



Evropska
komisija



Razlaga množičnega financiranja

Vodič o množičnem
financiranju za mala in
srednje velika podjetja

Vsebina

Kaj je množično financiranje?	4
- Razlaga množičnega financiranja	6
- Več kot le denar	9
- Kakšna so tveganja?	10
Različne vrste	12
- Vzajemna posojila	14
- Množično financiranje lastniškega kapitala	15
- Množično financiranje v zameno za nagrado	16
- Je to zame?	17
Kako do denarja?	18
- Vzajemna posojila	20
- Študija primera vzajemnega posojila	22
- Množično financiranje lastniškega kapitala	24
- Študija primera financiranja lastniškega kapitala	26
- Množično financiranje v zameno za nagrado	28
- Študija primera financiranja v zameno za nagrado	30
Kako naprej	32



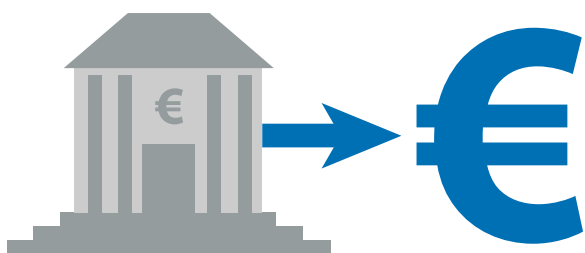
Kaj je množično financiranje?



Razlaga množičnega financiranja

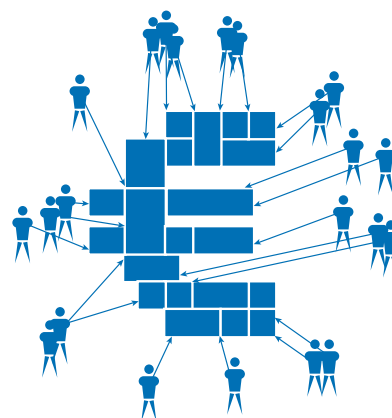
Množično financiranje je način zbiranja sredstev za financiranje projektov in podjetij. Osebam, ki potrebujejo denar za poslovne projekte, omogoča, da **prek spletnih platform zbirajo sredstva večjega števila ljudi**.

TRADICIONALNO FINANCIRANJE



veliki zneski iz enega ali le nekaj virov

MNOŽIČNO FINANCIRANJE



številni majhni zneski več posameznikov

Množično financiranje najpogosteje uporabljajo zagonska ali rastoča podjetja za dostop do alternativnih sredstev. Gre za inovativen način pridobivanja sredstev za nove projekte, podjetja ali zamisli.

Lahko je tudi način, da vaša ponudba pritegne pozornost in pridobi naklonjenost skupnosti. Moč spletne skupnosti vam lahko omogoči **koristen vpogled v trg in dostop do novih strank**.

Ta vodnik je namenjen **podjetnikom, poslovnežem in podjetjem, zlasti malim in srednjim**. Pomagal vam bo odgovoriti na vprašanja, kako financirati novo podjetje ali zamisel, ter izvedeti več o množičnem financiranju.

Kako deluje množično financiranje?

Platforme za množično financiranje so spletišča, ki omogočajo interakcijo med osebami, ki zbirajo sredstva in javnostjo (množico). Prek platform za množično financiranje se lahko sklepajo in zbirajo finančne zaveze.

Osebe, ki zbirajo sredstva, morajo tem platformam navadno plačati provizijo, če je bilo zbiranje sredstev uspešno. V zameno naj bi **platforme za množično financiranje zagotavljale varno in uporabniku prijazno storitev**.

Številne platforme delujejo po modelu financiranja „vse ali nič“. To pomeni, da sredstva prejmete, če dosežete zastavljeni cilj, v nasprotnem primeru se denar vrne vlagateljem – brez zamer in brez finančne izgube.

Obstaja več oblik množičnega financiranja, ki so razložene v tabeli v nadaljevanju. Ta vodnik vsebuje nepristranske nasvete, ki vam bodo pomagali razumeti tri najpogostejše oblike množičnega financiranja, ki jih uporabljajo pridobitna mala in srednja podjetja ter zagonska podjetja: **vzajemna posojila, množično financiranje lastniškega kapitala in množično financiranje v zameno za nagrado**.

Najpogostejše oblike množičnega financiranja

Vzajemna posojila

Množica posodi denar podjetju, pri čemer se podjetje zaveže, da bo sredstva povrnilo skupaj z obrestmi. Ta oblika deluje podobno kot tradicionalna bančna posojila, le da si denar izposodite od več vlagateljev.

Množično financiranje lastniškega kapitala

Prodaja deleža v podjetju več vlagateljem v zameno za naložbe. Zamisel je podobna nakupu ali prodaji navadne delnice na borzi ali tveganemu kapitalu.

Množično financiranje v zameno za nagrado

Posamezniki donirajo sredstva za projekt ali podjetje, pri čemer v zameno za svoj prispevek pričakujejo, da bodo pozneje prejeli nefinančno nagrado, kot so blago ali storitve.

Množično financiranje na podlagi donacij

Posamezniki donirajo majhne zneske, da bi se zbral večji znesek za financiranje določenega dobrodelnega projekta, pri čemer donatorji v zameno ne prejmejo nobenega finančnega ali materialnega povračila.

Udeležba pri dobičku/prihodku

Podjetja lahko delijo prihodnje dobičke ali prihodke z množico v zameno za takojšnje financiranje.

Množično financiranje dolžniških vrednostnih papirjev

Posamezniki vlagajo v dolžniške vrednostne papirje, ki jih izda podjetje, kot je obveznica.

Hibridni modeli

Podjetjem ponujajo možnost, da združujejo elemente več kot ene vrste množičnega financiranja.

Več kot le denar

Množično financiranje lahko nudi več kot le finančne koristi. Omogoči vam lahko dostop do velikega števila ljudi, ki bi se lahko zanimali za vaš projekt ali podjetje ter ki vam lahko ponudijo dragocene nasvete in informacije.

Nefinančne koristi množičnega financiranja

- **Potrditev koncepta in validacija:** množično financiranje vam omogoči vpogled v realno zanimanje za vašo zamisel; tako vidite, ali tudi drugi verjamejo v vaš projekt ali koncept in ga cenijo. Če so ga pripravljene financirati, je to močan pokazatelj, da trg podpira vašo idejo.
- **Pomoč z drugimi oblikami financiranja:** uspešna kampanja ne dokazuje le vašega koncepta, ampak poudari tudi, da obstaja trg za vaše podjetje, v katerega ljudje verjamejo. To je zelo koristno pri iskanju dodatnih finančnih sredstev pri drugih vrstah vlagateljev, kot so banke, vlagatelji v tvegani kapital, poslovni angeli, saj se jim boste morda zdeli manj tvegana naložba ali pa vam bodo ponudili boljše pogoje financiranja.
- **Dostop do množice:** nagovarjate ogromno množico posameznikov, nekateri od njih imajo lahko dragoceno znanje in nasvete. Množično financiranje vam na splošno omogoča, da ostanete v stiku z njimi na nov način, ki vam zagotavlja dragocene povratne informacije brez stroškov.
- **Učinkovito tržno orodje:** množično financiranje lastniškega kapitala in množično financiranje v zameno za nagrado sta lahko učinkovit način za predstavitev novega proizvoda, novega podjetja ali širitve podjetja, saj nagovarjata neposredno tiste ljudi, ki bodo verjetno vaše stranke. O vašem izdelku se lahko začne govoriti, še preden izdelek zapusti tovarno.

Vendar se morate zavedati, da množično financiranje ni čarobna paličica. Tako kot vsak poslovni podvig, tudi ta zahteva precej osredotočena prizadevanja in trdo delo.

Kakšna so tveganja?

Množično financiranje ima številne prednosti, vendar obstajajo tudi potencialna tveganja, ki bi jih morali poznati. To poglavje vam bo pomagalo razumeti, katere so morebitne pasti množičnega financiranja in kako se jim izogniti.

Nobenega jamstva ni, da boste dosegli svoj cilj

Podobno kot pri vsakem drugem poslovnem podvigu tudi pri tem obstaja možnost neuspeha. Če med kampanjo ne zberete ciljnega zneska, boste morali zbrani denar vrniti vlagateljem.

Nasvet: *skrbno analizirajte vse možne načine, kako bi lahko bila vaša kampanja zbiranja sredstev uspešna. Če vam ne uspe, lahko poskusite znova. Nekateri izmed najuspešnejših projektov so uspeli šele po več poskusih. Pogodbene ureditve morajo jasno opredeliti pravice in obveznosti strank, udeleženih v financiranju, če cilj ni dosežen.*

Vaše pravice intelektualne lastnine postanejo javne

Vaše zamisli so na spletu na voljo številnim ljudem, zato obstaja nevarnost, da bi kdo kopiral vaš predlog.

Nasvet: *o tem se pozanimajte na platformah, na katerih nameravate zbirati sredstva. Tam lahko najdete splošne nasvete o varstvu pravic intelektualne lastnine. Svetuje vam lahko tudi vaša lokalna gospodarska zbornica ali vladna agencija, če pa ste v dvomih, poiščite neodvisno mnenje.*

Podcenjevanje stroškov

Ljudje pogosto podcenjujejo, koliko časa in sredstev je potrebnih za množično financiranje. Nekatere oblike množičnega financiranja lahko terjajo dodatne stroške. Na primer, v primeru množičnega financiranja lastniškega kapitala, se lahko ob vsaki izdaji delnic upravni stroški povečajo. Morda ne boste imeli dovolj zmogljivosti, da bi sprejemali nove vlagatelje, zagotavljali sprotne informacije o projektu ali izpolnili vse obveznosti do delničarjev.

Nasvet: *seznanite se z različnimi ukrepi, ki jih morate sprejeti, vzemite si dovolj časa in pripravite načrt, ki dopušča dovolj rezerve za napake in zamude. Ne pozabite, da boste morali sredstva dodeljevati pred, med in po kampanji. Glede pravnih vprašanj v zvezi z množičnim financiranjem je morda koristno poiskati pomoč pravnega svetovalca.*

Oškodovanje ugleda

Danes vlada na trgu močna konkurenca in vlagatelji bodo verjetno natančno preučili vašo ponudbo. Vsaka površnost, napake ali slaba priprava lahko mečejo slabo luč na vas in vaš projekt ali podjetje.

Nasvet: *ponudbo dobro pripravite in raziščite vse potrebno. Več nasvetov je na voljo v poglavju „Kako naprej“.*

Nasvet: *pri tem morate vedeti, da gre za drugačno obliko poslovne dejavnosti. Vaš pristop boste morda morali prilagoditi ljudem, ki ne poznajo vašega sektorja.*

Nasvet: *preprijčajte se, da popolnoma razumete postopek množičnega financiranja, preden sprejmete kakršne koli zaveze, da boste lahko izpolnili dane obljube.*

Razkritje in pravne zahteve

Nasvet: na platformi ali pri vašem lokalnem nadzornem organu vedno preverite, katere dokumente morate predložiti in kakšni bodo stroški za skladnost z zahtevami, ter to upoštevajte v vašem stroškovnem načrtu. Nekatera področja so lahko precej kompleksna in terjajo visoke stroške, zato se prej raje posvetujte s pravnim svetovalcem.

Kršitve zakona

Pravo na področju množičnega financiranja se še razvija in ga mnogi morda ne poznajo dobro. Če ne poznate zakonodaje EU in nacionalne zakonodaje za to področje, ju lahko nevede kršite.

Nasvet: vedno preverite zakonodajo in zahteve. Na platformi navadno najdete splošne nasvete, poleg tega vas usmeri na ustrezna mesta, kjer lahko najdete bolj strokovne nasvete, kot na primer nasvete vaše lokalne gospodarske zbornice, lokalnega nadzornika ali ustreznega vladnega organa.

Težave s platformo

Obstaja tveganje lažnih platform.

Nasvet: izberite uveljavljene in ugledne platforme, ki imajo dobre rezultate in ne kažejo težav. Odločajte se za platforme v dobro organiziranih okoljih, kjer poznate zakonodajo in ste lahko prepričani, da bodo vaše pravice spoštovane.

Vprašanja glede odgovornosti do vlagateljev in dinamika vlagateljev

Sodelovanje z velikimi in morebiti zelo raznolikimi podporniki odpira številna vprašanja, pričakovanja in zahteve. Nerazumevanje pravic vlagatelja, postopkov obravnave pritožb ali mehanizmov za uveljavljanje pravic lahko povzroči težave, zlasti pri množičnem financiranju lastniškega kapitala, ki prinaša tudi določeno izgubo nadzora nad podjetjem.

Nasvet: pozanimajte se o možnih posledicah in se dejavno povežite s platformo, da bi v celoti razumeli vaše odgovornosti. Poglejte, kje vam lahko platforma pomaga in kakšna je njena vloga.

Nasvet: preden zaprosite za množično financiranje, vedno natančno razmislite o morebitnih težavah, ki bi lahko nastopile pozneje. Vlagateljem morate ponuditi določene pravice, da bo naložba zanje privlačna. Prepričajte se, da ste seznanjeni, kakšne odgovornosti vam prinašajo pravice vlagateljev.

Nasvet: strukturo in mehanizme upravljanja podjetja vedno vzpostavite ob polni seznanjenosti z zahtevami in obveznostmi. To so zapletena vprašanja, zato se po potrebi posvetuje s strokovnjaki.

Vlagatelji, ki želijo izstopiti

Vaši vlagatelji bodo nekega dne morda želeli prodati svoj delež ali pa se bodo projektu želeli pridružiti novi vlagatelji.

Nasvet: že od začetka natančno preučite možen učinek spremembe ali izstopa vlagateljev iz vašega posla ter se posvetujte s pravnimi svetovalci, preden vlagateljem ponudite lastniški delež.

Nasvet: prav tako morate vedeti, kako sprejemati morebitne nove vlagatelje, saj lahko prihod novih vlagateljev zmanjša vrednost delnic vaših prvotnih vlagateljev.

A close-up photograph of a man's face and hands. He is looking upwards and pointing with his right index and middle fingers. The background is blurred, showing what appears to be a window or a bright light source. The image is partially obscured by a blue banner at the bottom.

Različne vrste



Vzajemna posojila

Opis

Vzajemna posojila ("peer to peer lending"), včasih imenovana množična posojila so **neposredna alternativa bančnim posojilom** z razliko, da si podjetja namesto izposojanja iz samo enega vira **lahko izposojajo neposredno od več deset, včasih več sto, posameznikov, ki so jim pripravljene posoditi sredstva**. Posojilodajalci tovrstnih posojil pogosto objavljajo ponudbe, v katerih navedejo, po kakšni obrestni meri lahko izdajo posojilo. Posojilojemalci nato sprejmejo ponudbe za posojila z najnižjo obrestno mero. Internetne platforme se uporabljajo za povezovanje posojilodajalcev s posojilojemalci. Vsaka prošnja za posojilo se natančno preuči, saj je dolžnost platform za množično financiranje, da ščitijo tako interese podjetij kot vlagateljev. **Platforme navadno zahtevajo bančni račun in evidence poslovanja.**

Glavne značilnosti

- **Večja prožnost obrestnih mer:** če je vaša kampanja vzbudila veliko zanimanja, bodo vlagatelji morda med seboj tekmovali, kdo bo vašemu podjetju posodil denar in ponudil boljše obrestne mere.
- Tako lahko pridete do posojila, tudi ko vam ga banke zavrnejo.
- **Zneski posojil se lahko zelo razlikujejo, tako da lahko z njimi krijete večino potreb. Najmanjši znesek posojila je lahko zelo nizek, kar k sodelovanju privabi številne različne posojilodajalce.**
- **Posojilo se odplača prek neposrednih nakazil v dobro platforme,** ki vaša povračila nato porazdeli posojilodajalcem.
- **Zahteve po razkritju so podobne zahtevam banke.** V nasprotju z bankami so z njimi seznanjeni vsi množični posojilodajalci.
- Enako kot pri običajnih bančnih posojilih, ste tudi tu **pravno zavezani odplačati posojilo.**

Množično financiranje lastniškega kapitala

Opis

Množično financiranje lastniškega kapitala ("equity crowdfunding") zajema **prodajo deleža v vašem podjetju več vlagateljem v zameno za naložbe**. Financiranje lastniškega kapitala je dobro razvito, pri čemer so zasebni kapital, tvegani kapital in poslovni angeli že dolgo prisotni v podjetjih v razvoju. Glavna razlika med množičnim financiranjem lastniškega kapitala in temi tradicionalnimi modeli je, da se pri množičnem financiranju ne ustvari odnos ena-na-ena, ampak se možnost za naložbe ponudi številnim potencialnim vlagateljem, od katerih so nekateri morda trenutne ali prihodnje stranke. **Množično financiranje lastniškega kapitala povezuje podjetja s potencialnimi poslovnimi angeli prek spletnih platform.**

Glavne značilnosti

- Sami **določate pogoje** ter izberete, koliko želite prodati, ceno in kako boste poplačali vlagatelje. Potrebno je dobro strokovno znanje, da pravilno ocenite posel.
- **Provizije, ki jih plačate** platformi za zbiranje sredstev za množično financiranje lastniškega kapitala bodo običajno provizije, vezane na uspešnost, ter s tem povezane pravniške ali upravne provizije. Plačati boste morda morali tudi druge pravne in svetovalne honorarje.
- **Vlagajo lahko številni ljudje**, tako boste morda imeli številne male solastnike in ne nekaj velikih vlagateljev. To je običajno cenejše, kot pa uvrstitev na borzo.
- Dokazati morate, da **je vaše podjetje pripravljeno na naložbe**, zato morate pripraviti poslovni načrt in finančne napovedi. Prav tako morate imeti dobro **komunikacijsko strategijo**, pri čemer morajo biti najpomembnejše informacije o vašem projektu morebitnim vlagateljem nemudoma na voljo in enostavno razumljive.
- **Omejen skrbni pregled** navadno opravi že platforma, vlagatelj pa lahko zaprosi za dodatne informacije. Vi pa morate biti pripravljeni te informacije zagotoviti, tudi če to pomeni dodatne stroške.
- Obstajajo resni **pravni vidiki**, stroški, katerih ne smete prezreti, kot so razkritje in pravni dokumenti, letna skupščine z delničarji, izpolnjevanje obveznosti v zvezi s poslovanjem, letna poročila in postopki odločanja.
- **Pravice vlagateljev se lahko razlikujejo**. Vendar pa imajo delničarji navadno glasovalne pravice o ključnih zadevah v zvezi s poslovanjem, izdajo novih delnic itd. Premislite, koliko pravic nadzora nad vašim podjetjem ste pripravljene odstopiti zunanjim delničarjem. Kar zadeva nadomestila se morate zavedati, da lahko vlagatelji terjajo odškodnino za izgube, ki jih utrpijo, na primer zaradi kršitve pogodbe.

Množično financiranje v zameno za nagrado

Opis

Množično financiranje v zameno za nagrado ("rewards-based crowdfunding") je financiranje, pri katerem **posamezniki donirajo sredstva za projekt ali podjetje in v zameno pozneje pričakujejo nefinančno nagrado**, kot so blago ali storitve. Običajen primer je projekt ali podjetje, ki ponuja edinstveno storitev (nagrade) ali nov izdelek (predprodaja) v zameno za naložbe. Ta oblika množičnega financiranja podjetjem omogoča, da začnejo izdelovati že prejeta naročila in imajo zjamčen pritok denarja (velik problem za nova podjetja) ter pridobijo javnost, preden dajo izdelek da na trg.

Glavne značilnosti

- **Prejetih sredstev ni treba odplačati.** Podjetje mora zgolj opraviti obljubljeni storitev ali predati izdelek.
- Naročila so zavarovana, preden se nov izdelek da na trg, množično financiranje pa vam omogoča, da si že **med zbiranjem sredstev ustvarite krog strank.**
- Dane **obljube morate izpolniti** v skladu z dogovorjenim rokom.
- Je **priljubljena možnost za zagonska podjetja in podjetnike**, saj zagotavlja način za financiranje novih podjetij ali izdelkov.
- **Primeren je zlasti za izdelke in storitve, ki so inovativni** ali vzbujajo veliko pozornost med kupci.
- **Zapleteni koncepti ali izdelki so manj primerni** za množično financiranje v zameno za nagrado.

Je to zame?

	Množično financiranje lastniškega kapitala	Množično financiranje v zameno za nagrado	Vzajemna posojila
Zagonski stroški		✓	
Financiranje pred ustvarjenim dobičkom	✓	✓	
Donosno rastoče podjetje	✓		✓
Uveljavljeno podjetje s trdno rastjo	✓		✓
Uveljavljeno uspešno podjetje	✓		✓
Uvajanje novega proizvoda/storitve/ blagovne znamke	✓	✓	✓
Nakupi			✓
Širjenje na nova ozemlja	✓	✓	✓
Naložbe v nove zmožljivosti			✓
Sredstva za refinanciranje	✓		✓
Potrebno prestrukturiranje kapitala	✓		✓



Kako do denarja?





Vzajemna posojila

To poglavje vas bo popeljalo skozi pomembne korake, kako pridobiti vzajemna posojila, ter vam dalo nekatere podrobnejše nasvete in smernice. **Upoštevajte, da so ti predlagani ukrepi na voljo le kot smernice.** Vsak korak je lahko bolj ali manj zapleten, odvisno od vašega projekta, velikosti ekipe in časa, ki ste ga pripravljene nameniti v ta namen.

Priprava

Prve dni vaše kampanje za zbiranje sredstev morate posvetili preučevanju vzajemnega posojanja in pripravi vaše ponudbe. Pri tem:

- raziščite potencialne platforme in njihovo ponudbo,
- poskrbite, da razumete pravila in pravne zahteve platforme,
- preberite čim več vodnikov, blogov in tekočih kampanj, kot jih lahko najdete, da pridobite nove zamisli in se učite iz izkušenj drugih,
- stopite v stik s platformami, ki ustrezajo vašim potrebam,
- pozorno pripravite in preverite vse finančne dokumente, ki jih zahteva platforma.

Namig: če si to lahko privoščite, poskusite posoditi manjši delež vašega denarja (recimo 100 EUR) v manjših zneskih drugim podjetjem. Tako boste dobili zelo dober vpogled v to, kaj iščejo posojilodajalci pri tovrstnem načinu posojanja.

Obdobje zbiranja sredstev

Ekipe izbrane platforme za množično financiranje, ki opravljajo bonitetno oceno, bo preučila podatke, ki jih boste predložili. Če bo vaša vloga uspešna, vam lahko sporočijo, v katero kategorijo tveganja vas bodo uvrstili. Če bo vaše podjetje odobreno, vas bodo uvrstili na platformo, kjer bodo posojilodajalci lahko navedli svoje ponudbe. Vsak posojilodajalec navede izbran znesek in obrestno mero. Ko zberete željeno količino denarja, lahko posojilodajalci še naprej oddajajo svoje ponudbe in znižujejo obrestno mero. Torej, bolj kot je vaša kampanja priljubljena, boljše pogoje lahko dobite.

Ne pozabite: navadno boste morali predložiti računovodske izkaze vsaj za zadnji dve leti ter podatke o stanju na vašem bančnem računu. Če ga še nimate, prosite za pomoč strokovnjaka. Izpolnjevanje računovodskih izkazov terja kar nekaj časa in pomeni dodatne stroške.

Po dražbi

Ko bo dražba zaključena, vam bo platforma sporočila končno povprečno obrestno mero. Platforma bo nato poslala sredstva na vaš bančni račun v dogovorjenem roku.

Nato boste morali odplačevati posojilo in obresti na obroke, kot ste se dogovorili s platformo. To se navadno izvede z neposrednim nakazilom platformi, ki nato upravlja izplačila na račune vlagateljev.

Ko se posojilo povrne v celoti, platforma to potrdi in transakcija je zaključena.

Namig: bodite na voljo med celotnim postopkom, saj vam lahko tako platforma kot vlagatelji zastavijo dodatna vprašanja, na katera bodo potrebovali zelo hiter odgovor.

Študija primera vzajemnega posojila:

Isabellina slaščičarna

Ozadje

Isabella je slaščičarka, ki je postopno povečevala prodajo svojih izdelkov ter se je nedavno preselila v večje prostore, ki zajemajo tudi manjšo restavracijo, ki trenutno predstavlja 30 % njenega prometa. Vendar je to pomenilo precejšnje obremenitev za njene zaposlene in zmogljivosti. Da bi podvojila svoje zmogljivosti, bi morala kupiti nov stroj za mešanje testa in dodatne peči. To bi ji omogočilo podvojitev njenih zmogljivosti. Želela je zbrati 50 000 EUR, kolikor so znašali skupni stroški njenih strojev. Isabella je zaprosila za posojilo pri lokalni banki, pri kateri že ima odobren limit v višini 10 000 EUR in je odplačevala zadnje leto posojila v višini 30 000 EUR (za začetno naložbo). Vendar ji je banka ponudila le posojilo v višini 30 000 EUR po 14,5 % obrestni meri in ne 11,5 % obrestni meri, ki jo je dobila pri prejšnjem posojilu. Odločila se je, da na spletu poišče nadomestne možnosti in tako našla vzajemna posojila.



Načrtovanje: dnevi 1–10

Isabella je preučila vse, kar je lahko našla o konceptu vzajemnega financiranja, pri čemer je posebno pozornost namenila njegovemu delovanju; poiskala je strani, ki ponujajo tovrstna posojila in preučila pogoje/cene in pravila. Zbirala in prebiral je bloga in članke o vzajemnih posojilih ter poizvedovala o drugih njej podobnih posojilodajalcih in o tem, kakšne posle so sklepali. Ob koncu tedna je menila, da razume vzajemna posojila dovolj dobro, da zaprosi zanje. Da bi bolje spoznala vlogo posojilodajalca, se je Isabella registrirala na nekaj platform za vzajemno financiranje in posodila 100 EUR svojega denarja v majhnih zneskih drugim podjetjem, podobnim njenemu. Tako je dobila dober vpogled v vlogo posojilodajalca in ugotovila, na kaj se bodo ljudje najverjetneje osredotočali. S tem znanjem v žepu je pripravila finančna poročila in druge dokumente v skladu z zahtevami za razkritje.

Postopek financiranja: dnevi 11–20

Ko je vse zaključila in natančno preverila, je Isabella dokumente predložila platformi. Ekipa platforme, ki opravlja bonitetno oceno, jo je kontaktirala za dodatne informacije o financah, vključno z dodatnimi dokumenti in poslovodskimi poročili, te informacije pa so primerjali s kreditnimi modeli, ki jih uporablja platforma. Kmalu zatem so Isabello obvestili, da je njena slaščičarna uspešno prestala bonitetno oceno. Ko je bilo podjetje odobreno, se je lahko uvrstila na trg, kjer bodo vlagatelji dali svoje ponudbe. Nekateri vlagatelji so se odločili, da stopijo v stik z Isabello v živo prek orodja za vprašanja in odgovore. Postavljali so ji vprašanja, da bi izvedeli več podrobnosti o tem, kako namerava porabiti denar in izkoristiti donosnost podjetja v zadnjih nekaj letih. Ker so bili zadovoljni z Isabellinimi odgovori, je bilo njeno posojilo v višini 50 000 EUR financirano v nekaj dneh po objavi njene ponudbe. Takrat bi lahko izbrala povprečno obrestno mero, ki ji je bila ponujena ob dosegu ciljnega zneska, vendar se je odločila, da pusti posojilo na trgu do konca sedemdnevne dražbe. V preostalih dneh je Isabella opazovala, kako se je obrestna mera nižala, saj ji je več vlagateljev ponudilo svoja posojila.

Po ponudbi

Ko je bila dražba za posojila zaključena, je platforma kontaktirala Isabello, da bi ji potrdila končno ponujeno obrestno mero 10,3 %. To je v skladu z njeno bonitetno kategorijo (B) in je nižje od njene prvotne obrestne mere pri banki (11,5 %). Platforma jo je prav tako obvestila, da ji ni treba plačati nobenih provizij ali dajatev, če se odloči, da posojila ne vzame, vendar se je Isabella odločila, da posojilo izčrpa in tako so bila sredstva na njenem bančnem računu v treh delovnih dneh. Isabella je posojilo in obresti odplačevala mesečno v obdobju petih let. To se je izvedlo z neposrednim nakazilom platformi, ki je nato upravljala izplačila na račune vlagateljev.

Množično financiranje lastniškega kapitala

To poglavje vas bo popeljalo skozi pomembne korake, kako pridobiti množično financiranje lastniškega kapitala, ter vam dalo nekatere podrobnejše nasvete in smernice. **Upoštevajte, da so ti predlagani ukrepi na voljo le kot smernice.** Vsak korak je lahko bolj ali manj zapleten, odvisno od vašega projekta, velikosti ekipe in časa, ki ste ga pripravljene porabiti v ta namen.

Priprava

Prve dni kampanje posvetite preučevanju množičnega financiranja lastniškega kapitala in pripravi vaše ponudbe. Pri tem:

- **raziščite potencialne platforme množičnega financiranja** ter njihove pogoje poslovanja,
- poskrbite, da **razumete pravila in pravne zahteve** platforme ter pravila in pogoje v vašem okolju,
- **pripravite časovni načrt in načrt stroškov**,
- **seznanite se s tržnimi trendi** in ugotovite, koliko sredstev se trenutno zastavi za kampanje množičnega financiranja in kaj se pričakuje v zameno. To vam bo dalo referenčno merilo za vašo kampanjo,
- **stopite v stik s platformami, ki ustrezajo vašim potrebam**,
- pozorno **pripravite in preverite vse finančne dokumente**, ki jih zahtevajo platforme,
- **začnite pridobivati svojo množico prek družbenih medijev**,
- **preučite zahteve glede razkritja** in potrebne **pravne obveznosti**. Za kampanje z visokimi vrednostmi se bodo zahtevali revidirani izkazi, ti so pa lahko zelo dragi. Na platformi in pri vaših lokalnih organih vedno preverite, kaj točno potrebujete in koliko vas bo to stalo.

***Namig:** če je mogoče, poskusite najti podjetja, ki jim je uspelo. Povprašajte jih o njihovih izkušnjah in jih zaprosite za pomoč z nasveti. Tako boste prihranili veliko časa, njihov nasvet pa vam lahko pomaga izboljšati kampanjo.*

Načrtovanje nastopa

Če je vaša prijava za platformo uspešna, morate zaključiti vaš poslovni načrt in finančno ponudbo. Pomembno je, da ste pripravljene; prepričajte se, da so vaši podatki pravilni in pripravite dokazila za vaše trditve. Poskrbite, da lahko na primer dokažete:

- vrednost vašega podjetja in logiko, ki se skriva v ozadju,
- finančno uspešnost in napovedi,
- znesek lastniškega kapitala, ki ga želite oddati in zakaj.

Bistveno je, da svojo zgodbo poveste prepričljivo ter razumljivo in enostavno opišete vaš izdelek ali storitev ter finančni položaj. Pri tem je najbolje uporabiti razgiban pristop z vključitvijo video posnetkov, družbenih omrežij in predstavitev živo. Poskušajte dobiti odziv prijateljev in potencialnih kupcev, da boste vedeli v kakšnem položaju ste. Pomembno je, da:

- **upoštevate vašo ciljno publiko** in veste, kaj bodo verjetno želeli vedeti,
- ste jedrnat, **vendar morajo biti vaše znanje, sposobnosti in poslovna odločnost razvidni iz vaše predstavitve**,
- **jasno prikažete vaše finančno stanje** s povezavami do dodatnih informacij,
- **svojo zgodbo poveste v vizualno prijetni in vabljeni obliki.**

Priprava nastopa

Vzpostavite dobro spletišče: dobro zasnovano, privlačno spletišče z vsemi potrebnimi informacijami vam bo v veliko pomoč pri prepričevanju vlagateljev, da ste resni glede vaše dejavnosti.

Nekatere najbolj učinkovite kampanje vsebujejo zelo kratek dvominutni (ali krajši) video posnetek. V njem jasno:

- povejte, kaj želite narediti in zakaj;
- predstavite sebe in vašo ekipo;
- pojasnite delovanje podjetja;
- nakažite, kako boste sredstva porabili;
- povejte, kakšen bo finančni donos.

Zgodnje seznanjanje je bistvenega pomena. Dokazano je bilo, da imajo kampanje, ki v prvih nekaj dneh zberejo več kot 20 % ciljnega zneska, veliko več možnosti za uspeh. Bodite dejavni v družbenih medijih in začnite ustvarjati svojo množico z ustvarjanjem in združevanjem razprav.

Obdobje zbiranja sredstev

Komunicirajte z vašo množico tako na spletu kot zunaj njega:

- **motivirajte jih** ter jih spodbujajte, naj svoje prijatelje seznanijo z vašo kampanjo,
- **v družbenih medijih dejavno** promovirajte kampanjo in jo naredite bolj prepoznavno,
- **pogovarjajte se z novinarji**, bodite prisotni na konferencah, sejmih itd.,
- odgovarjanje na vprašanja, predloge in poizvedbe.

Po kampanji

Po koncu kampanje morate urediti vse administrativne zadeve, kot je registracija novega lastništva in sprememba statusa podjetja. Pri tem:

- **uredite novo strukturo podjetja.** Sedaj ste pridobili številne vlagatelje in poslovne partnerje. To najverjetneje pomeni, da boste morali vzpostaviti novo vodstveno strukturo in postopke. Če imate kakršna koli vprašanja, za nasvet vprašajte strokovnjaka, odvetnika ali lokalno gospodarsko zbornico;
- **ohranjajte odnose z vlagatelji.** Odvisno od strukture vašega podjetja se vaš postopek odločanja lahko spreminja, prilagoditi se morate tudi vašim novim delničarjem;
- **pripravite izhodno strategijo za vaše vlagatelje.** Vlagateljem boste morali izplačati donos (delež dobička, dividende, odkup delnic itd.).

Študija primera financiranja lastniškega kapitala:

Oscarjeva tovarna plastike

Ozadje

Oscar je lastnik velike tovarne plastike v Španiji z 20 zaposlenimi za polni delovni čas v proizvodnji in 10 zaposlenimi v prodaji in upravi. Razmišljal je o širitvi svojih dejavnosti na druge evropske trge, vendar bi za to potreboval kapital, da bi povečal zmogljivosti podjetja in zaposlil dodatne delavce. Izračunal je, da bi skupno potreboval približno 1,2 milijona EUR. Oscar se je obrnil na nekatere sklade zasebnega kapitala in sklade tveganega kapitala, pri čemer sta en ali dva pokazala zanimanje, vendar sta želela 26 % delež v podjetju ter udeležbo pri sprejemanju strateških odločitev, vključno z zelo ambicioznim načrtom širitve, za katerega je Oscar menil, da bi lahko ogrozil njegovo podjetje. Pri iskanju drugih možnosti je Oscar naletel na množično financiranje lastniškega kapitala ter ugotovil, da bi to lahko bil način, s katerim bi zbral potreben kapital, ne da bi se moral odpovedati tako velikemu delu nadzora.



Načrtovanje: dnevi 1–10

Oscar je začel z iskanjem vseh možnih informacij o množičnem financiranju lastniškega kapitala, kaj to je in kako deluje. Prav tako je poiskal spletišča, ki to ponujajo ter preučil pogoje in provizije. Odločil se je, da poskusi, saj je želel prodati manjši lastniški delež in manj nadzora, kot so ga želeli vlagatelji tveganega kapitala. Oscar je izbral platformo za množično financiranje z velikim številom vlagateljev, vendar se je zavedal, da ne more računati le na njih. Da bi pridobil njihovo zanimanje in pozornost, bi moral pripeljati lastno množico – tisti, ki poznajo njega in njegovo podjetje, bi mu pomagali izboljšati profil v očeh drugih vlagateljev. Odločil se je, da je ciljni znesek 1,2 milijona EUR razumen, ter na podlagi predhodnega vrednotenja sklenil, da je pošteno in dovolj, če ponudi 20-odstotno lastništvo podjetja. Oscar je vedel, da bo platforma preverila pravilnost njegovih podatkov, vendar se bodo pozneje o vrednotenju odločali vlagatelji sami. Zato je natančno utemeljil ocene.

Priprava nastopa: dnevi 11–30

Oscar je porabil veliko časa za izdelavo najbolj neposrednega in relevantnega načina za predstavitev števil. Tesno je sodeloval s svetovalcem, ki so mu ga priporočili na platformi, katero je kontaktiral, in ki mu je dajal dragocena in objektivna povratna mnenja na vsakem koraku priprave in piljenja njegovega načrta. Oscar je sklenil, da kot vodilo potrebuje kratek dvo- ali triminutni predstavitevni video. Najel je profesionalno ekipo, ki je v enem dnevu posnela video s posnetki iz proizvodne hale, posnetki proizvodov in Oscarjev spremni komentar. Oscar je večkrat pregledal svojo kampanjo, da bi se izognil morebitnim pomanjkljivostim ali nedoslednostim. Poleg tega je prejel pozitiven odziv svetovalcev platforme na njegovo kampanjo, ti so tudi odgovarjali na njegova tehnična in pravna vprašanja. Oscar se je prek spleta in v živo pogovoril s številnimi ljudmi, ki so pokazali precejšnje zanimanje za njegov predlog. Poleg tega se je pogovoril z nekaterimi ključnimi osebami, ki so želele vložiti denar. Ko je ugotovil, da bi te osebe vložile 20–30 % ciljnega zneska, je spoznal, da je pripravljen na začetek kampanje.

Kampanja: dnevi 31–60

Oscar je v družbenih medijih dejavno promoviral svojo kampanjo in skrbel, da je bila prepoznavna. Odkril je, da so njegovo iskanje množičnega financiranja in zgodbe, ki so se spletle okrog tega, pritegnile zanimanje lokalnih novinarjev, tako da je bil v nacionalnem poslovnem časopisu objavljen članek o njem.

Po kampanji: dnevi 61–80

Oscar je hitro dosegel skoraj 30 % ciljnega zneska – večinoma od vlagateljev, ki so že poznali njega in njegovo podjetje ter so vedeli, da je začel s kampanjo. V treh tednih je dosegel svoj cilj. Namesto da bi ponudil še dodatni lastniški delež – o čemer je predhodno razmišljal in to tudi načrtoval – se je odločil, da predčasno zaključi svojo uspešno kampanjo in jo umakne s platforme. Oscar se je najprej zahvalil vsem sodelujočim in jih pozdravil kot nove solastnike podjetja. Sodeloval je s platformo, ki je imela vse potrebno za izdajo potrdil o lastništvu delnic in urejanje vseh ostalih formalnosti.

Množično financiranje v zameno za nagrado

To poglavje vas bo popeljalo skozi pomembne korake, kako pridobiti množično financiranje v zameno za nagrado, ter vam dalo nekatere podrobnejše nasvete in smernice. **Upoštevajte, da so ti predlagani ukrepi na voljo le kot smernice.** Vsak korak je lahko bolj ali manj zapleten, odvisno od projekta, velikosti ekipe in časa, ki ste ga pripravljene porabiti v ta namen.

Priprava

Prve dni kampanje posvetite preučevanju množičnega financiranja v zameno za nagrado in pripravi vaše ponudbe. Pri tem:

- **preučite potencialne platforme** ter njihove pogoje poslovanja,
- poskrbite, da **razumete pravila in pravne zahteve** platforme ter pravila in pogoje v vašem okolju,
- pripravite časovni načrt in načrt stroškov,
- **seznanite se s tržnimi trendi** in ugotovite, koliko sredstev se trenutno zastavi za kampanje množičnega financiranja in kaj se pričakuje v zameno. To vam bo dalo referenčno merilo za vašo kampanjo,
- stopite v stik s platformami, ki ustrezajo vašim potrebam,
- pozorno **pripravite in preverite vse finančne dokumente**, ki jih zahteva platforma.
- začnite pridobivati svojo množico prek družbenih medijev.

Priprava nastopa

Če želite, da bo vaša prijava na platformi uspešna, morate svojo **zgodbo povedati prepričljivo** ter razumljivo in enostavno opisati vaš izdelek ali storitev. Vendar to ni preprosto: brez dvoma boste potrebovali odziv prijateljev in potencialnih kupcev, da boste vedeli v kakšnem položaju ste. Pomembno je, da svojo zgodbo poveste na logičen način, vendar s strastjo ter to storite v vizualno prijetni in vabljivi obliki.

Nekatere najbolj učinkovite kampanje vsebujejo zelo kratek dvominutni (ali krajši) video posnetek. V njem jasno:

- povejte, kaj želite narediti in zakaj,
- predstavite sebe in vašo ekipo,
- povejte, kako boste sredstva porabili,
- če ste zbrali več denarja od vašega ciljnega zneska (maksimalni znesek za izvedbo vaših načrtov, tako imenovani stretch target), pokažite, kako boste dodatna sredstva uporabili, da bi nadalje izboljšali podjetje.

Vaše nagrade morajo biti privlačne. Vsaj ena od njih mora biti na voljo zgolj v okviru kampanje za množično financiranje, nekaj, kar bodo prejeli le podporniki. Za navdih preučite druge kampanje. **Ne pozabite, da je predprodaja vašega izdelka, že dobra nagrada za vašo množico.** Težje je, če vaše podjetje ponuja storitev in ne novega izdelka. Pri tem je pomembno, da ste ustvarjalni in pripravite nagrade, ki bodo zanimive za vašo množico.

Obdobje zbiranja sredstev

V obdobju zbiranja sredstev morate komunicirati z vašo množico, tako na spletu kot zunaj njega. Kampanja množičnega financiranja v zameno za nagrado ima največ uspeha, če lahko potrošniki začitijo zagnanost, ki poganja projekt ali podjetje. Zato k projektu pristopajte polni energije in z navdušenjem.

Pri tem:

- **motivirajte vašo množico**, dajte ji vedeti, da je kampanja živa, Predstavnike množice spodbujajte, naj sodelujejo v kampanji ter o njej seznanijo svoje prijatelje,
- **v družbenih medijih dejavno** promovirajte kampanjo in jo naredite bolj prepoznavno,
- **pogovarjajte se z novinarji**, bodite prisotni na konferencah, sejmih itd.,
- odgovarjajte na vprašanja, predloge in poizvedbe.

Po kampanji

Če ste denar uspešno zbrali, ga ne morete sedaj zgolj pobrati in oditi. Čaka vas še veliko dela. Če niste dosegli svojega cilja, ne skrbite. Iz napak lahko pridobite dragoceno izkušnjo in poskusite znova.

Ne pozabite na zahvalo vaši množici ter ostanite v stiku s tistimi, ki so pokazali še posebno zanimanje za vaš izdelek. Če niste bili uspešni, vprašajte za nasvete, kako se izboljšati.

Če ste bili uspešni, s pripravo časovnega načrta **poskrbite, da boste izpolnili dane obljube** glede nagrad vseh podpornikom v obljubljenem času. Nazadnje **ne pozabite na vse administrativne naloge**, kot je plačilo davkov.

Ne pozabite: če nameravate izdelek prodajati v predprodaji, se ne pozabite prijaviti kot zavezanec za DDV. Podrobnosti preverite pri vašem lokalnem davčnem organu.

Študija primera financiranja v zameno za nagrado:

Carline dizajnerske luči

Ozadje

Carla je oblikovalka s sedežem v Pragi. Nedavno je zaključila z oblikovanjem prototipa lastnega sistema razsvetljave. Gre za ultra sodoben koncept, pri katerem uporablja reciklirane industrijske materiale. Sistem je bil lani nagrajen na razstavi oblikovalcev v Milanu. Našla je proizvajalca, ki bo razvil glavne dele ter majhno ekipo, ki bo luči sestavila, poskrbela za dostavo in namestitvev. To pomeni, da mora Carla, da bi lahko začela s poslom, zbrati 41 000 EUR za kritje stroškov v prvih šestih mesecih. Glede na to, da namerava luči prodajati po ceni 200 EUR za kos, bi morala prodati 205 kosov, da bi pokrila stroške prvih 6 mesecev. Sprva je razmišljala o bančnem posojilu, vendar je kmalu ugotovila, da zaradi pomanjkanja možnosti za zavarovanje s premoženjem, še neodplačanega študentskega posojila in pomanjkanja izkušenj v poslovnem svetu ne bi izpolnjevala osnovnih pogojev za pridobitev posojila. Zato se je odločila za množično financiranje.



Načrtovanje: dnevi 1–10

Carla je prvi teden namenila raziskovanju množičnega financiranja. Zbirala in prebirala je bloge in članke o množičnem financiranju v zameno za nagrado. Pri tem je izbrala in podrobneje preučila zanimive primere, ki so bili podobni njenemu, in so doživeli uspeh. Do konca tedna je menila, da razume, kako sistem deluje in kaj mora storiti. Carla je svoj izdelek akreditirala in uredila vse potrebno, natančno je premislila svoj poslovni koncept ter finance, nato pa je preusmerila pozornost na razumevanje množice, svojih strank. Prek družbenih medijev je ugotovila, kdo ima vpliv na njenem področju, kdo so ugledni posamezniki z zvestimi sledilci, ki bi ji lahko pomagali pri širjenju njenega sporočila. Veliko se je pogovarjala s temi ljudmi, združevala pogovore in sklepala prijateljstva ter zveze, tako da je imela v trenutku, ko je bila nared za začetek svoje kampanje, močno spletno množico, ki jo je podpirala. Izbrala je ugledno platformo s pravo ciljno publiko, nad katero je še vedno imela dober pregled.

Priprava nastopa: dnevi 11–25

Carla je vedela, da je njen nastop ključen za uspeh, zato je pazljivo izpilila svojo zgodbo. O tem je veliko premišljevala, kot tudi o ključnih sporočilih in nagradah (ena od njih je bila tudi dizajnerska luč v vrednosti 200 EUR). Carla je iz svojih raziskav drugih projektov množičnega financiranja vedela, da je kratek video bistven za predstavitev njene zgodbe, prikaz kakovosti dizajna ter bo podpornikom pomagal, da spoznajo njo, njeno ekipo in njihovo poslovno etiko. Posnela je film, v katerem prikazuje izdelavo luči, oblikovala je spletno stran za svoje podjetje, tako da je lahko dodala svoje izdelke in jih natančneje opisala. Carla se je tudi dogovorila za videokonferenco z svetovalko platforme in jo zaprosila, da pregleda njeno kampanjo in ji predlaga izboljšave, poleg tega je preverila vse tehnične ali pravne zadeve, ki bi lahko bile relevantne v Pragi. Carla je porabila tri tedne za pogovore in srečevanja z ljudmi, raziskave in zbiranje množice okrog svojega projekta. Ko je menila, da je ustvarila dovolj zanimanja, je sprožila kampanjo.

Kampanja: dnevi 26–56

Takoj ko se je kampanja začela, je Carla začela pripravljati naslednjo dvomesečno fazo postopka množičnega financiranja. Vsak dan se je posvečala kampanji, pogovarjala se je s svojo množico ter njenim članom dajala vedeti, da je kampanja v polnem razmahu, nagovarjala jih je k sodelovanju in prosila, če povabijo tudi svoje prijatelje. Pogovarjala se je z novinarji in ugotovila, da obstaja veliko zanimanja za njeno kampanjo kot tudi za njene inovativne izdelke. Carla je prejemale sporočila zainteresiranih ljudi, nekateri so ji postavljali vprašanja, spet drugi dajali svoje pripombe in ji svetovali glede izboljšav in stvari, na katere ni pomislila. Predloge je upoštevala in se vsem zahvalila zanje, da bi gojila dobre odnose z množico.

Po kampanji: dnevi 56–70

Carlina kampanja je bila uspešna, presegla je zastavljen cilj in prodala 145 luči. To je bil velik uspeh, saj ji ni omogočil le, da je začela s proizvodnjo, ustvarila zaloge in pokrila stroške prvih treh mesecev, ampak je lahko tudi prodala polovico svoje zaloge luči, preden so te zapustile tovarno. Prva stvar, ki jo je storila, je bil zagon proizvodnje in zahvala vsem sodelujočim. Nato je pripravila razpored proizvodnje in obvestila svojo množico, kdaj lahko pričakujejo dostavo luči ter se začela ukvarjati z administrativnimi zadevami, povezanimi z začetkom delovanja podjetja. Vendar Carla ni prenehala komunicirati s svojo množico. Redno jih je seznanjala z napredkom in jih prosila za strokovne nasvete, če je imela kakšno vprašanje. Ker so predstavniki njene množice postali navdušeni uporabniki njenih izdelkov, so postali tudi njeni najboljši zagovorniki ter njena platforma za trženje in odnose z javnostjo, ki so nadalje širili glas o njenih izdelkih ter ji pomagali prodati še več luči.



Kako naprej



Več informacij o množičnem financiranju

- **Množično financiranje v Evropski uniji**
http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-14-240_en.htm.
- **Množično financiranje v Združenem kraljestvu**
<http://crowdingin.com/what-we-mean-crowdfunding>
[http://www.fca.org.uk/consumers/financial-services-products/investments/...](http://www.fca.org.uk/consumers/financial-services-products/investments/)
- **Množično financiranje v Franciji**
<http://www.amf-france.org/Reglementation/Dossiers-thematiques/Epargne-et-prestataires/Financement-participatif/Plateformes-de-financement-participatif---entr-e-en-vigueur-du-dispositif-r-glementaire-le-1er-octobre-2014-.html>
- **Množično financiranje v Italiji**
<http://www.consob.it/main/trasversale/risparmiatori/investor/crowdfundin...>
- **Pregled množičnega financiranja**
<http://www.eurocrowd.org/category/facts-and-figures/about-crowdfunding/>
<http://www.bruegel.org/publications/publication-detail/publication/844-i...>

Več informacij o platformah za množično financiranje

- **Pregled platform za množično financiranje v Franciji**
<http://tousnosprojets.bpifrance.fr/>
- **Pregled platform za množično financiranje v Združenem kraljestvu**
<http://crowdingin.com/platforms/all/all#>
- **Evropska mreža za množično financiranje**
<http://www.eurocrowd.org>

Evropska unija o množičnem financiranju

- **Evropska komisija o množičnem financiranju**
http://ec.europa.eu/finance/general-policy/crowdfunding/index_en.htm
- **Evropski parlament o množičnem financiranju**
<http://epthinktank.eu/2014/05/08/crowdfunding-in-the-european-union/>
- **ESMA o množičnem financiranju**
<http://www.esma.europa.eu/news/Press-Release-Investment-based-crowdfunding-needs-EU-wide-common-approach>
- **EBA o množičnem financiranju**
<https://www.eba.europa.eu/-/eba-recommends-convergence-of-lending-based-crowdfunding-regulation-across-the-eu>

Več informacij o drugih virih financiranja vašega podjetja

- **Portal Evropske komisije za dostop do finančnih sredstev**
http://europa.eu/youreurope/business/funding-grants/access-to-finance/index_sl.htm
- **Evropska podjetniška mreža daje nasvete o programih EU in o tem, kako poiskati poslovne partnerje.**
<http://een.ec.europa.eu/>

