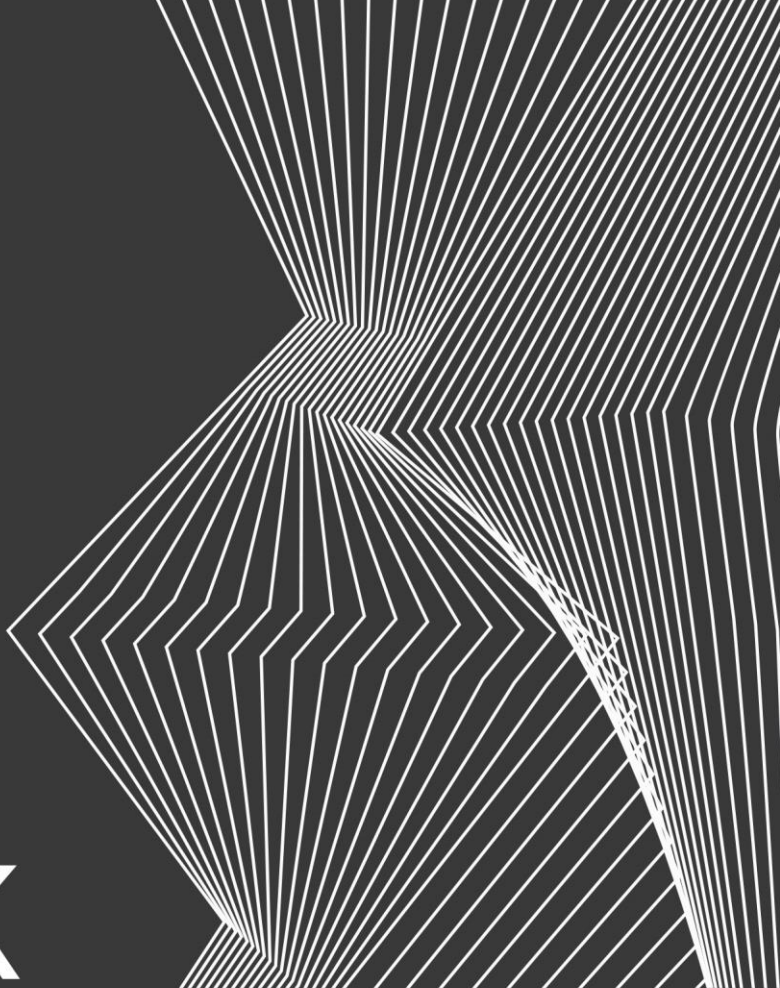
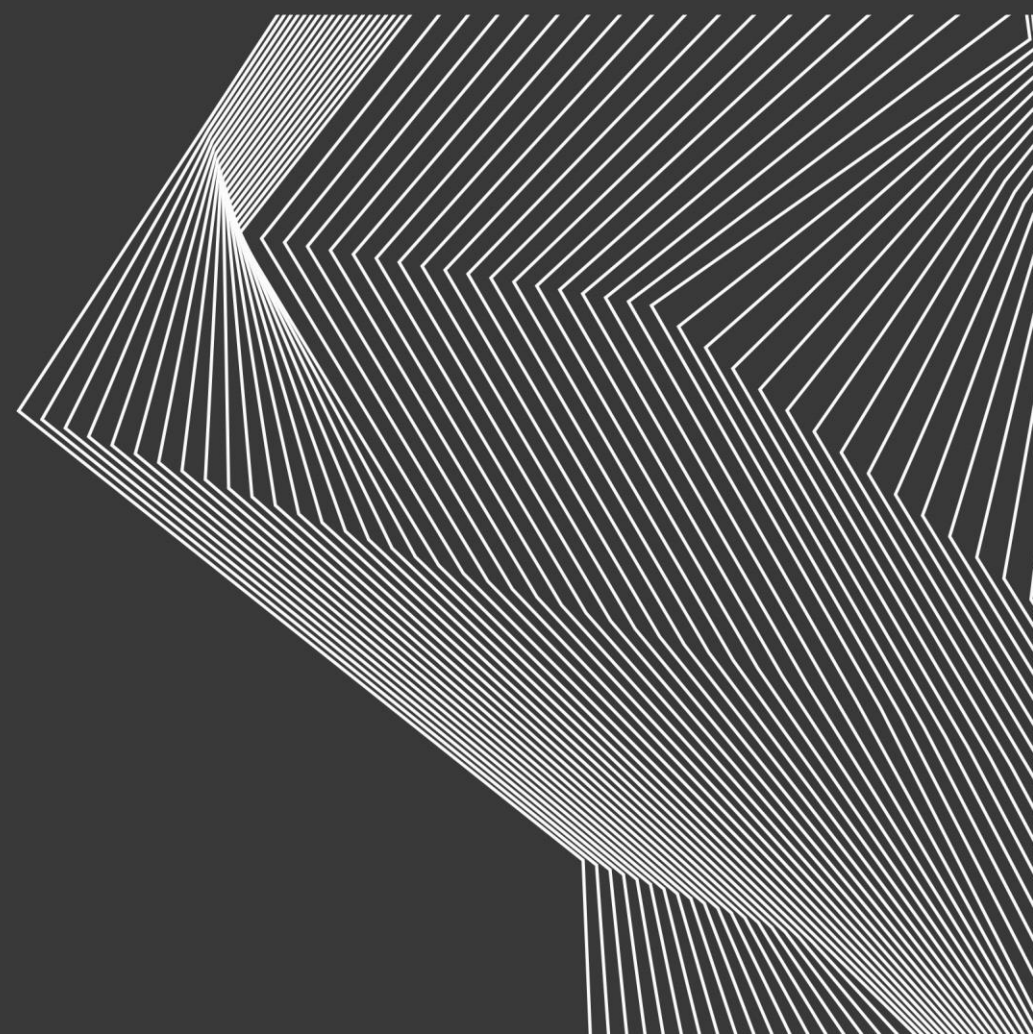




HANDBOK

Utforska Digitalt Entreprenörskap
för vuxna med funktionsnedsättningar



TITEL:

Handbok "Utforska Digitalt Entreprenörskap för vuxna med funktionsnedsättningar"

PROJEKT:

"Digital utbildning i entreprenörskap för vuxna med funktionsnedsättning", finansierat av Nationale Agentur Bildung für Europa beim Bundesinstitut für Berufsbildung, den tyska nationella myndigheten för Erasmus+(vuxenutbildning)-programmet.

Projektpartners är:

- Outreach Hannover e.V., Tyskland
- Wizard, obrt za savjetovanje, Kroatien
- Association for improvement of modern living skills "Realization", Kroatien
- Company for professional rehabilitation and employment of persons with disabilities ITECCION, Serbien
- Centre for Non-formal education and Lifelong learning (CNELL), Serbien
 - Fondazione Don Giovanni Zanandrea Onlus, Italien
 - Ung Kraft / Youth Power, Sverige

UTGIVARE:

Outreach Hannover e.V., Tyskland

REDAKTÖRER:

Maja Katinić Vidović
Danijela Matorčević

FÖRFATTARE:

Maja Katinić Vidović
Danijela Matorčević
Nedim Micijevic
Čedo Velašević
Enrico Taddia
Pavle Jevđić
Stanče Matović
Miloš Matorčević

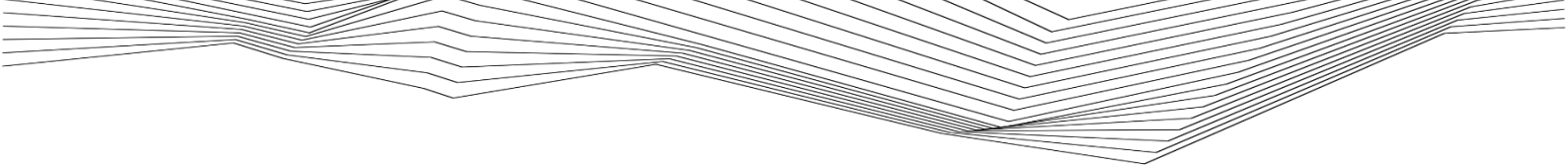
ÖVERSATT FRÅN ENGELSKA:

Emina Cerkez

GRAFISK DESIGN:

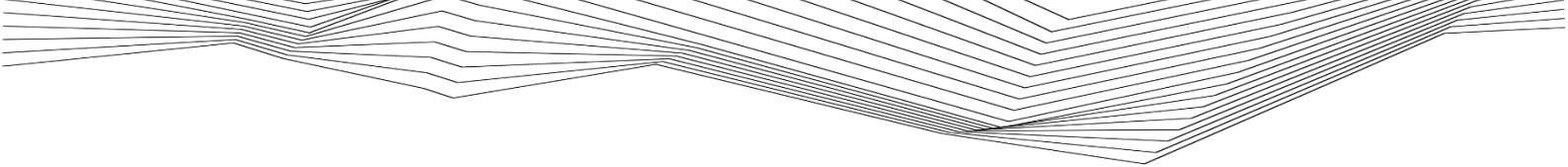
Milica Milović Kinoli

Hannover, Tyskland
2021



INNEHÅLLSFÖRTECKNING

INTRODUKTION	1
OM PROJEKTET	2
IT-SEKTORN SOM EN GAME CHANGER.....	4
VUXNA FUNKTIONSHINDRADE SOM MÅLGRUPP	5
FÖRKLARING AV GRUNDLÄGGANDE TERMER OCH SKILLNADER MELLAN KLASSISKT FÖRETAGANDE OCH DIGITALT FÖRETAGANDE	8
Stora företag.....	9
Startup	11
Digitalt entreprenörskap	11
Digitala affärsmodeller.....	12
Marknadsföring inom Digitalt Entreprenörskap.....	17
Skillnad mellan klassiskt entreprenörskap och digitalt entreprenörskap	17
KOMPETENSER SOM KRÄVS FÖR ATT BEDRIVA DIGITALT ENTREPRENÖRSKAP	22
DigiComp 2.1 - The Digital Competence Framework for Citizens	23
Hur testar du dina digitala kompetenser?.....	27
Digital skills accelerator.....	27
THE DIGITAL COMPETENCE WHEEL	27
HUR MAN STARTAR ETT FÖRETAG - AFFÄRSPLAN, MARKNADSFÖRING, DESIGN OCH EKONOMI ..	29
Affärsplan	29
Olika Typer av Affärsplaner.....	30
Business Model Canvas (BMC)	30
Marknadsföringsplan.....	33
Finansplan.....	34
DIGITAL STRATEGI.....	35
Tio steg för att bygga en effektiv digital strategi.....	35
FINANSIERINGSMÖJLIGHETER FÖR DIGITALA ENTREPRENÖRER.....	38
Åtta sätt att finansieras på	39
BETYDELSEN AV ATT NÄTVERKA ONLINE	43
DIGITALA VERKTYG FÖR ARBETE OCH VERKTYG SOM KAN ANVÄNDAS AV MÄNNISKOR MED FUNKTIONSNEDSÄTTNINGAR	48
BIBLIOGRAFI	50
SITOGRAFI	51



INTRODUKTION

Denna handbok är skapad för utbildning av alla som är villiga att starta ett eget företag eller utforska ämnet digitalt entreprenörskap, med fokus på människor med funktionsnedsättningar. Handboken ger en djupgående översikt över digitalt entreprenörskap, nödvändiga digitala kompetenser inom affärsvärlden, finansieringsmöjligheter och råd för att nätverka online.

IT-sektorn och teknik i allmänhet har gjort våra liv enklare, men den har också gjort affärer snabbare. Människor med funktionsnedsättningar, som länge har marginaliserats och diskriminerats på arbetsmarknaden och affärsvärlden, har äntligen tillgång till teknik och utrustning som gör det möjligt för dem att arbeta och tjäna pengar från sitt hem, på sina villkor.

Oavsett om det är traditionellt eller digitalt, är det inte enkelt att göra affärer och det kräver noggrann förberedelse och kunskap för att inte göra nybörjarfel.

I denna handbok kan man hitta förklaringar, förslag och analyser för att bedriva digitala affärer, vilket vi tror kan vara till nytta för alla läsare.

Den sista delen av handboken erbjuder en lista över olika verktyg som personer med funktionsnedsättningar kan använda för att utforska andra onlineprogram. Denna lista är inte definitiv.

Vi, som författare, hoppas att den här handboken kommer att tjäna som inspiration, motivation och en guide för alla, men särskilt för människor med funktionsnedsättningar, som vill bli entreprenörer och följa sin passion i den kreativa, innovativa och snabba världen av digitala affärer.

Författare

OM PROJEKTET

Projekttitel: " Digital utbildning i entreprenörskap för vuxna med funktionsnedsättning"

Under den senaste tiden har vi bevittnat hög arbetslöshet, särskilt för personer med funktionsnedsättning som har svårt att få sina första jobb och samla relevant erfarenhet för sina (framtida) karriärer.

Det finns många vuxna med färre möjligheter som saknar anställning och en regelbunden lön. Med den nuvarande situationen gällande Covid-19 pandemin i Europa, samt det faktum att många arbetsgivare sparkade sina anställda under de pandemiska åtgärdernas början på grund av lockdown, isolering och andra åtgärder som medborgare följt. Även med den ekonomiska hjälp som regeringarna bidragit med så finner vi oss i en situation med ännu högre arbetslöshet än vad det var innan de pandemiska åtgärderna började.

Egenföretagande och entreprenörskap har visat sig vara ett värdefullt alternativ för att bygga sin karriär. Med utvecklingen av IT-sektorn har dock klassiska "offline"-företag inte tillräckligt med kunder eller vinst och överlever därför inte längre. Vi tror att egenföretagande inom digitalt entreprenörskap kan minska arbetslösheten hos vuxna med funktionsnedsättning.

Personer med funktionsnedsättning möter ofta hinder från samhället och funktionshinder framkallar negativa uppfattningar och diskriminering i många samhällen. Som ett resultat av det stigma som är förknippat med funktionshinder utesluts personer med funktionsnedsättning i allmänhet från utbildning, anställning och samhällsliv, vilket berövar dem från möjligheter som är nödvändiga för deras sociala utveckling, hälsa och välbefinnande. Vuxenutbildning är ett mycket uppskattat alternativ för vuxna med funktionsnedsättning, eftersom att det är lättare att anmäla sig till dessa utbildningsprogram, de är kortare än formell utbildning och de är ofta uppdaterade med dagens behov i samhällen.

Med detta projekt svarar vi på de behov som definieras av institutionerna, liksom behoven hos våra egna utbildare och förmånstagare. Vi främjar digitalt entreprenörskap hos vuxna med funktionsnedsättning och stärkande av våra vuxenutbildare för att kunna organisera (digital) entreprenörsutbildning av kvalitet för våra förmånstagare. Vi producerar intellektuella outputs som kommer att fungera som material för kunskapshanterings av kvalitet för utbildning av nuvarande och framtida vuxenutbildare, för stärkande och mentorskap av förmånstagare av digitalt företagande, samt en online-kurs (e-learning) för direkt utbildning av vuxna inom digitala startups.

Därför är målen för projektet att:

- Stärka arbetslösa vuxna med funktionsnedsättning för digitala startups genom att utveckla en inspirerande, innovativ och uppdaterad handbok samt online-kursen.
- Stärka våra vuxenutbildare och förbättra kunskapshanteringen av våra organisationer i teori och praktik för att bygga kompetenser hos utbildare inom digitalt företagande för vuxna med funktionshinder, detta genom LTTA och en innovativ läroplan för utbildarnas utbildning samt en användbar toolkit med workshops för förmånstagare.
- Utbyta god praxis och vidareutveckla strategiskt partnerskap av kvalitet mellan partners från fem europeiska länder med olika verkligheter vad gäller sysselsättning och digitalt entreprenörskap.

Projektaktiviteter är:

- A1 Projektlledning

- M1 Kick-off möte
- O1 Handbok "Utforska Digitalt Entreprenörskap för vuxna med funktionsnedsättningar"
- M2 Andra mötet
- O2 Läroplan "Empowering adult educators to encourage digital entrepreneurship start-ups among adults with different abilities"
- O3 Toolkit "Mentoring and supporting adults with different abilities for digital entrepreneurship start-up"
- M3 Tredje mötet
- O4 E-learning kurs "Digital entrepreneurship start-up course for adults with different abilities"
- C1 LTTA Utbildning av utbildare
- E1, E2, E3, E4, E5 – Öppna Konferenser i SE, HR, RS, IT, DE
- M4 Utvärderingsmöte

I slutet av detta projekt kommer projektpartnerna, liksom andra organisationer och intressenter, att ha mer effektiva verktyg och mer kompetent personal för att delta i utbildning inom digitalt entreprenörskap för vuxna med funktionsnedsättningar.

Projektpartners är:

- Outreach Hannover e.V., Tyskland
- Wizard, obrt za savjetovanje, Kroatien
- Association for improvement of modern living skills "Realization", Kroatien
- Company for professional rehabilitation and employment of persons with disabilities ITECCION, Serbien
- Centre for Non-formal education and Lifelong learning (CNELL), Serbien
- Fondazione Don Giovanni Zanolini Onlus, Italien
- Ung Kraft / Youth Power, Sverige

IT-SEKTORN SOM EN GAME CHANGER

I årtionden har funktionshindrade haft svårt att hitta ett jobb eller till och med komma in på en arbetsmarknad som skulle ackommodera deras funktionsnedsättningar. De flesta företag var ovilliga att ändra sitt vanliga arbetsflöde eller arbetsmiljö för att inkludera någon som har en fysisk eller psykisk funktionsnedsättning. Ett annat alternativ - att arbeta hemifrån var nästan obefintligt fram till början av 2000-talet.

Allteftersom IT-sektorn¹ växte i början av 1900-talet förändrades arbetsmiljön avsevärt. Allmänheten utforskade idén om flexibel arbetstid, arbete hemifrån eller fjärrarbete. Det innebar att en arbetare/anställd är ansvarig för att leverera en uppgift eller ett förväntat resultat fram till deadline, oavsett var de var stationerade fysiskt sett eller deras arbetstid. I takt med framväxten av mobiltelefonanvändning och mobilapplikationer utvidgades IT-sektorn till en digital sektor, vilket innebar att nya jobb uppstod. Nya digitala verktyg gjorde det möjligt för funktionshindrade att arbeta och delta aktivt på arbetsmarknaden utan att behöva sitta vid en arbetsstation i 8 timmar eller att kämpa med de vanliga arbetsverktygen som alla andra använde.

Med COVID-19-pandemin bytte de flesta till att arbeta hemifrån och till flexibel arbetstid, vilket gjorde att vuxna funktionshindrade började känna sig mer bekväma att utforska affärsmöjligheter. Det finns många fördelar - "ökad användning av digitala verktyg såsom Zoom, Cisco Webex och Microsoft Teams som möjliggör kommunikation utöver de hinder skapade av Covid-19 lockdowns har gjort att arbetet hemifrån är acceptabelt – och till och med gjort det enklare att socialisera på arbetsplatsen - för funktionshindrade. De som använder rullstol behöver inte kämpa med transport till och från jobbet eller be om den hjälp de behöver för att navigera runt i ett kontor. Människor med psykiska sjukdomar har mer kontroll över sin miljö och potentiella stressfaktorer. Tal-till-text-program hjälper döva och svårhörande individer att förstå medarbetare bättre än i kontorsmiljöer på ett kontor. Artificiell intelligens kan hjälpa någon som är blind att upptäcka ansikten."²

Vuxna funktionshindrade såg momentumet som ett utmärkt tillfälle att börja tänka på egenföretagande eller starta ett företag, och vissa blev till och med förespråkare på sociala medier. TikTok visade sig vara en idealisk plattform för funktionshindrade. Det förser inte bara en plats att prata om inkludering/exkludering och de vardagliga kamperna för funktionshindrade, men fungerar också som en inkomstkälla om videor når ett visst antal visningar. Populära exempel är en tjej med Tourettes syndrom, en man med en fysisk funktionsnedsättning eller en blind tjej som visar hur deras vardagsrutin ser ut.

På grund av den digitala sektorn, eller dess teknik för att vara mer exakt, kan funktionshindrade erbjuda tjänster till en global publik från sitt hem och anpassa arbetsstationen till deras behov. Det innebär att funktionsnedsatta kan arbeta som sociala mediechefer, copywriters, programmerare, visuella designers, voice-over artister, videoproducenter etc. Möjligheterna är stora och beror på kompetensen hos en viss individ.

¹ IT sector includes, among others, Internet and software services, IT consulting, application software and systems software development

² <https://eu.boell.org/en/2020/08/11/people-disabilities-working-home-using-tech-relief-and-struggle>, accessed 27.2.2021.

VUXNA FUNKTIONSHINDRADE SOM MÅLGRUPP

Enligt Världshälsoorganisationen (WHO) "lever cirka 15 % av världens befolkning - över en miljard människor - med någon form av funktionshinder, varav 2–4 % upplever betydande svårigheter att fungera. Många av dessa människor behöver assisterande teknik såsom apparater för låg vision, rullstolar eller hörapparater. Detta antal förväntas att fördubblas till 2 miljarder år 2050."³

Experter har problem med att välja den lämpligaste terminologin för att definiera en person med funktionshinder eller funktionsnedsättningar, som vi föredrar att säga.

När det gäller funktionshinder är det första hindret som experter möter relaterat till att välja den lämpligaste terminologin för att definiera en person med funktionshinder. Under de senaste åren har flera experter gynnat uttrycket "situation of handicap". Privilegiet för denna terminologi är återspeglingsen av ett mer komplext tillstånd om individen; det involverar det sammanhang där en person lever (materiella och relationsaspekter) och även den historiska och kulturella kontexten⁴. D. Mautuit⁵ (1995) såg de tre elementen i "situation of handicap": det första handlar om individen och identifieringen av dens underskott; den andra gäller sammanhanget och identifieringen av möjliga hinder; och den tredje handlar om de nödvändiga relationer som tillhandahåller hjälp, som är väsentliga för varje människa, särskilt för människor med funktionsnedsättning. Till den sista aspekten kan vi också lägga till behovet av att acceptera utmaningen att tillsammans minska handikapp.

Numera är det svårt att ha tydliga idéer om vilket namn man ska använda. Skälen till att inte ha tydliga idéer är dock ganska intressanta, positiva och legitima. Varje namn kan antingen vidga avståndet eller öka den gemensamma tillhörigheten och närheten⁶.

Enligt konventionen om rättigheter för personer med funktionsnedsättning, "inkluderar personer med funktionsnedsättning personer som har långvariga fysiska, mentala, intellektuella eller sensoriska funktionsnedsättningar som i samspel med olika hinder kan hindra deras fullständigt och effektivt deltagande i samhället på lika villkor med andra "(artikel 1 i konventionen⁷).

Generellt refererar termen funktionshinder till något tillstånd eller karakteristik kopplat till en viss individ och är därför förkroppsligat. Funktionshinder är närvarande när rutinmässigt utförda aktiviteter (t.ex. promenader, tal, läsning) på något sätt är begränsade eller inte kan göras på vanliga sätt.⁸

³ WHO Global Disability Action Plan 2014 - 2021 <https://www.who.int/disabilities/actionplan/en/>, accessed 20.03.2021

⁴ Taddia et al., Using NFE and sport methodology for inclusion of youngsters with disabilities, https://eng.youth-power.org/wp-content/uploads/2021/02/EN_O1.pdf

⁵ Matuit D. - L'intégration sociale et professionnelle des personnes en situation de handicap: des concepts à l'évaluation des actions; Revue Européenne du Handicap Mental, 1995

⁶ Taddia et al., Using NFE and sport methodology for inclusion of youngsters with disabilities, https://eng.youth-power.org/wp-content/uploads/2021/02/EN_O1.pdf

⁷ Convention of the Rights of Persons with Disability <https://www.globalhealthrights.org/wp-content/uploads/2013/10/Convention-on-the-Rights-of-Persons-with-Disabilities-CRPD.pdf>

⁸ Taddia et al., Using NFE and sport methodology for inclusion of youngsters with disabilities, https://eng.youth-power.org/wp-content/uploads/2021/02/EN_O1.pdf

Enligt International Classification of Impairments, Disabilities and Handicaps (ICIDH⁹) publicerad av WHO definieras följande termer som:

- Nedsättning som "förlust eller abnormitet i en struktur, psykologisk, fysiologisk eller anatomisk funktion";
- Handikapp som "varje begränsning eller förlust (till följd av en försämring) av förmågan att utföra en aktivitet, på det sätt eller den utsträckning som anses normalt för en människa";
- Handikapp som "tillstånd av ogynnsam omständighet som härrör från en funktionsnedsättning som inom vissa ämnen begränsar eller förhindrar att ämnets normala roll uppfylls i förhållande till ålder, kön och sociokulturella faktorer".

I alla typer av arbete och entreprenöriella startups kommer vi att stöta på vuxna med alla möjliga olika nedsättningar, från synskada eller hörselnedsättning till autismspektrumstörning och fysisk funktionsnedsättning. Nedan följer en kort lista över **olika typer av funktionshinder och deras förklaring**, baserat på Australian National Universitys Staff services¹⁰:

- **Nedsatt syn**

Nedsatt syn avser individer som har nedsatt förmåga att se i den utsträckning att det kan orsaka problem som inte kan lösas på vanligt sätt (dvs. glasögon).

- **Döva eller hörselskadade**

Avser hörselnedsättning som är så allvarlig att den funktionella hörselförmågan är mycket liten eller ingen alls.

- **Psykisk ohälsa**

Psykisk ohälsa är en allmän term för en grupp sjukdomar som påverkar sinnet eller hjärnan. Dessa sjukdomar, inklusive bipolär sjukdom, depression, schizofreni, ångest och personlighetsstörningar, påverkar hur en person tänker, känner och agerar.

En person med psykisk ohälsa kan uppleva koncentrationssvårigheter, vilket ibland kan bero på medicinering. De bör försöka undvika alltför stressiga situationer där det är möjligt så att deras tillstånd inte förvärras.¹¹

- **Intellektuell funktionsnedsättning**

Intellektuellt funktionshinder är en term som används när individer har vissa kognitiva funktionsbegränsningar och färdigheter (kommunikations-, social- och egenvårdfärdigheter).

- **Förvärvad hjärnskada**

Förvärvad hjärnskada avser alla typer av hjärnskador som uppstår efter födseln. Skadorna kan uppstå på grund av infektion, sjukdom, syrebrist eller trauma mot huvudet.¹²

- **Autismspektrumstörning**

Autismspektrumstörning är en utvecklingsstörning som kan orsaka betydande sociala, kommunikativa och beteendemässiga utmaningar. Det finns ofta ingenting med dessa människors utseende som skiljer dem från andra människor, men människor med diagnosen kommunicerar, interagerar, betar sig eller lär sig annorlunda. Lärande, tänkande och problemlösningsförmåga hos personer med diagnosen kan variera allt från begåvade till svårt utmanade. Vissa personer behöver mycket hjälp i sitt dagliga liv; andra behöver mindre.¹³

- **Fysisk nedsättning**

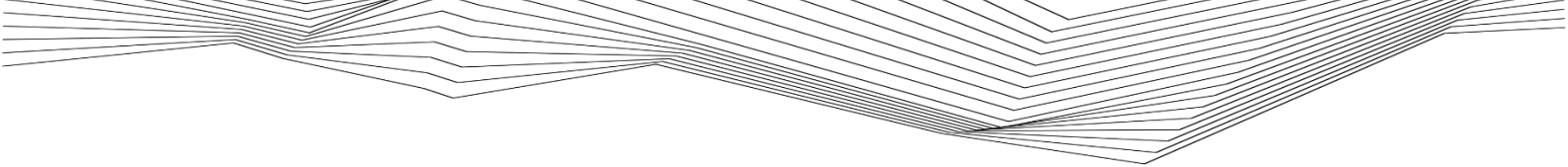
⁹ International Classification of Impairments, Disabilities and Handicaps, <https://apps.who.int/iris/handle/10665/41003>

¹⁰ Different types of disabilities - Staff Services – ANU, <https://services.anu.edu.au/human-resources/respect-inclusion/different-types-of-disabilities> accessed on 22.03.2021.

¹¹ Ibid.

¹² Ibid.

¹³ Centers for Disease Control and Prevention, <https://www.cdc.gov/ncbddd/autism/facts.html> accessed on 22.03.2021.



Det vanliga kännetecknet för fysisk funktionsnedsättning är att någon aspekt av en persons fysiska funktion, vanligtvis deras rörlighet, fingerfärdighet eller uthållighet påverkas. Människor med fysiska funktionshinder är vanligtvis experter på sina egna behov och kommer att förstå effekterna av deras funktionshinder.

Det finns många olika typer av nedsättningar och en mängd olika situationer som människor upplever. En nedsättning kan vara permanent eller tillfällig. Den kan finnas från födseln eller förvärfvas senare i livet. Människor med samma funktionshinder är lika troliga som andra att ha olika förmågor.¹⁴

¹⁴ Different types of disabilities - Staff Services – ANU, <https://services.anu.edu.au/human-resources/respect-inclusion/different-types-of-disabilities> accessed on 22.03.2021.

FÖRKLARING AV GRUNDLÄGGANDE TERMER OCH SKILLNADER MELLAN KLASSISKT FÖRETAGANDE OCH DIGITALT FÖRETAGANDE

Innan vi dyker in i ämnet är det viktigt att definiera grundläggande terminologi och skillnader mellan de termer som används i denna handbok. Ett **företag** tillhandahåller vissa tjänster eller varor. Termen **entreprenör** representerar en person som startar ett företag, medan **entreprenörskap** representerar en process för att skapa och driva ett företag. Företag, vare sig små eller stora, är en viktig del av varje ekonomi eftersom de direkt påverkar en hållbar ekonomi. Hur? Varje företag säljer varor eller tillhandahåller vissa tjänster, de skapar nya jobb, betalar skatt, arbetar inom import och export och på det sättet hjälper det till att skapa en hållbar ekonomi.

Entreprenörskap kan definieras på många sätt, men alla definitioner har något bekant - entreprenörskap löser ett problem genom att tillhandahålla en lösning med en kombination av resurser, utvecklade av en individ eller grupp människor för deras vinst. Under 1800-talet och större delen av 1900-talet var termerna entreprenörskap och entreprenör reserverade för affärsmän från företagsvärlden.¹⁵

Enligt OECD - Eurostat Entrepreneurship Indicators Program (EIP) definierar entreprenörskap som *"fenomenet som är förknippat med entreprenörsaktivitet, som är den företagsamma mänskliga handlingen i strävan efter att skapa värde, genom att skapa eller expandera ekonomisk aktivitet, genom att identifiera och utnyttja nya produkter, processer eller marknader"*¹⁶ (OECD, 2017)

Enligt Steve Blank (2010) så har vi fyra olika typer av entreprenöriella organisationer¹⁷:

- Små företag
- Skalbara startups
- Stora företag
- Sociala entreprenörer

Europeiska unionen gör en distinktion och kategoriserar företag baserat på företagets storlek. Det finns **SMF** och **MSMF**, som står för **Små och Medelstora Företag** eller **Mikro-, Små och Medelstora**

¹⁵ Dollinger, Marc J. Entrepreneurship: strategies and resources / Marc J. Dollinger. — 4th ed., <https://campus.globalnxt.edu.my/FileRepository/Community/3079/148440/doc/Textbook.pdf>,

¹⁶ OECD (2017), Entrepreneurship at a Glance 2017, OECD Publishing, Paris, https://dx.doi.org/10.1787/entrepreneur_aag-2017-en.

¹⁷ <https://steveblank.com/2010/06/10/you%E2%80%99re-not-a-real-entrepreneur/>

Företag samt **stora företag**. SMF utgör ryggraden i Europeiska Unionens ekonomi. Räknat med mer än 100 miljoner anställda representerar SMF 99 % av alla företag i EU.¹⁸

Det finns tre huvudkriterier för att definiera vårt företags storlek:

- Antal anställda
- Omsättning
- Total balansräkning

För att kunna definiera sig som ett SMF måste ett företag uppfylla två villkor - antal anställda och antingen omsättning eller total balansräkning. I tabellen nedan ser vi hur vi vet vilken grupp av företag vi tillhör, enligt dess storlek.¹⁹

Företagskategori	Anställda	Omsättning	Eller	Total balansräkning
Medelstort	< 250	≤ € 50 m		≤ € 43 m
Litet	< 50	≤ € 10 m		≤ € 10 m
Mikro	< 10	≤ € 2 m		≤ € 2 m

Tabell 1²⁰

Från tabell 1 kan vi dra slutsatsen att det kritiska elementet för att definiera vilken grupp som en verksamhet tillhör är antalet anställda. Vi ser att medelstora företag har mindre än 250 anställda och omsätter mindre än 50 miljoner euro eller har en total balansräkning som är mindre än 43 miljoner euro. Medelstora gruppen är reserverad för små företag och de har mindre än 50 anställda; omsättningen eller den totala balansräkningen är högst 10 miljoner euro. Det minsta företagen, eller mikroföretagen, sysselsätter färre än 10 personer och deras omsättning eller balans totalt är lägre än 2 miljoner euro. Som vi tidigare nämnde är antalet företag i EU som omfattas av dessa företagsgrupper 99 %.

Stora företag

När vi talar om stora företag talar vi om företag med fler än 250 anställda. Enligt data från EUROSTAT som ses i nedanstående tabell täcks var tredje jobb i EU av stora företag. Den här typen av företag täcker mindre än 1 % av alla företag i EU, men låt inte den lilla procentandelen distrahera dig från deras inverkan på ekonomin.

¹⁸ Entrepreneurship and Small and medium-sized enterprises (SMEs), [https://ec.europa.eu/growth/smes_en#:~:text=Small%20and%20medium%20sized%20enterprises%20\(SMEs\)%20are%20the%20backbone,every%20sector%20of%20the%20economy.](https://ec.europa.eu/growth/smes_en#:~:text=Small%20and%20medium%20sized%20enterprises%20(SMEs)%20are%20the%20backbone,every%20sector%20of%20the%20economy.)

¹⁹ [What is an SME? - Small and medium-sized enterprises \(SME\) - Enterprise and Industry](#)". ec.europa.eu.

Archived from the original on February 8, 2015.

²⁰ Ibid.

SIZE_EMP	Total	From 0 to 9 persons	From 10 to 19 persons	From 20 to 49 persons	From 50 to 249 persons	250 persons employed
GEO						
European Union - 27 countries	125,293,500	37,519,121	11,464,387	13,710,219	21,227,455	41,372,323
European Union - 28 countries	145,229,381	41,412,183	13,107,313	15,814,528	24,265,417	50,629,946
Belgium	2,871,948	990,906	233,444	311,994	430,723	904,881
Bulgaria	1,997,640	599,212	194,118	274,924	423,046	506,340
Czechia	3,722,789	1,135,839	266,065	380,342	706,303	1,234,241
Denmark	1,749,593	:(c)	:(c)	:(c)	:(c)	:(c)
Germany (until 1990 former territories)	29,768,330	5,684,119	3,305,631	3,804,467	6,018,276	10,955,838
Estonia	432,815	138,956	46,090	59,668	96,689	91,412
Ireland	1,456,391	404,280	145,150	188,647	293,737	424,577
Greece	2,343,485 (p)	1,137,741 (p)	246,214 (p)	:(c)	:(c)	:(c)
Spain	12,104,938	4,569,295	1,116,023	1,374,281	1,632,668	3,412,672
France	15,722,250 (de)	4,010,604 (de)	1,072,775 (de)	1,300,079 (de)	2,007,219 (de)	7,331,573 (de)
Croatia	1,024,484	304,326	98,396	115,861	189,033	316,868
Italy	14,894,596 (b)	6,496,451 (b)	1,621,256 (b)	:(bc)	1,912,220 (b)	:(bc)
Cyprus	248,711	:(c)	:(c)	:(c)	:(c)	42,891
Latvia	641,301	211,818	66,894	88,646	140,846	133,097
Lithuania	970,682	280,194	95,029	132,855	221,909	240,695
Luxembourg	275,173	48,456	28,820	38,392	68,608	90,897
Hungary	2,714,859	896,754	243,746	279,667	449,486	845,206
Malta	148,277	44,635	:(c)	20,407	:(c)	33,179
Netherlands	5,792,516	1,642,367	453,788	616,521	1,058,514	2,021,325
Austria	2,850,280	714,956	:(c)	:(c)	:(c)	:(c)
Poland	9,233,948	3,481,387	424,868	709,641	1,623,217	2,994,835
Portugal	3,278,903	1,321,714	297,356	370,691	:(c)	:(c)
Romania	4,020,121	921,117	362,117	501,092	824,977	1,410,818
Slovenia	628,176	219,106	54,232	61,993	120,289	172,556
Slovakia	1,607,921	675,515	95,999	128,282	257,264	450,861
Finland	1,487,837	354,924	148,062	188,763	284,094	511,995
Sweden	3,305,536	792,516	318,644	414,795	624,050	1,155,531
Iceland	:(c)	:(c)	:(c)	:(c)	:(c)	:(c)
Norway	:(c)	:(c)	:(c)	:(c)	:(c)	:(c)
Switzerland	:(c)	:(c)	:(c)	:(c)	:(c)	:(c)
United Kingdom	19,935,881	3,893,062	1,642,926	2,104,309	3,037,962	9,257,623

EUROSTAT – Årlig företagsstatistik efter storleksklass för specialaggregat av aktiviteter (NACE Rev. 2) ²¹

Tillgängliga flaggor: B - break in time series; c confidential; d definition differs, see metadata; e estimated forecast; n not significant; p provisional; r revised; s Eurostat estimate; : not available; u low reliability; z not applicable

Tabellen **Annual enterprise statistics by size class** for special aggregates of activities visar statistik över EU-anställda. Vi kan se att över 60 % av det totala antalet sysselsatta kommer från små och medelstora företag. När vi observerar stora företag visar data oss att var tredje anställd kommer från denna grupp.

Enligt den Europeiska Kommissionen agerar entreprenörskap på möjligheter och idéer, och det hjälper till att omvandla dem till värden för andra. Värdet kan vara ekonomiskt, kulturellt eller socialt. Europeiska kommissionens policy "syftar till att stödja företag, särskilt små och medelstora företag, under hela deras livscykel, främja entreprenörsutbildning på alla nivåer, samt att nå ut och uppmuntra specifika grupper med entreprenörspotential."²² (Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs)

Tre sätt att ge stöd kan förväntas av Europeiska kommissionen²³:

1. Stödja EU-medborgare
EntreComp: [European Entrepreneurship Competence Framework](#)
2. I allmänhet stödja entreprenörer
[Supporting start-ups](#)
[Transfers of business](#)
[Insolvency and second chance](#)
3. Stödja specifika grupper

²¹ EUROSTAT – Annual enterprise statistics by size class for special aggregates of activities (NACE Rev. 2) , <http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/submitViewTableAction.do>

²² Supporting entrepreneurship, https://ec.europa.eu/growth/smes/supporting-entrepreneurship_en

²³ Ibid.

Startup

En startup är ett företag som skapats av en eller några få entreprenörer. De utvecklar en unik lösning och för den till marknaden. Det kan vara en produkt eller tjänst. Naturligtvis tenderar en startup att initialt finansieras av grundarna eller deras kontakter.

Många frågar sig själva om en startup är samma som SMF/MSMF? Svaret är nej. Båda företagen skapas av en entreprenör som hittat en lucka och såg en möjlighet att erbjuda en lösning. Skillnaden mellan dessa två typer av företag syns i deras vision och strategi. SMF agerar mestadels lokalt med långsammare tillväxt, och de använder en beprövad formel i sin verksamhet, medan startup försöker få en möjlighet att "explodera" på marknaden.²⁴

Digitalt entreprenörskap

Då världen snabbt förändras under den digitala eran har digitaliseringen förändrat entreprenörskapets väg, och idag har det uppstått en ny term - digitalt entreprenörskap. Följaktligen finns det olika antal definitioner på digitalt entreprenörskap. Europeiska kommissionen föreslog den första definitionen: "Digitalt entreprenörskap omfattar alla nya satsningar och omvandlingen av befintliga företag som driver ekonomiskt och/eller socialt värde genom att skapa och använda ny digital teknik. Digitala företag kännetecknas av hög intensivt utnyttjande av ny digital teknik (särskilt social, big data, mobil och molnlösningar) för att förbättra affärsverksamheter, uppfinna nya affärsmodeller, skärpa affärsintelligens och att engagera sig med kunder och intressenter. De skapar framtidens jobb och tillväxtmöjligheter"²⁵ (European Commission, 2015)

Ett digitalt ekosystem består av alla tillgängliga plattformar som är kopplade till world-wide web (www).

Att definiera en entreprenörsposition i detta ekosystem är viktigt för att driva ett framgångsrikt och stabilt e-företag. Det första steget är att framgångsrikt begränsa ekosystemanalysen över det land, den region eller stad där ett e-företag kommer att placeras. Tänk på att detta inte betyder var ifrån ett företag kommer drivas, utan var kunderna kommer att placeras.

Digitalt entreprenörskap gör att vi inte behöver besöka den geografiska marknaden där en person ska bedriva ett företag. Därför driver många småföretag sin verksamhet från platser med både låga kostnader och låga skatter. Ibland leder detta till ett av de största misstagen som många företag gör - att kopiera eller härma globala trender eller strategier på sin lokala marknad.

Så mycket som alla större sociala medieplattformar såsom Facebook, Instagram, Spotify, Pinterest, Twitter etc. har nått alla hörn av planeten, så skiljer sig deras ROI²⁶ potential från land till land och ofta

²⁴ The difference between startups and SMEs, Kitty Harris, 2016, [https://brighterbox.com/blog/article/difference-between-startups-and-smes#:~:text=Startups%20and%20SMEs%20\(small%20and,on%20growth%2C%20profitability%20and%20survival.&text=In%20contrast%20to%20the%20startup,SME%20is%20far%20more%20structured.](https://brighterbox.com/blog/article/difference-between-startups-and-smes#:~:text=Startups%20and%20SMEs%20(small%20and,on%20growth%2C%20profitability%20and%20survival.&text=In%20contrast%20to%20the%20startup,SME%20is%20far%20more%20structured.)

²⁵ European Commission (2015), Digital Transformation of European Industry and Enterprises: A report of the Strategic Policy Forum on Digital Entrepreneurship, <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/9462/attachments/1/translations/en/renditions/native.>

²⁶ ROI – return on investment

även från stad till stad. Därför bör en respekterad lokal marknad analyseras kring sina konsumenter, kultur och beteendedata.

Enligt den Europeiska Kommissionens handlingsplan för entreprenörskap 2020 framhävs potentialen för smart användning av IKT som en möjliggörare för entreprenörskap, tillväxt och jobb.²⁷ I dialog med intressenter och policyanalys beslutade de att utveckla ett policy ramverk för att beskriva en ny väg och prioriteringar för politiskt ingripande. Fem pelare strukturerar detta ramverk och varje pelare representerar varje prioriterat område och deras inflytande på digitalt entreprenörskap.

ENABLING DIGITAL ENTREPRENEURSHIP				
Digital knowledge base and ICT market	Digital business environment	Access to finance	Digital skills and e-leadership	Entrepreneurial culture
<i>Enhancing digital innovation, commercialization and the ICT sector</i>	<i>Strengthening digital infrastructure, the regulatory framework and improving ease of doing business</i>	<i>Facilitating access to finance and enhancing digital investments</i>	<i>Fostering e-leadership skills through education and training</i>	<i>Creating a supportive entrepreneurial culture</i>
- Public and/or private sector support the creation of new companies and foster the development of existing ones that embrace digital - Knowledge diffusion to enhance digital innovation is encouraged. - ICT sector acts as an engine for diffusion and commercialization of new services/ideas.	- A clear and supportive regulatory environment makes doing digital business simple, market entry is facilitated and there is an active and dynamic supply and demand of digital technologies - Access to and trust in digital markets is heightened, as a result of an improved ICT infrastructure	- Enhanced access to finance is available, targeted at the creation, survival and growth of digital entrepreneurs - Traditional forms of lending are complemented by innovative mechanisms targeted at enhancing digital investments - Fiscal and tax frameworks are supportive and help to enable all business to embrace digital technologies	- A supportive education system exploits the new opportunities arising from ICT development, so individuals have the skills and the knowledge to improve business efficiency and develop new business models powered by digital - Entrepreneurs and business leaders are more e-competent and able to enhance growth and internationalization	The entrepreneurial culture is more supportive and embraces digital entrepreneurs. They are fully integrated in this context and their image and role in society are both improved and emphasized.

Strategiskt policyforum för digitalt entreprenörskap ²⁸

Digitala affärsmodeller

Deltagare i digitala affärer interagerar med varandra på olika sätt. Dessa typer av interaktioner listas nedan ²⁹,

- B2B (business-to-business relation);
- B2C (business-to-customer relation);
- C2C (customer-to-customer relation);
- B2G (business-to-government relation);
- C2G (citizen-to-government relation);
- G2G (government-to-government relation).
- **Business to Business (B2B)**

²⁷ European Commission, 2013, *STRATEGIC POLICY FORUM ON DIGITAL ENTREPRENEURSHIP, Fuelling Digital Entrepreneurship in Europe, Background paper*, <https://docplayer.net/18546997-Strategic-policy-forum-on-digital-entrepreneurship-fuelling-digital-entrepreneurship-in-europe-background-paper.html>

²⁸ Ibid.

²⁹ Rojko K., (2020), 'E-poslovanje' [PowerPoint presentation], https://moodle.fis.unm.si/pluginfile.php/2476/mod_resource/content/3/ePoslovanje_23.10.2020.pdf

B2B³⁰ presenterar transaktioner mellan företag eller organisationer, som visas i affärsmodellens namn; det händer mellan företag. Detta representerar officiell kontrast till B2C-modellen, och den största skillnaden är att B2C säljer från företag till kund, medan B2B står för att sälja varor eller tjänster uteslutande mellan företag till företag.

Har man ett eget företag och är villig att arbeta med B2B-modellen, så bör man veta att det kan leda till oönskat misslyckande om man begränsar sig till att bara arbeta med B2B-modellen, då man har en stor marknad och många konkurrenter.

När vi pratar om den här affärsmodellen fick digitalisering också en betydande inverkan på detta område.

B2B är mer fokuserad på samarbetet mellan företag och långsiktigt samarbete, vilket innebär att deras webbsidor inte behöver inkludera bra design eller vara lika attraktiva som de borde vara i B2C-modellen.

Ett exempel på ett traditionellt B2B-företag syns inom motorcykeltillverkning. Även om motorcyklar ses dagligen och vi alla känner till några kända märken, så står företagen inför faktumet att de inte är oberoende i hela processen att tillverka en hel motorcykel av varje modell som de producerar. Att använda delar som däck, bromsar, fälgar eller andra nödvändiga delar för att tillverka en motorcykel och köpa dessa delar direkt från olika leverantörer utgör en kärna i B2B-modellen.



Kartläggning av European B2B Marketplace Lan³¹

Du behöver inte vara orolig om du inte hört talas om de flesta av dessa företag eftersom vi i allmänhet konsumerar det mesta av vår tid i B2C-modellen; det är inte något som ska få dig att oroa dig. Å andra sidan, när du bestämmer dig för att gå in i B2B-världen som företagare, kommer den här listan att bli väldigt bekant för dig väldigt snabbt.

³⁰ Uzialko A., *What is B2B*, 2020, <https://www.businessnewsdaily.com/5000-what-is-b2b.html>

³¹ Morrongiello J., *Mapping the European B2B Marketplace Landscape (The 2020 Edition)*, 2020, <https://medium.com/point-nine-news/mapping-the-european-b2b-marketplace-landscape-the-2020-edition-48d72cb33d88>

○ Business to customer (B2C)

B2C³² står för ett företag som arbetar med affärsmodellen där försäljning sker med en konsument, som är slutanvändaren av produktens tjänster. De flesta av företagen utför sin försäljning via e-handel med konsumenter som slutanvändare av tjänsterna eller produkterna.

Listan över deras tjänster är annorlunda. De finns tillgängliga via Internet, allt från elektronisk/mobilbank och köp av produkter till online utbildning och att hitta ett jobb för konsumenten.³³

Som nämnts tidigare är B2B mer fokuserat på långsiktigt samarbete och inte på första intryck, medan B2C-modellen är raka motsatsen. B2C-försäljningsmodellen bör presenteras med kortvarigt samarbete, och webbsidan bör vara användarvänlig och ha en vacker design, med framhävnings av specialerbjudanden som är intressanta för konsumenten. För B2C är det mycket viktigt, om vi vill leda vår verksamhet till framgång, att fylla vår försäljning med enastående kundservice, kort leveranstid och god service efter försäljningen.

Företagstyper som använder B2C-modeller³⁴:

- E-handelsbutiker (produkter) - [Amazon](#)
- E-handelsbutiker (tjänster) - [Google](#)
- Sociala nätverk - [Facebook](#)
- Innehållsleverantörer - [CNN](#)
- Portaler - [European Data Portal](#)
- Medling - [Booking](#)

○ C2C – Customer to customer

C2C³⁵ står för elektronisk kommunikation mellan kunder. I den här modellen har vi två olika klassificeringar: auktioner och radannonser. I den här modellen pratar vi om att handla med andra kunder på digitala plattformar.

De kändaste C2C-plattformarna är [eBay](#), [Etsy](#), [Craigslist](#), [Airbnb](#).

Nedan presenteras en affärsmodell för Airbnb.

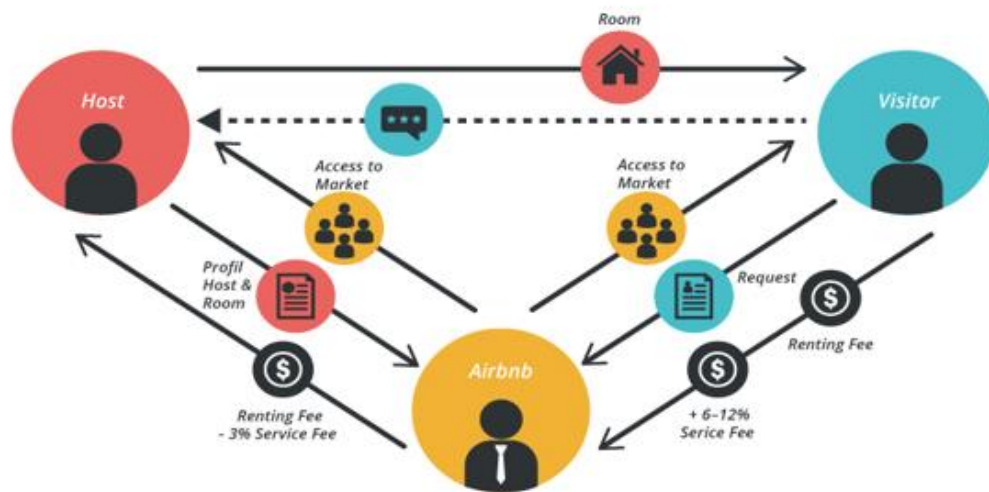
³² Kenton W., *Business-to-Consumer(B2C)*, 2020, <https://www.investopedia.com/terms/b/btoc.asp#:~:text=The%20term%20business%2Dto%2Dconsumer,refe%20to%20as%20B2C%20companies>.

³³ Rojko K., "ePoslovanje 2020/21" [PowerPoint presentation], 2020, https://moodle.fis.unm.si/pluginfile.php/2476/mod_resource/content/3/ePoslovanje_23.10.2020.pdf, p26

³⁴ Ibid., p27-42

³⁵ Tarver E., 'Customer to Customer (C2C)', 2020, <https://www.investopedia.com/terms/c/ctoc.asp>

Airbnb



Airbnb affärsmodell³⁶

○ Business to Government (B2G)

Denna typ av affärsmodell hanterar försäljning och marknadsföring av varor och tjänster till offentliga institutioner. Tjänster av detta slag gör det framförallt lättare för företag att göra affärer med statsförvaltningen och public service.

Denna typ av modell följs av anbudsgivare från offentliga organisationer och samarbete med offentliga institutioner eller att bli leverantörer för regeringen. Marknadsföring inom den offentliga sektorn är en del av den här affärsmodellen och kommer ursprungligen från B2B-affärsmodellen. Marknadsföring inom den offentliga sektorn kan fungera på lokal och nationell nivå, och den täcker strategisk PR, branding, marknadsföringskommunikation, reklam och webbaserad kommunikation.³⁷ Ett bra exempel på denna affärsmodell visas i ett avtal mellan staten Rwanda och Arsenal, en engelsk fotbollsklubb. Båda sidor kom överens om att Arsenal skulle marknadsföra "Visit Rwanda"³⁸ på sina tröjor i tre år. Hela kontraktet är värt cirka 34 miljoner euro, och enligt The African Report (Monnet, 2018) har antalet besök i detta land, bara från England, ökat med 5%.

³⁶ SPM PDP, 'Emerging Business Model: C2', 2017, <https://spmpdp.wordpress.com/2017/11/26/emerging-business-model-c2c/>

³⁷ 'Business-to-government', 2015, Wikipedia, <https://en.wikipedia.org/wiki/Business-to-government>

³⁸ Monnet T., 'Rwandan tourism scores big after Arsenal deal, despite criticism', 2018, <https://www.theafricareport.com/16937/rwandan-tourism-scores-big-after-arsenal-deal-despite-criticism/>



Rwandas sponsring av FC Arsenal³⁹

○ **Citizen to Government (C2G)**

C2G täcker området där medborgarna använder e-tjänster från offentliga institutioner. Det står huvudsakligen för applikationer som tillåter sina medborgare att ansöka om ett nytt dokument, se skatteförvaltning, gör det lättare att få tillgång till all nödvändig information från offentliga institutioner utan att personligen behöva gå till dessa institutioner. Vad gäller den negativa sidan har vi inte täckt all nödvändig information och kvitton från dessa ansökningar, och för vissa behöver du fortfarande gå dit personligen för att be om dem.⁴⁰

Slovenien har ett online C2G-system som kallas [eUprava](https://e-uprava.gov.si/en)⁴¹, medan Kroatien har [e-Gradjani](https://pretinac.gov.hr/KorisnickiPretinac/eGradani.html)⁴². Båda systemen inrättades för att förenkla och påskynda kommunikationen mellan medborgare och den offentliga sektorn.

○ **Government to Government (G2G)**

G2G är en modell som används inom och mellan institutioner som tillhör den offentliga sektorn. Den står för applikationer eller programvara som möjliggör utbyte av nödvändig data mellan institutioner. Till exempel behöver en statlig domstol information om ett fall; administrationen kan be om informationen från en polisadministration som kan ge dem den efterfrågade informationen via ett säkert nätverk⁴³.

³⁹ Monnet T., 'Rwandan tourism scores big after Arsenal deal, despite criticism', 2018, <https://www.theafricareport.com/16937/rwandan-tourism-scores-big-after-arsenal-deal-despite-criticism/>

⁴⁰ Rojko K., "ePoslovanje 2020/21" [PowerPoint presentation], 2020, https://moodle.fis.unm.si/pluginfile.php/2476/mod_resource/content/3/ePoslovanje_23.10.2020.pdf, p40

⁴¹ eUprava Republika Slovenija, <https://e-uprava.gov.si/en>

⁴² eGradjani, <https://pretinac.gov.hr/KorisnickiPretinac/eGradani.html>

⁴³ Rojko K., "ePoslovanje 2020/21" [PowerPoint presentation], 2020, https://moodle.fis.unm.si/pluginfile.php/2476/mod_resource/content/3/ePoslovanje_23.10.2020.pdf, p41

Marknadsföring inom Digitalt Entreprenörskap

Marknadsföring har utvecklats sedan starten på den moderna affärsmiljön, men begränsades till produktionskostnader. Det har varit överkomligt nästan uteslutande för mer framstående varumärken med betydande investeringspotential.

Före den digitala eran var alla marknadsföringstyper varumärkesfokuserade och aggressiva gentemot konsumenten, med övertalningstaktik som förlitar sig på frekventa meddelanden, djärva påståenden, medryckande slogans och varumärkesigenkänning.

Digital marknadsföring har förändrat världen och förflyttat maktpositionen från varumärken till konsumenterna.

Sedan smartphone-eran inleddes har konsumenten blivit den väsentliga delen av varje bransch. Stora varumärkens maktposition har utmanats av nykomlings-varumärken och e-handlare, medan ekosystemet har utvecklats i en process som liknar Big Bang-teorin. Detta leder till att marknadsföring delas upp i varumärkes- och kundorienterade strategier, vilket vi kan se mellan marknads- och produktorientering inom affärsfilosofin.

Skillnad mellan klassiskt entreprenörskap och digitalt entreprenörskap

Innan vi börjar denna jämförelse måste vi säga att digitalt företagande är en underkategori av entreprenörskap. Enligt definitionen av dessa två termer kan vi förklara att inom digitalt entreprenörskap talar vi om företag eller individer som är beroende av digital teknik; å andra sidan är klassiskt entreprenörskap sammankopplat med traditionella strategier och processer i verksamheten.

"Några av fördelarna med digitala affärer inkluderar utveckling av affärsaktiviteter, utökning av företag genom att göra nya satsningar, förbättrad business intelligence och kommunikation med ett stort antal kunder på kortare tid. Tillväxten av digitalt entreprenörskap kan också leda till uppfinning av nya metoder och teknologier."⁴⁴

Fördelarna med digitalt entreprenörskap jämfört med klassisk kan ses inom flera områden, särskilt när vi talar om att producera eller skapa och lagra. I de flesta fall är det billigare och mer användarvänligt att bygga en digital produkt. Det finns inget behov av en fysisk plats att lagra den på eller någon omfattande fysisk utrustning för att producera produkten/tjänsten. Ur denna synvinkel är kostnadseffektiviteten hög. Om man jämför en tillgänglig marknadsstorlek kan man säga att det inte finns någon gräns för den digitala marknaden, med tanke på åtkomsten till internet. Vi har flera gånger hört att vi själva bestämmer gränserna på den potentiella räckvidden och målgrupperna, genom olika inställningar.

Däremot är klassiskt entreprenörskap främst begränsat till lokala leverantörer genom att förse dem med nödvändiga varor eller tjänster. Med digitalt entreprenörskap är en hel värld bara några få klick bort. Jämfört med klassiska affärer skulle man behöva årtionden för att nå samma antal potentiella kunder, och det skulle fortfarande låta som ett omöjligt uppdrag. Digitala entreprenörer kan snabbt starta sin verksamhet på en inhemsk nivå genom att inte skapa några internationella affärsproblem. Digitala entreprenörer träder in på en **marknadsplats, en digital marknadsplats som fungerar 24 timmar om dagen, 7 dagar i veckan och 365 dagar om året, eller som vissa kallar det: non-stop.**⁴⁵

⁴⁴ Siva Vineela G., DIGITAL ENTREPRENEURSHIP, 2016, <https://www.ijirmeps.org/papers/2018/4/160.pdf>, page 2

⁴⁵ Siva Vineela G., DIGITAL ENTREPRENEURSHIP, 2016, <https://www.ijirmeps.org/papers/2018/4/160.pdf>,

Sammanfattningsvis finns det några huvudområden där digitala entreprenörer har en fördel jämfört med klassiska entreprenörer ⁴⁶:

- Mer tillgänglig anpassning till innovationer och ny teknik
- Lättare att få finansiering
- Global tillgänglighet
- Kostnadsminskning
- Förbättrad leveranskedjefrift
- Ökad tid och geografisk omfattning av affärer
- Kundanpassning av produkter och kundservice
- Nya affärsmodeller
- Kortare penetrationstid för produkt eller tjänst till marknaden
- Specialiserade återförsäljare
- Lägre kommunikationskostnader
- Mer effektiv hjälp
- Förbättrade kundrelationer
- Uppdaterat material från organisationen

Förutom digitala entreprenörer så drar även användare och samhället nytta av **fördelarna med digitalt entreprenörskap och digitalisering**:

Fördelar för användare ⁴⁷:

- Fler produkter och tjänster
- Anpassade produkter och tjänster
- Billigare produkter och tjänster
- Leverans på begäran
- Data och information finns tillgänglig
- e-samarbete

Fördelar för samhället⁴⁸:

- Mer betydelsefulla möjligheter för fattiga, funktionshindrade och äldre
- Offentliga administrationstjänster finns tillgängliga
- Hållbar affärsmiljö
- Fler jobb möjligheter för alla

Det finns dock en annan sida av den digitala eran, med vissa **allvarliga brister och hot** som kan delas in i två kategorier ⁴⁹ - tekniska och icke-tekniska.

Tekniska⁵⁰:

- Brist på globala standarder för kvalitet, säkerhet och tillförlitlighet
- Otillräcklig nätverksgenomströmning
- Komplexitet i att sammanställa internet-e-lösningar med redan befintliga

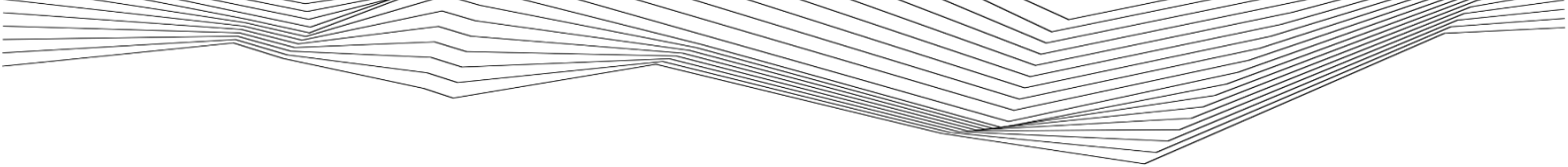
⁴⁶ Rojko K,. (2020), 'E-poslovanje' [PowerPoint presentation], https://moodle.fis.unm.si/pluginfile.php/2472/mod_resource/content/3/ePoslovanje_16.10.2020.pdf

⁴⁷ Ibid.

⁴⁸ Ibid

⁴⁹ Ibid.

⁵⁰ Ibid

- 
- Dyr användning och tillgång till internet

Icke-tekniska⁵¹:

- Brist på datasäkerhet, integritet och förtroende
- Olösta lagliga begränsningar (skatter)
- Nationella och internationella regler som begränsar e-handel
- Svårighetsmätning av fördelar
- Visualisering och beröring är fortfarande en viktig faktor när du köper
- Misstro mot papperslös e-handel,

⁵¹ Rojko K,. (2020), 'E-poslovanje' [PowerPoint presentation], https://moodle.fis.unm.si/pluginfile.php/2472/mod_resource/content/3/ePoslovanje16.10.2020.pdf

Beskrivning av element hos digitalt entreprenörskap och intressenter

Digitalt entreprenörskap representerar en symbios av informationsteknik och kunskap inom traditionell entreprenörskap. För att bli en digital entreprenör måste du, förutom den risk du är villig att ta, ha en bakgrund eller expertis inom båda områdena - entreprenörskap och IT.

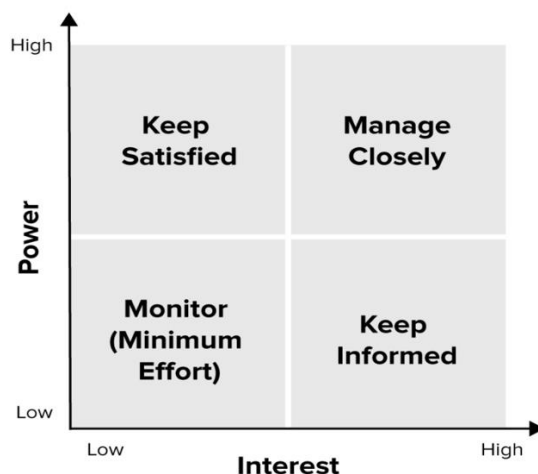
McKinseys (2012) globala undersökning visade oss hur kraftfull Internet är och dess betydande inverkan på att skapa nya jobbmöjligheter. För varje enskilt jobb som försvann på grund av Internet så skapades det 2,6 nya jobb.⁵²

Intressenter är deltagare i projektet; de är antingen individer eller organisationer som är proaktivt involverade i projektet eller så påverkar projektet deras intressen. Kort sagt, intressenter är alla som påverkar projektet och som påverkas av projektet.

Vi bör vara mycket försiktiga när vi väljer våra intressenter eftersom de påverkar vårt projekt, och vi har ingen rätt att göra misstag när vi försöker välja rätt intressent.

Låt oss ta en titt på ett exempel och försöka lista ut varför det är så.

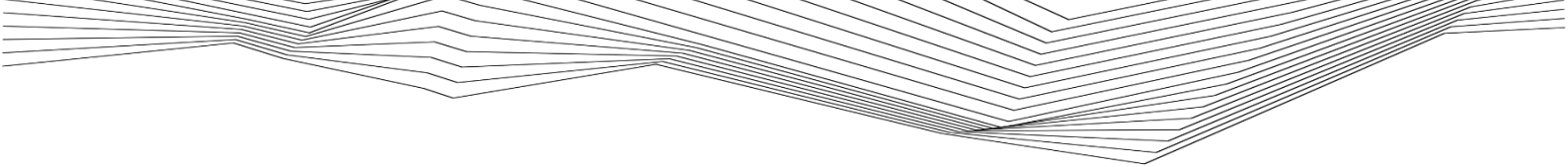
Exempel: Du vill bygga ett hus och som en start så måste du skapa en projektplan, köpa mark, fixa papper och ha tillstånd för projektet. Du har hittat en fin bit mark i ett lugnt område som du vill köpa. Du har alla nödvändiga dokument; du har anlitat en arkitekt för att skapa en projektplan och en byggplan för ditt hus. Hittills har du inte haft några problem och allt går som planerat. En arkitekt har skapat en projektplan och du är redo att börja processen för att få tillstånd att bygga ett hus. Samtidigt gav några av dina grannar ett konstruktivt klagomål till kommunfullmäktige om ditt projekt, bestämde sig för att inte ge dig samtycke till ditt projekt och bestämde sig för att kämpa mot ditt projekt eftersom det skadar deras intressen. Du har gjort ett litet misstag; du har inte bett dina grannar om ett godkännande av ditt projekt. Kommunfullmäktige meddelar dig att ditt projekt inte kommer att tillåtas fortskrida förrän alla grannar samtycker och måste stoppas omedelbart tills det att du löst problemet med grannskapet.



Figur 1⁵³

⁵² [McKinsey Global Institute](https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Business%20Functions/McKinsey%20Digital/Our%20Insights/Essays%20in%20digital%20transformation/MGI%20Internet%20matters%20essays%20in%20digital%20transformation.pdf) - Internet matters: Essays in digital transformation, March 1, 2012, | Report <https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Business%20Functions/McKinsey%20Digital/Our%20Insights/Essays%20in%20digital%20transformation/MGI%20Internet%20matters%20essays%20in%20digital%20transformation.pdf>

⁵³ Mendelow, A.L. (1981). 'Environmental Scanning - The Impact of the Stakeholder Concept,' ICIS 1981 Proceedings, 20.



Detta rutnät hjälper dig med hur du ska interagera och vilken åtgärd du ska vidta med dina intressenter⁵⁴:

- **Hantera nära:** Genom att ge ditt bästa, hålla dem nöjda och engagera med dem dagligen.
- **Håll alla nöjda:** Håll dem involverade och fortsätt ge dem tillräckligt så att de förblir nöjda.
- **Håll alla informerade:** Informera dem tillräckligt mycket och säkra dig själv genom att inte tillåta större problem att ske.
- **Övervaka (Minimal ansträngning):** Håll dem informerade men inte på ett sätt som gör att de känner sig uttråkade av en massa kommunikation.

Exempel: Din chef lägger ner mycket energi på ditt projekt och har inflytande på ditt projekt, medan din partner kan ha intresse för ditt projekt, men i slutändan kommer han/hon inte att påverka ditt projekt.

Ditt huvudsakliga mål bör vara att å ena sidan ha en användbar intressent, å andra sidan måste du få intressenternas stöd. Om det ligger i ditt intresse att få stöd från intressenter, särskilt om vissa av dem påverkar ditt projekt negativt och du tycker att intressenten är viktig för dig, använd rätt strategi för att ändra deras åsikt.

Strategin beror på dina projektbehov; det kan vara endast informativt eller en väldigt detaljerad och dokumenterad strategi. En informativ strategi kan användas när vi talar om små projekt, medan den andra är nödvändig för större projekt.

⁵⁴ Mendelow, A.L. (1981). '[Environmental Scanning - The Impact of the Stakeholder Concept](#),' ICIS 1981 Proceedings, 20.

KOMPETENSER SOM KRÄVS FÖR ATT BEDRIVA DIGITALT ENTREPRENÖRSKAP

En digital entreprenör betraktas som en person som tillhandahåller sina tjänster eller produkter via Internet, samt att tjänsten/produkten utvecklas, marknadsförs och levereras helt via Internet. Personen är fokuserad på digital handel. Att bli en digital entreprenör innebär att en person måste ha mycket tid att studera, vara förberedd på att lära sig nya saker och möta utmaningar. Att bli en digital entreprenör med ett "lätta pengar" tankesätt garanterar ingen framgång.

I början, innan vi börjar introducera entreprenörskompetenser, måste vi definiera vilka **kompetenser du behöver för att komma in i den digitala världen.**

- På toppen av vår lista är **nyfikenhet**. "Nyfikenhet är starkt förknippad med alla aspekter av mänsklig utveckling, vilket härleder inlärningsprocessen och en önskan att förvärva kunskap och skicklighet."⁵⁵ (Zuss, 2012)
Att definiera nyfikenhet som förmågan att ställa sig upp och ställa en fråga ger inget annat än en vilja att få ny information. Under den digitala eran tillåter Internet oss att vara nyfikna när vi vill och ändra vårt perspektiv. Forskning och ifrågasättning har aldrig varit mer tillgängliga. Det finns så mycket tillgänglig information just nu; som vissa människor säger, de är bara ett klick bort.
- Förutom nyfikenhet är **viljan att studera** en grund för att bli entreprenör; att specialisera sig inom ett visst område. Inläring är en livstidsprocess, nya saker uppkommer snabbt och man måste följa de senaste trenderna. Genom att utveckla nya digitala kompetenser investerar du i din framtid, vilket kan bekräftas i dessa pandemitider.

Enligt UNESCO (2018),⁵⁶ finns en avsaknad av digital kompetens i utvecklingsländer jämfört med utvecklade. År 2018 bodde 95 % av befolkningen i områden med ett 2G-mobilnät. Problemet som de står inför är att tillgång till Internet är begränsad eller att de har mycket dålig anslutning. Denna typ av problem förvärrar situationen för landets ekonomi eftersom den inte kan följa digitala trender, och befolkningen har en ganska låg nivå av digital kompetens, eller så har de ingen alls.

"Digitala färdigheter på en nybörjarnivå, vilket innebär grundläggande funktionella färdigheter som krävs för att använda grundläggande användning av digitala enheter och onlineapplikationer, anses allmänt vara en kritisk komponent i en ny uppsättning färdigheter i den digitala eran, med traditionella läs-, skriv- och räknefärdigheter. På det avancerade spektrumet av digitala färdigheter finns de högre nivåerna som tillåter användare att använda digital teknik på bemyndigande och transformerande sätt, såsom yrken inom IKT. Stora digitala omvandlingar som artificiell intelligens (AI), maskininläring och stor dataanalys ändra kompetenskrav. Dessa förändringar påverkar i sin tur

⁵⁵ Zuss, M. (2012) *The Practice of Theoretical Curiosity*. New York, N.Y.: Springer Publishing, p 2

⁵⁶ Digital skills critical for jobs and social inclusion, 2018, <https://en.unesco.org/news/digital-skills-critical-jobs-and-social-inclusion>

kapacitetsuppbyggnad och kompetensutveckling för den 21: a århundradets digitala ekonomi. För att trivas i den anslutna ekonomin och samhället måste digitala färdigheter också fungera tillsammans med andra förmågor, såsom stark kompetens och läsfärdigheter och innovativt tänkande, komplex problemlösning och förmåga att samarbeta och socio-emotionella färdigheter. ⁵⁷ (UNESCO, 2018)

Kompetens representerar en kombination av kunskap, färdighet och förmåga. Detta kallas också KSA-modellen.⁵⁸ KSA står för Knowledge, Skills och Abilities.

Kunskap bygger på förståelsen av teori och innebär att du kan förstå en process i teorin, men du kommer inte att kunna slutföra den processen praktiskt. Låt oss säga att du börjar med en kurs om digital marknadsföring. På ett teoretiskt sätt lär du känna grundläggande termer, processen för att skapa en kampanj och hur man skapar en kampanj.

Färdigheter kan definieras som det andra steget i denna modell eftersom du ges möjlighet att praktiskt presentera din tidigare erhållna kunskap. Du har genomfört en digital marknadsföringskurs med din handledare och klarat en teoretisk tentamen, och nu har du möjlighet att skapa din första kampanj på Facebook.

Förmågor utgör det tredje och viktigaste steget i denna modell. Om man jämför med färdigheter kan det verka som att det inte finns en signifikant skillnad mellan dessa två termer, men det finns en skillnad. Du fick den nödvändiga kunskapen om hur du skapar kampanjen och du fick nya kunskaper genom att skapa och lägga upp kampanjen online. Förmåga, i detta fall, är mer fokuserad på din "naturliga talang" för hur du ser att din kampanj presterar och analyserar resultat. Att kunna optimera din kampanj och förbättra dina resultat är något som kallas **förmåga**.

De första två stegen av denna KSA-metod kan och måste utbildas så att vi kan förbättra och uppgradera våra kompetenser.

Förmågor kan utbildas på ett annat sätt. Eftersom förmåga presenteras som ett naturligt "fenomen" kan vi definiera det som en coachande utmaning och du kan träna upp den genom att observera, få feedback och förbättra.

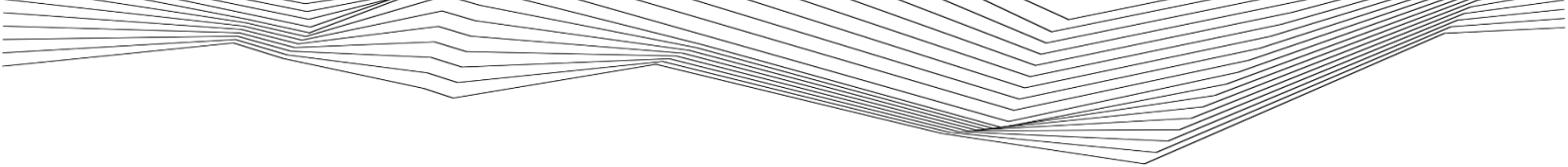
DigiComp 2.1 - The Digital Competence Framework for Citizens

European Digital Competence Framework for Citizens¹, även känd som DigiComp, erbjuder ett verktyg för att förbättra medborgarnas digitala kompetens. DigiComp utvecklades av GFC som ett vetenskapligt projekt och med intensivt samråd med intressenter, initialt på uppdrag av DG EAC, och mer nyligen på uppdrag av GD EMPL. DigiComp, som först publicerades 2013, har blivit en referens för utveckling och strategisk planering av digitala kompetensinitiativ på europeisk nivå och medlemsstatsnivå.⁵⁹

⁵⁷ Ibid.

⁵⁸ Reh, KSA: Using the Knowledge, Skills and Abilities Model, 2019, <https://www.thebalancecareers.com/understanding-knowledge-skills-and-abilities-ksa-2275329>

⁵⁹ Carretero, S.; Vuorikari, R. and Punie, Y. (2017). DigComp 2.1: The Digital Competence Framework for Citizens with eight proficiency levels and examples of use, EUR 28558 EN, doi:10.2760/38842, <http://www.skaitmeninekoalicija.lt/wp-content/uploads/2018/03/web-digcomp2.1.pdf>, p6



Enligt Joint Research Center i **DigiComp 2.1 - The Digital Competence Framework for Citizens**⁶⁰, finns det fem digitala kompetensområden:

Kompetensområde 1: Information och datakunskap

- 1.1 Surfing, sökning, filtrering av data, information och digitalt innehåll
- 1.2 Evaluera data, information och digitalt innehåll
- 1.3 Hantera data, information och digitalt innehåll

Kompetensområde 2: Kommunikation och samarbete

- 2.1 Interagera med hjälp av digital teknik
- 2.2 Dela med hjälp av digital teknik
- 2.3 Delta i medborgarskap med hjälp av digital teknik
- 2.4 Samarbete med hjälp av digital teknik
- 2.5 Netikett
- 2.6 Hantering av digital identitet

Kompetensområde 3: Skapa digitalt innehåll

- 3.1 Utveckla digitalt innehåll
- 3.2 Integrera och omarbeta digitalt innehåll
- 3.3 Upphovsrätt och licenser
- 3.4 Programmering

Kompetensområde 4: Säkerhet

- 4.1 Skyddsanordningar
- 4.2 Skydd av personuppgifter och integritet
- 4.3 Skydd av hälsa och välbefinnande
- 4.4 Skydd av miljön

Kompetensområde 5: Problemlösning

- 5.1 Lösa tekniska problem
- 5.2 Identifiera behov och tekniska svar
- 5.3 Kreativt använda digital teknik
- 5.4 Identifiera digitala kompetensbrister "(Carretero & Vuorikari, 2017)

⁶⁰ Carretero, S.; Vuorikari, R. and Punie, Y. (2017). DigComp 2.1: The Digital Competence Framework for Citizens with eight proficiency levels and examples of use, EUR 28558 EN, doi:10.2760/38842, <http://www.skaitmeninekoalicija.lt/wp-content/uploads/2018/03/web-digcomp2.1.pdf>, p10

Learning to swim in the Digital Ocean: THE DIGITAL COMPETENCE FRAMEWORK FOR CITIZENS (V. 2.1)

Foundation		Intermediate		Advanced		Highly-specialised	
Level 1	Level 2	Level 3	Level 4	Level 5	Level 6	Level 7	Level 8
Level 1 ■ SIMPLE TASKS ● WITH GUIDANCE ▲ REMEMBERING	Level 2 ■ SIMPLE TASKS ● AUTONOMY AND WITH GUIDANCE WHERE NEEDED ▲ REMEMBERING	Level 3 ■ WELL-DEFINED AND ROUTINE TASKS, AND STRAIGHTFORWARD PROBLEMS ● ON MY OWN ▲ UNDERSTANDING	Level 4 ■ TASKS, AND WELL-DEFINED & NON-ROUTINE PROBLEMS ● INDEPENDENT AND ACCORDING TO MY NEEDS ▲ UNDERSTANDING	Level 5 ■ DIFFERENT TASKS AND PROBLEMS ● GUIDING OTHERS ▲ APPLYING	Level 6 ■ MOST APPROPRIATE TASKS ● ABLE TO ADAPT TO OTHERS IN A COMPLEX CONTEXT ▲ EVALUATING	Level 7 ■ RESOLVE COMPLEX PROBLEMS WITH LIMITED SOLUTIONS ● INTEGRATE TO CONTRIBUTE TO THE PROFESSIONAL PRACTICE AND TO GUIDE OTHERS ▲ CREATING	Level 8 ■ RESOLVE COMPLEX PROBLEMS WITH MANY INTERACTING FACTORS ● PROPOSE NEW IDEAS AND PROCESSES TO THE FIELD ▲ CREATING

ILLUSTRATION: E. GORDONCO

Legend: ■ COMPLEXITY OF TASKS ● AUTONOMY ▲ COGNITIVE DOMAIN

DigComp 2.1 is a collaboration between the Joint Research Centre and DG Employment, Social Affairs and Inclusion

European Commission

Digital kompetens är uppdelad i fyra nivåer i vårt exempel. Dessa nivåer skapades i DigiComp 1.0⁶² och uppdaterades senare i DigiComp 2.1⁶³:

- ⁶¹ Carretero, S.; Vuorikari, R. and Punie, Y. (2017). DigComp 2.1: The Digital Competence Framework for Citizens with eight proficiency levels and examples of use, EUR 28558 EN, doi:10.2760/38842, <http://www.skaitmeninekoalicia.lt/wp-content/uploads/2018/03/web-digcomp2.1.pdf>, p14-15

⁶³ Carretero, S.; Vuorikari, R. and Punie, Y. (2017). DigComp 2.1: The Digital Competence Framework for Citizens with eight proficiency levels and examples of use, EUR 28558 EN, doi:10.2760/38842, <http://www.skaitmeninekoalicija.lt/wp-content/uploads/2018/03/web-digcomp2.1.pdf>

Table 1: Main keywords that feature the proficiency levels

Levels in DigComp 1.0	Levels in DigComp 2.1	Complexity of tasks	Autonomy	Cognitive domain
Foundation	1	Simple tasks	With guidance	Remembering
	2	Simple tasks	Autonomy and with guidance where needed	Remembering
Intermediate	3	Well-defined and routine tasks, and straightforward problems	On my own	Understanding
	4	Tasks, and well-defined and non-routine problems	Independent and according to my needs	Understanding
Advanced	5	Different tasks and problems	Guiding others	Applying
	6	Most appropriate tasks	Able to adapt to others in a complex context	Evaluating
Highly specialised	7	Resolve complex problems with limited solutions	Integrate to contribute to the professional practice and to guide others	Creating
	8	Resolve complex problems with many interacting factors	Propose new ideas and processes to the field	Creating

Med hjälp av denna tabell kan en person utvärdera sin digitala kompetensnivå inom de tidigare nämnda fem digitala kompetensområden, definierade av DigiComp 2.1. Nedan finns enkäter med förklaringar och utvärderingar som hjälper dig att utvärdera dig själv och se vilken nivå av digital kompetens du har.

Hur testar du dina digitala kompetenser?

Nedan presenteras två onlineverktyg som individer kan använda för att testa sin digitala kompetens.

Digital skills accelerator

Digital Skill Accelerator⁶⁴ är ett projekt som samfinansieras av Europeiska kommissionen, vilka syftade till att stärka fler till att analysera sin digitala kompetens. Genom att skapa en frågesport av självutvärdering, baserad på kompetensområden från DigiComp 2.1, syftade de till att definiera de digitala färdigheter som bör prioriteras. Detta genom att skapa ett självdirekt multimedia inlärningsystem, för att göra det lättare för studenterna att bestämma vilken väg de ska gå och vilka färdigheter de bör förbättra.

THE DIGITAL COMPETENCE WHEEL

Digital competence wheel utvecklades som ett resultat av ett stort EU-forskningsprojekt, DigiCom. Genom att svara på över 60 frågor om 16 olika digitala kompetenser utvärderar du dig själv och ser vilka kompetenser du bör förbättra eller inom vilket område du gör bra framsteg.

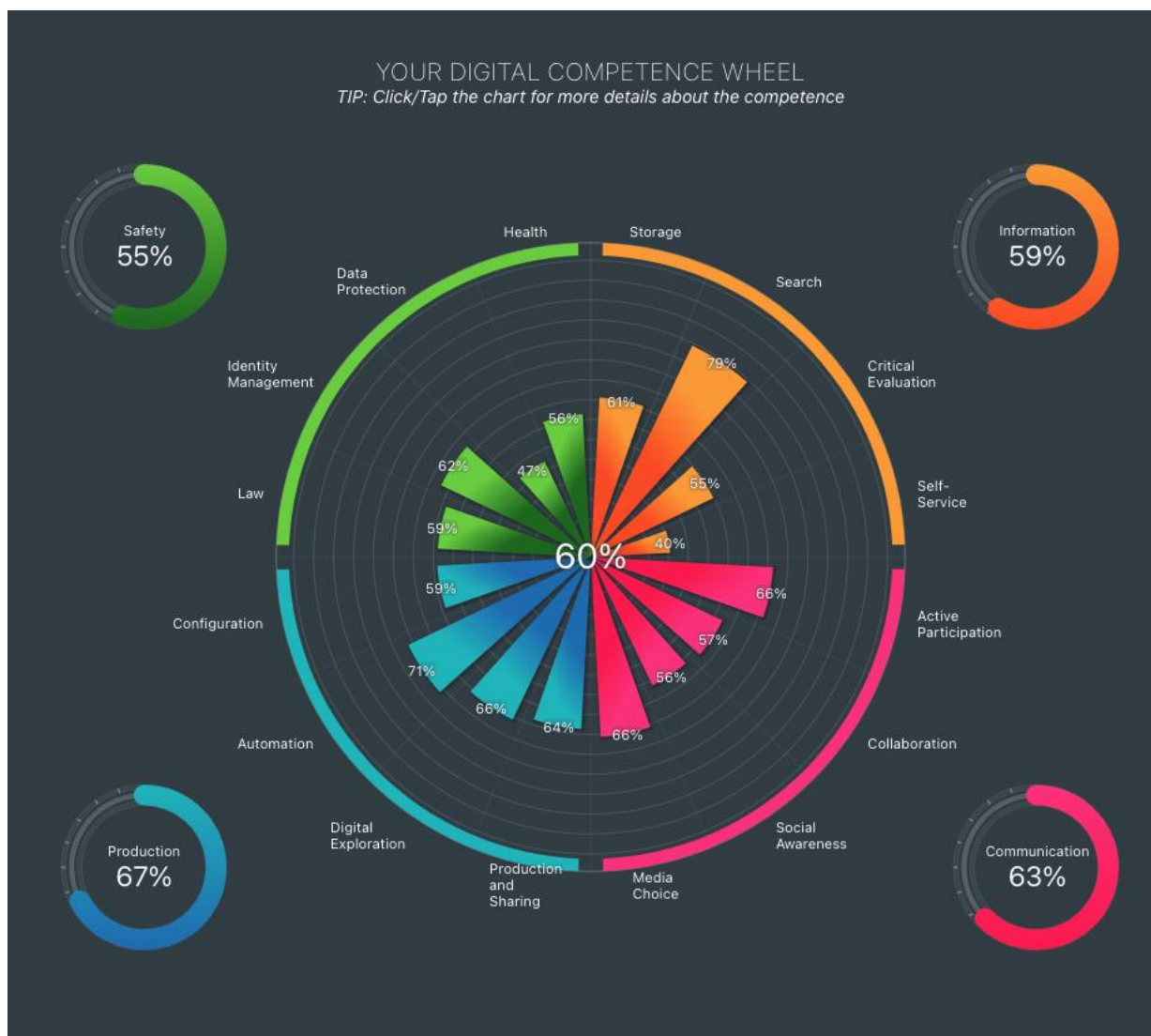
16 digitala kompetenser komprimeras i fyra olika kompetensområden:

- Säkerhet
- Information
- Produktion
- Kommunikation

Varje kompetensområde består av fyra olika kompetenser:

- **Säkerhet:**
 - Hälsa,
 - Identitetshandling,
 - Dataskydd,
 - Lag.
- **Information:**
 - Lagring,
 - Sökning,
 - Kritisk Utvärdering,
 - Självbetjäning.
- **Produktion:**
 - Aktivt Deltagande,
 - Samarbete,
 - Social Medvetenhet,
 - Val av Media.
- **Kommunikation:**
 - Produktion och delning,
 - Digital utforskning,
 - Automatisering,
 - Konfiguration.

⁶⁴ <https://www.digitalskillsaccelerator.eu/about/>



Exempel på Digital Competence Wheel ⁶⁵

⁶⁵ Digital Competence Wheel, <https://digital-competence.eu/dc/result/?uri=f8eee1cb4bdd09addeea06877a5a3632>

HUR MAN STARTAR ETT FÖRETAG - AFFÄRSPLAN, MARKNADSFÖRING, DESIGN OCH EKONOMI

Affärsplan

Oavsett om du vill starta ett nytt företag eller om du behöver ytterligare finansiering av en befintlig verksamhet från en investerare, är det första steget som är avgörande för att presentera din idé en bra affärsplan.

Du måste visa en meningsfull strategi och tydliga mål innan du kan förvänta dig investeringar.

Om du försöker samla in pengar via en bank, statliga incitament eller andra officiella finansinstitut måste du ha en officiell affärsplan.

Titta på affärsplanen som en guide till ditt företag som, om du följer den, hjälper dig att uppnå dina uppsatta mål. Även om en affärsplan kanske inte är något som krävs av dig hela tiden, är det värt att ta dig tid och att skriva den för att sedan ha med dig den genom ditt företags resa⁶⁶.

I början bör du ställa dig själv några frågor:

1. Vad vill du ha ut av ditt företag?
2. Arbetar du med det på grund av vinsten eller för att du brinner för idén?
3. Vilken typ av konkurrenter har du?
4. Planerar du att arbeta lokalt eller globalt, eller båda?
5. Har jag nödvändiga färdigheter och kunskaper för att utveckla idén?
6. Har jag tillräckligt med resurser?

Enligt Blackwell,⁶⁷ "du borde veta att din affärsplan är bara en av många när du närmar dig potentiell insamling, oavsett om vi talar om banker, individer, finanshus eller något annat sätt att finansiera". Blackwell sa att några element måste uppfyllas⁶⁸:

- var tydlig;
- fatta dig kort;
- var logisk;
- var sanningsenlig;
- förstärk ord med siffror när det är möjligt.

⁶⁶ *Business Plans 101*, <https://us.accion.org/resource/business-plans-101/>

⁶⁷ Blackwell, Edward (2011): *How to Prepare a Business Plan*, 5th edition, Kogan Page, London, [https://www.academia.edu/5871262/How to Prepare a Business Plan by Edward Blackwell](https://www.academia.edu/5871262/How_to_Prepare_a_Business_Plan_by_Edward_Blackwell), page 4

⁶⁸ Ibid.

Olika Typer av Affärsplaner

- **Mini-plan**

En mini-plan är en kort affärsplan som vanligtvis innehåller 2 till 10 sidor. Den måste täcka hela ditt företags koncept, finansieringsplan och information om driftskostnader och finansiella kostnader. Denna typ av dokument är fantastiskt att ha med sig så att du kan presentera ditt företag för potentiella investerare eller partners; men för större steg i utvecklingen av ditt företag kan du bli ombedd att ge mer.

- **Intern arbetsplan**

Om du behöver en affärsplan för internt bruk, för affärsändamål, behöver den inte vara lika formell som en detaljerad affärsplan. Ekonomi och mål måste anges tydligt. Du kan spara tid på information som endast utlänningar behöver (anställningsinformation, CV, etc.) och sätta ihop ett enkelt dokument som du alltid har till hands.

- **Formell presentationsplan**

En formell plan är en som du tänker på när någon säger att de behöver en affärsplan. Ett dokument som innehåller all information om dig och ditt företag och som du kommer att kunna använda vid varje tillfälle när du behöver presentera ditt företag och imponera på potentiella partners och/eller investerare. Var uppmärksam på tonen i skriften, presentationen måste vara förståelig och attraktiv, och naturligtvis fokusera på grammatik och stavning. Använd officiellt affärsspråk i den formella affärsplanen. Det måste vara sammanhängande och konsekvent. Använd nödvändiga grafer och tabeller och skriv ut planen på papper av hög kvalitet för att bilderna ska vara synliga.

- **E-plan**

Allt eftersom den digitala tidsåldern växer skickas de allra flesta dokumenten digitalt, och det görs även affärsplaner. E-planen ska vara en digital version av planen du skrev, beroende på dina behov.

Business Model Canvas (BMC)

Business Model Canvas⁶⁹ används som ett strategiskt hanteringsverktyg som täcker alla nödvändiga affärselement, antingen när du planerar att starta en ny verksamhet, produkt eller utvärdera en befintlig verksamhet.

BMC täcker nio viktiga delar av verksamheten⁷⁰:

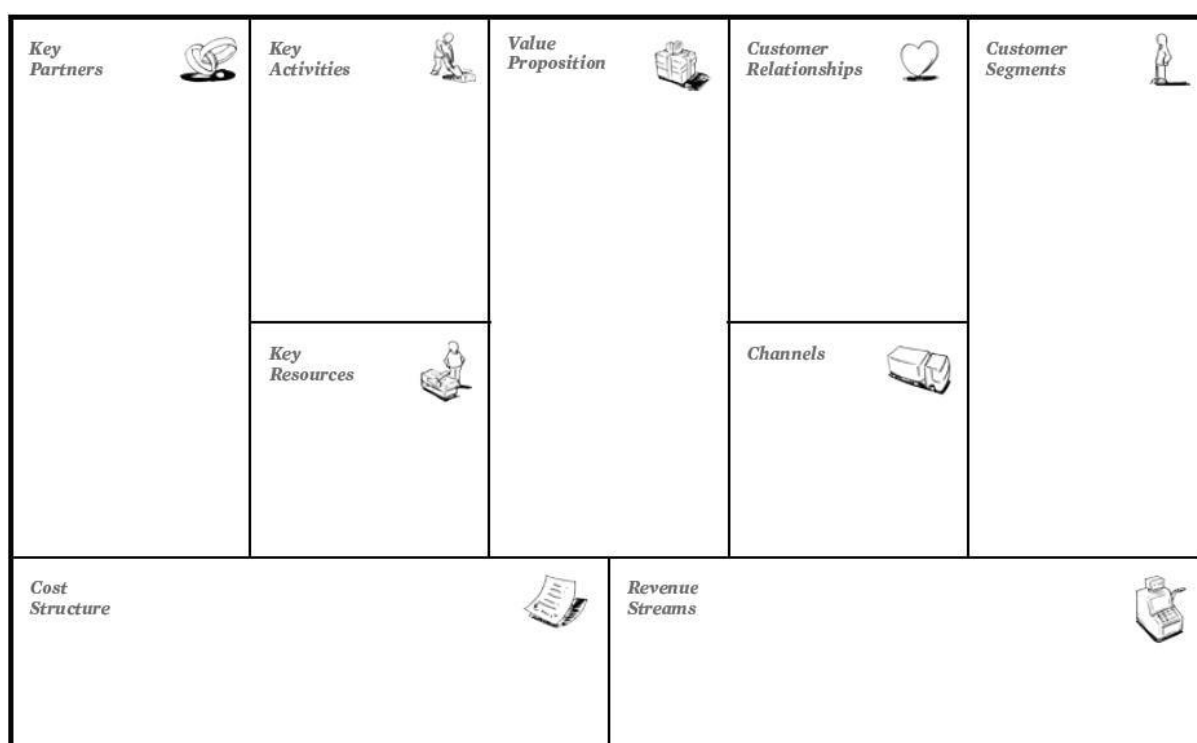
1. Värdeförslagen
2. Kundsegment
3. Kanalerna
4. Kundrelationen
5. De viktigaste resurserna
6. De viktigaste aktiviteterna
7. De viktigaste partnerna
8. Intäktsströmmarna
9. Kostnadsstrukturerna

⁶⁹ Bussines Model Canvas https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Business_Model_Canvas.png

⁷⁰ Osterwalder, Alexander, 2005, <http://businessmodelalchemist.com/2005/11/what-is-business-model.html>

BMC kan delas in i den externa (högra) sidan, som är mer fokuserad på kunden, och den interna (vänstra) sidan, som är mer fokuserad på verksamheten.

"Det mest uppenbara är att förnya värdepropositionen. När mobiltelefoner dök upp på marknaden erbjöd de en annan värdeproposition än fasttelefoner. I början av Internet hjälpte populära index som Yahoo! människor att hitta information på webben. När det gäller målgruppssegment har lågprisflygbolag som EasyJet kunna erbjuda flyg till massorna. Dell blev framgångsrik genom att utforska webben som en distributionskanal. Gillette har tjänat en förmögenhet genom att etablera ett kontinuerligt förhållande med kunder baserat på sina engångsrakblad. Apple återupplivades baserat på sina förmågor att tillföra design till datorer och elektroniska prylar. Cisco blev känt för sin kapacitet för att konfigurera aktiviteter i nya och innovativa försörjningskedjor. Intel blomstrade för sin förmåga att få partners att bygga på sin behandlingsplattform. Google fick ett kontinuerligt innovativt inkomstflöde genom att länka exakta sökresultat och innehåll till textannonser. Wal-Mart blev dominerande för sin förmåga att sänka kostnaden genom hela sin affärsmodell."⁷¹



Exempel på Business Model Canvas.

Nyckelfrågor som ska besvaras inom The Business Model Canvas

Under den digitala eran måste företag anpassa sina affärsmodeller till den nuvarande marknaden. Samtidigt måste nya startups och företag starta på ett bra sätt med sin idé. Business Model Canvas kan vara ett bra verktyg för båda; företag som redan finns och är villiga att anpassa sig till den digitala affärseran och företag eller startups som precis börjat bedriva sin verksamhet under den digitala eran. I en artikel av Guillaume Lestand⁷² finns det ett antal frågor som ska besvaras för varje avsnitt i Business Model Canvas. De presenteras av varje område i Canvas-modellen.

⁷¹ Alexander Osterwalder, *WHAT IS A BUSINESS MODEL?*, 2005, <http://businessmodelalchemist.com/2005/11/what-is-business-model.html>

⁷² Guillaume Lestand, *Key questions to be answered when you fill up a business model canvas*, 2016, <https://www.linkedin.com/pulse/key-questions-answered-when-you-fill-up-business-model-lestand>

⇒ **Värdeförslag**

- Vilka kundproblem löser vi och vilka behov möter vi?
- Vilka produkter och tjänster har vi inrättat för att uppnå detta?
- Vilket värde eller vilka fördelar skapar vi för kunderna?
- Vilket är det upplevda värdet av kunderna?
- Uppfyller vår nuvarande affärsmodell våra kunders behov fullständigt?
- Vad kan få en kund att ändra sig och gå till konkurrenter eller ersätta lösningar?

⇒ **Kundsegment**

- Vilka kundsegment betjänar vi huvudsakligen?
- Vilka är våra viktigaste kunder?
- Kommer samma individer att vara här de närmaste tio åren?

⇒ **Kundrelationer**

- Vilka typer av relationer förväntar sig våra kunder, och hur upprätthåller vi dem?
- Vem påverkar våra kunder (opinionsledare, intressenter, användare)?
- Vilka relationer har våra konkurrenter med sina kunder?
- Är det samma förhållande som vi har med våra kunder?
- Är det den bästa typen av relation att ha?
- Vilken typ av relationer skapar mest värde för våra kunder?
- Hur identifierar vi de olika typerna av relationer som våra kunder förväntar sig?
- Hur stärker vi den önskade relationen?

⇒ **Distribution**

- Genom vilka kanaler vill våra kundsegment nås?
- Hur når vi dem nu?
- Hur är våra kanaler integrerade?
- Vilka fungerar bäst?
- Vilka är mest kostnadseffektiva?
- Hur integrerar vi dem med kundrutiner?
- Hur ökar vi medvetenheten om vårt företags produkter och tjänster?
- Hur hjälper vi kunderna att utvärdera vår organisations värdeförslag?
- Hur tillåter vi kunder att köpa specifika produkter och tjänster?
- Hur levererar vi ett Värdeförslag till kunderna?
- Hur tillhandahåller vi kundsupport efter köpet?

⇒ **Nyckelaktiviteter**

- Hur producerar vi våra erbjudanden?
- Vilka kompetenser och nyckelaktiviteter behöver vi?
- Använder vår värdekedja våra kärnkompetenser till fullo?

⇒ **Nyckelresurser**

- Vilka viktiga resurser ligger bakom våra erbjudanden och värdeförslag när det gäller
- IT-system?
- Personalavdelning?

- Materiell utrustning?
- Lokalisering?

⇒ **Nyckelpartners**

- Vad ger vi dem?
- Vad ger dem oss?
- Vad är deras relation till vår verksamhet?
- Vilka är våra viktigaste partners?
- Vem påverkar våra kunder (opinionsledare, intressenter, användare)?

⇒ **Kostnader**

- Vad kostar det i allmänhet?
- Utnyttjar vi hela vår värdekedja?
- Kan vår värdekedja optimeras utan att våra kunders upplevda värde minskar?

⇒ **Intäkter**

- Hur stora är våra intäktsströmmar?
- Varför genererar det vinst?
- Vad är en kund villig att betala?

Marknadsföringsplan

En marknadsföringsplan är en av de viktigaste delarna i affärsplanen. Med en fullständig analys av deras behov är vår potentiella marknad och potentiella kunder involverade i marknadsplanen. Den består av fyra viktiga ämnen - produkt, pris, marknadsföring och plats⁷³.

Produkten definierar vilken typ av varor eller tjänster vi säljer. Vilken innovation har du att erbjuda? Varför är dina produkter "ett bättre val" än konkurrenternas produkter?

Priset definierar den totala kostnaden för din produkt. Skriv en steg-för-steg-kostnad i tillverkningsprocessen som ett användbart steg för att bestämma det totala priset. Räkna med din tid och resurser för att skapa den produkten. Maximera dina intäkter genom att optimera och balansera försäljningen.

Kampanjer är reserverade för att placera din produkt på marknaden. Vilka preferenser har du när det kommer till kvaliteten på produkterna? Siktas du på premiumtjänster eller premiumprodukter? Vilken typ av reklam hade du använt? Definiera fördelar med offline- och online-annonseringsstrategier.

Platsen definierar en plats där dina tjänster eller produkter kommer att erbjudas. Ska det bara vara online, kanske bara ett lokalt företag, eller kommer du att kunna hantera båda alternativen? Innan du definierar huvudkanalen/kanalerna för försäljning av dina tjänster eller produkter, gör en korrekt analys av vilken kanal som borde returnera den viktigaste investeringsavkastningen.

⁷³Wolters Kluvert, *Marketing Plan Component of Your Business Plan*,
<https://www.bizfilings.com/toolkit/research-topics/launching-your-business/planning/marketing-plan-component-of-your-business-plan#:~:text=The%20marketing%20portion%20of%20a,into%20a%20commercially%20viable%20reality.>

Dessutom ska du använda en **SWOT**-analys för marknadsanalys. S står för Strengths (styrkor), W står för Weaknesses (svagheter), O står för Opportunities (möjligheter) och T står för Threats (hot). Fyra olika underkategorier fördefinierar alla fyra elementen i denna analys.⁷⁴ Nedan följer ett grafiskt exempel på frågor som ska besvaras under en SWOT-analys.



Finansplan

Finansplanen är en obligatorisk del av varje affärsplan, eftersom den presenterar en prognos över kostnaderna för att starta och underhålla verksamheten.

Det är en plan som utvecklats i ett kalkylblad med fördefinierade kostnader för aktiviteter, resurser, utrustning och material som behövs för att uppnå dessa mål.⁷⁵

Den finansiella planeringsaktiviteten⁷⁶ omfattar följande uppgifter:

- Bedöma affärsmiljön
- Bekräfta affärsvisionen och målen
- Identifiera vilka typer av resurser som behövs för att uppnå dessa mål
- Kvantifiera mängden resurser (arbete, utrustning, material)
- Beräkna den totala kostnaden för varje typ av resurs
- Sammanfatta kostnaderna för att skapa en budget
- Identifiera eventuella risker och problem med budgeten.

En finansplan bör innehålla några analysmoment. Utgångspunkten bör vara din break-even-analys⁷⁷; månadsvis break-even-punkt, planerad vinst och förlust, jämförelse mellan år i vinst och förlust samt kassaflödesprognos. Förutom det, genom att skapa en planerad balansräkning och följa en affärsration, kommer du att få insikt om hur du behåller ditt företag.

⁷⁴ Rojko K., (2020), 'E-poslovanje' [PowerPoint presentation], https://moodle.fis.unm.si/pluginfile.php/2472/mod_resource/content/3/ePoslovanje_16.10.2020.pdf

⁷⁵ Wikipedia, *Financial planning*(Business), [https://en.wikipedia.org/wiki/Financial_planning_\(business\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Financial_planning_(business))

⁷⁶ Ibid.

⁷⁷ Bplans, *E-commerce Internet Business Plan*, <https://www.bplans.com/e-commerce-internet-business-plan/financial-plan/>

DIGITAL STRATEGI

Den digitala strategin representerar en plan som använder digitala resurser för att uppnå mål som är relevanta för en viss verksamhet eller startup. Den bygger på användning av teknik för att skapa funktioner som behövs för att verksamheten ska bli digital. Digital strategi är föremål för förändringar i affärsmodellen och kan också vara en anledning att göra förändringar i modellen för verksamheten/företaget.⁷⁸

Den digitala strategin letar efter sätt att använda teknik för att förändra aktivitet och därmed verksamhet. Den digitala strategin tittar på aktiviteter och processer som behöver ändras för att ge bättre kundtjänster. Sedan letar det efter rätt kombination av teknik och strategier för att skapa dessa upplevelser. Digitala ledare har hittat nya konkurrensfördelar och möjligheter för tillväxt genom att genomföra denna strategiförändring.⁷⁹

Att bygga en framgångsrik digital strategi är en fråga som alla framtida entreprenörer kommer att ställa sig själva under utvecklingen av en idé för ett framtida företag. En artikel från Harvard Business Review⁸⁰ föreslår att fem följande frågor kan vara en användbar guide för att förstå inflytandet som digital teknik har på företag:

1. Ändrar digital teknik de affärer du borde vara i?
2. Hur kan digital teknik förbättra sättet du ger mervärde till de affärer du befinner dig i?
3. Kan digital teknik förändra din målkund?
4. Påverkar digital teknik din målkunds värdeförslag?
5. Hur kan digital teknik förbättra de möjligheter hos ditt företag som skiljer dig från dina konkurrenter?

Tio steg för att bygga en effektiv digital strategi

I artikeln "10 Steps to Building an Effective Digital Strategy"⁸¹ finns en guide med tio steg med råd om hur man bygger en effektiv digital strategi. Dessa steg är:

1. Definera "Varför"

Det första steget är att definiera varför ditt företag existerar eller varför det bör existera (om du håller på att utveckla idén).

Simon Sineks TED Talk beskriver hur man kan hitta ditt företags "varför" med hans gyllene cirkelmetodik. Han förbinder punkterna mellan exceptionella ledare, exceptionella varumärken och uppfattningen att människor inte köper uttrycket "vad du gör, de köper varför du gör det." När du väl

⁷⁸ Jevđić et al. 2020, Handbook "Digital Entrepreneurship Start-up", https://issuu.com/pinconsulting/docs/3_o1_eng_final_digital_entrepreneurship_start-up accessed 24.03.2021.

⁷⁹ Christine Reyes, Digital Strategy - The Evolving Business Strategy, <https://www.liferay.com/resources/l/digital-strategy> accessed 24.03.2021.

⁸⁰ Ken Favaro, Don't Draft a Digital Strategy Just Because Everyone Else Is, <https://hbr.org/2016/03/dont-draft-a-digital-strategy-just-because-everyone-else-is> accessed 24.03.2021.

⁸¹ Jeff Rum, 10 Steps to Building an Effective Digital Strategy, <https://www.socialmediatoday.com/marketing/10-steps-building-effective-digital-strategy> accessed 24.03.2021.

kan identifiera ditt företags "Varför?", kommer det bli lättare att skapa en övertygande varumärkeshistoria, autentiska meddelanden och engagerande innehåll.⁸²

2. Utveckla varumärkeshistorian

Studier har visat att konsumenter stöter på upp till 20 000 varumärken varje dag, varav endast 12 lämnar ett intryck.⁸³ Om ett företag eller en startup vill vara bland dessa 12 varumärken måste det företaget ha en historia som kommer att ha betydelse för människor (tänk konsumenter/kunder/användare). Bra historier säljer produkten, oavsett om det är ett vinstdrivande, ideellt eller ett företag med ändamål.

3. Definiera målen

När du definierar de digitala strategimålen är det viktigt att vara uppmärksam på att utveckla uppnåeliga mål som kommer att nås under den angivna perioden. Baserat på detta är det möjligt att övervaka målen senare och vidareutveckla/anpassa den digitala strategin.

4. Utveckla personer över målkunden

För att få kunder eller konsumenter i ett företag måste man först förstå vem som är målgruppen, vad de gillar/ogillar, vad de behöver etc. I det här steget är det bra att utveckla tre till fyra personer baserat på vilken typ av människor som hade varit ideala kunder/konsumenter. En fullständig persona kommer att innehålla information om konsumenterna för att presentera sin bakgrund, karriär, mål, värderingar, beslutsfattande tendenser etc.⁸⁴

5. Skapa en resekarta

När den önskade personen över målkunden har utvecklats och det finns en klar förståelse för vem som förväntas vara en målkund, är nästa steg att skapa en resekarta. En resekarta hjälper till att förstå hur människor interagerar med företagets online-närvaro och hjälper till att anpassa online-närvaron om det så behövs. Under utvecklingen av resekartan kan svar på följande frågor⁸⁵ vara till hjälp:

- Var är första stället en användare stöter på ditt företag online?
- Vilka beröringspunkter är viktigast när en användare fattar ett beslut?
- Vad får dem att lämna, och vad får dem att komma tillbaka?

6. Nyckelkanaler

Idag finns det flera olika sociala medier och appar. Mer om olika sociala medier finns i kapitlet "Betydelsen av att nätverka online". Många företag gör misstaget att ha sin närvaro på alla större sociala medieplattformar, vilket förbrukar mycket resurser och tid; särskilt i startperioden för ett företag/startup. Baserat på personorna över målkunden och resekartan bör man välja ut nyckelkanaler för kommunikation med målgruppen. Detta innebär praktiskt taget att om målgruppen huvudsakligen använder Facebook finns det inget behov av att ha aktiva kanaler på Twitter, TikTok etc. Du bör vara inriktad på att skapa och presentera en varumärkeshistoria på Facebook; utveckla den organiskt och använd betald räckvidd för att få kontakt med nuvarande och framtida målkunder.

⁸² Ibid.

⁸³ Ibid.

⁸⁴ Jevđić et al. 2020, Handbook "Digital Entrepreneurship Start-up", https://issuu.com/pinconsulting/docs/3_o1_eng_final_digital_entrepreneurship_start-up accessed 24.03.2021.

⁸⁵ Jeff Rum, 10 Steps to Building an Effective Digital Strategy, <https://www.socialmediatoday.com/marketing/10-steps-building-effective-digital-strategy> accessed 24.03.2021.

7. Utveckling av innehållsstrategi

Just nu finns marknadsföring överallt runt omkring oss, särskilt i det digitala utrymmet. När man utvecklar en innehållsstrategi är nyckelfrågan: "Är mitt innehåll användbart för målgruppen?".

Du behöver inte uppfinna hjulet igen när det gäller innehåll. Ta reda på vad din målgrupp vill ha och behöver, och skapa det åt dem på ett kreativt sätt. Människor delar vad som är bra, följer vad som är vanligt och svarar på vad som är lämpligt.⁸⁶

8. Utarbeta en innehållskalender

Efter att ha utvecklat innehållsstrategin måste vi fastställa datum och utveckla steg för att genomföra den utvecklade strategin. Att ha en tydlig översikt över viktiga datum och deadlines i form av en kalender hjälper till att organisera och vidareutveckla företaget. Det är viktigt att hålla reda på vad som händer, men samtidigt bör detta inte sakta ner dig från att styra ditt företag.

9. Planera resurserna

En viktig princip för en framgångsrik digital strategi är att göra planer och strategier baserade på resurser som det specifika företaget har, och inte resurser som andra företag har.

10. Mäta arbetet

Det finns ingen brist på data inom digital marknadsföring. Alla större onlineplattformar och nätverk har analyserbjudanden och otaliga tredjepartsplattformar erbjuder alla typer av datarapportering.⁸⁷ Gör en översikt över de uppsatta målen (i steg 3) och se vilka siffror du bör leta efter. När du har analyserat datan vet du vad som fungerar och vad som inte fungerar.

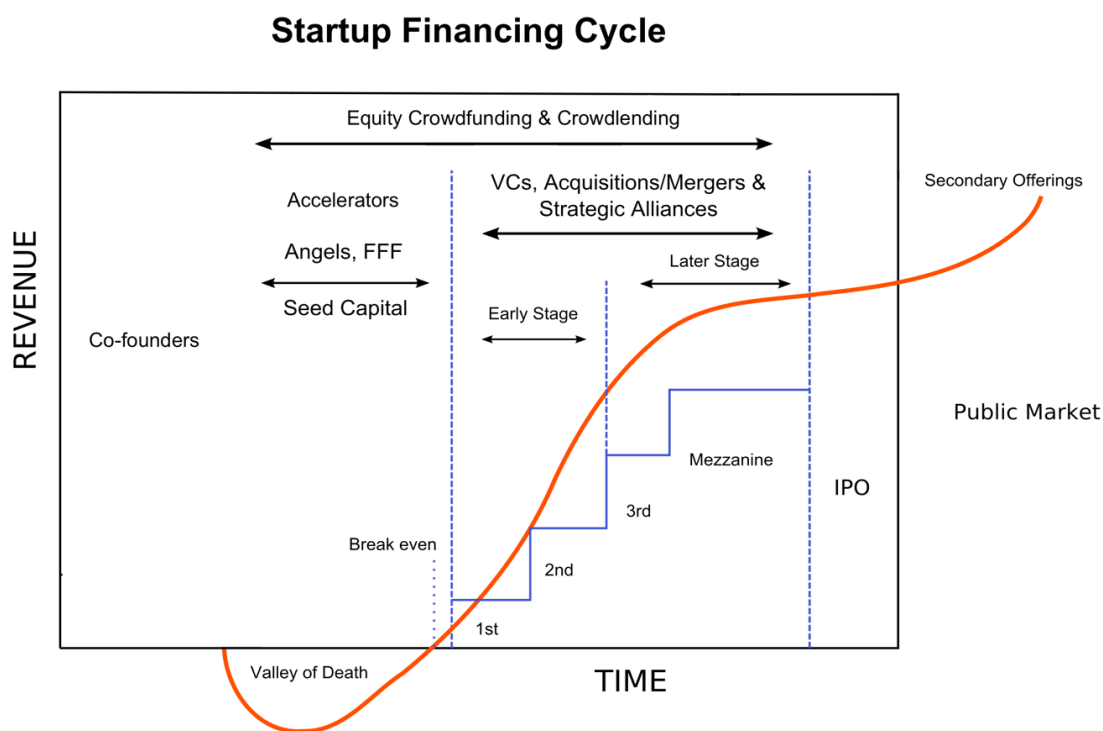
⁸⁶ Ibid.

⁸⁷ Jeff Rum, 10 Steps to Building an Effective Digital Strategy, <https://www.socialmediatoday.com/marketing/10-steps-building-effective-digital-strategy> accessed 24.03.2021.

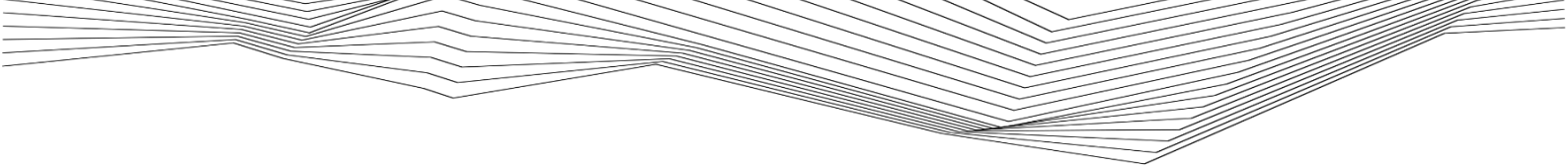
FINANSIERINGSMÖJLIGHETER FÖR DIGITALA ENTREPRENÖRER

"Finansiering innebär att tillhandahålla resurser för att finansiera ett behov, ett program eller ett projekt. Även om detta vanligtvis är i form av pengar, kan det också ta form av ansträngning eller tid från en organisation eller ett företag. Generellt används detta ord när ett företag använder sina interna reserver för att tillgodose sitt behov av kontanter, men kan även användas när företaget förvärvar kapital från externa källor."⁸⁸

Att få finansiering är det viktigaste i ditt företag, särskilt i början. När du väljer att starta ett eget företag är ekonomisk stabilitet något som måste uppnås. Utan en stabil ekonomisk situation kommer du inte att kunna hantera ditt företag. Internet gav oss en möjlighet att starta, marknadsföra och utveckla vår verksamhet. Det har aldrig varit lättare att vara synlig och erbjuda dina tjänster eller varor till potentiella kunder på den globala marknaden. Samma sak händer vad gäller sökning efter en potentiell investerare. Det finns så många potentiella investerare på marknaden, men det kan också försvåra saken. Med en större marknad kommer större konkurrens och chanserna att finansieras är lägre. Därför bör du presentera ditt företag på bästa möjliga sätt.



⁸⁸ Wikipedia contributors, *Funding*, 2021, Wikipedia. <https://en.wikipedia.org/wiki/Funding>



Startup financing cycle⁸⁹ visar oss ett finansieringsdiagram och vägen för en startup. Alla finansieringsalternativ som kommer att beskrivas nedan finns med i detta diagram. Alla startups finansieras genom etapper/faser och varje fas har sin grupp av investerare. Logiskt sett har investerarna som är redo att vidta åtgärder i den tidiga fasen större chans att misslyckas. Samtidigt har de chans till en stor vinst om företaget blir framgångsrikt.

Åtta sätt att finansieras på

När vi talar om finansiering, så finns det åtta sätt⁹⁰ att bli finansierad på:

1. Få bidrag
2. Crowdfunding
3. Familj och vänner
4. Affärsänglar
5. Självfinansiering
6. Sök venturekapital
7. Banklån
8. Mikrofinansiering via banker

1. Få bidrag

Enligt EU kan man beviljas bidrag på två olika sätt⁹¹: direkt finansiering och indirekt finansiering, beroende på vilken typ av företag eller projekt man har.

Förslagsinfodran förklaras på [Funding and Tenders portal](#)⁹², där du kan ansöka och kontrollera alla nödvändiga villkor för att få finansiering.

Detta ekonomiska stöd finns också tillgängligt hos några andra organisationer. Enligt Bullock⁹³, så kan du i USA ansöka om bidrag för startups hos organisationer såsom Small Business Innovation Research (SBIR), National Association for Self-Employed (NASE) och Idea Café.⁹⁴

Allt i världen har fördelar och nackdelar, detsamma gäller bidrag.

Fördelarna⁹⁵ med att bli finansierade via bidrag är:

- "Gratis pengar" - inget behov av att betala tillbaka;

⁸⁹ By Kmuehmel, VC20 - https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Startup_financing_cycle.svg, CC BY-SA 3.0, <https://commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=41190293>

⁹⁰ Bullock, How To Fund Your Start-Up Business Idea, 2019, Forbes, <https://www.forbes.com/sites/lilachbullock/2019/02/25/how-to-fund-your-start-up-business-idea/?sh=63aed4dc70f7>

⁹¹ EU funding programmes, 2020, https://europa.eu/youreurope/business/finance-funding/getting-funding/eu-funding-programmes/index_en.htm

⁹² European Commission, Funding and tender programmes, <https://ec.europa.eu/info/funding-tenders/opportunities/portal/screen/home>

⁹³ Bullock, How To Fund Your Start-Up Business Idea, 2019, Forbes, <https://www.forbes.com/sites/lilachbullock/2019/02/25/how-to-fund-your-start-up-business-idea/?sh=63aed4dc70f7>

⁹⁴ Ibid.

⁹⁵ 8 Advantages and Disadvantages of Business Grants, 2018, <https://www.businessgrants.org/2018/12/8-advantages-and-disadvantages-of-business-grants.html>

- Enkel tillgång till information - all information om hur, när och vem som kan få bidrag finns på ett ställe;
- Vattenfalleffekt - med detta anses det faktum att när du väl beviljas blir du kvalificerad för andra organisationer som en pålitlig kandidat;
- Få trovärdighet - Du kan bli befördrad genom att få bidrag, vilket i sin tur ökar din synlighet;

Nackdelar⁹⁶:

- Tidskrävande - byråkrati är en term som säger allt om denna nackdel. Det är en lång process och du måste hitta den rätta för dig i ett enormt hav av möjligheter. Ifyllning av pappersarbete påskyndas åtminstone m.h.a. särskilda instruktioner.
- Svårt att få - det är stor konkurrens och de försöker också få finansiering.
- Osäker förnyelse - Ingenting är säkert idag, och det är inte heller förnyelsekontraktet. Förmodligen måste du ansöka om ett bidrag från år till år, och ditt företag måste vara stabilt om du vill få pengar.
- Förpliktelser - Du måste hålla fast vid planen som du har lagt fram när du ansökte om bidraget.

2. Crowdfunding

"Crowdfunding innebär att skaffa behövd finansiering (för ett nytt företag) genom att begära bidrag från ett stort antal människor, särskilt från online-communityn"⁹⁷. Crowdfunding är förmodligen det mest kända ordet av alla nämnda, och det är ett populärt tillvägagångssätt för den digitala ekonomin. En stor fördel med detta sätt att få pengar är att det inte finns något behov av att få tillbaka pengar om allt går enligt planen och du får ett belopp som du har ställt in som mål. Huvudsakligen finansieras denna typ av finansiering av individer. Att besluta att skaffa medel via onlineplattformar kan ge mer omfattande medieuppmärksamhet och du kan få feedback och råd om hur du kan förbättra din affärsidé.

Lista över de bästa crowdfunding-plattformarna⁹⁸ i olika kategorier av [The Balance Small Business](#):

- **Bästa totalt sett:** [Kickstarter](#)
- **Andra plats, bästa totalt sett:** [Indiegogo](#)
- **Bäst för Ideella Organisationer:** [Causes](#)
- **Bäst för Skapare:** [Patreon](#)
- **Bäst för Personlig Insamling:** [GoFundMe](#)
- **Bäst för Equity Crowdfunding:** [CircleUp](#)

Kickstarter har samlat in mer än 5 miljarder dollar sedan 2009. De är kända som en "allt eller inget" - plattform, vilket innebär att du inte får några pengar förrän det mål du har satt är uppnått. Betalningsavgiften är 3% till 5% och deras serviceavgift är 5%.

Indiegogo liknar Kickstarter. De fastställer dock inte en fast finansieringsavgift om du inte når ditt mål. Indiegogo beräknar en avgift på 5% för dem som tar flexibla eller fasta medel. Transaktionsavgiften är 30 cent per transaktion och deras serviceavgift är 3%. Men för att få dina finansierade pengar måste du uppfylla ett villkor - \$500 måste finansieras för din kampanj om du vill få betalt.

Causes är gratis. Den främsta anledningen till att de är gratis för användarna är att de visar annonser. Causes är skapad som en social nätverksplattform som håller samman människor med gemensamma

⁹⁶ Ibid.

⁹⁷ Crowdfunding, The Merriam-Webster.Com Dictionary, 2021, <https://www.merriam-webster.com/dictionary/crowdfunding>

⁹⁸ Nguyen, The Best Crowdfunding Sites, 2020, <https://www.thebalancesmb.com/best-crowdfunding-sites-4580494>

intressen i sociala, politiska och kulturella frågor och hjälper dem att få finansiering för sina program och idéer. Det är inte strikt för ideella organisationer; individer kan också få stöd.

Patreon skapas för digitala innehållsskapare, podcastare, bloggare och liknande. De arbetar på prenumerationsmodellen, där skaparen får pengar varje månad eller genom att skapa något. På Patreon kan du skicka exklusiva skapelser till dina prenumeranter för att behålla dem som sina investerare. Prenumeranter kan avbryta sin prenumeration om de ser att innehållsskaparen inte längre producerar innehåll. Avgiften är 2,9% och de tar 35 cent per pledge.

GoFundMe kan beskrivas som den mest publicerade crowdfunding-plattformen. GoFundMe-insamlare samlar mestadels in för välgörenhetsändamål, och de skapas främst av privatpersoner, men företag kan också använda dem. Deras serviceavgift är 2,9% och 30 cent för varje donation. Denna plattform har ingen allt-eller-inget modell, vilket innebär att du får alla donationer. Det intressanta är att det fritt från avgifter för personliga kampanjer för dem som är baserade i USA.

CircleUp erbjuder kapital och kreditfinansiering. Plattformen är skapad som ett nätverk där du kan hitta experter, återförsäljare eller entreprenörer. Maskininlärningen Helio driver hela plattformen. Deras programvara samlar in och analyserar alla tillgängliga, nödvändiga data för att utvärdera vissa affärer och förutsäga framtida affärsframgång.

3. Familj och vänner

Denna typ av finansiering kan vara en bra finansieringskälla. Varför? Dessa människor känner dig bäst och vet förmodligen allt om din idé. De är mer benägna att investera i ditt företag och att stödja dig på grund av ditt förhållande till dem. Den personliga relationen kan vara knepig och utmanande, speciellt om du inte skiljer mellan personlig och affärsrelation. Vid någon tidpunkt kan de börja ge sin egen åsikt, vilket du kanske inte håller med, och det kan vara en brytpunkt i ditt intima förhållande. Denna typ av risk finns inte i någon annan typ av finansiering.

4. Affärsänglar

Du kan hitta en grupp förmögna människor som är redo att investera i spännande idéer eller affärsmöjligheter i varje stad eller land. Använd ditt lokala nätverk och skrapa igenom ytan så hittar du dem. Dessa typer av investerare vidtar oftast åtgärder under "sådd"-fas av din tillväxt. Såddfasen är en period som sker precis i starten.

Som vi nämnde är de redo att investera i bra möjligheter, men kom ihåg att de måste se några resultat innan de investerar. Tänk också på att de inte vill ge dig ett lån; de är här för att bli en del av ditt företag genom att ta en del av ditt företag. Ibland kan det vara 5-10% av det egna kapitalet i företaget. Å andra sidan kan det vara positivt för ditt företag på grund av deras professionalism, kunskap och nätverk. Affärsänglar använder sina egna pengar, och den mest dominerande gruppen för deras investeringar är startups.

[EBAN](https://www.eban.org/)⁹⁹ är en av de mest kända icke-vinstdrivande organisationerna. De representerar det paneuropeiska investeringssamhället i ett tidigt skede och samlar medlemsorganisationer och individer från Europa och andra delar av världen.

5. Självfinansiering

De flesta startups använder denna finansieringsmodell i starten. Ägare investerar sina egna pengar, mestadels från sparanden. Några väntar flera år för att spara tillräckligt för att kunna börja utveckla sin idé. Dessa investeringar är generellt sett betydelselösa, men de räcker för att starta ett företag. Värt att nämna är fördelen med självfinansiering; om det lyckas är vi 100% ägare till verksamheten och vi har fullständig kontroll över vår verksamhet.

⁹⁹ <https://www.eban.org/>

Du kan bli framgångsrik och det finns fler än ett sätt att uppnå det målet. Ekonomiska experter är överens om att SMART-strategi och tidshantering med korrekt ekonomi kan öka dina chanser att bli framgångsrik med ditt företag.

6. Sök venturekapital

Venturekapital¹⁰⁰ representerar privat kapitalfinansiering som ges av riskkapitalföretag eller fonder. Denna typ av kapital som tillhandahålls av riskkapitalföretag investeras i ett tidigt skede av en startup eller ett företag i utbyte mot eget kapital. De presenteras som riskaktörer eftersom de tar risken att finansiera ett företag från början, och de hoppas att vissa av dem kommer att bli framgångsrika. Med tanke på att startups har en oviss framtid vad gäller framgång och att de inte är stabila företag står riskkapitalinvesteringar inför ett stort antal misslyckanden. Å andra sidan, som vi nämnde tidigare, kommer de att "explodera" om de får chansen, och då står riskkapitalinvesterare inför en betydande framgång. Varför är det intressant för dem att investera i startups? Ofta utvecklas en startup i ett mycket lönsamt affärsområde, känt som Informationsteknik (IT). Inom detta affärsområde står vi inför världsförändrande affärsmodeller och den mest innovativa tekniken som har en påverkan på global nivå.

Riskkapitalinvesterare vidtar åtgärder under perioden efter att du har fått startfinansiering. Enligt Bullock (2019)¹⁰¹, vill riskkapitalinvesteringar få tillbaka sin investering, göra vinst och gå vidare till att hitta nästa "nya" startup.

7. Banklån

Ett banklån är ett gammalt och troligtvis säkert sätt att finansiera. Det kan vara lite komplicerat, men om du har en bra kreditvärdighet och en god kredithistoria kommer du inte att ha problem med att få den här typen av finansiering. Den positiva sidan av att ta ett banklån som ditt finansieringsalternativ är att du behåller det totala kapitalet. Den negativa sidan är att du måste betala tillbaka hela lånet plus räntor. Konsekvensen av att inte skapa en bra plan för banklånsinvesteringar är att det kan leda till konkurs.

8. Mikofinansiering via banker

Finansiering av ens företag med mikrofinansinstitut är ett utmärkt tillfälle för personer med dålig kredithistoria. Dessa människor anses vara en högriskgrupp, vilket leder till att det inte får grönt ljus för ett vanligt banklån. Mikrofinansiering är en blygsam typ av lån och du ska, i de flesta fall, vara redo på att förbereda mycket dokumentation innan ett godkännande. Enligt Europeiska kommissionen¹⁰² finns det flera anledningar till att du kan dra nytta av denna typ av finansiering:

- Om du vill bli egenföretagare eller utveckla ett mikroföretag
- Om du är arbetslös
- Om du har tagit ledigt från arbetsmarknaden
- Om du har svårt att få regelbunden kredit (för gammal, för ung, medlem i minoritetsgrupp, har funktionshinder etc.).

Via den här [länken](#) kan du kontrollera om du har en sådan finansieringsmöjlighet i ditt land

¹⁰⁰ Wikipedia, 2021, 'Venture capital', https://en.wikipedia.org/wiki/Venture_capital

¹⁰¹ Bullock, How To Fund Your Start-Up Business Idea, 2019, Forbes, <https://www.forbes.com/sites/lilachbullock/2019/02/25/how-to-fund-your-start-up-business-idea/?sh=63aed4dc70f7>

¹⁰² The European Commission, *EU Microfinance support*, <https://ec.europa.eu/social/main.jsp?langId=en&catId=836>

BETYDELSEN AV ATT NÄTVERKA ONLINE

Att nätverka digitalt är att bygga relationer via sociala medier. Precis som traditionellt nätverkande innebär att delta i tillställningar, skaka hand och utbyta visitkort, så läser du människors inlägg, kommenterar och delar dem i den digitala världen. Du interagerar.



<https://www.thesmallbusinesssite.co.za/>

Sociala nätverk är inte ett nytt koncept; de har alltid funnits men i olika former. Det är nätverk som representerar en vänskrets som söker till att behålla och expandera. De flesta använder Internet främst för att komma åt sociala nätverk som har blivit en integrerad del av våra liv. Antalet användare av sociala nätverk växer varje dag. Tillgång till sociala nätverk har blivit det primära sättet att nå internetanvändare på.

Under de senaste fem åren har sociala nätverk blivit extremt populära. Miljontals människor skapar sociala profiler för att dela sina foton, upplevelser, åsikter och allt annat de är intresserade av med andra användare. Sociala medier kan sätta en organisation i en avundsvärd position jämfört med konkurrensen. Förutom privatlivet har sociala nätverk också blivit mycket populära när det gäller att utveckla affärer.

Sociala nätverk möjliggör många aktiviteter, t.ex.:

- Rekommendationer, det vill säga tillämpning av mun till mun-marknadsföring,
- Marknadsundersökning,

- Skapa och validera idéer,
- Utveckling av nya produkter,
- Hantering av kundrelationer,
- Alla former av marknadsföring och kommunikation.

Sociala nätverk har blivit en del av vardagen, både privat och inom näringsliv. Fler och fler företag känner till fördelarna med sociala medier i sin egen verksamhet, både för att kommunicera med potentiella kunder, kontakta kunder och locka nya talanger till företaget. Kommunikation via sociala nätverk sker dagligen och interaktion är inte längre ensidig. Genom strategiskt genomtänkta inlägg, texter, foton, videor och reklam skapar företag sin image och blir igenkännliga på marknaden.

Några av de mest populära sociala nätverken idag är Facebook, Instagram, Twitter och LinkedIn.

⇒ Facebook

Facebook är ett socialt nätverk som ursprungligen uteslutande fokuserade på studenter vid vissa amerikanska universitet. Därför var det inte avsett för alla, särskilt inte för de människor som använder det idag. Facebooks historia började 2004. När studenterna Mark Zuckerberg, Eduardo Saverin, Andrew McCollum, Dustin Moskovitz och Chris Hughes, rumskamrater från Harvard University, lanserade webbsidan.¹⁰³ Idén med Facebook var att koppla ihop människor som redan känner varandra i verkligheten via Internet. På så sätt kunde användare kommunicera med nära släktingar, kollegor från jobbet, vänner och bekanta. Förutsättningen för att komma in på sidan var att ha en giltig e-postadress, och om någon inte längre ville använda Facebook kunde de snabbt ta bort den eller inaktivera sin profil. Huvudegenskaper med Facebook är möjligheten att ta emot virtuella gratulationskort och presenter, olika frågesporter och olika spel, och det faktum att det är gratis (Grbavac, 2014: 212). Naturligtvis är detta bara några av anledningarna till dess popularitet.

När vi ser tillbaka på näringslivet har Facebook de senaste åren ersatt traditionell reklam, och det har blivit omöjligt att bläddra ner på förstasidan utan att "bombarderas" av flera annonser. Facebooks popularitet är inte förvånande med tanke på att du idag kan hitta all nödvändig information; jobb- eller lägenhetsannonser, nyheter från hela världen och möjlighet för alla att gå med i grupper för olika yrkesområden.

Ur ett affärsperspektiv har Facebook blivit det perfekta nätverket för att nå den önskade målgruppen och sprida det önskade budskapet då geografiska hinder inte existerar, vilket leder till en bortgång från traditionell marknadsföringsannonsering. Det har blivit mycket lättare att nå målgruppen. Ett stort plus med Facebook är att dess marknadsföringsvärde kan mätas direkt genom Facebook Analytics.

⇒ Twitter

Twitter är ett populärt socialt nätverk och offentlig mikrobloggtjänst som publicerar och tar emot korta textmeddelanden, så kallade tweets på upp till 280 tecken, därav namnet mikrobloggtjänst. Twitter kan användas via en webbläsare i en webbmiljö, som en applikation på mobila enheter eller via en SMS-tjänst.¹⁰⁴ Med tanke på hur Internet påverkar kommunikationskulturen och relaterade trender är det värt att lyfta fram Twitter som en av de viktigaste internetjänsterna som har populariserat användningen av hashtags i syfte att kategorisera publicerat innehåll.¹⁰⁵ Med rätt hashtags kan folk placera sig bland de mest lästa tweeterna med sina inlägg. Det speciella med Twitter är att flera inlägg per dag inte ses som skräppost. Detta åtskiljer Twitter från Facebook.

¹⁰³ Ružić, Drago; Biloš, Antun; Turkalj, Davorin. 2014. E-Marketing: page 97

¹⁰⁴ Ibid.

¹⁰⁵ Ružić, Drago; Biloš, Antun; Turkalj, Davorin. 2014. E-Marketing: p107

På Twitter är det väldigt enkelt att forma ett företags varumärke och skapa en viss bild av det, vilket är en positiv sak sett ur ett affärsperspektiv. Det är också väldigt enkelt att hitta kommentarer om företaget på Twitter eller ta reda på aktuella ämnen och därmed alltid trenda (Lake, 2018).

⇒ Instagram

Instagram är ett socialt nätverk som liknar Facebook och Twitter, men med huvudfokus på fotografi och video. Dessutom är Instagram främst avsedd för användning på mobila enheter. Inga statusar publiceras på Instagram - allt fokus ligger på det visuella. Likt Twitter kan du ha dina följare här också, och räckvidden kan bäst uppnås genom hashtags (#). Kevin Systrom och Mike Krieger grundade detta sociala nätverk för nio år sedan, och 2012 köptes det upp av Facebook.¹⁰⁶ Den otroliga kraften med Instagram är att den är så populär bland ungdomar, som bland annat kände igen dess potential och kraft och började använda den till deras fördel. Således har Instagram blivit en perfekt plattform för reklam av kläder, skor, konserter, och ett helt nytt yrke har dykt upp - Instagram-influenser.

Med tanke på att Instagram nästan helt är ett visuellt socialt nätverk och att människor är visuella varelser är det en plattform som har gjort det möjligt för företag att berätta sin historia helt genom fotografering och/eller video.

⇒ LinkedIn

LinkedIn är en amerikansk affärs- och sysselsättningsorienterad onlinetjänst som fungerar via webbplatser och mobilappar. Plattformen lanserades 5 maj 2003 och används huvudsakligen för professionellt nätverkande. Den möjliggör för arbetssökande att lägga upp sina CV:n och arbetsgivare att lägga ut jobbbannonser. Från och med 2015 kom de flesta av intäkterna från att sälja tillgång till information om sina medlemmar till rekryterare och säljare. Sedan december 2016 har det varit ett helägt dotterbolag till Microsoft. Från och med februari 2021 hade LinkedIn 740 miljoner registrerade medlemmar från 150 länder.¹⁰⁷

LinkedIn gör det möjligt för medlemmar (både arbetstagare och arbetsgivare) att skapa profiler och kontakta varandra i ett socialt nätverk online, vilket kan representera professionella relationer i verkliga livet. Medlemmar kan bjuda in vem som helst (vare sig det är en befintlig medlem eller inte) att bli en "kontakt".¹⁰⁸

Initialt fokuserade majoriteten av företag som påverkades av sociala nätverk på flera stora nätverk, bland vilka Facebook, Twitter och LinkedIn utan tvekan sticker ut. Men nya sociala nätverk dyker upp varje dag. Medan vissa fortfarande är relativt misslyckade har andra upplevt stor framgång, som Pinterest och Tumblr, vilket ger företag otaliga nya möjligheter att skapa spännande innehåll i olika variationer och därmed nå nya målgrupper. Därför har det blivit naturligt för företag att undersöka och experimentera med sociala nätverk, och allt görs för att nå ett önskat antal användare, kunder eller kunder. Sådan diversifiering visade sig mycket framgångsrikt eftersom den bland annat bygger upp värdet på företaget eller personen genom bättre igenkännande.¹⁰⁹

Kommunikationen mellan företag samt mellan företaget och kunderna har sedan länge slutat att vara densamma. Sociala nätverk har under en tid hjälpt företag att skapa och upprätthålla relationer mellan kunder och deras anställda, att skapa nya kontakter för att tillhandahålla tjänster till kunder, att

¹⁰⁶ Instagram founders Systrom and Krieger leaving Facebook-owned firm, 2018,

<https://www.bbc.com/news/technology-45635736#:~:text=The%20co%2Dfounders%20of%20photo,more%20than%20a%20billion%20users.>

¹⁰⁷ Wikipedia, <https://en.wikipedia.org/wiki/LinkedIn>, accessed 28.02.2021.

¹⁰⁸ About LinkedIn, <https://about.linkedin.com/>

¹⁰⁹ Ružić, Drago; Biloš, Antun; Turkalj, Davorin. 2014. E-Marketing: p357

engagera kunder i varumärkesreklam, att skapa en ledande position på marknaden och många andra marknadsföringsstrategier.¹¹⁰

Företag började till exempel alltmer använda det sociala nätverket Twitter för marknadsförings- och reklamändamål. Som ett resultat av den ständiga tillväxten och utvecklingen av sociala nätverksplattformar har varje företag utvecklat fler möjligheter för mer frekventa och intensiva interaktioner med sina kunder.

Detta gav en möjlighet att samla in värdefull data som kan användas vidare för att skapa nya, allt bättre upplevelser för sina kunder.¹¹¹ Med tiden mognar sociala nätverk samtidigt som deras betydelse för affärer växer. Företag har börjat inse att det finns skäl för att sponsra sina sociala nätverk. Därför lanserade det välkända amerikanska företaget Starbucks ett initiativ för att redigera och förnya sitt varumärke och började i detta syfte annonsera sin webbplats mystarbucksidea.com på sociala medier, vilket gjorde att kunderna kunde bli en del av deras strategi. Kunder fick nämligen ge egna förslag och se hur dessa påverkade förbättring av produkten och företaget själv, eller hur det kom att förbättra "Starbucks-upplevelsen".¹¹² Ett sådant tillvägagångssätt har skapat en betydande länk mellan kunderna och företaget.

Vi kan också se vikten av sociala nätverk från Facebook-experimentet. 2012 experimenterade Facebook för att bekräfta att algoritmen kan påverka användarnas politiska val och handlingar; den kan påverka valresultaten. Resultaten publicerades två år senare i den prestigefyllda tidskriften *Proceedings of the National Academy of Sciences* (Krame, Guilory and Hancock 2014).¹¹³

Digitala nätverk kan ge möjligheter som realiserar genom att bygga solida relationer med andra, från möjligheter till personlig och professionell tillväxt till kommersiell framgång. Genom att använda nätverkens kraft m.h.a. digital teknik kan vi upptäcka, förbättra, stödja och hantera relationer som skapar flexibiliteten hos dessa funktioner. Att använda onlineaktiviteter kan hjälpa till att skapa fler möjligheter - mer lärande, mer tillväxt och mer framgång.

Genom att minska behovet av fysisk närhet inom vår sociala miljö genom digital teknik kan vi skapa en ytterligare möjlighet att utöka nätverk och bygga personliga eller professionella relationer över hela världen. Vi är inte längre begränsade till att skapa och underhålla relationer genom personlig, fysisk interaktion. Kommunikation via digitala kanaler gör det möjligt för oss att ta bort alla hinder som annars lätt hade kunnat äventyra våra kontakter. Detta sätt att arbeta och kommunicera på ger ytterligare flexibilitet och säkerhet för att upprätthålla våra affärs- och personrelationer trots förändringar på jobbet, där vi bor eller miljön. Det ger också en möjlighet för vidare utveckling och personlig tillväxt genom ökad mångfald på våra sociala nätverk.

Genom digitalt nätverkande öppnar vi upp våra sociala nätverk för att interagera med människor från miljöer som helt skiljer sig från vår. På detta sätt lär vi känna andra kulturer, språk och nya religiösa egenskaper, uppgradera vår syn på världen samt bli mer toleranta mot det som är annorlunda. Med tanke på att World Economic Forum har betonat ökningen av arbetskraftens mångfald har digitalt nätverkande aldrig varit viktigare för vår sociala utveckling.

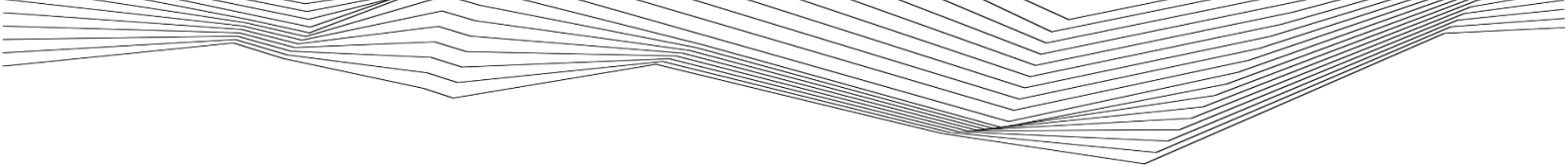
Ordspråket "ditt nätverk är ditt nettovärde" är viktigt i affärer. Digitala nätverk hjälper till att skapa olika professionella fördelar, från att upptäcka möjligheter för jobbsökningshänvisningar eller dela bästa praxis och lärande i ditt arbetsområde. Det hjälper också till att bygga och underhålla relationer med partners eller kunder och uppmuntrar naturligtvis till försäljning. Om du lyckas utveckla ett

¹¹⁰ Panian, Željko; Strugar, Ivan. 2013. Informatizacija poslovanja: p217

¹¹¹ Ibid, p222

¹¹² Ibid, p229

¹¹³ Facebook's flawed emotion experiment: Antisocial research on social network users
, <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1747016115579535>



gediget och igenkännbart företag eller personligt varumärke på sociala medier kan digitalt nätverkande ge tillgång till många evenemang, workshops och olika investeringar.

Digitala nätverk börjar med datainmatning. Vi använder och implementerar det online genom att skapa och slå samman olika mindre och större informationsgrupper från alla nätverk. Anslutna digitala nätverk kan dra nytta av data från sociala medier och andra kanaler för att bättre förstå och skapa användarens nätverksidentitet.

Genom att analysera och observera någons nätverk så kan vi hitta information och skapa en bredare bild av personen, företaget eller varumärket som vi observerar. På detta sätt skapas grupper med liknande människor och de som är helt olika men som kan lockas. Med hjälp av olika analytiska verktyg, till exempel LinkedIn's insikter om alumner eller Twitters verktyg för analys av följare, kan vi upptäcka potentiella svagheter i vårt nätverk och saker att se upp för, vilket skapar professionella mål. Oavsett vilken karriär du väljer eller vilket jobb du strävar efter, oavsett område eller förhoppningar, så har digitala nätverk otaliga fördelar för att förbättra ditt personliga och professionella liv inom alla områden. Ju mer du utökar ditt nätverk desto snabbare blir dina framsteg.

En student som söker en praktikplats, en forskare som söker utrymme och partners över hela världen, visar sitt arbete online eller en lärare som letar efter sätt och tips för att uppmuntra sina studenter att tänka, en ung entreprenör som hittar investerare och utvecklar sina drömmar genom nätverkande. Det är svårt att hitta mål som inte kan uppnås med hjälp av nätverkande. När vi väl har hittat och satt våra mål, personliga eller professionella, kan vi börja undersöka. Med digitala nätverk finns det inga gränser.¹¹⁴

¹¹⁴ Donnelly, THE ART AND SCIENCE OF DIGITAL COMMUNICATION AT SCALE,
<https://www.digitalroad.io/blog/what-is-digital-networking>

DIGITALA VERKTYG FÖR ARBETE OCH VERKTYG SOM KAN ANVÄNDAS AV MÄNNISKOR MED FUNKTIONSNEDSÄTTNINGAR

Detta sista avsnitt presenterar flera praktiska verktyg för människor med funktionsnedsättningar att dyka in i digitalt entreprenörskap. Dessa verktyg valdes på grund av deras värde för att underlätta den dagliga teknikanvändningen. Det är dock viktigt att notera att alla andra verktyg och program som används av entreprenörer världen över är främst tillgängliga för människor med funktionsnedsättningar. Medan vissa kan behöva en fotmus eller skärmläsare som ett användbart tillbehör för att hantera ett visst program, är alla andra verktyg såsom skrivprogram, produktivhetsprogram, designprogram eller sociala medier tillgängliga, och deras funktioner beror på kreativiteten hos användaren.

Man kan hävda att vissa verktyg och program inte är användarvänliga för personer med funktionsnedsättningar. De allra flesta av dessa affärslösningar är gjorda för allmänheten, men vissa har möjlighet att anpassas efter personliga behov.

Med så många verktyg och program på marknaden, som alla specialiserar sig på olika affärsområden och sektorer, skulle det bli en mycket lång lista om man namngav alla. Med tanke på människor med funktionsnedsättning ger vi dessa förslag:

1. **Footmouse**¹¹⁵ - den fotstyrda musen är en typ av datormus som ger användare möjlighet att flytta markören och klicka på musknapparna med fötterna. Det är särskilt användbart för personer med motoriska funktionshinder. Det är långsammare än den vanliga datormusen, men det kan vara ett bra alternativ när det används med ett tangentbord.
2. **Adaptat tagentbord** för personer med dålig syn eller öga-hand-samordning - även om anpassade tangentbord har använts mindre sedan populariseringen av surfplattor, har dessa enheter fortfarande en viktig roll för användare av stationära datorer. Det finns flera anpassade tangentbord på marknaderna och användarna kan välja utifrån deras behov - vissa har större text, är färgglada och andra kan visas på skärmen. Windows on-screen tagentbord kan nås med mus- eller musalternativ, switch eller ögonen om du har rätt hårdvara. Uppgraderingar till Windows-tangentbordet on-screen tagentbord inkluderar programvaran Clicker, ACAT och The Grid. ACAT är det fria källkodssystemet som används av Stephen Hawking.
3. **Sip-and-puff systems**¹¹⁶ (SNP system) för personer med rörelseutmaningar, såsom förlamning eller motorikfunktionshinder - hjälpteknik som används för att skicka signaler till en enhet

¹¹⁵ <https://en.wikipedia.org/wiki/Footmouse>, accessed on 1.3.2021.

¹¹⁶ <https://en.wikipedia.org/wiki/Sip-and-puff>, accessed on 1.3.2021.

med lufttryck genom att "sippa" (inandas) eller "puffa" (andas ut) på ett sugrör, rör eller "trollstav". Den används främst av människor som inte använder händerna. Det används ofta för att styra en motoriserad rullstol av personer med kvadriplegi med mycket hög skada på ryggmärgen eller personer med ALS. En sip-and-puff-inputenhet i kombination med datorns tillgänglighetsprogramvara innebär att många tangentbordstillgängliga program kan användas med den här enheten.

4. **Skärmläsare** för blinda eller synskadade såsom Intel Reader eller Kurzweil 3000 - en mjukvara för en blind eller synskadad person. Enklare sagt så överför en skärmläsare vilken text som helst som visas på datorskärmen till en form som en synskadad användare kan bearbeta (vanligtvis taktil, auditiv eller en kombination av båda). Medan de mest grundläggande skärmläsarna inte hjälper blinda användare att navigera på en dator kan de med ytterligare funktioner göra personer med nedsatt syn mycket mer oberoende. De flesta skärmläsare arbetar med en syntetisk röst som läser upp text; andra kan också kommunicera data via en förnybar punktskriftsskärm. Sådana skärmläsare använder kristaller som kan expanderas när de utsätts för särskilda spänningsnivåer (tack vare ett fenomen som kallas Piezo-effekten), vilket gör att synskadade användare kan använda sina fingrar för att läsa texten som visas på skärmen¹¹⁷. Medan programvara för skärmläsning kan vara prisvärd så brukar dock hårdvaran vanligtvis vara dyr.
5. **Korrekturläsningsprogram** för personer med dyslexi, dysgrafi eller annan inlärningssvårighet - enkel programvara som kan adderas som ett tillägg till en webbläsare eller laddas ner till en dator. Den spårar allt som är skrivet på en specifik dator och ger grammatikförslag och korrigeringar. Ett verktyg som Ginger innehåller följande funktioner - grammatikkontroll, ordförutsägelse och omformulering av meningar, TTS-funktion så att en person kan höra vad de skriver etc. De flesta program, inklusive Ghotit eller Grammarly, är gratis.
6. **Organiserande programvara** för personer med ADHD, ångest eller PTSD som OneNote eller Evernote - Grafiska arrangörer fungerar genom att hjälpa en individ att kartlägga ett handlingsätt. Beroende på typ av skrift kan den grafiska arrangören uppmana författaren att beskriva ett objekt, kartlägga ett händelseförlopp eller utföra någon annan uppgift för att planera verket. Grafiska arrangörer varierar beroende på typ och teknisk förfining¹¹⁸. OneNote är en del av Microsoft Office, medan Evernote är gratis och har en mobilapp.

¹¹⁷ "10 Free Screen Readers For Blind Or Visually Impaired Users" 2021, <https://australia.ataseroqiqok.gq> accessed 23.03.2021.

¹¹⁸ 5 Assistive Technology Tools That Are Making A Difference, <https://online.alvernia.edu/articles/5-assistive-technology-tools-that-are-making-a-difference/> accessed 22.03.2021.

BIBLIOGRAFI

- Blackwell, Edward. 2011. How To Prepare A Business Plan. London, UK: Kogan Page.
- Bughin, Jacques, och James Manyika. 2012. Internet Matters - Essays In Digital Transformation. McKinsey & Company.
- Bužinkić, Emina, Bojana Ćulum, Martina Horvat, och Marko Kovačić. 2015. "Youth Work In Croatia: Collecting Pieces For A Mosaic". Child & Youth Services 36 (1): 30-55. doi:10.1080/0145935x.2015.1015879.
- Carretero, Stephanie, Riina Vuorikari, och Yves Punie. n.d. Digcomp 2.1. Europeiska Kommissionen.
- Dollinger, Marc J. 2008. Entrepreneurship. 4th ed. Lombard, Ill.: Marsh Publications.
- Ferrari, Anusca, Yves Punie, och Barbara N Brečko. 2013. DIGCOMP. Luxembourg: Publications Office.
- Grbavac, Jacinta, och Vitomir Grbavac. 2014. "Pojava Društvenih Mreža Kao Globalnog Komunikacijskog Fenomena". Media, Culture And Public Relations 5 (2): 206-219.
- Jevđić, Pavle, Milica Milović Kinoli, Nedim Micijevec, Amar Hamzic, Armin Cerkez, Franjo Brkan, Vedran Raic, och Steve Wright. 2020. Handbok "Digital Entrepreneurship Start-Up". Belgrade: PIN consulting.
- Mautuit, Dominique. 1995. "Uintégration Sociale Et Professionnelle Des Personnes En Situation De Handicap: Des Concepts À L'évaluation Des Actions". Revue Europeenne Du Handicap Mental 2 (7): 15-24.
- Mendelow, A.L. 1981. "Environmental Scanning--The Impact Of The Stakeholder Concept". <https://www.semanticscholar.org/paper/Environmental-Scanning-The-Impact-of-the-Concept-Mendelow/7b361652157989c77ed442dd387ec9b1a9b99632?p2df>.
- Panian, Željko, och Ivan Strugar. 2013. Informatizacija Poslovanja. Zagreb: Ekonomski fakultet.
- Ružić, Drago, Antun Biloš, och Davorin Turkalj. 2014. E-Marketing. 3rd ed. Osijek: Ekonomski fakultet u Osijeku, Sveučilište J.J. Strossmayera u Osijeku.
- Shaw, David. 2015. "Facebook'S Flawed Emotion Experiment: Antisocial Research On Social Network Users". Research Ethics 12 (1): 29-34. doi:10.1177/1747016115579535.
- Taddia, Enrico, Armin Cerkez, Maja Katinic Vidovic, Danijela Matorčević, Miloš Matorčević, Željko Pasuj, och Čedo Velašević. 2020. Using NFE And Sport Methodology For Inclusion Of Youngsters With Disabilities. 1st ed. Berlin: Youth Power.
- Vineela, G. Siva. 2018. "Digital Entrepreneurship". International Journal Of Innovative Research In Engineering & Multidisciplinary Physical Sciences 6 (4).
- Zuss, Mark. 2012. The Practice Of Theoretical Curiosity. Dordrecht: Springer.

SITOGRAFI

- "10 Free Screen Readers For Blind Or Visually Impaired Users". 2021. Australia.Ataseroqiqok.Gq. Hämtad 23 mars. <http://australia.ataseroqiqok.gq>.
- "5 Assistive Technology Tools That Are Making A Difference". 2019. Alvernia Online. <https://online.alvernia.edu/articles/5-assistive-technology-tools-that-are-making-a-difference/>.
- "8 Advantages And Disadvantages Of Business Grants". 2021. *Businessgrants.Org*. Hämtad 24 februari. <https://www.businessgrants.org/2018/12/8-advantages-and-disadvantages-of-business-grants.html>.
- "Basics About Autism Spectrum Disorder (ASD) | NCBDDD | CDC". 2021. *Centers For Disease Control And Prevention*. Hämtad 22 mars. <https://www.cdc.gov/ncbddd/autism/facts.html>.
- Blank, Steve. 2021. "Steve Blankyou're Not A Real Entrepreneur". *Steve Blank*. <https://steveblank.com/2010/06/10/you're-not-a-real-entrepreneur/>.
- Bullock, Lilach. 2021. "How To Fund Your Start-Up Business Idea". *Forbes*. Hämtad 21 februari. <https://www.forbes.com/sites/lilachbullock/2019/02/25/how-to-fund-your-start-up-business-idea/?sh=4b181b3770f7>.
- "Business Plans 101: How To Write A Business Plan". 2021. *Accion*. Hämtad 28 februari. <https://us.accion.org/resource/business-plans-101/>.
- "Convention Of The Rights Of Persons With Disability". 2021. *Global Health Rights*. Hämtad 21 mars. <https://www.globalhealthrights.org/wp-content/uploads/2013/10/Convention-on-the-Rights-of-Persons-with-Disabilities-CRPD.pdf>.
- "Different Types Of Disabilities - Staff Services - ANU". 2021. *Services.Anu.Edu.Au*. Hämtad 22 mars. <https://services.anu.edu.au/human-resources/respect-inclusion/different-types-of-disabilities>.
- "Digital Skills Critical For Jobs And Social Inclusion". 2018. *UNESCO*. <https://en.unesco.org/news/digital-skills-critical-jobs-and-social-inclusion>.
- Donnelly, Rory. 2017. "What Is Digital Networking? — Digital Road". *Digital Road*. <https://www.digitalroad.io/blog/what-is-digital-networking>.
- "E-Commerce Internet Business Plan - Financial Plan". 2021. *Bplans: Business Planning Resources And Free Business Plan Samples*. Hämtad 22 februari. <https://www.bplans.com/e-commerce-internet-business-plan/financial-plan/>.
- "Entrepreneurship And Small And Medium-Sized Enterprises (Smes) - Internal Market, Industry, Entrepreneurship And Smes - European Commission". 2021. *Internal Market, Industry, Entrepreneurship And Smes - European Commission*. [https://ec.europa.eu/growth/smes_en#:~:text=Small%20and%20medium%2D-sized%20enterprises%20\(SMEs\)%20are%20the%20backbone,every%20sector%20of%20the%20economy](https://ec.europa.eu/growth/smes_en#:~:text=Small%20and%20medium%2D-sized%20enterprises%20(SMEs)%20are%20the%20backbone,every%20sector%20of%20the%20economy).
- "EU Funding Programmes". 2021. *Your Europe*. Hämtad 22 februari. https://europa.eu/youreurope/business/finance-funding/getting-funding/eu-funding-programmes/index_en.htm.
- Europeiska Kommissionen. 2021. "Supporting Entrepreneurship - Internal Market, Industry, Entrepreneurship And Smes - European Commission". *Internal Market, Industry, Entrepreneurship And Smes - European Commission*. https://ec.europa.eu/growth/smes/supporting-entrepreneurship_en.
- Eurostat. 2021. "Annual Enterprise Statistics For Special Aggregates Of Activities (NACE Rev. 2)". *Appsso.Eurostat.Ec.Europa.Eu*. https://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=sbs_na_sca_r2&lang=en.

- Favaro, Ken. 2016. "Don'T Draft A Digital Strategy Just Because Everyone Else Is". *Harvard Business Review*. <https://hbr.org/2016/03/dont-draft-a-digital-strategy-just-because-everyone-else-is>.
- "For People With Disabilities, Working From Home Using Tech Is A Relief – And A Struggle | Heinrich Böll Stiftung | Brussels Office - European Union". 2021. *Heinrich-Böll-Stiftung*. <https://eu.boell.org/en/2020/08/11/people-disabilities-working-home-using-tech-relief-and-struggle>.
- Harris, Kitty. 2021. "The Difference Between Startups And Smes | Brighterblog". *Brighterbox.Com*. [https://brighterbox.com/blog/article/difference-between-startups-and-smes#:~:text=Startups%20and%20SMEs%20\(small%20and,on%20growth%2C%20profitability%20and%20survival.&text=In%20contrast%20to%20the%20startup,SME%20is%20far%20more%20structured](https://brighterbox.com/blog/article/difference-between-startups-and-smes#:~:text=Startups%20and%20SMEs%20(small%20and,on%20growth%2C%20profitability%20and%20survival.&text=In%20contrast%20to%20the%20startup,SME%20is%20far%20more%20structured).
- "International Classification Of Impairments, Disabilities, And Handicaps : A Manual Of Classification Relating To The Consequences Of Disease, Published In Accordance With Resolution WHA29.35 Of The Twenty-Ninth World Health Assembly, May 1976". 2021. *Apps.Who.Int*. <https://apps.who.int/iris/handle/10665/41003>.
- Kenton, Will. 2021. "Business-To-Consumer: What You Need To Know". *Investopedia*. <https://www.investopedia.com/terms/b/btoc.asp#:~:text=The%20term%20business%2Dto%2Dconsumer,referred%20to%20as%20B2C%20companies>.
- Lake, Laura. 2018. "Use Twitter To Grow Your Business". *The Balance Small Business*. <https://www.thebalancesmb.com/twitter-a-valuable-marketing-tool-2296167>.
- Lestand, Guillaume. 2016. "Key Questions To Be Answered When You Fill Up A Business Model Canvas". *Linkedin*. <https://www.linkedin.com/pulse/key-questions-answered-when-you-fill-up-business-model-lestand>.
- "Marketing Plan Component Of Your Business Plan". 2021. *Bizfilings*. Hämtad 18 februari. <https://www.bizfilings.com/toolkit/research-topics/launching-your-business/planning/marketing-plan-component-of-your-business-plan#:~:text=The%20marketing%20portion%20of%20a,into%20a%20commercially%20viable%20reality>.
- Monnet, Théau. 2019. "Rwandan Tourism Scores Big After Arsenal Deal, Despite Criticism". *The Africa Report.Com*. <https://www.theafricareport.com/16937/rwandan-tourism-scores-big-after-arsenal-deal-despite-criticism/>.
- Morrongiello, Julia. 2020. "Mapping The European B2B Marketplace Landscape (The 2020 Edition)". *Medium*. <https://medium.com/point-nine-news/mapping-the-european-b2b-marketplace-landscape-the-2020-edition-48d72cb33d88>.
- Nguyen, Stacey. 2021. "The 7 Best Crowdfunding Sites Of 2021". *The Balance Small Business*. <https://www.thebalancesmb.com/best-crowdfunding-sites-4580494>.
- "OECD Ilibrary | Entrepreneurship At A Glance 2017". 2021. *Dx.Doi.Org*. https://dx.doi.org/10.1787/entrepreneur_aag-2017-en.
- Osterwalder, Alexander, and Alexander Osterwalder. 2005. "What Is A Business Model? — Business Model Alchemist". *Business Model Alchemist*. <http://businessmodelalchemist.com/2005/11/what-is-business-model.html>.
- Reh, F. John. 2019. "KSA: How To Use The Knowledge, Skills And Abilities Model". *The Balance Careers*. <https://www.thebalancecareers.com/understanding-knowledge-skills-and-abilities-ksa-2275329>.
- Reyes, Christine. 2021. "Digital Strategy - The Evolving Business Strategy | Liferay". *Liferay.Com*. Hämtad 24 mars. <https://www.liferay.com/resources/l/digital-strategy>.
- Rum, Jeff, and Jeff Rum. 2016. "10 Steps To Building An Effective Digital Strategy". *Social Media Today*. <https://www.socialmediatoday.com/marketing/10-steps-building-effective-digital-strategy>.

- Shukla, Saumil. 2017. "Emerging Business Model: C2C". *SPM PDPU*. <https://spmpdpu.wordpress.com/2017/11/26/emerging-business-model-c2c/>.
- Tarver, Evan. 2020. "The Best Customer To Customer Sellers Can Be People Like You". *Investopedia*. <https://www.investopedia.com/terms/c/ctoc.asp>.
- Uzialko, Adam. 2020. "What Is B2B?". *Businessnewsdaily.Com*. <https://www.businessnewsdaily.com/5000-what-is-b2b.html>.
- "What Is An SME? - Small And Medium Sized Enterprises (SME) - Enterprise And Industry". 2015. *Web.Archive.Org*. https://web.archive.org/web/20150208090338/http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/sme-definition/index_en.htm.
- "WHO Global Disability Action Plan 2014-2021". 2014. *World Health Organization*. <https://www.who.int/disabilities/actionplan/en/>.

UTGIVARE:

Outreach Hannover e.V., Tyskland



With the support of the Erasmus+ programme of the European Union



The European Commission's support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflect the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.