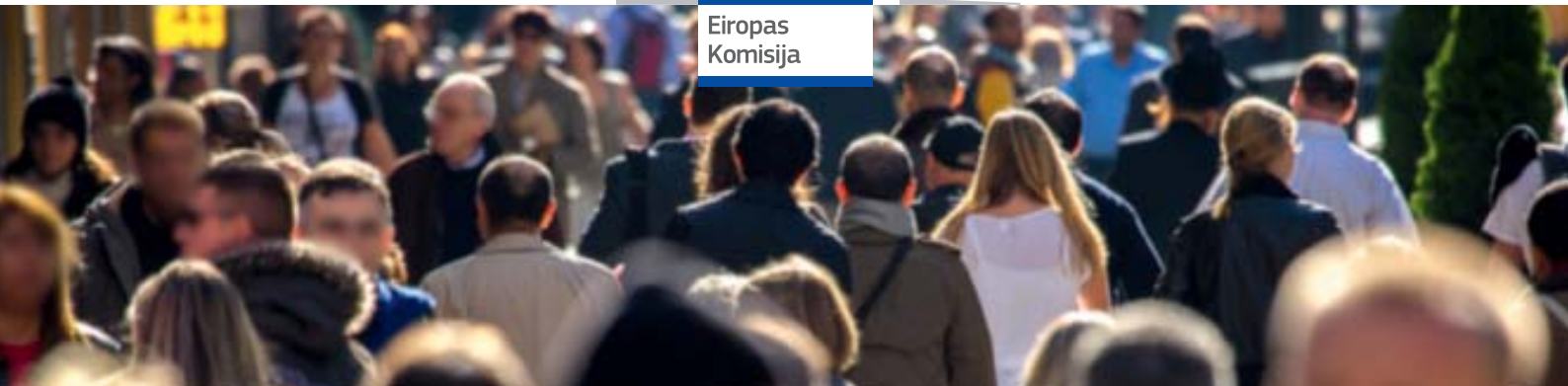




Eiropas
Komisija



Paskaidrojums par kolektīvo finansēšanu

Informācija maziem un
vidējiem uzņēmumiem par
kolektīvo finansēšanu un tās
izmantošanu

Saturs

Kas ir kolektīvā finansēšana?	4
- Paskaidrojums par kolektīvo finansēšanu	6
- Tā nav tikai nauda	9
- Kādi ir riski?	10
Dažādie veidi	12
- Biedriskie aizdevumi	14
- Pašu kapitāla kolektīvā finansēšana	15
- Kolektīvā finansēšana ar atlīdzinājumu	16
- Vai man tas der?	17
Kā to paveikt?	18
- Biedriskie aizdevumi	20
- Biedrisko aizdevumu piemērs	22
- Pašu kapitāla kolektīvā finansēšana	24
- Pašu kapitāla kolektīvās finansēšanas piemērs	26
- Kolektīvā finansēšana ar atlīdzinājumu	28
- Kolektīvā finansēšana par atlīdzinājumu	30
Turpmākie pasākumi	32



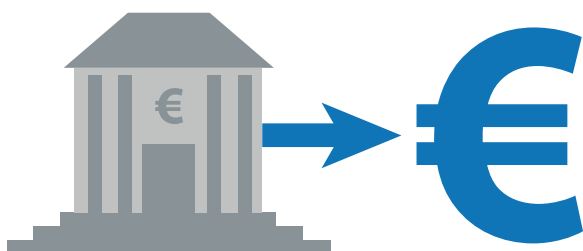
Kas ir kolektīvā finansēšana?



Paskaidrojums par kolektīvo finansēšanu

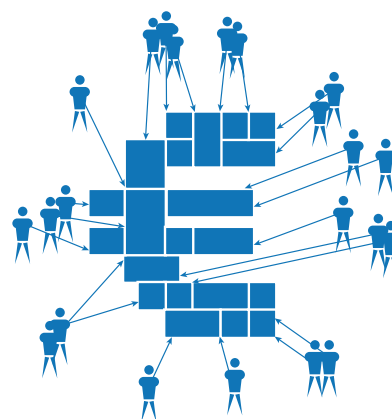
Kolektīvā finansēšana ir naudas līdzekļu piesaistes veids, lai varētu finansēt projektus un uzņēmumus. Tā ļauj līdzekļu piesaistītājiem **savākt naudu no liela cilvēku skaita, izmantojot tiešsaistes platformas.**

TRADICIONĀLĀ FINANSĒŠANA



lielas summas no viena vai dažiem avotiem

KOLEKTĪVĀ FINANSĒŠANA



daudzas mazas summas no liela skaita fizisku personu

Visbiežāk kolektīvo finansēšanu izmanto jaunizveidoti vai augoši uzņēmumi kā iespēju piekļūt alternatīviem līdzekļiem. Tas ir novatorisks veids, kā atrast finansējumu jauniem projektiem, uzņēmumiem vai idejām.

Šādi iespējams arī pastiprināti piesaistīt sabiedrības uzmanību savam piedāvājumam. Izmantojot tiešsaistes lietotāju atsaucību, varat gūt arī **noderīgu ieskatu tirgū un piekļuvi jauniem klientiem.**

Šīs rokasgrāmatas mērķauditorija ir **uzņēmēji, darījumu cilvēki un uzņēmumi, jo īpaši mazie un vidējie uzņēmumi.** Ja meklējat veidu, kā finansēt jaunu pasākumu vai ideju, vai ja esat dzirdējis par kolektīvo finansēšanu un vēlaties uzzināt vairāk, šī rokasgrāmata var jums palīdzēt.

Kā darbojas kolektīvā finansēšana?

Kolektīvās finansēšanas platformas ir tīmekļa vietnes, kas nodrošina mijiedarbību starp līdzekļu piesaistītājiem un sabiedrību. Ar kolektīvās finansēšanas platformas starpniecību var uzņemties un izpildīt finansiālas saistības.

Kolektīvās finansēšanas platformas parasti iekasē maksu no līdzekļu piesaistītājiem, ja finansējuma piesaistes kampaņa ir guvusi panākumus. Savukārt **kolektīvās finansēšanas platformu pienākums ir garantēt drošu un vieglu šā pakalpojuma izmantošanu.**

Daudzas šādas platformas darbojas pēc “visu vai neko” finansēšanas principa. Tas nozīmē, ka, sasniedzot mērķi, jūs saņemat naudu, bet nesasniedzot – visi saņem savas iemaksas atpakaļ – bez pārdzīvojumiem un bez finansiāliem zaudējumiem.

Ir vairāki kolektīvās finansēšanas veidi, kas izskaidroti turpmākajā tekstā. Šajā rokasgrāmatā sniegti objektīvi ieteikumi, lai palīdzētu jums izprast trīs izplatītākos kolektīvās finansēšanas veidus, ko izmanto peļņu gūstošie MVU un jaunizveidotie uzņēmumi, – **biedriskie aizdevumi, pašu kapitāla finansēšana un finansēšana ar atlīdzinājumu.**

Galvenie kolektīvās finansēšanas veidi

Biedriskie aizdevumi

Ļaudis aizdod naudas līdzekļus uzņēmumam, izejot no pieņēmuma, ka tie tiks atmaksāti ar procentiem. Tas ļoti līdzinās tradicionālajiem bankas aizdevumiem, izņemot to, ka aizņematies no daudziem investoriem.

Pašu kapitāla kolektīvā finansēšana

Jūs pārdodat daļas savā uzņēmumā daudziem investoriem apmaiņā pret viņu ieguldījumu. Būtībā tas līdzinās veidam, kā biržā pērk vai pārdod parastās akcijas, vai riska kapitālieguldījumiem.

Kolektīvā finansēšana ar atlīdzinājumu

Fiziskas personas ziedo projektam vai uzņēmumam ar domu, ka vēlāk pretī saņems nefinansiālu atlīdzinājumu, piemēram, preces vai pakalpojumus.

Kolektīvā finansēšana ar ziedojumiem

Fiziskas personas ziedo nelielas summas, lai varētu savākt lielāku finansējumu kādam īpašam labdarības projektam, neko nesaņemot pretī ne finansiāli, ne materiāli.

Līdzdalība peļņā / līdzdalība ieņēmumos

Uzņēmumi var dalīties nākotnes peļņā vai ieņēmumos ar dalībniekiem apmaiņā pret finansējumu tagad.

Parāda vērtspapīru kolektīvā finansēšana

Fiziskas personas iegulda uzņēmuma emitētos parāda vērtspapīros, piemēram, obligācijās.

Hibrīdmodeļi

Tie piedāvā uzņēmumiem iespēju kombinēt vairāku kolektīvās finansēšanas veidu elementus.

Tā nav tikai nauda

Kolektīva finansēšana var sniegt vairāk nekā tikai finansiālus labumus. Tā var nodrošināt piekļuvi lielam skaitam cilvēku, kuri var būt ieinteresēti projektā vai pasākumā, kā arī spēj jums sniegt vērtīgas atziņas un informāciju.

Kolektīvās finansēšanas nefinansiālās priekšrocības

- **Apstiprinājums par koncepcijas pamatotību un realizācijas iespējām.** Kolektīvā finansēšana ļauj apzināties reālo situāciju – varat redzēt, vai citi cilvēki tic jūsu biznesam un novērtē jūsu projektu vai koncepciju. Ja viņi vēlas to atbalstīt, tas nepārprotami liecina, ka ideja ir piemērota tirgum.
- **Palīdzība cita veida finansējuma saņemšanai.** Sekmīga kampaņa var ne tikai pierādīt koncepcijas pamatotību, bet arī akcentēt to, ka uzņēmumam jau ir savs tirgus un cilvēki tam tic. Tas ļoti noder, meklējot papildus cita veida finansējumu, piemēram, bankās, riska kapitāla uzņēmumos un pie komercenģeļiem, jo tiem jūsu projekts var šķist mazāk riskants vai arī tie var piedāvāt labākus nosacījumus.
- **Piekļuve sabiedrībai.** Jūs uzrunājat plašu mērķauditoriju, kuras vidū var atrasties arī cilvēki ar vērtīgām zināšanām un atziņām. Kolektīvā finansēšana kopumā ir jauns veids, kā sazināties ar šo mērķauditoriju, turklāt bez maksas, un tā ir vērtīga atgriezeniskā saite.
- **Spēcīgs marketinga rīks.** Pašu kapitāla un atlīdzinājuma kolektīvā finansēšana var būt efektīvs veids, kā iepazīstināt ar jaunu produktu, jaunu uzņēmumu vai tā paplašināšanos, vēršoties tieši pie cilvēkiem, kuri var kļūt par klientiem. Tā ir iespējams izplatīt ziņas un rosināt interesi, vēl pirms produkts nonācis ražošanā.

Tomēr jāatceras, ka kolektīvā finansēšana nav burvju nūjiņa. Kā jebkurā pasākumā, arī tajā ir jāiegulda daudz mērķtiecīgu pūļu un smaga darba

Kādi ir riski?

Kolektīvajai finansēšanai ir daudz priekšrocību, taču jums jāapzinās, ka pastāv arī riski. Šī nodaļa palīdzēs izprast, kādas problēmas var rasties un kā no tām izvairīties.

Nav nekādas garantijas, ka sasniegsiet mērķi

Gluži tāpat kā ar citiem uzņēmējdarbības veidiem pastāv arī neveiksmes risks. Ja līdzekļu piesaistes mērķis netiek sasniegts, kampaņas laikā savāktā nauda jāatdod atpakaļ investoriem.

Ieteikums. Rūpīgi analizējiet visus iespējamus veidus, kā līdzekļu piesaistes kampaņa varētu gūt panākumus. Ja neizdodas, varat mēģināt vēlreiz — daži sekmīgākie projekti ir izdevušies tikai ar vairākiem mēģinājumiem. Līgumā skaidri jāparedz iesaistīto personu tiesības un pienākumi gadījumos, kad finansēšanas mērķis netiek sasniegts.

Intelektuālais īpašums kļūs publiski pieejams

Jūsu idejas nonāks tiešsaistē, daudzi cilvēki tās redzēs, un radīsies risks, ka kāds dublēs jūsu priekšlikumu.

Ieteikums. Jautājiet to platformu administratoriem, kurās plānojat savu ideju ievietot. Viņi var sniegt vispārīgus ieteikumus par intelektuālā īpašuma tiesību aizsardzību. Arī vietējā tirdzniecības kamera vai valsts aģentūra var palīdzēt, taču šaubu gadījumā jums jāmeklē neatkarīgs padoms.

Izmaksu nepietiekama novērtēšana

Bieži vien netiek pietiekami novērtēts, cik daudz laika un līdzekļu prasīs kolektīvā finansēšana. Daži kolektīvās finansēšanas veidi var radīt papildu izmaksas. Piemēram, pašu kapitāla kolektīvās finansēšanas gadījumā administratīvās izmaksas var palielināties līdz ar katru akciju emisiju. Var trūkt resursu, lai strādātu ar jauniem investoriem, sniegtu jaunāko informāciju par projektu vai nodarbotos ar akcionāru korporatīvajām tiesībām.

Ieteikums. Jāapzinās visi dažādie procesa etapi, jāatvēl pietiekami daudz laika un jāizstrādā plāns, kurā paredzēta rezerve kļūmju un kavējumu gadījumā. Atcerieties, ka būs jāiegulda resursi pirms kampaņas, tās laikā un pēc kampaņas noslēguma. Varat pieaicināt palīgā juridisku konsultantu, lai nokārtotu juridiskos jautājumus saistībā ar kolektīvo finansēšanu.

Kaitējums reputācijai

Mūsdienās tirgū valda liela konkurence, un domājams, ka jūsu piedāvājumu izskatīs pieredzējuši investori. Jebkura nevērība, kļūme vai nesagatavotība radīs sliktu priekšstatu gan par jums, gan jūsu projektu vai uzņēmumu.

Ieteikums. Rūpīgi veiciet nepieciešamo izpēti! Papildu resursi ir pieejami šīs rokasgrāmatas nodaļā "Turpmākie pasākumi".

Ieteikums. Atcerieties, ka šai uzņēmējdarbībai ir savas īpatnības. Var nākties pielāgot pieeju, lai iesaistītu cilvēkus, kuri nozari nepārzina.

Ieteikums. Pirms jebkādu saistību uzņemšanās pārliecinieties, ka pilnīgi izprotat kolektīvās finansēšanas procesu, lai nebūtu nekādu šaubu, ka spējat izpildīt solīto.

Nodošana atklātībai un juridiskās prasības

Ieteikums. Vērsieties pie platformas administratora un vietējā uzraudzības iestādē, lai noskaidrotu, kādi dokumenti jāiesniedz un cik izmaksās prasību izpilde, un iekļaujiet šīs izmaksas tāmē. Var rasties sarežģītas problēmas, kas radīs lielas izmaksas, tādēļ ir vērts pieaicināt juridisku konsultantu.

Likuma pārkāpšana

Tiesību akti, kas reglamentē kolektīvo finansēšanu, joprojām ir izstrādes posmā, tādēļ daudzi var šo jomu nepārzināt. Ja neiepazīsieties ar attiecīgajiem ES un valsts tiesību aktiem, varat netīšām tos pārkāpt.

Ieteikums. Vienmēr iepazīstieties ar tiesību aktiem un prasībām. Parasti platforma sniedz vispārīgus ieteikumus un norāda, kur meklēt sīkākus skaidrojumus, piemēram, vietējā tirdzniecības kamerā, vietējā uzraudzības iestādē vai attiecīgā valsts iestādē.

Problēmas saistībā ar platformu

Pastāv risks, ka platforma būs fiktīva.

Ieteikums. Pārliedzieties, ka esat izvēlējis reģistrētu un cienījamu platformu ar pietiekamu iepriekšējo pieredzi un bez pazīmēm, kas liecina par iespējamām nepatikšanām. Meklējiet platformu pareizi reglamentētā vidē, kuras juridiskās prasības pārzināt un kurā varat būt pārliedzīts, ka jūsu tiesības netiks pārkāptas.

Problēmas saistībā ar atbildību pret investoriem un investoru dinamiku

Ja atbalstītāju pulks ir plašs un potenciāli daudzveidīgs, viņu problēmas, vēlmes un prasības atšķirsies. Nepietiekama izpratne par ieguldītāju tiesībām, sūdzību izskatīšanu vai izpildes mehānismiem var radīt problēmas, jo īpaši, ja izvēlēta pašu kapitāla kolektīvā finansēšana, kas nozīmē, ka tiek daļēji zaudēta kontrole pār uzņēmumu.

Ieteikums. Izpētiet iespējamās sekas un aktīvi sadarbojieties ar platformu, lai pilnīgi izprastu savus pienākumus. Noskaidrojiet, kā platforma var jums palīdzēt un kāda ir tās loma.

Ieteikums. Pirms iesaistīties pašu kapitāla kolektīvajā finansēšanā, vienmēr ļoti rūpīgi izziniet iespējamās problēmas turpmākajos posmos. Lai investoriem ieguldījums liktos pievilcīgs, būs jāpiedāvā tiem noteiktas tiesības. Pārliedzieties, ka zināt, kādus pienākumus šīs investoru tiesības radīs jums.

Ieteikums. Vienmēr veidojiet korporatīvās pārvaldības struktūru un mehānismus, pilnīgi apzinoties šīs prasības un pienākumus. Var rasties sarežģītas problēmas, tādēļ vajadzības gadījumā vērsieties pie kvalificētiem ekspertiem.

Investori vēlas izstāties

Kādu dienu investori var nolemt pārdot savas daļas vai jauni investori var nolemt iesaistīties jūsu pasākumā.

Ieteikums. Jau pašā sākumā ļoti rūpīgi novērtējiet investoru maiņas vai izstāšanās iespējamo ietekmi uz uzņēmumu un lūdziet padomu juristiem pirms jebkādu kapitāla daļu piedāvāšanas investoriem.

Ieteikums. Jums arī jāzina, kā turpmāk pieņemt jaunus potenciālos investorus, jo tas var samazināt sākotnējiem investoriem piederošo daļu vērtību.



Dažādie veidi



Biedriskie aizdevumi

Apraksts

Biedriskie aizdevumi (dažkārt to sauc par kolektīvo aizdošanu) ir tieša alternatīva bankas aizdevumam — vienīgā atšķirība ir tā, ka uzņēmumi var aizņemties nevis no viena aizdevēja, bet tiešā veidā no desmitiem vai pat simtiem fizisku personu, kuras ir ar mieru aizdot. Kolektīvie aizdevēji bieži vien piesakās aizdot, piedāvājot procentu likmi, par kādu vēlas aizdot. Aizņēmēji pēc tam akceptē aizdevuma piedāvājumus ar zemāko procentu likmi. Aizdevēju un aizņēmēju savstarpējai saziņai tiek izmantotas interneta platformas. Katrs aizdevuma pieprasījums tiek rūpīgi izvērtēts, jo kolektīvās finansēšanas platformām ir pienākums aizsargāt gan uzņēmumu, gan investoru intereses. Parasti šīs platformas pieprasa finanšu un saimnieciskās darbības pārskatu.

Galvenās iezīmes

- **Elastīgākas procentu likmes.** Ja kampaņa ir populāra, investori var pat savā starpā sacensties par tiesībām aizdot līdzekļus uzņēmumam un piedāvāt labākas procentu likmes, lai noslēgtu darījumu.
- Varat saņemt aizdevumu, ja banka ir atteikusi.
- **Aizdevumu lielums var būtiski atšķirties, tādēļ parasti to var pielāgot visdažādākajām vajadzībām.** Minimālais aizdevums ir ļoti mazs, tādēļ dalībā ir ieinteresēti visdažādākie aizdevēji.
- **Aizdevums tiek atmaksāts platformai kā tiešā debeta maksājums,** un tā sadala atmaksāto summu aizdevējiem.
- **Prasības par atklātību ir līdzīgas bankas prasībām.** Atšķirībā no bankas, tās tiek publiski izpaustas visiem kolektīvajiem aizdevējiem.
- Tāpat kā ņemot aizdevumu parastajā bankā, jums ir **juridisks pienākums atmaksāt aizdevumu.**

Pašu kapitāla kolektīvā finansēšana

Apraksts

Pašu kapitāla kolektīvā finansēšana nozīmē, ka **pārdodat sava uzņēmuma daļas daudziem investoriem apmaiņā pret viņu ieguldījumu**. Pašu kapitāla finansēšanas kārtība jau ir nostiprinājusies — jau sen jauni uzņēmumi var piesaistīt privāto kapitālu, riska kapitālu un komercenģeļu investīcijas. Galvenā atšķirība starp pašu kapitāla kolektīvo finansēšanu un šiem tradicionālajiem modeļiem ir tā, ka netiek veidotas “viens pret vienu” attiecības, bet tiek iesaistīti visdažādākie potenciālie investori, **un daži no tiem var būt arī pašreizējie vai nākamie klienti**. Pašu kapitāla kolektīvā finansēšana nozīmē, ka ar interneta platformas palīdzību uzņēmumiem atrod iespējamus “enģeļus”, kas ir ieinteresēti konkrētajā projektā.

Galvenās iezīmes

- Būs **jāizstrādā nosacījumi** un jānolemj, cik daudz vēlaties pārdot, kāda būs cena un kā investoriem tiks atlīdzināts. Lai pareizi noteiktu vērtību, ir vajadzīgas labas zināšanas.
- **Maksājumi** par pašu kapitāla finansējuma piesaisti kolektīvās finansēšanas platformā parasti būs komisija par piesaistīto kapitālu un juridiskās vai administratīvās maksas par kapitāla emisiju. Var rasties vēl citi juridiskie un konsultāciju izdevumi.
- **Investēt var daudzi**, tādēļ uzņēmumam var būt daudz mazu līdzīpašnieku, nevis daži lieli investori. Parasti tas izmaksā lētāk nekā uzņēmuma iekļaušana akciju tirgus sarakstos biržā.
- Jums jāparāda, ka **uzņēmums ir gatavs investīcijām**, tādēļ jāizstrādā uzņēmējdarbības plāns un finanšu prognozes. Būs nepieciešama arī piemērota **komunikācijas stratēģija**, kurā vissvarīgākā informācija par projektu potenciālajiem investoriem būs viegli pieejama un izprotama.
- Platforma parasti veic **ierobežotu uzticamības pārbaudi**, un investoriem var būt iespēja **pieprasīt papildu informāciju**, tādēļ ir jābūt gatavam šo informāciju sniegt, pat ja tas rada papildu izmaksas.
- Jāņem vērā nopietni **juridiskie aspekti**, kuru izmaksas nedrīkst aizmirst, piemēram, nodošana atklātībai un juridiskie dokumenti, ikgadējās akcionāru pilnsapulces, korporatīvo tiesību izmantošana, gada pārskati un lēmumu pieņemšanas procedūras.
- **Investoru tiesības var būt atšķirīgas**. Tomēr parasti akcionāriem tiek dotas balsstiesības par galvenajiem uzņēmuma vadības jautājumiem, jaunu akciju emisiju utt. Jums jāpārdomā, cik lielas kontroles tiesības pār uzņēmumu esat gatavs nodot ārējiem akcionāriem. Attiecībā uz kompensācijām ņemiet vērā, ka investori var pieprasīt zaudējumu kompensācijas, ja, piemēram, laužot līgumu, radīsies finansiāli zaudējumi.

Kolektīvā finansēšana ar atlīdzinājumu

Apraksts

Kolektīvā finansēšana ar atlīdzinājumu nozīmē, ka **fiziskas personas ziedo projektam vai uzņēmumam un plāno par to saņemt nefinansiālu atlīdzinājumu**, piemēram, preces vai pakalpojumus vēlākā posmā. Izplatīts piemērs ir projekts vai uzņēmums, kas piedāvā unikālu pakalpojumu (kā atlīdzinājumu) vai jaunu produktu (iepriekšpārdošana) apmaiņā pret ieguldījumu. Šis kolektīvās finansēšanas veids ļauj uzņēmumiem sākt darbu ar jau rezervētiem pasūtījumiem un nodrošinātu naudas plūsmu (kas ir lielākā problēma jauniem uzņēmumiem) un savākt mērķauditoriju pirms produkta laišanas tirgū.

Galvenās iezīmes

- **Iemaksātie līdzekļi nav jāatmaksā;** jums tikai jānodrošina solītais pakalpojums vai prece.
- Pasūtījumi tiek sagādāti pirms jaunā produkta laišanas tirgū, un kolektīvās finansēšanas kampaņa ļauj piesaistīt līdzekļus un vienlaikus **veidot klientu bāzi**.
- Jums ir **pienākums piegādāt solīto saskaņā ar grafiku**.
- Tā ir **populāra izvēle jaunizveidotiem uzņēmumiem un uzņēmējiem**, jo nodrošina iespēju finansēt jaunu uzņēmumu izveidi vai produktu laišanu tirgū.
- Tā ir **īpaši piemērota produktiem un pakalpojumiem, kas ir inovatīvi** vai piesaista lielu patērētāju interesi.
- **Komplicētas koncepcijas vai produkti ir mazāk piemēroti kolektīvai finansēšanai ar atlīdzinājumu.**

Vai man tas der?

	Pašu kapitāla kolektīvā finansēšana	Kolektīvā finansēšana ar atlīdzinājumu	Vienādranga aizdevumi
Saimnieciskā darbība vēl nav sāкта		✓	
Peļņa vēl nav gūta	✓	✓	
Peļņu nesošs, augošs uzņēmums	✓		✓
Nostabilizējies un pastāvīgi augošs uzņēmums	✓		✓
Stabils uzņēmums	✓		✓
Jauna produkta/ pakalpojuma/ zīmola laišana tirgū	✓	✓	✓
Iegāde			✓
Paplašināšanās jaunās teritorijās	✓	✓	✓
Investīcijas jaunās iekārtās			✓
Pārfinansēšanās	✓		✓
Nepieciešama kapitāla pārstrukturēšana	✓		✓



Kā to paveikt?





Biedriskie aizdevumi

Šajā nodaļā jūs uzzināsiet, kādi ir galvenie soļi, lai saņemtu biedriskos aizdevumus, kā arī dažus sīkākus padomus un norādes. **Nemiet vērā, ka šie ieteikumi ir paredzēti tikai kā vispārīgas vadlīnijas.** Katra soļa grūtības pakāpe var atšķirties atkarībā no projekta, projekta grupas lieluma un laika, ko varat tam veltīt.

Sagatavošanās

Kolektīvās finansēšanas kampaņas sākums ir jāveltī tam, lai iepazītos ar biedrisko aizdevumu jomu un sagatavotu piedāvājumu. Jums ir

- jāizpēta iespējamās platformas un to piedāvātās funkcijas;
- jāpārlicinās, ka izprotat šo platformu noteikumus un juridiskās prasības;
- jāizlasa pēc iespējas vairāk rokasgrāmatu, emuāru un citu kampaņu aprakstu, lai gūtu iedvesmu un mācītos no citu pieredzes;
- jāsaazinās ar to platformu administratoriem, kuras ir piemērotas jūsu vajadzībām;
- rūpīgi jāpagatavo un jāpārbauda visi finanšu dokumenti, kurus pieprasa platforma.

Padoms. Ja varat atļauties, mēģiniet aizdot nelielas summas savas naudas (piemēram, EUR 100) citiem uzņēmumiem. Jūs uzzināsiet daudz noderīga par to, kam pievērsīs uzmanību jūsu kolektīvie finansētāji.

Līdzekļu piesaistes periods

Izvēlētās kolektīvās finansēšanas platformas kredītvērtēšanas nodaļa izvērtēs visu iesniegto informāciju. Ja pieteikums tiek atbalstīts, viņi informēs, kurā riska kategorijā tiksiet reģistrēts. Ja uzņēmums tiek akceptēts, tas tiks iekļauts platformā, lai aizdevēji varētu iesniegt piedāvājumus. Katrs aizdevējs piedāvās izvēlēto summu un procentu likmi. Kad finansējuma mērķis ir sasniegts, aizdevēji var turpināt iesniegt piedāvājumus, pazeminot procentu likmes, tādēļ — jo populārāka būs kampaņa, jo labākus nosacījumus varēsiet panākt.

Neaizmirstiet! Bieži vien jums lūgs iesniegt finanšu pārskatus vismaz par diviem pēdējiem gadiem un kredītvēsturi. Ja jums tās vēl nav, lūdziet speciālista palīdzību. Finanšu pārskatu sagatavošana prasa laiku un var palielināt izmaksas.

Pēc piedāvājumu iesniegšanas

Pēc izsoles beigām platforma ar jums sazināsies, lai apstiprinātu galīgo vidējo procentu likmi. Pēc tam platforma pārskaitīs līdzekļus jūsu bankas kontā saskaņotā termiņā.

Tad jums būs jāatmaksā aizdevums un procenti pa daļām, kā būsiet vienojies ar platformu. Parasti to dara ar tiešā debita maksājumiem platformai, kura pēc tam sadala atmaksātās summas investoriem.

Kad aizdevums ir pilnīgi atmaksāts, platforma to apstiprina, un darījums ir galā

Padoms. Esiet pieejams visā procesa laikā, jo gan platformai, gan investoriem var rasties papildu jautājumi, uz kuriem būs ļoti ātri jāsniedz atbildes.

Biedrisko aizdevumu piemērs

Izabellas konditoreja

Situācijas apraksts

Izabella ir konditore, kuras uzņēmuma pārdošanas apjomi nemitīgi palielinās, un nesen viņa pārcēlās uz plašākām telpām, kurās ir arī neliels restorāns, kas patlaban veido 30 % no apgrozījuma. Tomēr tas pamatīgi noslogo viņas darbiniekus un patērē lielu daļu jaudas. Lai divkāršotu jaudu, viņai jāiegādājas jauns aparāts mīklas gatavošanai un papildu krāsnis. Tā būtu iespējams divkāršot produkcijas apjomu. Jaunā aprīkojuma kopējās izmaksas ir EUR 50 000, un viņa nolēma tos atrast. Izabella devās lūgt aizdevumu vietējā bankā, kurā viņai jau bija piešķirta konta pārtēriņa iespēja EUR 10 000 apmērā un kurā viņa pēdējo gadu atmaksāja EUR 30 000 lielu aizdevumu (par sākotnējām investīcijām). Tomēr banka viņai varēja piedāvāt aizdevumu tikai EUR 30 000 apmērā ar likmi 14,5 %, nevis 11,5 % kā iepriekšējā reizē. Viņa nolēma internetā meklēt alternatīvas un atrada tādu kolektīvās finansēšanas veidu kā biedriskie aizdevumi.



Plānošana: 1.–10. diena

Zināmu laiku Izabella veltīja tam, lai izpētītu visu, ko varēja atrast par biedrisko aizdevumu koncepciju, pievēršot īpašu uzmanību tam, kā šāda kolektīvā finansēšana darbojas, kuras vietnes piedāvā šādu iespēju, kādi ir nosacījumi/cena un kādi ir vietņu noteikumi. Viņa meklēja un lasīja emuārus un rakstus par biedriskajiem aizdevumiem un izpētīja, kā ir veicies citiem aizņēmējiem līdzīgās situācijās un kādus darījumus tie ir slēguši. Nedēļas beigās viņa uzskatīja, ka ir izpratusi biedrisko aizdevumu principus un zina pietiekami, lai pieteiktos uz aizdevumu. Lai uzzinātu vairāk par aizdevēju rīcību, Izabella reģistrējās dažās biedrisko aizdevumu platformās un EUR 100 no savas naudas nelielās summās aizdeva citiem līdzīgiem uzņēmumiem. Tas ļāva viņai labāk izprast, kā ir būt aizdevējam un kam cilvēki visbiežāk pievērš uzmanību. Ar šīm zināšanām bruņojusies, viņa pievērsās finansiālo pārskatu apkopošanai un citu atklātības prasību izpildei.

Finansēšanas cikls: 11.–20. diena

Kad viss bija pabeigts un rūpīgi pārbaudīts, Izabella iesniedza dokumentus platformai. Platformas kredītvērtēšanas nodaļa pieprasīja viņai noteiktu papildu informāciju par finansēm, tostarp lūdza iesniegt arī vadības pārskatus, un salīdzināja šo informāciju ar platformas izmantotajiem kredīta modeļiem. Drīzumā Izabella saņēma ziņu, ka viņas uzņēmums ir izturējis kredītnovērtējumu. Pēc apstiprināšanas uzņēmumu varēja iekļaut tirgus sarakstā, lai investori varētu iesniegt piedāvājumus. Daži investori nolēma sazināties ar Izabellu, izmantojot tiešraides jautājumu un atbilžu rīku. Viņi uzdeva jautājumus, lai sīkāk precizētu, kā viņa plāno izlietot naudas līdzekļus un kāda ir bijusi uzņēmuma rentabilitāte dažos pēdējos gados. Apmierināti ar Izabellas atbildēm, investori pilnībā finansēja viņas EUR 50 000 aizdevumu jau dažas dienas pēc iekļaušanas sarakstā. Viņa varēja izvēlēties vidējo procentu likmi, kas tika piedāvāta, kad bija sasniegta aizdevuma mērķsumma, taču nolēma paturēt aizdevumu tirgū visas septiņas izsoles dienas. Atlikušo dienu laikā Izabella redzēja, ka procentu likme samazinās, jo jauni investori pieteicās dot aizdevumu.

Pēc piedāvājuma

Kad izsole beidzās, platforma sazinājās ar Izabellu, lai apstiprinātu galīgo vidējo procentu likmi 10,3 %, kas tika piedāvāta. Tā atbilda vidējai likmei viņas reitinga kategorijā (B) un bija pat zemāka par sākotnēji iecerētā bankas aizdevuma izmaksām (11,5 %). Platforma informēja arī par to, ka gadījumā, ja viņa nolems neņemt šo aizdevumu, viņai nekas nebūs jāmaksā, tomēr Izabella nolēma aizdevumu izmantot, un trīs darbdienu laikā līdzekļi nonāca viņas bankas kontā. Aizdevumu un procentus Izabella atmaksāja piecu gadu laikā, veicot ikmēneša maksājumus. Tas tika darīts, izmantojot tiešo debetu platformai, kura atmaksātās summas pēc tam sadalīja pa investoru kontiem.

Pašu kapitāla kolektīvā finansēšana

Šajā nodaļā jūs uzzināsiet, kādi ir galvenie soļi, lai iesaistītos pašu kapitāla kolektīvajā finansēšanā, kā arī dažus sīkākus padomus un norādes. **Ņemiet vērā, ka šie ieteikumi ir paredzēti tikai kā vispārīgas vadlīnijas.** Katra soļa grūtības pakāpe var atšķirties atkarībā no projekta, projekta grupas lieluma un laika, ko varat tam veltīt.

Sagatavošanās

Kolektīvās finansēšanas kampaņas sākums jāveltī tam, lai iepazītos ar pašu kapitāla kolektīvās finansēšanu un sagatavotu piedāvājumu. Jums ir:

- jāizpēta iespējamās kolektīvās finansēšanas platformas un to piedāvātās funkcijas un noteikumi;
- jāpārlicinās, ka izprotat šo platformu noteikumus un juridiskās prasības attiecīgajā teritorijā;
- jāizstrādā laika grafiks un tāme;
- jāizprot tirgus tendences, proti, jānoskaidro, kādus līdzekļus izdevies piesaistīt pašlaik notiekošajām kolektīvās finansēšanas kampaņām un kāda atdeve ir gaidāma. Tas būs atskaites punkts, veidojot savu kampaņu;
- jāsaazinās ar to platformu administratoriem, kuras ir piemērotas jūsu vajadzībām;
- rūpīgi jāsapatavo un jāpārbauda visi finanšu dokumenti, kurus pieprasa platformas;
- jāsāk veidot atbalstītāju loks sociālajos tīklos;
- jāiepazīstas ar prasībām par informācijas atklāšanu un juridiskajiem pienākumiem. Kampaņām par lielām summām tiks prasīti revidēti finanšu pārskati, un tie var izmaksāt ļoti dārgi. Vienmēr sazinieties ar platformas administratoriem un vietējās iestādēm, lai uzzinātu, kas tieši būs nepieciešams un cik tas izmaksās.

Padoms. Ja iespējams, vienmēr mēģiniet atrast uzņēmumus, kas ir guvuši panākumus. Uzziniet to pieredzi, lūdziet atbalstu un padomu. Tas jums ietaupīs daudz laika, un ieteikumi var palīdzēt uzlabot jūsu kampaņu.

Pievilcīgs piedāvājums — plānošana

Ja platforma pieteikumu atbalsta, jāpabeidz uzņēmējdarbības plāna un finanšu piedāvājuma izstrāde. Svarīgi ir būt gatavam; pārbaudiet, vai dati ir precīzi un vai apgalvojumi ir pamatoti. Esiet gatavs uzrādīt, piemēram:

- uzņēmuma novērtējumu un tajā izmantoto loģiku;
- datus par finanšu darbību un prognozes;
- pašu kapitāla lielumu, ko nododat citiem, un nodošanas iemeslus.

Izklāstam jābūt pārlicinošam, tajā jāsniedz viegli saprotami apraksti par produktu vai pakalpojumu, kā arī finansiālā informācija. Ļoti noderīgi būtu izmantot vairākus kanālus: var sagatavot videomateriālus, izmantot sociālos tīklos, personīgi iepazīstināt ar piedāvājumu. Lūdziet atsauksmes draugiem un potenciālajiem klientiem, lai atrastu pareizo pieeju. Svarīgi:

- ņemt vērā mērķauditoriju un to, ko tā, visticamāk, vēlētos uzzināt;
- būt kodolīgam, bet tajā pašā laikā atklāt zināšanas, prasmes un pārlicība gūt sekmes;
- skaidri ilustrēt finansiālo situāciju, norādot saites, kur pieejama papildu informācija;
- izklāstīt stāstu vizuāli pievilcīgi un saistoši.

Pievilcīgs piedāvājums — realizācija

Jānodrošina sev laba tīmekļa vietne. Labi veidota, informatīva un saistoša vietne būs ļoti noderīga, lai pārliecinātu investorus, ka jūsu uzņēmējdarbība ir nopietns pasākums.

Dažās visefektīvākajās kampaņās tika izmantots ļoti īss videomateriāls divu minūšu garumā (vai īsāks). Tajā ir skaidri:

- jāpasaka, ko cerat izdarīt un kādēļ;
- jāiepazīstina ar sevi un savu komandu;
- jāizskaidro uzņēmējdarbības sekmes;
- jāparāda, kā izlietosiet naudas līdzekļus;
- jāpasaka, kāda būs finansiālā atdeve.

Būtiski ir apzināt atbalstītājus laikus. Ir pierādījies, ka kampaņām, kas jau pirmajās dažās dienās saņem vairāk nekā 20 % no mērķa summas, ir lielākas izredzes gūt panākumus. Aktīvi jādarbojas arī sociālajos tīklos, jāsāk veidot savs atbalstītāju loks, ierosinot diskusijas un pievienojoties tām.

Līdzekļu piesaistes periods

Aktīvi jāinformē atbalstītāji tiešsaistē un bezsaistē:

- **motivējot atbalstītājus**, iedvesmojot viņus un aicinot pārsūtīt informāciju draugiem;
- **aktīvi darbojoties sociālajos tīklos**, lai popularizētu kampaņu un piesaistītu tai uzmanību;
- **runājot ar žurnālistiem**, uzstājoties konferencēs, gadatirgos utt.;
- atbildot uz jautājumiem, ierosinājumiem un informācijas pieprasījumiem

Pēc kampaņas

Kad kampaņa ir beigusies, jāveic visi administratīvie pasākumi, piemēram, jāreģistrē jaunās īpašumtiesības un jāmaina uzņēmuma statuss. Proti, jums ir:

- **jāpārskatīta uzņēmuma struktūra.** Jūs esat ieguvis vairākus investorus un uzņēmējdarbības partnerus. Visticamāk, tas nozīmē, ka ir jāizveido jauna pārvaldības struktūra un procedūras. Ja rodas jautājumi, iesaistiet speciālistus, juristus vai vērsieties pēc palīdzības vietējā tirdzniecības kamerā;
- **jāuztur attiecības ar investoriem.** Atkarībā no jaunā modeļa var mainīties lēmumu pieņemšanas process; atcerieties, ka tajā ir jāiesaista arī jaunie akcionāri;
- **jāsagatavo izstāšanās stratēģija investoriem.** Jums būs jāatdod investoriem viņu nopelnītais (peļņas daļa, dividendes, akciju atpirkšanas maksa utt.).

Pašu kapitāla kolektīvās finansēšanas piemērs

Oskara plastmasas izstrādājumu fabrika

Situācijas apraksts

Oskaram Spānijā pieder liela plastmasas izstrādājumu fabrika, kuras ražošanas cehā strādā 20 pilnslodzes darbinieki un vēl 10 darbinieki ir atbildīgi par pārdošanu un administrāciju. Viņš ir iecerējis paplašināt darbību arī citos Eiropas tirgos, taču, lai paplašināšanās būtu iespējama, viņam vajadzīgs kapitāls, lai varētu palielināt fabrikas jaudu un pieņemt darbā papildu darbiniekus. Oskars ir aprēķinājis, ka kopumā viņam ir nepieciešami aptuveni EUR 1,2 miljoni. Oskars vērsās vairākos privātos pašu kapitāla un riska kapitāla fondos, no kuriem viens vai divi izrādīja interesi, taču tie vēlējas iegūt 26 % uzņēmuma kapitāldaļu un līdzdalību stratēģisko lēmumu pieņemšanā, kā arī īstenot ļoti vērienīgu paplašināšanās plānu, kas, pēc Oskara domām, varēja apdraudēt viņa uzņēmumu. Meklējot alternatīvas, Oskars uzzināja par pašu kapitāla kolektīvo finansēšanu un secināja, ka šādā veidā varētu iegūt vajadzīgo kapitālu bez nepieciešamības tik lielā mērā atteikties no kontroles.



Plānošana: 1.–10. diena

Oskars sāka meklēt visu, ko varēja atrast par pašu kapitāla kolektīvo finansēšanu — kas tā ir un kā tā darbojas. Viņš arī izpētīja, kuras vietnes to piedāvā, ar kādiem noteikumiem un par kādu maksu. Viņš nolēma pamēģināt, paredzot atdot mazāku daļu no sava uzņēmuma un atteikties no kontroles mazākā mērā, nekā pieprasīja riska kapitāla fondi. Oskars izvēlējās kolektīvās finansēšanas platformu, kurā jau darbojās liels skaits investoru, taču apzinājās, ka nevar paļauties tikai uz platformu vien. Lai piesaistītu viņu interesi un uzmanību, Oskaram bija jāizveido arī pašam savs atbalstītāju loks — tie, kuri pazīst viņu un viņa uzņēmumu, varēs palīdzēt popularizēt viņa profilu citu investoru vidū. Viņš nolēma, ka EUR 1,2 miljonu mērķis ir samērīgs un ka, pamatojoties uz nākotnes darbības rādītāju novērtējumu, piedāvāt 20 % uzņēmuma kapitāldaļu būtu taisnīgi un pietiekami. Oskars zināja, ka platforma pārbaudīs pamatā esošo datu pareizību un ka investori var pieņemt lēmumu veikt savu novērtējumu. Tādēļ viņš rūpīgi izskaidroja sava vērtējuma pamatojumu.

Pievilcīgs piedāvājums – realizācija: 11.–30. diena

Oskars veltīja daudz laika, lai rastu tiešāko un piemērotāko veidu, kā prezentēt datus. Viņš cieši sadarbojās ar konsultantu, ko ieteica viena no platformām, pie kuras viņš vērsās, un tas viņam spēja nodrošināt vērtīgu un objektīvu atgriezenisko saiti katrā plāna izstrādes un precizēšanas posmā. Oskars secināja, ka viņam vajadzētu izveidot īsu, divu vai trīs minūšu ilgu videomateriālu. Viņš nolīga speciālistus, un vienas dienas laikā tika uzņemts videomateriāls, kurā bija redzams, kā norit darbs fabrikas cehā, kādi ir gatavie izstrādājumi, un dzirdami Oskara skaidrojumi. Oskars vēl un vēlreiz pārbaudīja savu kampaņu, vai tajā nav kādu nepilnību vai pretrunu. Viņš saņēma arī dažas ļoti labas atsauksmes par savu kampaņu no platformas konsultantiem, kuri turklāt atbildēja uz tehniskiem un juridiskiem jautājumiem. No dažādiem cilvēkiem (tiešsaistē un bezsaistē) Oskars uzzināja, ka tie ir ļoti ieinteresēti viņa priekšlikumā. Turklāt viņš tikās ar vairākiem ietekmīgiem cilvēkiem, kuri vēlējās investēt, un, kad Oskars secināja, ka tie viņam varētu iesākamam piedāvāt aptuveni 20–30 %, viņš saprata, ka ir gatavs sākt kampaņu.

Kampaņa: 31.–60. diena

Oskars centās aktīvi darboties sociālajos tīklos, lai popularizētu kampaņu un padarītu to redzamāku. Viņš konstatēja, ka šis kolektīvās finansēšanas pasākums un runas par to ir piesaistījušas vietējo žurnālistu interesi, un par viņu rakstīja arī valsts mēroga nozares žurnālā.

Pēc kampaņas: 61.–80. diena

Oskars ātri sasniedza gandrīz 30 % no mērķa summas — lielākoties no tiem, kuri jau zināja par viņu un viņa uzņēmumu, kā arī par kampaņas sākšanos. Nedaudz vairāk kā trīs nedēļu laikā viņš sasniedza mērķa summu. Tā vietā, lai ņemtu papildu kapitālu — iespēja, ko viņš bija apsvēris un plānojis, — Oskars nolēma izbeigt kampaņu un aiziet no platformas ar tādu rezultātu, kāds bija sasniegts. Vispirms Oskars pateicās visiem iesaistītajiem cilvēkiem un apsveica viņus kā jaunus uzņēmuma līdzīpašniekus. Viņš sadarbojās ar platformu, kurai bija visas nepieciešamās sistēmas akciju apliecību izdošanai un citu formalitāšu nokārtošanai.

Kolektīvā finansēšana ar atlīdzinājumu

Šajā nodaļā jūs uzzināsiet, kādi ir galvenie soļi, lai iesaistītos kolektīvajā finansēšanā ar atlīdzinājumu, kā arī dažus sīkākus padomus un norādes. **Nemiet vērā, ka šie ieteikumi ir paredzēti tikai kā vispārīgas vadlīnijas.** Katra soļa grūtības pakāpe var atšķirties atkarībā no projekta, projekta grupas lieluma un laika, ko varat tam veltīt.

Sagatavošanās

Kolektīvās finansēšanas kampaņas sākums ir jāveltī tam, lai iepazītos ar kolektīvo finansēšanu ar atlīdzinājumu un sagatavotu piedāvājumu. Jums ir:

- jāizpēta iespējamās platformas un to piedāvātās funkcijas un noteikumi;
- jāpārlicinās, ka izprotat šo platformu noteikumus un juridiskās prasības attiecīgajā teritorijā;
- jāizstrādā laika grafiks un tāme;
- jāizprot tirgus tendences, proti, jānoskaidro, kādus līdzekļus izdevies piesaistīt pašlaik notiekošajām kolektīvās finansēšanas kampaņām un kāda atdeve ir gaidāma. Tas būs atskaites punkts, veidojot savu kampaņu;
- jāsaazinās ar to platformu administratoriem, kuras ir piemērotas jūsu vajadzībām;
- rūpīgi jāpagatavo un jāpārbauda visi finanšu dokumenti, kurus pieprasa platforma;
- jāsāk veidot atbalstītāju loks sociālajos tīklos.

Pievilcīgs piedāvājums — realizācija

Ja platforma atbalsta jūsu pieteikumu, jāspēj izstāstīt savu stāstu pārlicinoši, viegli saprotamā veidā raksturojot produktu vai pakalpojumu. Bet tas nav viegli — noteikti vajadzēs atsauksmes no draugiem un potenciālajiem klientiem, lai atrastu pareizo pieeju. Svarīgi ir izstāstīt stāstu loģiski, bet aizrautīgi, kā arī vizuāli pievilcīgi un saistoši.

Dažās visefektīvākajās kampaņās tika izmantots ļoti īss videomateriāls divu minūšu garumā (vai īsāks). Tajā jums ir skaidri

- jāpasaka, ko cerat izdarīt un kādēļ;
- jāiepazīstina ar sevi un savu komandu;
- jāparāda, kā izlietosiet naudas līdzekļus;
- ja izdosies piesaistīt vairāk līdzekļu, nekā paredzēts (sasniegsiet tā saukto tālāko mērķi), jāparāda, kā šie papildu līdzekļi tiks izlietoti uzņēmuma turpmākai attīstīšanai.

Atlīdzinājumam jābūt aizraujošam; vismaz kaut kam ir jābūt unikālam, raksturīgam tikai šai kolektīvās finansēšanas kampaņai, kam tādām, ko saņems tikai jūsu atbalstītāji. Izpētiet citas kampaņas, lai gūtu iedvesmu. **Neaizmirstiet, ka produkta iepriekšpārdošana pati par sevi ir labs atlīdzinājums atbalstītājiem.** Grūtāk ir tad, ja uzņēmums piedāvā pakalpojumu, nevis jaunu produktu, taču ir jābūt radošam un jāizdomā, kāds atlīdzinājums priecēs atbalstītājus.

Līdzekļu piesaistes periods

Līdzekļu piesaistes periodā aktīvi jāinformē atbalstītāji tiešsaistē un bezsaistē. Kampanja ir sekmīga tad, ja klienti pamana, ka projekts vai pasākums tiek īstenots ar aizrautību. Projektā jādarbojas enerģiski un ar entuziasmu.

Jums ir:

- **jāmotivē atbalstītāji**, informējot viņus, ka kampanja ir sākusies. Mudiniet viņus piedalīties un pārsūtīt informāciju draugiem;
- **aktīvi jādarbojas sociālajos tīklos**, lai popularizētu kampanju un piesaistītu tai uzmanību;
- **jārūnā ar žurnālistiem**, jāuzstājas konferencēs, gadatīgos utt.;
- jāatbild uz jautājumiem, ierosinājumiem un informācijas pieprasījumiem.

Pēc kampanjas

Ja esat sekmīgi piesaistījis līdzekļus, jūs nevarat vienkārši paņemt naudu un iet prom – vēl ir daudz darāmā. Ja neesat sasniedzis mērķa summu, neuztraucieties par to. Varat mācīties no kļūdām un mēģināt vēlreiz.

Atcerieties izteikt pateicību atbalstītājiem un uzturēt attiecības ar tiem, kuri bija īpaši ieinteresēti produktā. Ja neguvāt panākumus, lūdziet padomu, kā uzlabot procesu.

Ja guvāt panākumus, **gādājiet, ka varat piešķirt solīto** atlīdzinājumu visiem atbalstītājiem grafikā paredzētajā termiņā. Visbeidzot, **atcerieties izpildīt visus administratīvos uzdevumus**, piemēram, samaksājiet nodokļus.

Neaizmirstiet! Ja vēlaties produktu laist iepriekšpārdošanā, var būt jāreģistrējas kā PVN maksātājam. Pārbaudiet to vietējās iestādēs.

Kolektīvā finansēšana par atlīdzinājumu

Karlas dizaina lampas

Situācijas apraksts

Karla ir dizainere, kas strādā Prāgā. Nesen viņa ir pabeigusi darbu pie dizaina apgaismojuma sistēmas prototipa. Tā ir ļoti moderna koncepcija, kurā izmantoti pārstrādāti rūpnieciskie materiāli, un šī sistēma ir atzinīgi novērtēta iepriekšējā gada Milānas dizaina izstādē. Viņa ir piesaistījusi ražotāju, kurš izgatavos galvenās sastāvdaļas, kā arī vairākus cilvēkus, kuri samontēs lampas un rūpēsies par piegādi un uzstādīšanu. Kopumā tas nozīmē, ka uzņēmējdarbības sākšanai Karlai ir jāatrod EUR 41 000, lai varētu segt izmaksas pirmajos sešos mēnešos. Tā kā viņa vēlas katru lampu pārdot par EUR 200, tas nozīmē, ka viņai jāpārdod 205 lampas, lai segtu izmaksas par pirmajiem sešiem mēnešiem. Viņa apsvēra iespēju vērsties bankā pēc aizdevuma, bet, tā kā viņai nebija nodrošinājuma, nebija atmaksāts studiju kredīts un pieredze uzņēmējdarbībā bija neliela, viņa saprata, ka nespēs izpildīt pamatprasības. Viņa nolēma izmēģināt kolektīvo finansēšanu.



Plānošana: 1.–10. diena

Pirmo nedēļu Karla pavadīja, pētot kolektīvās finansēšanas jomu. Viņa meklēja un lasīja emuārus un rakstus par kolektīvo finansēšanu par atlīdzinājumu, atrada un izpētīja interesantus piemērus, kas bija līdzīgi viņas gadījumam un bija guvuši panākumus. Nedēļas beigās viņa uzskatīja, ka zina, kas ir kolektīvā finansēšana un kas viņai jādara. Karlas produkts jau bija apstiprināts un gatavs sērijveida ražošanai, un viņa jau bija pārdomājusi savu uzņēmējdarbības koncepciju un finanšu jautājumus, tādēļ centās izprast savus atbalstītājus un pircējus. Sociālajos medijos viņa atrada viedokļa veidotājus šajā jomā – cienījamās personas ar plašu sekotāju loku, kas varēja palīdzēt izplatīt viņas vēstījumu. Viņa veltīja laiku, lai runātu ar šiem cilvēkiem, pievienojās sarunām un meklēja draugus un sakarus, lai tad, kad viņa būs gatava sākt kampaņu, viņai jau būtu plašs tiešsaistes atbalstītāju loks, kas palīdzēs. Karla izvēlējās platformu, par kuru bija zināms, ka tā darbojas nopietni un ka tai ir īstā mērķauditorija, bet kurā viņa tomēr būtu labi pamanāma.

Pievilcīgs piedāvājums – realizācija: 11.–25. diena

Karla zināja, ka pievilcīgs piedāvājums ir būtisks panākumu gūšanas faktors, tāpēc ļoti rūpīgi gatavoja savu stāstījumu. Viņa veltīja daudz laika šā stāsta apsvēršanai un galvenajiem vēstījumiem, kā arī paredzētajam atlīdzinājumam (viens no atlīdzinājumiem bija arī dizaina lampa EUR 200 vērtībā). Izpētot citus kolektīvās finansēšanas projektus, Karla uzzināja, ka īss videomateriāls būtiski palīdzēs izstāstīt viņas stāstu, uzskatāmi parādīs viņas dizaina kvalitāti un ļaus atbalstītājiem iepazīt viņu pašu, viņas kolektīvu un uzņēmuma koncepciju. Viņa sagatavoja filmu, kurā bija redzams, kā viņa gatavo lampas, un izveidoja uzņēmuma tīmekļa vietni, kurā varēja ievietot ražojumu attēlus un tos sīki aprakstīt. Karla noorganizēja arī videokonferenci ar platformas konsultantu, lūdzot novērtēt viņas kampaņu un ieteikt uzlabojumus, kā arī pārbaudīt atbilstību visiem tehniskajiem un juridiskajiem aspektiem, kas piemērojami Prāgā. Karla veltīja trīs nedēļas, lai tiktos un runātu ar daudziem cilvēkiem, veiktu izpēti un veidotu atbalstītāju loku savam projektam. Kad Karlai šķita, ka interese ir pietiekami liela, viņa sāka kampaņu.

Kampaņa: 26.–56. diena

Pēc kampaņas sākšanas Karla sāka sagatavot kolektīvās finansēšanas procesa nākamo divu mēnešu posmu. Karla veltīja laiku kampaņai katru dienu, runājot ar atbalstītājiem, atgādinot viņiem, ka kampaņa turpinās, mudinot piedalīties un pārsūtīt informāciju draugiem. Viņa tikās ar žurnālistiem un konstatēja, ka viņas kolektīvās finansēšanas pasākums, kā arī novatoriskie ražojumi ir izraisījuši lielu interesi. No ieinteresētiem cilvēkiem Karla saņēma jautājumus un arī komentārus, kuros bija ieteiktas tādas funkcijas, par kurām viņa līdz šim nebija iedomājusies, un citi uzlabojumi. Viņa to visu apkopoja un pateicās visiem, kuri atsūtīja ieteikumus, lai uzturētu kontaktu ar saviem atbalstītājiem.

Pēc kampaņas: 56.–70. diena

Karlas kampaņa izdevās, un viņa spēja pārsniegt mērķi, pārdodot 145 lampas! Tas bija liels panākums, jo nu viņai pietika līdzekļu ne tikai tam, lai sāktu ražošanu, izveidotu krājumus un segtu izmaksas par trim mēnešiem, viņai izdevās arī pārdot pusi no saviem lampu krājumiem, pirms tās bija atvestas no fabrikas. Karla aizsāka ražošanas procesu un pateicās visiem iesaistītajiem cilvēkiem. Tad viņa izstrādāja ražošanas laika grafiku un informēja savus atbalstītājus, kad ir gaidāma lampu piegāde, un pievērsās ar jauna uzņēmuma darbību saistītajiem administratīvajiem jautājumiem. Taču Karla nepārtrauca kontaktus ar saviem atbalstītājiem. Viņa tos regulāri informēja par sasniegumiem un lūdza padomu, kad radās kādi jautājumi. Tā kā viņi bija kļuvuši par Karlas ražojumu aizrautīgiem lietotājiem, viņi kļuva arī par to labākajiem reklamētājiem mārketinga un sabiedrisko attiecību platformās, kur izplatīja informāciju, tādējādi palīdzot pārdot vēl vairāk lampu.



Turpmākie pasākumi



Papildu informācija par kolektīvo finansēšanu

- **Kolektīvā finansēšana Eiropas Savienībā**
http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-14-240_en.htm
- **Kolektīvā finansēšana Apvienotajā Karalistē**
<http://crowdingin.com/what-we-mean-crowdfunding>
<http://www.fca.org.uk/consumers/financial-services-products/investments/...>
- **Kolektīvā finansēšana Francijā**
<http://www.amf-france.org/Reglementation/Dossiers-thematiques/Epargne-et...>
- **Kolektīvā finansēšana Itālijā**
<http://www.consob.it/main/trasversale/risparmiatori/investor/crowdfundin...>
- **Pārskats par kolektīvo finansēšanu**
<http://www.eurocrowd.org/category/facts-and-figures/about-crowdfunding/>
<http://www.bruegel.org/publications/publication-detail/publication/844-i...>

Papildu informācija par kolektīvās finansēšanas platformām

- **Pārskats par kolektīvās finansēšanas platformām Francijā**
<http://tousnosprojets.bpifrance.fr/>
- **Pārskats par kolektīvās finansēšanas platformām Apvienotajā Karalistē**
<http://crowdingin.com/platforms/all/all#>
- **Eiropas Kolektīvās finansēšanas tīkls**
www.eurocrowd.org

Eiropas Savienība par kolektīvo finansēšanu

- **Eiropas Komisija par kolektīvo finansēšanu**
http://ec.europa.eu/finance/general-policy/crowdfunding/index_en.htm
- **Eiropas Parlaments par kolektīvo finansēšanu**
<http://epthinktank.eu/2014/05/08/crowdfunding-in-the-european-union/>
- **ESMA par kolektīvo finansēšanu**
<http://www.esma.europa.eu/news/Press-Release-Investment-based-crowdfunding-needs-EU-wide-common-approach>
- **EBA par kolektīvo finansēšanu**
<https://www.eba.europa.eu/-/eba-recommends-convergence-of-lending-based-crowdfunding-regulation-across-the-eu>

Papildu informācija par citiem uzņēmējdarbības finansēšanas avotiem

- **Eiropas Komisijas portāls par finansējuma pieejamību**
www.access2finance.eu
- **Eiropas Biznesa atbalsta tīkls sniedz ieteikumus par ES programmām un uzņēmējdarbības partneru atrašanas iespējām**
<http://een.ec.europa.eu/>

