

Ühisrahastuse olemus ja viisid ettevõtte jaoks

Koostas: Toomas Roolaid, Fundwise kampaaniajuht (toomas@fundwise.ee, +372 5110183)

Mõisted ja ühisrahastuse viisid

Ettevõtete ühisrahastuse teenused ja turg kasvavad väga kiiresti, seega enda kursis hoidmiseks tasub tunda põhimõisteid ja neid ka inglise keeles

Ühisrahastus, ingl. *Crowdfunding*, on suures pildis ettevõtete jaoks alternatiivsete rahastuse leidmise ja investori jaoks investeerimise uute viiside katusmõiste.

Ettevõtete jaoks täidab see turuniši mille on tühjaks jätnud kommertspangad ja investeerimisfondid, kes ei soovi laenudega rahastada väikese käibega ettevõtete väiksemat rahavajadust, nt Eestis alla 1 mEUR, või võtta kasvufaasis ettevõttele raha laenamisega seotud riske. Ühendkuningriikide (UK) näitel on tegu reaalse ja toimiva väikeste- ja keskmiste suurusega ettevõtete (VKE) rahastamise vahendiga, ülejäänud EU riigid tulevad ka jõudsalt järele.

Teiselt poolt on ühisrahastustuse mudelid võimaldanud investeerida ettevõtetesse ka väikeste rahasummadega opereerivatel mitteprofessionaalsetel investoritel, kellel seni ligipääsu ei olnud – „lahkemad“ investeerimisfondid võivad olla huvitatud investeeringu vahendamisest alates 10000 – 20000 EUR investeringust, väiksema panusega ei olnud enne võimalik ettevõtete rahastamisele ligi saada.

Erinevaid mudeleid on palju (vt lisatud loetelu Cambridge'i raportist allpool ja visuaalset kokkuvõtet Eesti platvormitest), aga VKE vaates tulevad lauale eelkõige neli mudelit, mida võiks kaaluda ettevõtte rahastamiseks.

Mudel	Olemus	Näide kasutamisest
Ühislaenamine <i>ingl. crowdlending, Peer-to-peer (P2P) business lending</i>	Platvorm kogub kokku investorite panused üheks laenuks ja annab selle ettevõttele välja. Üldjuhul jääb platvorm ettevõtte võlausaldajaks ja ise jaotab intressid ja tagasimaksud investoritele.	Eestis enamasti kinnisvara arendamise laenud Crowdestate ja Estateguru platvormil. Crowdestate platvormil on rahastatud ka mõnda kinnisvaraga mitte seotud projekti (nt Click-and-Grow laen). <i>NB! Sageli on investoritel väga kõrge intressi ootus</i>
Osaluspõhine ühisrahastus <i>ingl. equity based crowdfunding</i>	Ettevõtte müüb platvormil ühisrahastajatele väikeseid ettevõtte osi, kas olemasolevaid või laiendab osakapitali müües uusi osi ülekursiga. Ühisinvestorid jäävad edaspidi ettevõtte väikeosanikeks	Fundwise platvormi ühisrahastuskampaaniad, eelkõige kasvufaasis laienemiseks investeeringu kaasamiseks, teatud moel ka Funderbeam . Tüüpiliselt antakse investeeringu vastu ära 10-20% ettevõtte osalusest.
Ühisvõlakirjad <i>ingl. crowdbond, debt-based securities</i>	Platvormi kaudu müüb ühisinvestoritele ettevõtte võlakirja-laadseid väärtpabereid (mõnikord tegu ka osaluseks konverteeritavate võlakirjadega)	Eestis on seda vähe, veidike meenutab ühisvõlakirja Funderbeam'i platvormi investeringumudel. Soomes pakub ühisvõlakirja võimalust platvorm Invesdor , Eestis uus tulija Bondkick
Kingituspõhine ühisrahastus <i>ingl. donation based crowdfunding</i>	Ettevõtte (või antud juhul ka vabaühendus) saab raha ja annab vastu kingitus, ettevõtete puhul kas emotsionaalse kaaluba asju või ka eelmüügi korras oma tooteid, et koguda fännidelt eeltellimused koos rahaga ja testida turugu.	Eestis on näiteks Hooandja , enamasti vabaühenduste projektide jaoks, aga rahvusvaheliselt on väga tuntud platvormid Indiegogo ja Kickstarter , mida paljud ettevõtted kasutavad uute toodete lansseerimiseks ja eelmüügiks, nt Eesti Ampler Bike' kampaania Indiegogo's

Mis ettevõttele võiks ühisrahastus sobida ja mille jaoks?

Kui jätame kõrvale kinnisvaraarendused, siis üldjuhul on ühisrahastuse kampaania puhul edukas ettevõtte, kes otsib raha kas olemasoleva, juba end turul tõestanud, toote või teenuse pakkumise laiendamiseks (nt investering tootmisesse, müügivõrku jne – vaata [Siidrikoja](#) ja [Oivalise](#) kampaaniat), ekspordi käivitamiseks (vt Karl Prillid ja [Arro Keraamika](#) kampaaniat) või laiendamiseks või uue toote turule toomiseks (vt [Ööbiku / Ambler Bikes](#) kampaaniat)

Uue toote turule toomise puhul on edukaks kampaaniaks üldjuhul vaja, et ettevõttel oleks eelnev kogemus antud valdkonnas ja toimiv toote prototüüp. Veidike omaette maailm on tehnoloogia start-up'ide rahastus, kus toode-teenus on digitaalne ja selle turupotentsiaali on hinnata raskem.

Suures plaanis on edukaks ühisrahastuse kampaaniaks kõige suurem võimalus ettevõttel:

- Mis on mõnda aega (nt 1-3 aastat) tegutsenud ja on ette näidata (positiivset) rahavoogu
- Millel on meeskond, kellel on hea reputatsioon ja võimekus firma arendamiseks ja lubatud plaani ellu viimiseks
- Millel on korrektselt ja selgelt peetud raamatupidamine, võimekus plaanida ja prognoosida rahavoogusid ja adekvaatne arusaam oma ettevõtte väärtusest (loe juurde firma väärtuse kohta [Fundwise blogipostitusest](#))

Fundwise platvormil ei ole meil rangeid piiranguid reegleid selles osas, kes saab kampaaniat teha. Nõustame igat huvilist eraldi ja ühiselt hindame ja otsustame, kas kampaania edu tõenäosus on piisavalt suur, et investeerida sellesse aega ja raha. Selles osas on universaalseks soovitusel ettevõtjale igal juhul platvormi(te)ga ühendust võtta ja asja uurida!

Ühisrahastuse kampaania olemus

Enamasti on ühisrahastuse hankimise formaadiks 1-2 kuu pikkune kampaania. Platvorm on keskkond, mille kaudu ettevõtte oma kampaaniat kommuniqueerib ja mille kaudu investorid saavad oma investeringusooovid märkida ja teha. Enamasti koosneb kampaania tekstiosast ja pakkumist tutvustavast videost.

Fundwise kogemus ütleb, et kõige kindlam on näha ühisrahastuskampaaniat kui intensiivset oma ettevõtte, brändi, toote/teenuse turunduskampaaniat koos üleskutsega investeerida. Kui turundus teha õigesti, siis tuleb boonuseks kokku ka investering. Kui turundus jätta tegemata, ei ole kampaania pidamisel üldse mõtet.

Soome Invesdor'i platvormi kogemus alates 2012 aastast näitab, et ca 1 kuu on miinimum, mille jooksul jõuab võimalike investoriteni jõuda, samas üle 2 kuu pikkuse kampaania puhul kaob investoritel surve otsustamiseks ja ettevõttel saab turundusjaks ka otsa. NB! Kampaania kommunikatsioon ja turundus peab olema läbi mõeldud enne kampaania algust, aga selles osas on enamus platvormitest valmis andma nõu.

Platvormi olemus ja vastutused

Mistahes ühisrahastuse viisi, platvormi ja kampaania mahu paika panemise eelduseks on ettevõtja selge arusaam sellest, mis on ühisrahastuse platvormi roll ja vastutus ja mis vastutus jääb ettevõtjale.

Enamasti ei vastuta platvorm kampaania turunduse eest - küll aitab sellele kaasa - ning platvorm ei saa võtta vastutust kampaania õnnestumise eest. Kampaania õnnestumine on küll platvormi huvides, kuid põhiroll on siin ettevõtjal. Teiselt poolt ei saa platvorm võtta vastutust investorite eest ettevõtte õnnestumise osas – kui ettevõtte plaan ebaõnnestub või rikutakse investoritele antud lubadusi, siis tuleb vastutada otse investorite ees.

Teine oluline asi, mida selgeks teha – kui palju maksab platvormi teenus ja mille pealt teenib platvorm. Nt Fundwise platvormi tasu on 5% + KM tõstetud rahasummast õnnestunud kampaania puhul ja 0 EUR ebaõnnestunud kampaania puhul. Ühisraenamise kampaania puhul tuleb väga selgelt saada aru, millised on ettevõtja kohustused platvormi ja/või investorite ees. Lisaks elementaarsele vastutusele iga lepingu eest lisandub ühisrahastuskampaania puhul avalik tähelepanu ja huvi. Seega, võetud kohustusi tuleb täita ja avalikult kommuniqueerida ka võimalikke raskusi.

Taustainfot Euroopa ühisrahastuse kohta

Väga hea ülevaade on [Cambridge Ülikooli raport Euroopa ühisrahastuse kohta 2015-2015](#), [PDF versioon](#)
Teine neutraalne ja väga professionaalne allikas on Amsterdamis asuv Crowdfunding HUB ja nende [ühisrahastuse valge paber 2016](#) (raporti saab tasuta küsida e-posti aadressile [siit](#)) mis käsitleb sügavuti ettevõtja ja investori vaadet ühisrahastuse teenustele.

THE DIVERSITY OF EUROPEAN ALTERNATIVE FINANCE MODELS

A Working Taxonomy

A total of 10 alternative finance model types, defined below, were identified across continental Europe for the purpose of this year's study. This taxonomy mirrors the alternative finance models analysed in previous regional benchmarking studies - in particular those conducted in the Asia-Pacific region, the Americas and the UK.

Figure 11: A Working Taxonomy for Online Alternative Finance

Alternative Finance Model	Definition	2015 Market Volume
Peer-to-Peer Consumer Lending	Individuals or institutional funders provide a loan to a consumer borrower.	€ 365.80m
Peer-to-Peer Business Lending	Individuals or institutional funders provide a loan to a business borrower.	€ 212.08m
Equity-based Crowdfunding	Individuals or institutional funders purchase equity issued by a company.	€ 159.32m
Reward-based Crowdfunding	Backers provide finance to individuals, projects or companies in exchange for non-monetary rewards or products.	€139.27m
Invoice Trading	Individuals or institutional funders purchase invoices or receivable notes from a business at a discount.	€ 80.59m
Real Estate Crowdfunding	Individuals or institutional funders provide equity or subordinated-debt financing for real estate.	€ 26.97m
Donation-based Crowdfunding	Donors provide funding to individuals, projects or companies based on philanthropic or civic motivations with no expectation of monetary or material return.	€ 21.71 m
Debt-based Securities	Individuals or institutional funders purchase debt-based securities, typically a bond or debenture at a fixed interest rate.	€ 10.73m
Balance Sheet Business Lending	The platform entity provides a loan directly to a business borrower.	€ 2.35m
Profit Sharing Crowdfunding	Individuals or institutions purchase securities from a company, such as shares or bonds, and share in the profits or royalties of the business.	€ 0.54m

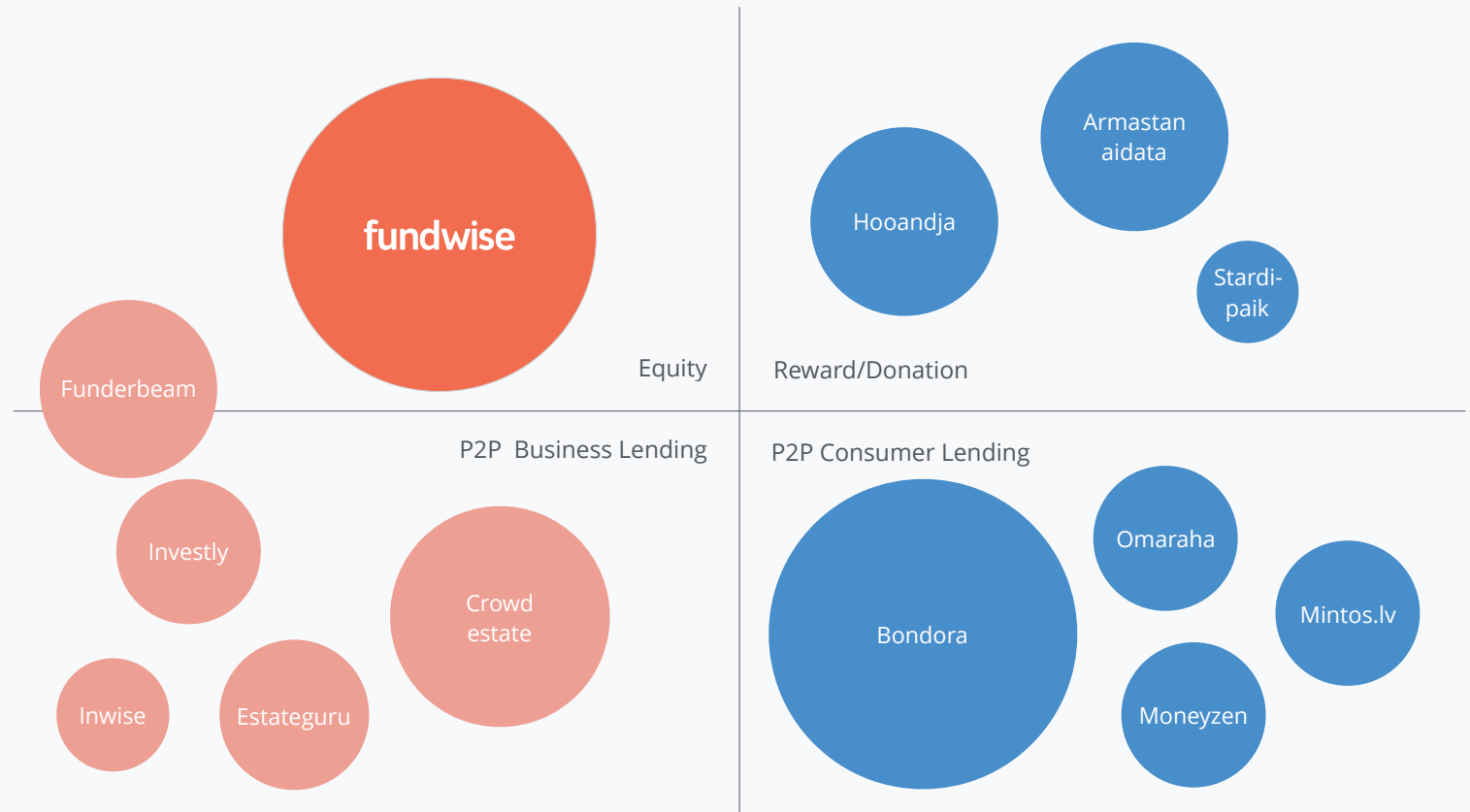
Estonia

The UK aside, Estonia, a celebrated fintech hub, ranked first in Europe in “alternative finance per capita”, at €24.

The 2nd European Alternative Finance Industry Report / Univ of Cambridge / September 2016

5 653 M€ on household's savings accounts in 2015

Eesti Pank

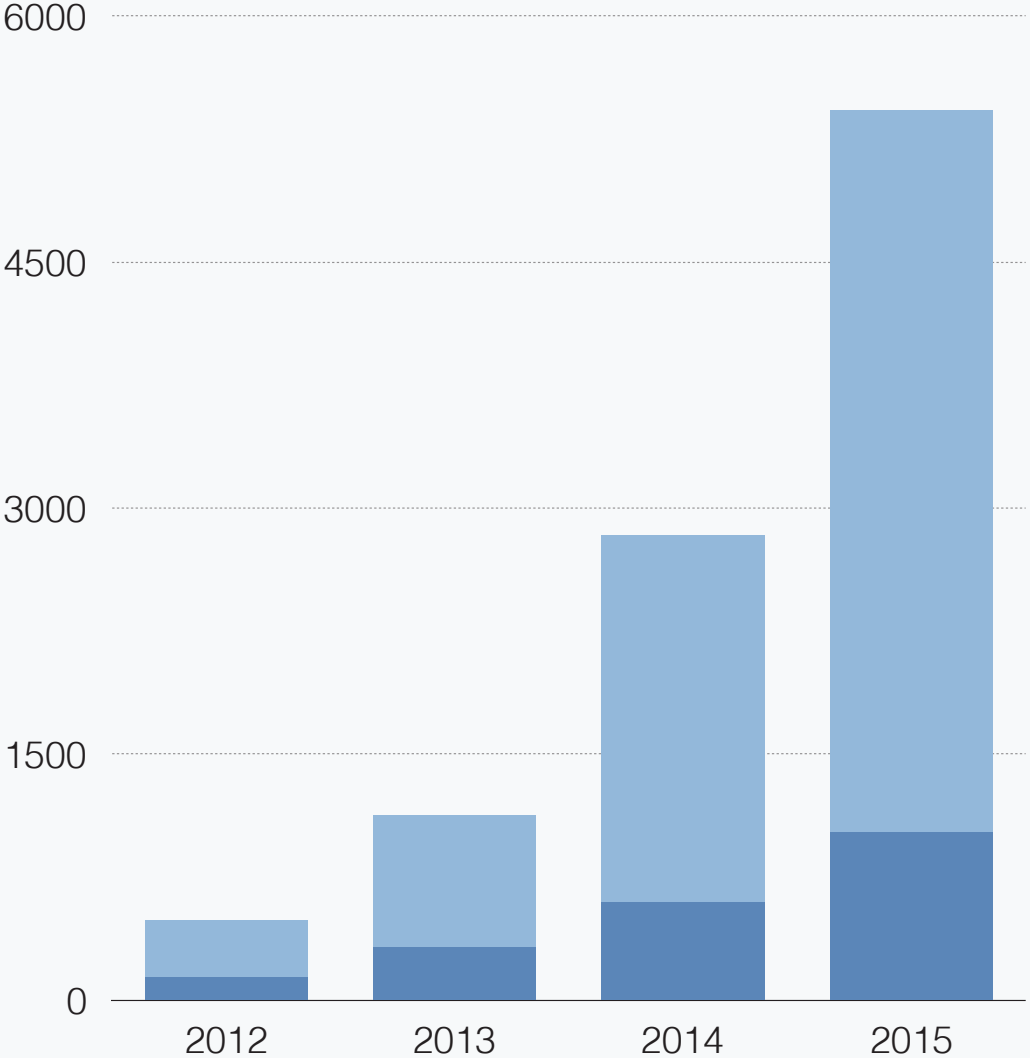


Market size

European alternative finance market 2012-2015 M€

Growth rate 92%

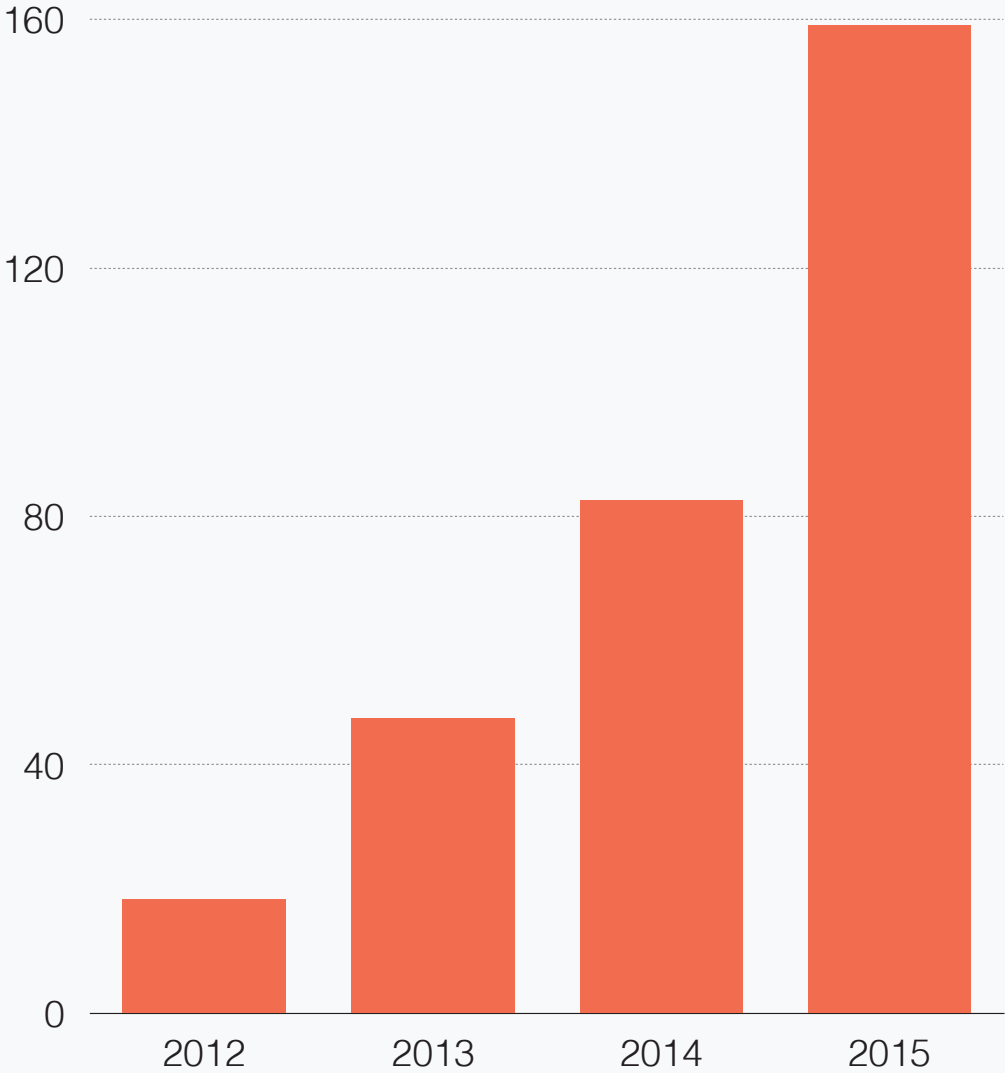
- UK
- Rest of Europe



Market size

Equity crowdfunding in Europe, excluding UK 2012-2015 M€

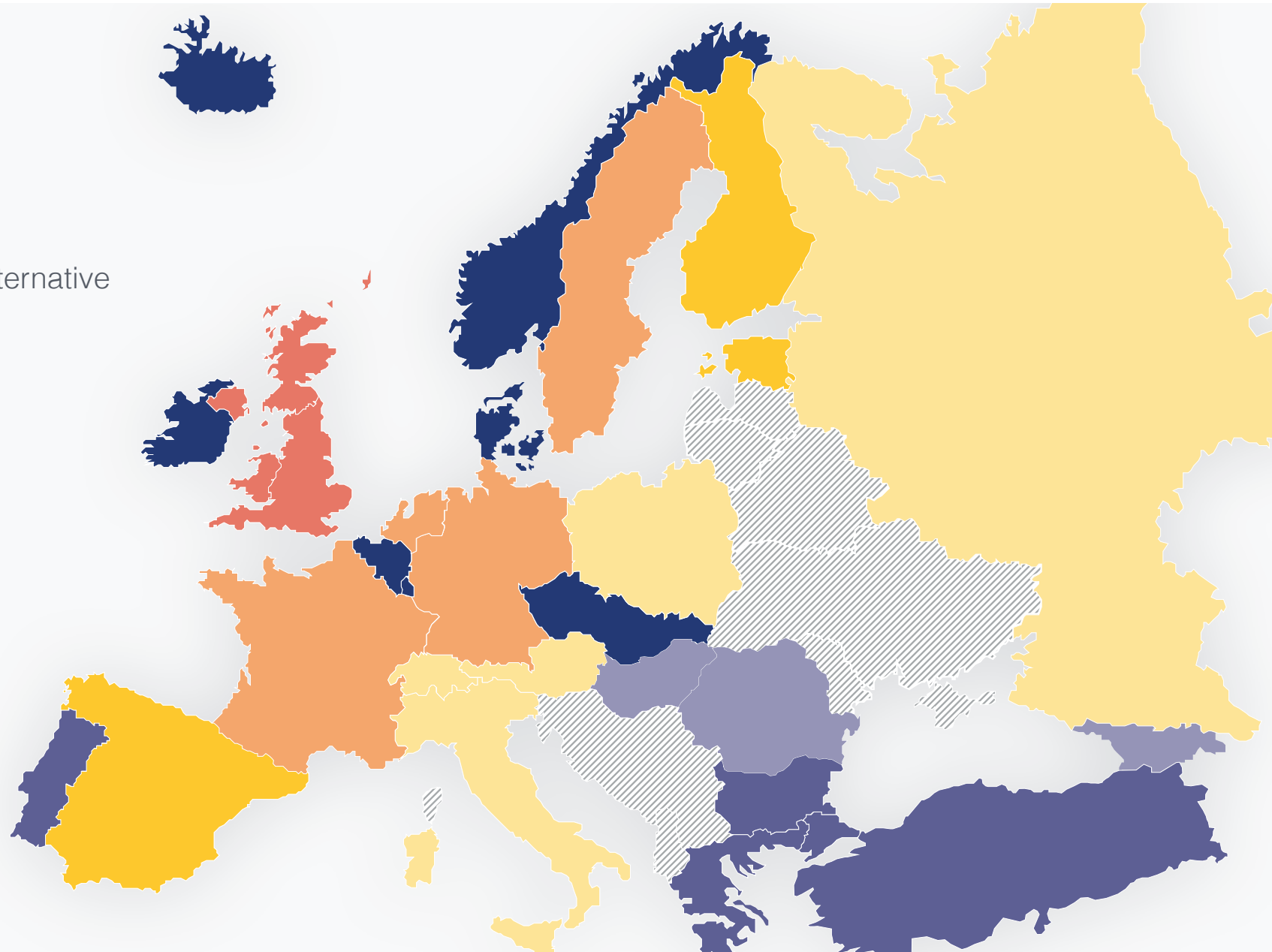
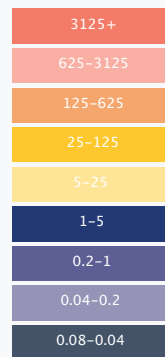
Equity crowdfunding



Market size

Comparative volume of alternative
finance transactions 2015

Total Volume in €m



The 2nd European Alternative Finance Industry
Report / Univ of Cambridge / September 2016