. usaldusühing (UÜ)5. commercial association (ühistu)



Osäühingu asutamine:

- Valige oma ettevõttele nimi ja kontrollige, kas see on saadaval. Saadavuse kontrollimiseks kasutage e-äriregistri veebisaidil olevat tasuta tööriista.
- Kui teil pole Eesti aadressi, võtke juriidilise aadressi saamiseks ühendust äriteenuse pakkujaga.
- Registreerige ettevõtte Internetis ettevõtte registreerimisportaal. Riigilõivu (190 €) ja osakapitali saate tasuda riigiportaali kaudu avalduse esitamisel või valida osakapitali sissemakse ajatamise.

- Saage kinnitus. Teie esitatud taotlus vaadatakse läbi kuni ühe tööpäeva jooksul ja kõik teated saadetakse e-posti teel.
- Kui/kui Teie ettevõttes on töötajaid, registreerige töötajad Maksu- ja Tolliameti kodulehel töötamise registris.
- Kui tegevusalal on erinõuded, tuleb hankida tegevusluba. Teave tegevusalade ja elektroonilise registreerimise kohta leiab majandustegevuse registri kodulehelt.

- Vajadusel tuleks ettevõtte registreerida Maksu- ja Tolliameti kodulehel käibemaksukohustuslaseks.

Peate ettevõtte notari kaudu registreerima, kui:

- ühingu osakapitali sissemakse ei ole rahaline, vaid pigem osaühingule üleantav rahaliselt hinnatav asi või varaline õigus (näiteks seadmed, tarkvara jne);

- ettevõtte asutajad ei saa dokumente digitaalselt allkirjastada.

Kaugautentimine ja näotuvastus

Kaugautentimine võimaldab notari toiminguid teha notari ja kliendi vahele loodud videosilla kaudu. Selline autentimine on samaväärne autentimisega notaribüroos. Kaugautentimine on võimalus, mitte kohustus.

Kaugautentimise teel toimingu tegemiseks ja vastava nõustamise saamiseks tuleks esmalt pöörduda notaribüroo poole. Vajaliku toimingu saate teha ka Notarite Koja iseteenindusportaal kaudu aadressil iseteenindus.notar.ee (EE). Portaali sisselogimiseks ja autentimiseks vajalike dokumentide allkirjastamiseks saab kasutada Eesti Vabariigi ID-kaarti, digi-ID-d, mobiil-ID-d või e-residentsuse kaarti.

Samas on võimalik asutada äriühing Eestis, volitades selleks välismaal asuvat esindajat, kes saab tulla Eestisse notari juurde või kui



	<p>esindajal on Eesti Vabariigi poolt väljastatud digitaalne isikutunnistus, ta saab ettevõtte asutada kaugautentimise teel.</p> <p>Kuigi protsess on üsna lihtne, on ka mitu eraettevõtet, kes saavad teid kõigis etappides aidata. Kui kasutate e-residentsust, võite pöörduda ka täpsema e-residentsuse kasutajatele suunatud samm-sammult juhendi poole.</p> <p>Sest rohkem teave, külastage: https://investinestonia.com/business-in-eeesti/asutav-ettevõte/protss</p>
Riiklikud toetused:	<p>EMP ja Norra toetused Norra toetab rohelist IKT programmi Ettevõtluse Arendamise Sihtasutus Horisont 2020 Eestis Archimedese struktuurifondid Eestis</p> <p>Lisateabe saamiseks külastage:http://necc.ee/business-in-estnor/funds-andgrants-in-estonia/</p> <p>EMP ja Norra toetuste 2014-2021 raames Eestis toimuvate programmide vaatamiseks külastage:https://eeagrants.org/countries/estonia</p>



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

"Euroopa Komisjoni toetus selle väljaande väljatöötamisele ei tähenda selle sisu kinnitamist, mis kajastab ainult autorite seisukohti, ja komisjon ei vastuta selles sisalduva teabe mis tahes kasutamise eest."