

# JOUKKORAHOITUS STARTUP-YRITYKSEN RAHOITUSMUOTONA



Ammattikorkeakoulututkinnon opinnäytetyö

Visamäki, Liiketalouden koulutusohjelma

Syksy, 2017

Jussi-Pekka Uutela

Liiketalous  
Visamäki

---

<b>Tekijä</b>	Jussi-Pekka Uutela	<b>Vuosi</b> 2017
<b>Työn nimi</b>	Joukkorahoitus startup-yrityksen rahoitusmuotona	
<b>Työn ohjaaja/t</b>	Sari Hanka	

---

## TIIVISTELMÄ

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää mitä on joukkorahoitus sekä miksi ja miten sitä haetaan. Tuotoksena opinnäytetyö on opas startup-yrityksille joukkorahoitukseen.

Keskeistä tässä opinnäytetyössä on esitellä joukkorahoituksen muodot sekä joukkorahoituksen tavoittaminen startup-yrityksen näkökulmasta. Jokaisen esitellyn joukkorahoitus muodon jälkeen on case esimerkki yrityksen onnistuneesta joukkorahoituksesta. Joukkorahoitusta tavoitellaan kampanjoimalla. Esiteltävinä on myös joukkorahoituksen hyötyjä sekä haasteita ja riskejä. Tässä opinnäytetyössä on myös tarkoituksena esitellä alustoja, joista joukkorahoitusta voidaan hakea. Esiteltäviä alustoja on valittu kaksi jokaisesta joukkorahoitus muodosta.

Johtopäätöksinä voidaan todeta joukkorahoituksen olevan hyvä rahoitusmuoto startup-yrityksille. Joukkorahoituskampanjan aikana yritys kerää rahoitusta, sekä saa samalla näkyvyyttä. Haastavimmaksi joukkorahoituksen muodoksi osoittautui osakepohjainen joukkorahoitus.

Tämän opinnäytetyön tilaajana toimi Hämeen ammattikorkeakoulun Työelämäpalvelut. Tilaajan palautteen mukaan opinnäytetyö oli hyvä ja kattava.

**Avainsanat** joukkorahoitus, rahoitus, startup-yritys

**Sivut** 36 sivua

Degree Program in Business Administration  
Visamäki

---

<b>Author</b>	Jussi-Pekka Uutela	<b>Year</b> 2017
<b>Subject</b>	Crowdfunding as a Financing Model of a Startup Company	
<b>Supervisors</b>	Sari Hanka	

---

ABSTRACT

The purpose of this thesis was to clarify what is a crowdfunding, why and how crowdfunding is sought. The outcome of the thesis was a manual for startup companies about crowdfunding.

An essential point in this thesis is to present forms of crowdfunding and discuss how crowdfunding is reached from the startup company's perspective. This thesis contains cases of success crowdfunding. The thesis also presents two crowdfunding platforms from each crowdfunding form. Crowdfunding is sought through campaigning. This thesis also presents the benefits, challenges and risks of the crowdfunding. Two crowdfunding platforms is presenting form each crowdfunding form.

A conclusion is that crowdfunding is good financial form for the startup companies. During crowdfunding campaign, the company gets financing and coverage. The most challenging crowdfunding form is equity crowdfunding.

Työelämäpalvelut at Häme University of Applied Sciences was the client of this thesis. The client's feedback on thesis was positive.

**Keywords** crowdfunding, financing, startup company

**Pages** 36 pages

# SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	1
2	STARTUP-YRITYS JA JOUKKORAHOITUS.....	2
2.1	Startup-yritys.....	2
2.2	Joukkorahoituksesta yleisesti.....	2
2.3	Joukkorahoituksen historia .....	3
3	JOUKKORAHOITUSLAKI.....	5
4	JOUKKORAHOITUS.....	7
4.1	Joukkorahoituksen muodot .....	7
4.2	Osakepohjainen joukkorahoitus .....	8
4.3	Osakepohjainen joukkorahoitus case: Papu Desing Oy.....	10
4.4	Lainapohjainen joukkorahoitus.....	11
4.5	Lainapohjainen joukkorahoitus case: Mobidiag .....	12
4.6	Tuotepohjainen joukkorahoitus.....	12
4.7	Tuotepohjainen joukkorahoitus case: Eve Tech .....	13
4.8	Verotus joukkorahoituksessa .....	14
5	JOUKKORAHOITUKSEN TAVOITTAMINEN .....	16
5.1	Joukkorahoituskampanja .....	16
5.2	Joukkorahoituksen hyödyt .....	17
5.3	Joukkorahoituksen haasteet ja riskit.....	18
6	JOUKKORAHOITUSALUSTAT .....	21
6.1	Yleistä joukkorahoitusaloista .....	21
6.2	Osakepohjaiset alustat .....	22
6.2.1	Invesdor .....	22
6.2.2	FundedByMe .....	23
6.3	Lainapohjaiset alustat .....	23
6.3.1	Fellow Finance .....	23
6.3.2	Fundu.....	24
6.4	Tuotepohjaiset alustat .....	25
6.4.1	Indiegogo .....	25
6.4.2	Mesenaatti.me .....	26
7	POHDINTAA JA JOHTOPÄÄTÖKSET .....	28
	LÄHTEET .....	30

## 1 JOHDANTO

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on selvittää mitä on joukkorahoitus ja mitä sillä tarkoitetaan, sekä mitä joukkorahoituslaki pitää sisällään ja miksi joukkorahoitusta haetaan. Tavoitteena on myös esitellä miten ja mistä joukkorahoitusta haetaan. Tässä opinnäytetyössä esitellään jokaisesta joukkorahoitusmuodosta kaksi joukkorahoitusalausta sekä annetaan yleistä tietoa joukkorahoitusaloista.

Opinnäytetyön tilaajana on Hämeen ammattikorkeakoulun Työelämäpalvelut. Tämä opinnäytetyö toimii oppaana startup-yrityksille joukkorahoitukseen.

Oppaana tämä opinnäytetyö lähtee liikkeelle luvusta kaksi määrittelemällä startup-yrityksen. Määritelmään jälkeen annetaan tilastotietoa startup-yritysten rahoituksista Suomessa. Samassa luvussa määrittelee mitä joukkorahoitus on käsitteenä ja miten joukkoistaminen liittyy joukkorahoitukseen. Määritelmien jälkeen perehdytään joukkorahoituksen historiaan.

Joukkorahoituksen taustojen tuntemisen jälkeen otetaan luvussa kolme katsaus uuteen joukkorahoituslakiin, joka astui voimaan syksyllä 2016. Joukkorahoituslaista kerrotaan startup-yrityksille oleellista tietoa.

Lain tuntemisen jälkeen tutustutaan luvussa neljä joukkorahoitusmuotoihin. Muotojen yhteydessä annetaan esimerkkejä mediassa tai internetissä esillä olleista joukkorahoituskampanjoista jotka ovat onnistuneet. Joukkorahoitusmuotojen tuntemisen jälkeen tutustutaan siihen, millä tavalla verotus liittyy joukkorahoitukseen.

Muotojen sekä verotuksen tuntemisen jälkeen seuraavavaihe on perehdyttää luvussa viisi siihen, miten joukkorahoitusta lähdetään tavoittelemaan. Joukkorahoituksesta on myös hyvä tuntee sen tuomat hyödyt sekä haasteet. Nämä esitellään joukkorahoituksen tavoittelemisen jälkeen.

Tavoittamisen sekä hyötyjen ja haasteiden jälkeen siirrytään alustojen esittelyyn. Luvun kuusi alku antaa yleistätietoa joukkorahoitusaloille niiden lukumääriin ja perusteisiin. Sen jälkeen esitellään joukkorahoitusta tarjoavia alustoja.

Lopuksi luvussa seitsemän on pohdintaa ja johtopäätöksiä opinnäytetyöstä sekä toimeksiantajana palaute.

Opinnäytetyön lähteinä on käytetty tieteellisiä artikkeleita, e-kirjoja, internet lähteitä sekä lakitekstejä.

## 2 STARTUP-YRITYS JA JOUKKORAHOITUS

Tässä luvussa määritellään mikä on tämän opinnäytetyön tarkoittama startup-yritys. Luvussa kerrotaan myös kuinka paljon rahoitusta startup-yritykset ovat saaneet Suomessa. Lisäksi tässä luvussa käydään läpi mitä joukkorahoitus on käsitteenä sekä joukkorahoituksen historiaa.

### 2.1 Startup-yritys

Startup-yritykselle löytyy erilaisia määritelmiä. Tässä opinnäytetyössä startup-yritys määritellään yritykseksi, joka on vasta muutaman vuoden ikäinen ja kehittää vielä omaa tuotettaan. Startup-yritys ei tee välttämättä vielä voittoa mutta se tavoittelee nopeaa kasvua. Startup-yritystä voidaan myös kutsua kasvuyritykseksi. (Moilanen, 2013.)

Suomalaisten startup- ja kasvuyritysten rahoituksesta tilastoja ovat keränneet Finnish Business Angles Network (FIBAN) ja Suomen pääomasijoitusyhdistys ry (FVCA). Tilastoissa rahoitusta saaneita kasvuyrityksiä oli yli 400. (Suomen pääomasijoitusyhdistys ry, 2017a.)

Startup-yrityksiin sijoitettiin 383 miljoonaa euroa vuonna 2016. Kokonais sijoitussumma kasvoi edelliseen vuoteen verrattuna 42 prosenttia. Enkeli-sijoittajien osuus sijoituksista oli 53 miljoonaa euroa. Joukkorahoitus luetaan tilaistoissa muihin rahoitusmuotoihin. Sijoitussumma edellä mainituissa oli 34 miljoonaa euroa. (Suomen pääomasijoitusyhdistys ry, 2017a.)

Viidessä vuodessa alkaviin yrityksiin pääomasijoittaminen on nelinkertaistunut. Vuoden 2016 sijoitus määrä oli 14 miljoonaa euroa, kun taas vuonna 2011 sijoitettiin vain 3 miljoonaa euroa. Joukkorahoitus ja enkeli-sijoittaminen ovat viimeisimmissä tilastoissa kasvaneet ennätyksiin. (Suomen pääomasijoitusyhdistys ry, 2017a.)

### 2.2 Joukkorahoituksesta yleisesti

Joukkorahoitus (eng. crowdfunding) on rahoituslähteenä vielä uusi. Se täydentää sekä voi myös korvata perinteisiä rahoitusmuotoja. Se on alkanut yleistyä finanssikriisin myötä, koska rahoituksen saaminen pankeista on vaikeutunut tai kallistunut. Pankeilta itseltään vaaditaan nykyään tiukempia vakavaraisuus- ja maksuvalmiusvaatimuksia. Kysyntää ja tarjontaa joukkorahoitukseen on lisännyt myös se, että Internetin avulla voidaan kustannustehokkaasti tavoittaa suuri määrä ihmisiä. Joukkorahoitus on herättänyt kiinnostusta erityisesti kasvuyhtiöissä ja pk-yrityksissä kansainvälisesti. (Valtiovarainministeriö, 2016a.)

Käsite joukkorahoitus on lähtenyt liikkeelle joukkoistamisesta (eng. crowdsourcing). Joukkoistaminen tarkoittaa, että yleisöä käytetään saavuttamaan ideoita ja ratkaisuja kehittääkseen yritystä. Yleisöltä otetaan kehittämisen yhteydessä palautetta vastaan. Joukkoistamisessa on myös ollut osana se, että yleisö on avustanut yritystä antamalla lahjoituksia saamatta mitään takaisin tai saanut takaisin jotakin alle tuetun summan arvon. (Bellaflamme, Lambert & Schwienbacher 2013, 7.)

Ideana itse joukkorahoituksessa on se, että rahoitusta tarvitseva yrittäjä kerää suurelta joukolta rahoitusta yritykseensä. Yksityishenkilöiden sijoittamat rahasummat ovat tavallisesti pieniä. Sijoituksella yritykseen yksityishenkilö voi saada joko osuuden yhtiöistä tai myöntää osuuden lainana yrityksellä. Yksityishenkilö voi rahoittaa myös yritystä tekemällä ennakkotilauksen tuotteeseen tai antamalla lahjoituksen. Näitä muotoja tarkastellaan myöhemmin tässä oppaassa. Tavallisesti rahoitusta tarvitseva yritys hyödyntää joukkorahoituksen saamiseen Internetin sosiaalista verkostoa. (Bellaflamme, yms 2013, 1 ja 4.)

Joukkorahoituksen kerääjistä käytetään kansainvälisillä alustoilla nimityksiä, kuten "requester" ja "inventors". Vastaavasti joukkorahoituksia rahoittavista käytetään nimityksiä, kuten "backer" ja "funder". (Brabet, Maque & Méric 2016, 76.)

### 2.3 Joukkorahoituksen historia

Rahoitusmuotona joukkorahoitus ei ole uusi. Sen juuret juontava jo vuoteen 3000 eaa. Hallitsijat ja varakkaat perheet myönsivät lainoja yksilöille yhteiskunnassa ennen pankkien olemassa oloa. Lainojen korot päätettiin sen mukaan, kuinka hyvin lainoittaja tunsu rahoitusta tarvitsevan sekä kuinka suurilla summilla rahoitusta tarvittiin. (Dresner, 2014, 3-4.)

New Yorkin tunnetuin nähtävyys eli Vapaudenpatsas on rahoitettu joukkorahoituksella vuonna 1876. Rahoitusta olivat keräämässä ranskalaiset, jotka maksoivat itse patsaan ja yhdysvaltalaiset jotka kustansivat patsaan jalustan. Hanke innosti laajasti, koska ihmiset uskoivat siihen sekä halusivat olla mukana luomassa jotakin suurta. Rahoitus saatiin kokoon kansalaisten järjestetyillä kokouksilla, teatteriesityksillä, huutokaupoilla ja erilaisilla kilpailuilla. New Yorkilainen lehti lupasi julkaista jokaisen lahjoittajan nimen lehdessään. Patsaan arkkitehti Frédéric Auguste Bartholdi kauppasi patsaan pienoismalleja, joihin oli kaiverrettu lahjoittajan nimi. (Dresner 2014, 4.)

Nykymuotoinen joukkorahoitus on saanut alkunsa brittiläisen rockorkesterin toimesta. Vuonna 1997 orkesteri keräsi rahoitusta kiertuetta varten lahjoituksiin perustuen Internetissä. Orkesterin fanit toimivat rahoittajina. Orkesterin myötävaikutuksesta 2000-luvulla ensimmäinen joukkora-

hoituselusta ArtistShare sai alkunsa. Pian sen perustamisen jälkeen joukkorahoitus on alkanut kasvaa ja joukkorahoituselusta kehittyä. (Fundable n.d.)

ArtistSharen hyvän menestymisen myötä palkinto pohjaisia alustoja alkoi syntyä. Tunnetuimista alustoista Kickstarter perustettiin vuonna 2009 ja Indiegogo vuonna 2008. Iso-Britanniassa vuonna 2005 ja Yhdysvalloissa vuonna 2006 alkoi kehittymään lainamuotoinen joukkorahoitus. (Freedman ja Nutting 2015, 2-3.)



### 3 JOUKKORAHOITUSLAKI

Startup-yrittäjälle joukkorahoituslain kannalta oleellisia asioita käsitellään tässä kappaleessa. Joukkorahoituslaki sisältää kuitenkin suurimmaksi osaksi joukkorahoituksenvälittäjille oleellisia säädöksiä.

Tasavallan presidentti allekirjoitti 25.8.2016 uuden lain joukkorahoituksesta. Joukkorahoituslaki astui voimaan 1. syyskuuta 2016. Uuden lain tarkoituksena keventää sijoitusmuotoista joukkorahoituksen sääntelyä ja selkiyttää lainamuotoista joukkorahoitusta. Laissa myös selkiytetään viranomaisten valvontavastuuta joukkorahoituksesta. Laki myös parantaa sijoittajien suojaa ja monipuolistaa rahoitusmarkkinoita. (Valtiovarainministeriö 2016b.) Joukkorahoituslain noudattamista valvoo Finanssivalvonta sekä kuluttaja-asiamies, jos välittäjän asiakkaina on kuluttajia. (Joukkorahoituslaki 734/2016.)

Uusi voimaan astunut joukkorahoituslaki (734/2016) soveltuu sijoitusmuotoiseen joukkorahoitukseen. Sijoitusmuotoista joukkorahoitusta ovat lain mukaan osakkeiden tarjoaminen tai lainan hakeminen. Lain mukaan edellytetään joukkorahoitusalan käyttöä, jotta lain tarkoittama joukkorahoitus toteutuu. (Boucht 2017.)

Myös ilman joukkorahoituksen välittäjää voidaan kerätä joukkorahoitusta. Yritys voi siis omilla internetsivuillaan järjestää osakeannin, jossa myy osakkeita yleisölle. Tämä on mahdollista, koska se kuuluu elinkeinovapauden piiriin. Kyseessä ei kuitenkaan ole laissa tarkoitettava joukkorahoitus, koska joukkorahoituksenvälittäjää ei käytetä. Itse järjestetyssä osakeannissa on noudatettava huolellisesti arvopaperimarkkinalakia. (Valtiovarainministeriö 2016a.)

Joukkorahoitusta voi kerätä oli yhtiömuoto sitten osakeyhtiö, osuuskunta, henkilöyhtiö tai yksityinen elinkeinonharjoittaja. Yhtiömuodoista ainoastaan pörssiyhtiö on suljettu pois joukkorahoituksen piiristä. Konkursissa tai maksukyvyttömyys menettelyssä oleva joukkorahoituksen saaja ei voi saada rahoitusta. Joukkorahoituslain 734/2016 luku 3 asiakkaansuoja 12 § määrää, että joukkorahoituksenvälittäjä ei saa välittää joukkorahoitusta saajalle joka on konkurssissa. Saneerausessa olevalle yhtiölle joukkorahoituksen kerääminen on kuitenkin mahdollista. Sijoittajien on oltava vain tietosia yrityksen tilanteesta ja riskeistä. (Valtiovarainministeriö 2016a.)

Joukkorahoituksen saajalla on myös tiedonantovelvollisuus rahoitusta tarjoaville. Tällä turvataan sijoittajasuojaa. Sijoittajille annettava perustietokirjan tulee olla sisällöltään ja rakenteeltaan määrämuotoinen. Tämä auttaa sijoittajia vertailemaan kohteita ja selkiyttämään kohteeseen liittyviä riskejä. (Boucht 2017.)

Esitettä joukkorahoituksesta saajan ei tarvitse tarjota, jos rahoitusta kerätään 12 kuukauden aikana siten, että arvopapereita tarjotaan vain Suomessa ja niiden yhteenlaskettu arvo on alle 5 miljoonaa euroa. (Joukkorahoituslaki 734/2016.) Joukkorahoituslaissa arvopaperilla tarkoitetaan osaketta tai joukkovelkakirjaa (Arvopaperimarkkinalaki 14.12.2012/746).

Joukkorahoituslain 734/2016 luku 3 § 11 käsittelee tiedonantovelvollisuutta. Pykälän mukaan joukkorahoituksen saajan on velvollisuus julkaista taloudellisessa tilanteessa tapahtuvista olennaisista muutoksista tietoa jotka vaikuttavat saajan velvollisuuksien täyttämiseen. Ennen rahoituksen hankintaa joukkorahoituksen saajan on myös annettava oikeata tiedot jotka ovat olennaisia tekijöitä yrityksen arvoon tai vaikuttavat takasin maksukykyyn.

Valtiovarainministeriön asetus täydentää Joukkorahoituslain 734/2016 § 21 tiedonantovelvollisuutta joukkorahoituksensaajan osalta seuraavanlaaisesti. Joukkorahoitus kampanjasta on julkaistava perustietoasiakirja joko suomeksi tai ruotsiksi. Sen pitää olla helppolukuinen ja ymmärrettävä. Perustietoasiakirja sisältää tietoja saajasta, joukkorahoituskohteesta sekä riskeistä. Perustietoasiakirja on oltavaa ajantasainen sekä oltava saatavilla koko kampanjan ajan.

Joukkorahoituksensaaja voi joutua myös vahingonkorvausvastuuseen, jos on tahallaan tai huolimattomuuttaan aiheuttanut vahinkoa joukkorahoituksenlain mukaan. (Joukkorahoituslaki 734/2016 luku 4 § 16.)

## 4 JOUKKORAHOITUS

Tämä luku esittelee joukkorahoituksen muotoja, joita startup-yritykset voivat hyödyntää joukkorahoituksen keräämisessä. Esiteltävistä muodoista kerrotaan, miten kyseistä joukkorahoitusmuotoa lähdetään hakemaan. Lisäksi esiteltävistä joukkorahoitusmuodoista kerrotaan keitä ovat tyypilliset rahoittajat tai sijoittajat ja minkälaisille yrityksille esiteltävä muoto sopii. Jokaisesta joukkorahoitusmuodosta esitellään yhden yrityksen onnistunut joukkorahoituskampanja. Luvun viimeisessä kappaleessa käsitellään verotusta joukkorahoituksessa.

### 4.1 Joukkorahoituksen muodot

Joukkorahoitusmuotoja on neljänlaisia. Ne ovat osakepohjainen, lainapohjainen, tuotepohjainen ja lahjoituspohjainen. Osakepohjaista- ja lainapohjaistamutoa kutsutaan myös sijoitusmuotoiseksi joukkorahoitukseksi. Joukkorahoitus muodot voidaan jakaa vielä vastikkeellisiin ja vastikkeettomiin. Vastikkeellisessa joukkorahoituksessa nimensä mukaisesti tarjotaan rahoittajalle jotakin vastiketta. Vastike voi olla tuote, palkinto, osuusyhtiöistä tai yhtiölle myönnettävä laina josta saadaan korkotuottoa. (Valtiovarainministeriö 2016a.)

Sijoitusmuotoisessa joukkorahoituksessa yritys laskee liikkeelle osakkeita, velkakirjoja tai rahoitusvälineitä. Yleisöltä voidaan myös lainata rahaa. Sitä kutsutaan lainamuotoiseksi joukkorahoitukseksi. Se voidaan maksaa takaisin korkoineen tai joissakin tapauksissa ilman korkoa. (Valtiovarainministeriö 2016a.)

Vastikkeeton joukkorahoitus on lahjoitusmuotoista. Yleisöltä kerätään lahjoituksia tietyn aikaa. Sen mainostamiseen käytetään sosiaalista mediaa ja Internetiä. (Valtiovarainministeriö 2016.) Suomen rahankeräyslaki ei kuitenkaan salli yritysten saavan lahjoitusta. Lahjoituksia saavat kerätä vain yleishyödylliset yhdistykset viranomaisen luvan kanssa. (Rahankeräyslaki 31.3.2006/255.)

Joukkorahoitus on kasvattanut suosioitaan valtiovarainministeriön (2016c) tekemän kyselyn mukaan. Vuonna 2016 joukkorahoituksella kerättiin 153 miljoonaa euron, kun taas edellisenä vuonna 2015 rahoitusta kerättiin 52 miljoonaa euroa.

Suomessa sijoitusmuotoinen joukkorahoitus oli euromääräisesti kaikkein suurinta vuonna 2016. Rahaa sijoitusmuotoisessa joukkorahoituksessa kertyi 41,3 miljoonaa euroa. Toiseksi eniten euromääräistä rahoitusta keräsi lainamuotoinen joukkorahoitus, joka oli summaltaan 39,9 miljoonaa euroa. Vastikepohjaisella joukkorahoituksella rahaa kerääntyi 846 000 euroa. (Valtiovarainministeriö 2016a.)

## 4.2 Osakepohjainen joukkorahoitus

Osakepohjaisessa joukkorahoituksessa (eng. equity crowdfunding) yritys tarjoaa laajalle joukolle rahaa vastaan osakkeita eli osuutta yhtiöstä. Tässä joukkorahoitusmuodossa yrittäjä itse päättää, kuinka paljon osakkeita haluaa tarjota ja kuinka paljon rahoitusta halutaan saada osakkeita myymällä. Osakkeita voidaan tarjota sijoittajille osakepohjaiseen joukkorahoitukseen erikoistuneella alustalla. (European Commission n.d. a.) Osakepohjainen joukkorahoitus on muihin joukkorahoitusmuotoihin verrattuna haasteellisempi ja vaatii muun muassa osakeyhtiölain ja arvopaperimarkkinalain tietämystä.

Omistajia yritykseen voi tulla useita, mutta heidän osuutensa yhtiöistä voi olla pieni (European Commission n.d. a). Sijoittajat voivat olla käytännössä keitä tahansa ja olla mistä päin maailmaa tahansa. Ammattimaisia tai ei-ammattimaisia sijoittajia sekä pankkeja tai pääomasijoitusyhtiöitä voi tulla osakkaiksi yhtiöön. (Artman 2015 s.51.) Suuret yritykset tai rahoitusmarkkinoilla toimivat yritykset sekä tietyt kriteerit täyttävät yksityishenkilöt ovat ammattimaisia sijoittajia. Ei-ammattimaisia sijoittajia ovat yleensä yksityishenkilöt, mutta myös pienet yhtiöt ja yhdistykset. (Finanssivalvonta 2017.) Sijoittajat todennäköisesti lähtevät mukaan sen toimialan yrityksiin, joita he tuntevat. Pienellä markkina-alueilla toimivat yritykset eivät välttämättä sijoittajia kiinnosta. (Artman 2015 s.51.)

Koska osakepohjaisessa joukkorahoituksessa tarjotaan osakkeita julkisesti, esimerkiksi omilla internetsivuilla tai joukkorahoituspalveluilla on silloin tunnettava arvopaperimarkkinalaki 14.12.2016/74. Arvopaperimarkkinalaki pitää sisällään suurimmaksi osaksi oleellista tietoa pörssiyrityksille. Arvopaperimarkkinalaki tulee kuitenkin kysymykseen, koska osakkeita tarjotaan julkisesti laajalle joukolle. Laissa säädetään, että ei saa toimia hyvän tavanvastaisesti. Harhaan johtavan tai totuudenvastaisen tiedon antaminen on kiellettyä. Sijoittajille ei siis saa antaa esimerkiksi väärä tieto yrityksen taloudellisesta tilasta. Laissa säädetään myös niin, että yrityksellä on tiedonantovelvollisuus sijoittajille. Sijoittajille on lain mukaan annettava tietoa yhtiön tilinpäätöksestä. (Arvopaperimarkkinalaki 14.12.2016/74.)

Osakepohjainen joukkorahoitus on maksullista sekä suunnattua osakeantia, joten se velvoittaa myös juridisia toimenpiteitä. Suunnatulla osakeantilla tarkoitetaan sitä, että ulkopuoliset saavat hankkia yhtiön osakkeita. Lain mukaan osakkeiden omistajilla pitäisi olla ensisijainen oikeus osakkeisiin. Suunnattu osakeanti on kuitenkin mahdollista siten, että siihen on olemassa hyvä taloudellinen syy. Hyvä syy voi olla esimerkiksi rahoituksen saaminen tai liiketoiminnan laajentuminen. (Lahtinen 2016.)

Osakeannin järjestämisessä on annettava, sekä osattava antaa joukkorahoituspalveluilla ja sijoittajille tietoa yrityksen taloudellisesta tilasta. Tietoa

on annettava, vaikka siitä voi aiheuta kustannuksia yritykselle. (European Commission n.d. a.)

Osakeyhtiölain mukaan osakeannista on päätettävä aina yhtiökokouksessa. Yhtiökokous voi kuitenkin myöntää myös hallitukselle luvan päättää osakeannista. Yhtiökokouksessa määrätään osakkeiden enimmäismäärän osakelajeittain, sekä merkintähinnan, eli maksettava määrä yhdestä osakkeesta. Päätettävä on myös se, että merkataanko annista saadut varat kokonaan osakepääomaan vai kokonaan sijoitetun vapaanpääoman rahastoon vaiko molempiin rahastoihin. Osakeannille on myös päätettävä maksuaika osakkeille. (Osakeyhtiölaki 21.7.2006/624.)

Osakepohjaista joukkorahoitusta käyttävien olisi hyvä pohtia osakelajien muuttamista ennen osakeannin aloittamista. Osakelajien muuttaminen kannattaa tehdä siksi, että sillä voidaan suojata oman määräysvallan pitäminen yhtiökokouksissa. Osakeyhtiölain mukaan jokainen osake tuottaa samanlaiset oikeudet yhtiöön, ellei yhtiöjärjestys sitä toisin määrää. Yhtiöjärjestystä on muutettava osakelajien mukaan. (Minilex n.d.)

Yritykseen tulevien osakkeen omistajien kanssa on tehtävä osakassopimus. Osakassopimuksella voidaan rajata uusien osakkeenomistajien valtaa yhtiön päätöksen teossa. Osakassopimus toimii tällä tavoin myös riskienhallintakeinona. Sopimuksella voidaan kieltää uudelta osakkeenomistajalta kilpaileva liiketoiminta sekä sopia salassa pidettävistä tiedosta. Osakassopimus olisi suotava tehdä asiantuntevan juristin kanssa. (Salokannel n.d.)

Kun päätös osakeannista on tehty, se on ilmoitettava rekisteröitäväksi patentti- ja rekisterihallitukselle mahdollisimman nopeasti päätöksen syntymisen jälkeen tai viimeistään kuukauden kuluttua. Ilmoitus velvollisuus on jollakin yhtiökokouksessa valtuutetulla hallituksen varsinaisella jäsenellä tai toimitusjohtajalla. (Patentti ja rekisterihallitus 2017.)

Ennen osakepohjaisen joukkorahoituksen hakemista yrityksen on määriteltävä oma arvonsa ja teetettävä kampanjaa varten sijoittajia koskevaa materiaalia. Materiaalin on täytettävä arvopaperimarkkinalain vaativat säädökset. Materiaali koostuu muun muassa tilinpäätöksistä, osakeannin pöytäkirjasta, osakkeenomistajista, osakassopimuksesta, kaupparekisteriotteesta, yhtiöjärjestyksestä ja liiketoiminta suunnitelmasta. Osakemerkintöjä joukkorahoituskampanjan aika on suositeltavaa ohjata sulkutilille. Sulkutilin kautta on helpompi palauttaa rahat sijoittajille, jos haluttuun rahoitustavoitteen ei päästä. (Artman 2015, 54, 70-71 ja 73.)

Osakkeiden ollessa kokonaan merkittynä tai maksettuna on velvollisuus ilmoittaa ne rekisteröitäviksi. Osakkeet pitää saada vähintään viiden vuoden kuluessa rekisteröitäväksi osakeantipäätöksen tekemisen jälkeen. (Osakeyhtiölaki 21.7.2006/624.)

Osakepohjaiset joukkorahoituslupat ottavat maksuja välittäessään osakkeita yleisölle. Maksuja välittäjille menee perinteisesti hallinnoinnista ja kampanjan onnistumisesta. (European Commission n.d. a.)

Osakepohjainen joukkorahoitus sopii parhaiten yrityksille joiden tuote ei ole aineellinen. Tämä joukkorahoitusmuoto on myös hyvä yrityksille, joilla on jo selkeä liikeidea, sekä mahdollisesti tekevät tulosta. Osakepohjainen joukkorahoitus soveltuu, myös yrityksille joilla vaikeuksia löytää ammattimaisia sijoittajia. (Tordera 2014a.) Yhdeksällä kymmenestä osakepohjaista joukkorahoitusta hyödyntäneistä yrityksistä tuote on ollut aineeton. Joukkorahoitusmuoto soveltuu myös, missä tahansa vaiheessa oleville yrityksille. (Artman 2015, 50.)

#### 4.3 Osakepohjainen joukkorahoitus case: Papu Desing Oy

Tässä kappaleessa esitellään esimerkki onnistuneesta osakepohjaisesta joukkorahoituksesta. Esimerkissä käy ilmi mihin rahoitusta oli tarkoitus kerätä, missä rahoituksen kerääminen tapahtui ja kuinka paljon rahoitusta lopulta saatiin.

Papu Desing Oy on suomalainen lastenvaatteita suunnitteleva yritys. Yritys on perustettu vuonna 2012. Papu Desing lähti keräämään joukkorahoitusta kasvun kiihdyttämiseksi tavoitteenaan palkata myyntipäällikkö sekä kasvattamaan varastoaan, jotta kasvavaan kansainväliseen kysyntään voidaan vastata. (Invesdor n.d. c.)

Joukkorahoitus kampanja alkoi huhtikuun alussa vuonna 2015 eli vain noin kolme vuotta yhtiön perustamisen jälkeen. Osakeannin toteuttamiseksi Papu Desing käytti Invesdor-nimistä osakepohjaista joukkorahoituslupaa. (Invesdor n.d. c.)

Kampanjan minimi keräystavoite oli 75 000 euroa ja maksimitavoite oli 200 000 euroa. Osakkeita kaupattiin 40 euron kappalehintaan ja sijoittajien piti ostaa osakkeita vähintään 3 kappaletta. Osuutta yhtiöistä oli tarjolla noin seitsemästä prosentista noin seitsemääntoista prosenttia. Osakkeiden omistajille tarjottiin etuina alennusta uusista vaatteista 10 % mikäli osakkeita ostettiin vähintään vaadittu minimi lukumäärä. Viistoista osaketta omistavalle alennus oli 20 % (Invesdor n.d. c.)

Aivan maksimitavoitteeseen Papu Desing ei kuitenkaan päässyt. 15. kesäkuuta 2015 päättyneet joukkorahoituskierron kerrytti yhtiölle rahoitusta yhteensä 117 080 euroa. Sijoituksia yhtiöön tuli 156 kappaletta. Onnistuneen joukkorahoituskierron avulla yhtiö pääsee toteuttamaan strategiaansa kansainvälistymiseen. (Papu 2015.)

#### 4.4 Lainapohjainen joukkorahoitus

Lainapohjainen joukkorahoitus (eng. deb-based crowdfunding) on vaihtoehto perinteiselle pankkilainalle. Yritys ottaa tässä joukkorahoitusmuodossa rahalainaa joukolta ihmisiä. Tästä voidaan käyttää myös nimitystä Peer-to-Business (P2B). Aivan kuin perinteisessäkin pankkilainassa yritys maksaa lainaajien sijoittamalle pääomalle korkoa. Yrityksen ja lainaajien välillä voi toimia lainanvälittäjä. (Buysere, Gajda, Kleverlaan ja Marom 2012, 10.)

Peer-to-Peer (P2P) eli vertaislaina jossa yksityishenkilö lainaa toiselle yksityishenkilölle on periaatteessa myös joukkorahoitusta. Osa P2P periaatteella toimivista alustoista lainaavat myös pienille yrityksille. P2P lainan ottamissa startup-yrittäjä voi harkita silloin kuin yritykselle ei ole mahdollista saada lainaa. (Tordera 2014a.)

Lainan korko määräytyy pitkälti sen mukaan minkälaista tuottoa sijoittajat (ts. joukkosijoittajat) haluavat saada rahoilleen. Sijoittajat tarjoavat esimerkiksi alustoilla erilaisia korkoja. Korkojen tarjoaminen onkin eräänlaista huutokauppaa. Lainoja kannattaakin kilpailuttaa ja etsiä mahdollisimman pieni korkoista lainatarjousta. Hyvää korkoa voi myös saada hyvällä joukkorahoituskampanjalla. Jos kampanja on suosittu se voi saada sijoittajat kilpailemaan toisiaan vastaan ja siten tarjoamaan edullista korkoa yritykselle. (European Commission n.d. a.)

Normaalisti lainan hakemiseen käytetään apuna siihen soveltuvaa alustaa. Joukkorahoitusalueen kautta otettua lainaa maksetaan yleensä alustalle eikä suoraan lainaajille. Alusta välittää lainaerän korkoineen ja pääomineen takaisin lainaajille. Alustat yleensä haluavat tarkastavaa yrityksen taloudellisen aseman. Siihen alustat tarvitsevatkin kirjanpidon raportteja ja tietoa myyntimääristä. Tällä tavoin alustat haluavat suojata sijoittajia. (European Commission n.d. b)

Kun yrittäjä on löytänyt itselleen sopivan alusta, on alustalle toimitettava alustan vaatimat dokumentit. Alustan luottoluokittajat joko hyväksyvät yrityksen alustalle tai sitten eivät hyväksy. Jos alustalle hyväksytään, yritykselle määritellään sille kuuluva riskiluokitus. (European Commission n.d. c.) Alustat yleensä laskuttavat yritystä luottotietojen tarkastamisesta. Takasinmaksusuunnitelman seuraaminen on myös maksulista yritykselle. (Artman 2015, 77.)

Sopivan lainan löydyttyä alusta vahvistaa yritykselle lopullisen koron ja toimittaa lainan sovittuna ajankohtana. Lainaa maksetaan takaisin sovituissa erissä ja aikatauluissa. Alustalta tulee vahvistus, kun laina on kokonaan takaisin maksettu. (European Commission n.d. c.)

Mikäli lainaa yritetään saada ilman alustaa, esimerkiksi omilla nettisivuillaan, pätee siihen samat arvopaperimarkkinalaina säännöt kuin aikaisemmin tässä opinnäytetyössä esiteltyyn osakepohjaiseen joukkorahoitukseen. Yrityksen on siten itse täysin oltava vastuussa tiedonantovelvollisuudesta ja oikein tietojen antamisesta lainaajille.

Lainapohjainen joukkorahoitus sopii yrityksille, joille pankki ei jostain syystä myönnä lainaa. Lainamuotoinen joukkorahoitus on myös hyvä tapa rahoittaa yrityksen investointeja. Se sopii myös uusille yrityksille jotka ovat vasta tuotekehitysvaiheessa eivätkä omaa kassavirtaa tai omistaa omaisuutta. (Artman 2015, 81 ja 91.) Tämä sopii myös yrittäjille jotka eivät halua luovuttaa osuuttaan yhtiöstä rahoituksen saamiseksi.

#### 4.5 Lainapohjainen joukkorahoitus case: Mobidiag

Tämä kappale käsittelee yrityksen onnistunutta lainapohjaista joukkorahoitusta. Esimerkistä käy ilmi rahoituksen tarve, mistä rahoitusta haettiin, kuinka paljon rahoitusta saatiin ja minkälaisella korolla.

Suomalainen Mobidiag on diagnostiikka alalla toimiva yritys. NovoDiag on yrityksen kehittämä diagnostiikka-alusta. Tekes ja Euroopan Unioni ovat myöntäneet rahoitusta tuotteen kehittämistä varten. Mobidiag tarvitsi kuitenkin rahaa käyttöpääomaa varten, koska tuotekehityksen tuet maksetaan vasta hankkeen valmistuttua. Ratkaisun väliaikaisen rahan tarpeeseen Mobidiag täytti joukkorahoituksen avulla. (Artman 2015, 91.)

Lainapohjaista joukkorahoitusta yritys keräsi suomalaisen Vauraus-nimisen alustan kautta. Lainarahaa saatiin kerättyä kuukaudessa yhteensä 200 000 euroa. Sijoittajia innostuivat myöntämään lainaa, koska yrityksellä oli vakuutena yritykselle myönnetyt tuet. Lainan suosion myötä korkoprosentiksi tuli seitsemän. Lainan välityksestä otettiin kuitenkin provisiota, joten todellinen korko nousi vielä sijoittajien tarjoamasta korosta. (Artman 2015, 92.)

#### 4.6 Tuotepohjainen joukkorahoitus

Tuotepohjainen joukkorahoitus voidaan tuntea myös palkintopohjaisena joukkorahoituksena (eng. reward based crowdfunding). Tuotepohjaisessa muodossa yritys markkinoi tuotetta jonka aikovat virallisesti julkaista tulevaisuudessa. Tuotepohjainen joukkorahoitus onkin tuotteen ennakkomyyntiä. (Invesdor n.d. e.) Rahoitusmuoto kuitenkin eroa hieman perinteisestä ennakkomyynnistä. Kaupanperumista tai tuotteen palautusoi-keutta ei ole ostajalla tuotepohjaisessa joukkorahoituksessa. (Artman 2015, 15.)

Tuotepohjainen joukkorahoitus suunnataan pääsääntöisesti kuluttajille. Kun tuotetta tarjotaan ennakkomyyntiin, voidaan sen avulla varmistella



kuluttajakokemusta. Korkean maksuhalukkuuden omaavat kuluttajat muodostavat suurimman osan tuotteen tilaajista. (Bellafamme yms. 2013, 14-15.)

Käytännössä tuotepohjaisessa rahoituksessa ideana on saada kerättyä tietty määrä rahoitusta, jotta tuote voidaan julkaista (Bellafamme yms. 2013, 15.). Kampanjan alkuun onkin hyvä selvittää tuotteen tuotantokustannukset ja lähetyskulut, jotta osataan kerätä oikea määrä rahoitusta. On myöskin hyvä varautua siihen, jos tuotetta halutaankin tilata suurempia määriä. Joukkorahoituksen kerääjän onkin pohdittava, miten saa toimitettua tuotteen kaikille rahoittajilleen hyvässä aikataulussa. (Artman 2015, 36.)

Kampanjoitava tuote kannattaa hinnoitella eri tasoille. Tuotteeseen voidaan myös yhdistellä erilaisia tarjouksia siten, että mitä enemmän tilaaja maksaa tuotteesta sen enemmän hän saa siihen lisäpalveluita tai lisätuotteita. Hinnoittelutasot ovat suotavaa pitää mahdollisimman lähellä toisistaan. Ideana lähellä olevissa hinnoittelutasoissa on se, että tilaajalle ei ole korkea kynnystä siirtyä kalliimmalle tasolle. (Steinburg 2012, 43-44.)

Joukkorahoitus alustojen välillä on myös eroja rahoituksen saamisen suhteen. Joissakin alustoissa on tietty aikaraja, jonka puitteissa on saatava tarvittava summa rahaa kokoon. Jos tarvittua rahasummaa ei saada kerättyä on keräys silloin epäonnistunut ja rahat palautetaan joukkorahoittajille. Edellä mainittua mallia kutsutaan englanniksi ”all or nothing”. Toisessa mallissa on myös aikaraja, jonka aikana rahoitusta kerätään. Tässä mallissa rahoituksen kerääjä saa pitää keräämänsä rahat, vaikka tavoitesummaan ei päästäisikään. Tämä malli tunnetaan englanniksi nimellä ”keep what you raise”. Tavoitteeseen pääsemisessä on tyypillisesti etuna se, että välityspalkkio on pienempi kuin jos tavoitteeseen ei päästä. (Barbet, yms 2016, 25.)

Tämä joukkorahoitusmuoto soveltuu yrittäjille, jotka haluat kokeilla tuotetta markkinoilla ennen sen julkaisua (Invesdor n.d. e.). Tuotepohjainen joukkorahoitus sopii myös yrittäjille jotka eivät halua luovuttaa osuutta yrityksestä ulkopuolisille rahoittajille. Tässä joukkorahoitusmuodossa tuotteen olisi hyvä olla aineellinen. (Tordera 2014c.) Toisaalta tuote voisi olla myös aineeton esimerkiksi silloin, jos se on uniikki tai persoonallinen. Phoenix Online Studios niminen videopelien kehittäjä keräsi rahoitusta projektilleen 34 000 dollaria. Alkuperäinen tavoite summa oli 25 000 dollaria. (Steinburg 2012, 18 ja 41.)

#### 4.7 Tuotepohjainen joukkorahoitus case: Eve Tech

Tämä kappale esittelee onnistuneen tuotepohjaisen joukkorahoitus keräyksen. Kappaleesta selviää, minkälaiselle tuotteelle haettiin joukkorahoitusta, mitä alustaa rahoitukseen käytettiin, mikä oli rahoituksen tavoite ja kuinka paljon lopulta rahoitusta saatiin.

Eve Tech on suomalainen startup-yritys joka valmistaa tablettitietokoneita. Yritys on perustettu vuonna 2014. Sen ensimmäinen tuote oli Eve T1- tabletti. Tablettia myytiin noin 2 000 kappaletta noin 200 euron hinnalla. Yrityksen toimitusjohtajana on vähän yli 20-vuotias Ukrainasta kotoisin oleva Konstantinos Karatsevidis. (Toivonen 2016.)

Eve Techin toinen tuote on Eve V- nimeä kantava Windows käyttöjärjestelmällä toimiva tablettitietokone. Tablettiin on mahdollista liittää näppäimistö ja kosketusnäyttökynän. Uutta Eve V tablettia on kehitetty joukon voimalla. Tuhat ihmistä on ollut mukana päättämässä minkälaisia ominaisuuksia tablettiin pitäisi kuulua. (Toivonen 2016.)

Eve Tech lähti keräämään rahoitusta toiselle tuotteelleen Eve V:lle Indiegogo joukkorahoitus alustalla. Joukkorahoituskampanjan tavoitteena oli kerätä rahoitusta 75 000 dollaria. (Toivonen 2016.) Eve Tech onnistui lopulta joukkorahoituskampanjassaan. Rahaa saatiin kerättyä yli 1,4 miljoonaa dollaria. Vaikka kampanja onnistui ja rahaa saatiin kerättyä yli odotusten, yhtiöllä tuli ongelmia laitteiden toimituksien kanssa. Syy viivästyksen oli vialliset näytöt. Ongelma saatiin kuitenkin ratkaistua mutta tablettien toimitus alkoi myöhässä. (Linnake 2017.)

#### 4.8 Verotus joukkorahoituksessa

Tämä kappale käsittelee verotuksellisia asioita joukkorahoituksessa. Verotuksellisia seikkoja liittyy enimmäkseen lainamuotoiseen ja tuotepohjaiseen joukkorahoitukseen. Ensimmäisen tässä kappaleessa käsitellään lainamuotoisen rahoituksen verotuksesta.

Lainamuotoisessa joukkorahoituksessa osapuolina voivat olla tavallisesti lainaa keräävä yritys ja lainaa myöntävät yksityishenkilöt sekä lisäksi rahoituksenvälittäjä. Haasteena edellä mainitussa tilanteessa on se, että yrityksellä ei välttämättä ole tietoa lainaa myöntävistä yksityishenkilöistä. Lainasta maksettava korko on saajalleen veronalaista pääomatuloa, josta pitää toimittaa ennakonpidätys Verohallinnolle. (Verohallinto 2017b.)

Viimekädessä yrityksellä on velvollisuus toimittaa ennakonpidätys maksetuista koroista Verohallinnolle. Joukkorahoituksen välittäjillä on kyllä mahdollisuus toimittaa ja ilmoittaa ennakonpidätys. Riittää siis vain, että toinen osapuoli huolehtii ennakoista. (Verohallinto 2017b.)

Tuotepohjaisessa joukkorahoituksessa on kyse tuotteen ennakkomyynnistä. Ennakkomyynnin arvonlisävero maksetaan myydyistä tuotteista. Myyntivoitoista joita tuotteita myymällä saadaan, on maksettava yhteisövero. (Artman 2015, 24.)

Myyjän on siis lisättävä varsinaiseen tuotteen myyntihintaan vielä soveltuva arvonlisävero, mikäli myyjä on arvonlisäverollinen. Suomessa käytössä olevat arvonlisäverokannat ovat 24 % (yleinen verokanta), 14 % (esim. elintarvikkeet) ja 10 % (esim. kirjat ja kulttuuritapahtumien pääsyliput). (Verohallinto 2017a.)

Jos joukkorahoitetun tuotteen ostaja on Suomen ulkopuolella myynti voi olla silloin verotonta tai verollista. Toisessa EU-maassa toimivalla yritykselle myynti on verotonta, mikäli ostaja on toisessa maassa arvonlisäverollinen ja myyjällä on tiedossa ostajan alv-numero. Tuote on myös lähetettävä pois Suomesta. Sen sijaan yksityisille henkilöille EU:n alueella tapahtuva myynti on aina arvonlisäverollista. (Verohallinto 2017c.)

Tavaroiden myynti on verotonta tapahtuessa EU:n ulkopuolelle, huolimatta siitä onko ostajana yritys tai yksityishenkilö. Myynnistä on vain pystyttävä todistamaan, että tuote on poistunut EU:n alueelta. Tullilta voi hakea sähköisesti todisteen tuotteen poistumisesta. (Verohallinto 2017d.)

## 5 JOUKKORAHOITUKSEN TAVOITTAMINEN

Tässä luvussa käsitellään, miten joukkorahoitusta lähdetään tavoittelemaan ja minkälaista hyötyä siitä saadaan. Joukkorahoitukseen aikovan yrittäjän on myös hyvä tiedostaa minkälaisia haasteita voi eteen tulla. Suurta osaa joukkorahoituksen tavoittamisessa on sen kampanjoiminen.

### 5.1 Joukkorahoituskampanja

Joukkorahoitukseen valmistautuminen lähtee liikkeelle pohtimalla, mikä joukkorahoitusmuoto sopii parhaiten omalle yritykselle ja minkälaisia ovat tavoitteet joihin pyritään. Tavoitteiden jälkeen on selvitettävä, kuinka paljon rahaa täytyy saada kerättyä, jotta tavoitteeseen päästään. Jotta tavoitteisiin voidaan päästä, täytyy tuleville joukkorahoittajille tarjota jotakin vastinetta. (Dresner 2014, 26.) Joukkorahoitusta suunnittelevan on tunnettava myös valitsemansa muodon lainsäädännölliset ja verotukselliset seikat.

Joukkorahoituskampanjaan on koottava siihen liittyvää materiaalia. Materiaali on perus periaatteeltaan samanlaista, oli joukkorahoitusmuoto mikä tahansa. Materiaali koostuu suunnitellusta rahoitustavoitteesta, rahojen käyttökohteesta ja kampanjan kestosta. Materiaalissa on selitetty mitä hyötyä rahoittaja saa osallistumalla kampanjaa. Materiaalin valmistuttua se olisi hyvä tarkistuttaa ja ottaa paljon palautetta vastaan. (Brabet yms. 2016, 79-78.) Huolellinen valmistautuminen joukkorahoitus materiaalin valmistamiseen onkin erityisen tärkeää. Kirjoitusvirheillä joukkorahoitushanke sisällöissä on havaittu haittaavan onnistumista rahoituksen saamisessa. (Mollick 2014.)

Joukkorahoituksen hankkimiseen voidaan käyttää alustoja. Olisikin hyvä miettiä, mikä alusta sopii omille tavoitteille parhaiten. Alustat ovat hyviä paikkoja verkostoitumiseen sekä luomaan suhteita tuleviin rahoittajiin. (Dresner 2014, 26.) Alustojen käyttöehtoihin kannattaa tutustua ennen valinnan päätöksen tekoa.

Kun sopiva alusta on löytynyt, sinne täytyy erikseen hakea, jotta alustaa voidaan käyttää rahoituksen keräämiseen. Hakemuksessa esitellään omaa liikeidea sekä perustellaan miksi alustalle halutaan päästä. Kun yritys on hyväksytty alustalle, sen täytyy määritellä tavoitteensa sekä ke- räysaika. (De Buysere yms 2012, 14.)

Alustalla oleminen ei kuitenkaan pelkästään riitä tavoitteen saavuttamiseksi. Omalla aktiivisuudella voidaan kuitenkin saada enemmän aikaan ja onnistumaan joukkorahoituskampanjassa. Usein ja säännöllisesti viestivä yritys onnistuu pääsemään joukkorahoituskampanjan tavoitteeseen kuin harvakseltaan päivityksiä tekevä yritys. Joukkorahoituskampanjaa

varten on suositeltavaa kuvata esittelyvideo. Esittelyvideo viestii rahoittajille joukkorahoitushankkeen olevan laadukas. Alustoista esimerkiksi Kickstarter vaatii kampanjointia varten esittelyvideon kuvaamista. (Mollick 2014.) Esittelyvideosta on selkeästi käytävä hankkeen idea ilmi. Videon pituus on oltava noin kaksi minuuttia. Videon ensimmäiset kymmenen sekuntia on oltava sellaiset, että katsoja kiinnittää siihen huomionsa. Esiintyminen videolla on oltava positiivista ja näytettävä, että uskoo myös itse hankkeeseen. (Steinburg 2012, 33.)

Sosiaalinen media näyttelee suurta osaa joukkorahoituksen tavoittamisessa. Laaja ystäväpiiri Internetissä on osoittautunut eduksi joukkorahoituskampanjassa. Ethan Mollickin (2014) tutkimus on osoittanut, että laajalla sosiaalisella verkostolla on vaikutusta joukkorahoituksen tavoittamisessa. Mitä enemmän on joukkorahoituksen kerääjällä kavereita Facebookissa, sitä paremmat mahdollisuudet ovat onnistua rahoituksen saamisessa. Tutkimuksesta käy ilmi, että sadalla Facebook kaverilla joukkorahoitus onnistuu 9 prosentin todennäköisyydellä. Tuhannen Facebook kaverin omaavan profiilin mukaan joukkorahoitus onnistuu 40 prosenttisesti.

Internetin ei tarvitse tai pidä olla ainoa kampanjointipaikka. Joukkorahoituskampanjaa voidaan mainostaa perinteisessä mediassa kuten radiossa, televisioissa tai printtilehdissä. Kampanjaa voidaan myös tehdä messuilla tai järjestää asiakastilaisuuksia. Tärkeintä on lähin olla vain luova. (Mese-naatti n.d. d)

Kampanjan päätyttyä rahat siirtyvät yritykselle, mikäli kampanjan tavoitteeseen ollaan päästy. Vaikka tavoitteeseen ei oltaisikaan päästy rahat voivat siirtyä yritykselle riippuen alustan ehdoista. Rahoittajat vastaavasti saavat kampanjan jälkeen joko tuotteen, yhtiön osakkeita tai velkakirjan. (De Buysere yms 2012, 14.) Kampanjan päättymisen jälkeen ei saa kuitenkaan unohtaa rahoittajia. Hyviin tapoihin kuuluu, että kaikkia rahoittajia on kiitettävä osallistumisesta kampanjan rahoittamiseen. Rahoittajiin on myös syytä pitää yhteyttä jälkikäteenkin. (Dresner 2014, 143.)

## 5.2 Joukkorahoituksen hyödyt

Tässä kappaleessa kerrotaan joukkorahoituksen hyödyistä. Kappaleessa kerrotaan joukkorahoituksen rahallisista ja ei-rahallisista hyödyistä.

Ennen joukkorahoituksen yleistymistä yritystä tavallisesti rahoittivat itse yrittäjät tai heidän lähipiirinsä. Tällöin riski menettää kaikki varansa oli yrittäjällä itsellään. Joukkorahoituksen myötä riskit ovat jakaantuneet suuremmalle osalle eikä yrittäjän tarvitsen kantaa enää riskiä yksin. (De Buysere yms 2012, 19.) Joukkorahoittaminen on tehnyt yrittäjyydestä nykypäivänä helpompaa kuin se on ennen ollut. Joukkorahoitus on edes auttanut sitä siten, että yrittäjät voivat kehittää ja rahoittaa joukon avulla tuotteitaan tai palveluitaan ympäri maailmaa. Ihmiset osallistuvat myös

mukaan hankkeisiin, koska haluavat olla mukana luomassa jotakin uutta. (Brabet yms. 2016, 12-13.)

Joukkorahoituskampanjan pyörittäminen kehittää yrittäjässä monia osa-alueita ja siitä saa laajaa kokemusta. Kokemusta kehitty markkinoinnissa, johtamisessa, taloussuunnittelussa sekä riskien ottamisessa. (Brabet yms. 2016, 88-89.)

Joukkorahoituksen yleistymisen myötä pääoman saaminen on helpottunut startup-yrityksissä. Ennen ulkopuolisia sijoituksia yrityksiin tekivät vain varakkaat yksityissijoittajat tai suuret institutionaaliset sijoittajat. Yleistymiseen ovat edesauttaneet joukkorahoitusalojen kasvu Euroopassa sekä niiden helppo saavutettavuus Internetin välityksellä. (Brabet yms. 2016, 13.) Vaikka riskit ovat suuret sijoittaessaan startup-yritykseen riskit vähenevät sen myötä mitä enemmän sijoittajia lähtee mukaan. Syy johtuu siitä, koska sijoittajilla on pyrkimys arvostella sekä suositella yritystä muille. (De Buysere 2012, 18.)

Tuotepohjainen joukkorahoitus tarjoaa rahallisen hyödyn lisäksi, myös hyvän mahdollisuuden testata tuotteen kiinnostavuutta ennen julkaisua. Perinteinen rahoitusmuoto ei tämänlaista mahdollista. Tällä tavalla voidaan myös luoda aikaisessa vaiheessa hyviä suhteita tavoitettuihin asiakaisiin. Jos tuote on suosittu ja sitä myös tilataan jatkuvasti niin se tuo yritykseen jatkuvasti uutta käyttöpääomaa. (Steinburg 2012, 3-4.) Joukkorahoitus onkin mahdollistanut sen, että voi itse kontrolloida yritystä ja sen hanketta. Muissa perinteisissä muodoissa esimerkiksi pääomaasijoittajat tai julkaisijat ovat voineet olla ohjaamassa yritystä omien näkemystensä mukaan. (Brabet yms. 2016, 89.)

Koska joukkorahoitus tapahtuu pääosin Internetissä, näkyvyys on siten laajaa. Näkyvyyttä voidaan lisätä olemalla mukana sosiaalisessa mediassa tai jakamalla tietoa tuttaville ja läheisille. Vaikka rahallista hyötyä ei saataisikaan, niin yritys on ainakin saanut näkyvyyttä. Näkyvyyden avulla voidaan kampanja vaiheessa luoda suhteita rahoittajiin. Joukkorahoitusaloista tarjoavat mahdollisuuksia kommunikoida rahoittajien kanssa. Näin voidaan vastata rahoittajien kysymyksiin ja päivittää hankeen etenemisestä tietoja. (Brabet yms 2016, 86-87.) Osakepohjainen joukkorahoitus kampanjointi kerää myös huomiota sosiaalisessa mediassa sekä medioissa yleensä. (Tordera 2014c.)

### 5.3 Joukkorahoituksen haasteet ja riskit

Joukkorahoituksen hakija voi joutua kohtaamaan erilaisia haasteita. Joukkorahoitukseen sisältyy myös riskejä. Tämä kappale käsittelee joukkorahoituksen hakijan kannalta tyypillisiä haasteita.

Joukkorahoitukseen ryhtyvän yrittäjä ei välittämättä ennakkoon osaa arvioida kuinka paljon kampanja tulee todellisuudessa maksamaan. Yllättäviä kustannuksia voi tulla eteen, milloin vai ja niitä voi tulla esimerkiksi lakisääteisistä dokumenteista tai yrityksen arvonmääritys dokumenteista. (Turan 2015, 358.)

Yrityksen arvoa voi olla vaikea määritellä. Arvoa määriteltäessä se voidaan vahingossa ali tai yliarvioida yritystä. Osakepohjaiseen joukkorahoitukseen yrityksen arvon määrittelemine on oleellista ennen joukkorahoituskampanjan aloittamista, jotta tiedetään kuinka paljon pääomaa pitää saada. Yrityksen arvoon voi vaikuttaa sen immateriaaliset oikeudet sekä arviot markkinoista joilla yritys toimii. (De Buysere yms. 2012, 15.)

Alustan valinta voi olla haasteellista, koska niitä on vaikea verrata. Alustat esimerkiksi mainostavat itseään hyvin samanlaisesti. Tavallisesti alusta mainostava onnistuneiden kampanjoiden lukumääriä ja kampanjan kestoa. (Turan 2015, 358.)

Sijoittajan näkökulmasta joukkorahoittamiseen liittyy suuria riskejä menettää sijoittamansa varat. Sijoittaminen kasvavaan yritykseen on aina epävarmaa. Internetin välityksellä voi olla vaikeaa selvittää rahoittajille hankeen todellinen laatu ja saada potentiaaliset sijoittajat uskomaan yritykseen ja tekemään siihen sijoitus. (Mollick 2014.)

Kaikki mahdolliset sijoittajat eivät välttämättä ole alan asiantuntijoita tai heillä ei ole tarpeeksi tietoa alasta jolla yritys toimii. He voivat, ennen sijoituspäätöstä tarvita erilaisia tietoja yrityksestä. Tässä onkin riskinä se, että joukkorahoituksen kerää voi paljasta yrityksestä kriittistä tietoa ja joku ulkopuolinen voi varastaa yrityksen idean. (Larralde & Schwiendbacher 2010.) Tältä on kuitenkin mahdollisuus suojautua. Yrittäjä voi tehdä mahdollisten sijoittajien kanssa sopimuksen ennen tietojen paljastamista. (Tordera 2014b.)

Onnistunut joukkorahoituskampanja on voinut tuoda yhtiöön useita ja jopa satoja osakkeenomistajia eri puolilta maailmaa. Uudet osakkeen omistajat voivat olla halukkaita olemaan mukana liiketoiminnassa. Haastetta tässä tuokin se, että miten yritys pystyy kommunikoimaan useiden uusien omistajien kanssa sujuvasti. (De Buysere yms. 2012, 14.)

Tuotepohjaisessa joukkorahoituksessa idean suojaaminen on haastavampaa. Tuote voidaan tietenkin suojata, jos siihen on jo olemassa patentti. Patentti ei välttämättä suojaa kuitenkaan täysin. Koska tuote on julkisesti esillä internetissä, kilpailijalla mahdollisuus lähteä kehittämään tuotetta paremmaksi. (Larralde & Schweinbacher 2010.)

Epäonnistuminen tuotepohjaisessa joukkorahoituksessa voi aiheuttaa epäilyksiä petoksesta. Epäonnistuminen voi johtua siitä, että rahoitusta ei

saatu kokoon tarpeeksi ja tuotteen toimittaminen rahoittajille ei onnistukaan. (Dresner 2014, 74-75.) Osakepohjaisessa tai lainamuotoisessa joukkorahoituksessa joissa haetaan rahoitusta alustaan kautta saattaa herättää petosepäilyksiä. Tämä voi johtua siitä, että joukkorahoituksen kerääjä ei ole välttämättä tunnettu henkilö joukkorahoittajille. (De Buysere yms. 2012, 15.)

Petosepäilyiltä voidaan kuitenkin välittyä tai varautua niihin. Tärkeää olisi hyvissä ajoin selvittää rahoittajille riskit sekä olemalla avoin ja rehellinen. Rehellisyyttä lisää myös se, että palauttaa rahoittajille rahat takaisin, mikäli epäonnistuminen tapahtuu. (Dresner 2014, 74-75.) Myös sosiaalista mediaa ja Internetiä voidaan hyödyntää petosepäilyksien ehkäisemisessä. Näin joukkorahoittajat voivat, etsiä ja tutustua joukkorahoitusta kerävään ihmiseen tai yritykseen. (De Buysere, yms. 2012.)



## 6 JOUKKORAHOITUSALUSTAT

Tässä luvussa käsitellään joukkorahoitus alustoja ja niiden toiminta periaatteita. Lyhyesti myös esitellään, minkälaisia erikoisteemaisia alustoja on olemassa. Luvussa myös selviää alustojen laajuus Euroopan unionissa.

Jokaisesta joukkorahoitusmuodosta on valittu startup-yrityksille soveltuva alusta. Alustoja esitellään kaksi jokaisesta muodosta. Alustat ovat Suomessa yleisesti tunnettuja. Esittelyyn valitut alusta ovat sellaisia, että ne sopivat startupeille, kasvuyrityksille tai ovat sopivia varhaisessa vaiheessa oleville yrityksille. Esiteltävät alusta ovat myös sellaisia, että niitä on suomalaisen yrityksen mahdollista käyttää. Alustojen esittelyllä tuodaan tiivistetysti ilmi muun muassa niiden palkkioista, kampanjankes- toista ja kampanjan jälkeen rahojen siirtymisen kestosta yrityksen käyt- töön.

### 6.1 Yleistä joukkorahoitus alustoista

Euroopan Unionin alueella toimivia joukkorahoitus alustoja vuoden 2015 arvioiden mukaan 510 kappaletta. Alustat ovat lisääntyneet noin 23 prosentilla vuodesta 2013 vuoteen 2014. EU:ssa alusta tyypeistä yleisin on tuotepohjainen joukkorahoitus alusta. Sen osuus on kaikista alustoista noin 30 prosenttia. Tuotepohjaisten alustojen jälkeen tulevat osakepoh- jaiset alustat noin 23 prosentin osuudella ja lainapohjaiset alusta 21 pro- sentin osuudella. (Delivorias 2017, 5.)

Periaatteelta kaikki joukkorahoitus alustat toimivat saman kaavan mukai- sesti. Alustoilla on kolme samanlaista pääpiirrettä. Ensimmäisenä yhtei- senä piirteenä alustat ottavat vastaan pieniä rahoitussummia joista kerry- tetään rahoitusta yrityksen hankkeelle. Toiseksi alustoilla yhtenäiset esit- tely tavat rahoitushankkeille. Kolmanneksi alustat mainostavat, kuinka paljon rahoitusta alustan kautta on saatu kerättyä. Maksut alustojen käy- töstä ovat myös hyvin samanlaisia. Yritys maksaa alustalle jonkin pro- sentti osuuden kerätystä rahoista. (Brabet, yms. 2016, 22-23.)

Jotkut joukkorahoitus alusta tarjoavat yrityksille lisäpalveluita. Niihin voi kuulua neuvontapalveluita, mikromaksujen tarjoajien kanssa järjestelyjä. Alustat voivat myös järjestää hankkeille julkisuutta. (Brabet, yms. 2016, 23.)

Joukkorahoitus alustojen kirjo on laaja. Alustojen syntymisen jälkeen on tullut joukkorahoitus markkinoille eri teemaisia alustoja. Alustoja on sekä tuotepohjaisissa että osakepohjaisissa alustoissa. Alustat ovat suunniteltu niin, että ne kokoavat yhteen samankaltaisia hankkeita ja yrityksiä. Esi- merkiksi kiinteistöille tai rakentamiselle on omia alustoja. Edellä mainittu- jen alustojen lukumäärän odotetaan vuosien varrella kasvavan. (Dresner

2014, 57.) Suomessa rakentamiseen ja kiinteistöihin erikoistunut joukkorahoitus alusta on Groundfunding Oyj. Vaihtoehtoiselle energialle sekä teknologialle on myös olemassa erikoistuneita alustoja (Dresner 2014, 58).

## 6.2 Osakepohjaiset alustat

Tämä kappale esittelee kaksi osakepohjaista joukkorahoitus-alustaa. Alustat ovat suomalainen Invesdor ja ruotsalainen FundedByMe. Esittelyllä halutaan tuoda ilmi muun muassa yleistä tietoa alustoista, joukkorahoituskampanjan kestoista alustalla sekä kuvaa palkkioista

### 6.2.1 Invesdor

Invesdor on vuonna 2012 perustettu suomalainen osakepohjainen joukkorahoitus-alusta. Se on Pohjoismaiden suurin osakepohjainen alusta. Alustalla on toimistot Helsingissä ja Lontoossa. Alustan kautta on kerätty rahoitusta yli sadalle yritykselle yli 38 miljoonalla eurolla. Yrityksiä on tullut Pohjoismaista ja Isosta-Britanniasta. (Invesdor n.d. a.)

Rahoitusta Invesdor alustalla voi hakea sinne vahvistettu yritys. Ennen kampanjan aloittamista Invesdor tarkastaa yrityksen materiaalit, rekisteri- ja luottotiedot. Sijoituksia alusta kerää omalle asiakasvaratililleen. Kampanjan päätyttyä ne siirtyvät yritykselle, jos minimitavoite ollaan saavutettu. (Invesdor n.d. b.)

Invesdorin palkkiot määräytyvät yrityksen rahoitusvalmiudesta sekä koostuvat kolmesta osasta. Aloitusta varten on maksettava kiinteä ennakkolisätautumismaksu. Onnistuneista kampanjoista maksetaan prosenttiperusteinen onnistumispalkkio sekä sulkupalkkio. (Invesdor n.d. d.)

Joukkorahoituskampanja kestää alustalla noin kolme kuukautta. Ensimmäiset viikot menevät kampanjan valmistautumiseen ja yrityksen tietojen tarkastamiseen. Valmistautumisen jälkeen osakkeita tarjotaan hiljaisessa osakeannissa yrityksen verkostolle sekä Invesdorin ankkurisijoittajille. 1-2 viikkoa kestävässä hiljaisessa osakeannissa täytyy saada kerättyä 30 prosenttia minimitavoitteesta, jotta yritys pääsee julkisesti tarjoamaan osakkeita. Julkisessa osakeannissa kaikilla on mahdollisuus merkitä osakkeita. Julkinen merkintä aika 4-6 viikkoa. Kampanjan päätyttyä rahat siirtyvät yritykselle mikä tavoitteeseen ollaan päästy. Vaihe kestää 1-2 viikkoa ja se sisältää myös kampanjan sulkemisen ja tarvittavat paperityöt. (Invesdor n.d. d.)

## 6.2.2 FundedByMe

FundedByMe on ruotsalainen vuonna 2011 perustettu joukkorahoitus-alusta. Alustalla on toimistoja Suomessa, Singaporessa sekä Malesiassa. FundedByMe:n alustalla yritys voi hakea osakepohjaista joukkorahoitusta. Rahoitusta alustan kautta on hakenut 452 yritystä 25 maasta. Yhteensä rahoitusta on kerätty yli 37 miljoonaa euroa. Sijoittajajäseniä alustalla 87 tuhatta. Suomessa FundedByMe joukkorahoituspalvelua tarjoaa sijoituspalveluluvallaan Privanet Securities Oy. (Privanet Oyj 2017.)

Alustan kautta voidaan saada rahoitusta startup-yritykselle. Startupin FundedByMe määrittelee yritykseksi, jolla on tuote mutta se on keskittynyt tuotekehitykseen. Yli 65 startup-yritystä on rahoitettu yli 23 miljoonalla eurolla alustan kautta. (FundedByMe n.d. a)

Rahoitusta FundedByMe:stä voi hakea vain sinne hyväksytty yritys. Jokainen hakemus alustalle käsitellään erikseen. Hakemuksen hyväksytty kampanja voidaan aloittaa. Yritys voi kampanjan aikana joko hyväksyä tai hylätä sijoittajien ostotarjouksia. (FundedByMe n.d. b.)

Ennen kampanjan aloitusta on maksettava rekisteröitymismaksu. FundedByMe veloittaa myös onnistuneiden kampanjoiden kokonaiskerätyssummasta 8 prosentin palkkioin. (FundedByMe n.d. b.)

Kampanjanaika julkisesti alustalla on 45 päivää. Kampanjan kuitenkin sulkeutuu, jos maksimi tavoitteeseen päästään ennen viimeistä päivää. Ennen julkista kampanjaa on mahdollisuus tarjota osakkeita itse valitsemilleen henkilöille. (Dworén 2017 a.)

Onnistuneen kampanjan päättymisen jälkeen alusta lähettää sijoittajille ohjeet ja tilinumeron osakkeiden maksamista varten. Arviolta rahojen saaminen kestää kahdesta viikosta kuukauteen. (Dworén 2017 b.)

## 6.3 Lainapohjaiset alustat

Seuraavaksi esitellään kaksi lainapohjaista joukkorahoitus-alustaa Fellow Finance ja Fundu. Molemmat alustat tarjoavat lainapohjaisen joukkorahoituksen lisäksi myös muita palveluita, mutta seuraavassa esittelyssä keskitytään vain lainapohjaiseen joukkorahoituksen tarjoamiseen.

### 6.3.1 Fellow Finance

Fellow Finance on vuonna 2013 perustettu joukkorahoitus- ja vertaislaina-alusta. Fellow Financen omistavat sen perustajat sekä Taaleri Oyj. Se tarjoaa kuluttajille vertaislainapalveluita ja yrityksille joukkorahoitusta.

Palvelun käyttäjiä on 260 000 asiakasta 43 maasta. (Fellow Finance n.d. a.)

Ennen kuin joukkorahoitusta voidaan hakea alustalta, yrityksellä on oltava takanaan yksi tilikausi. Yrityksen pitää olla rekisteröitynä Suomeen ja pankkitilin on oltava myös suomalainen. Maksuhäiriömerkintöjä ei myöskään saa olla yrityksellä. (Fellow Finance n.d. b.) Alustalle on toimitettava sen vaatimia asiakirjoja, kuten tilinpäätös ennen, kuin laina voidaan myöntää. Asiakirjojen pohjalta alusta tekee luottokelpoisuus arvioinnin. Lainan myöntäminen edellyttää, että alustalle on myös toimitettu uusin kaupparekisteriote ja yhtiöjärjestys. Alusta ilmoittaa yrityksen valtuuttamalle henkilölle onko lainahakemus hylätty tai hyväksytty. (Fellow Finance n.d. c.)

Alustalta voidaan hakea yritykselle lainapohjaista joukkorahoitusta viidestä tuhannesta eurosta miljoonaa euroon. Lainan lyhennykset ovat kuukausittaisia ja laina-aika voi olla yhdestä vuodesta seitsemään vuoteen. (Fellow Finance n.d. d.) Lainarahat on mahdollista saada arkipäivisin alustan aukio-oloaikojen mukaan. Lainan voi saada silloin, kun lainahakija hyväksyy lainaajan tarjouksen. (Fellow Finance n.d. b.)

Lainasta maksettava korko määräytyy lainanhakijan ja lainanmyöntäjien kesken tekemän sopimuksen mukaan (Fellow Finance n.d. e). Lainojen korot ovat keskimäärin 6-20 prosenttia. Korkoon vaikuttaa myös laina-aika sekä yrityksen luottoluokitus. (Fellow Finance n.d. b.)

Lainanhakeminen alustalta on ilmaista. Maksuja menee koron maksun lisäksi alustalla lainan välityspalkkioon 4,5 % tai minimissään 500 euroa myönnetystä lainapääomasta sekä tilinhoitopalkkioon 0,084 % tai minimissään 12 euroa alkuperäisestä lainapääomasta. (Fellow Finance n.d. e.)

### 6.3.2 Fundu

Suomalainen Fundu lanseerattiin toukokuussa 2014. Fundu on perustettu suomalaisten kasvuyritysten rahoituksen saamisen helpottamiseksi. Alkuun alusta tarjosi sijoittajille mahdollisuuden sijoittaa siltalainoihin. (Fundu n.d. a.) Fundussa siltalainalla tarkoitetaan yritykselle myönnettyä lyhytaikaista lainaa julkisrahoitteisen projektin ajaksi. (Fundu n.d. b.)

Alustalla on ollut 440 rahoituskierrosta. Rahaa on sijoitettu 16,2 miljoonaa euroa yli 6000 sijoittajan avulla. Rahoitusta alustalta haetaan sähköisellä hakemuksella. Fundun kautta lainaa voi hakea 25 000 eurosta viiteen miljoonaan euroon. (Fundu n.d. c.)

Lainasta maksettava korko määräytyy luottoluokituksen perusteella. Yli 20 000 euroa lainoista laaditaan yksilöllinen luottoluokitus. Alusta perii järjestely palkkioita kerätystä rahoituksesta. (Fundu n.d. c.) Yrityslainojen koko lainasummalle hakijoilta vaaditaan aina yrityksen vastuuhenkilön

henkilökohtainen takaus. Lainojen lyhennykset ovat joko kuukausilyhenteisiä tai kertalyhenteisiä. (Fundu n.d d.)

#### 6.4 Tuotepohjaiset alustat

Esiteltäviksi alustoiksi ovat valittu yhdysvaltalainen Indiegogo ja suomalainen Mesenaatti.me. Alustat ovat mittakaavoiltaan hyvin eri kokoisia, mutta niissä löytyy hyvinkin samanlaisia piirteitä.

Esitellyistä alustoista kerrotaan oleellista tietoa yrityksen näkökulmasta. Tieto kerrotaan alustojen kampanjoiden kestoista ja palkkioista. Indiegogo tarjoaa myös mahdollisuutta osakepohjaiseen joukkorahoitukseen. Tässä esittelyssä paneudutaan kuitenkin sen tuotepohjaiseen joukkorahoittamiseen.

##### 6.4.1 Indiegogo

Indiegogo on yhdysvaltalainen tuotepohjainen joukkorahoituspalvelu. Indiegogo tarjoaa myös mahdollisuutta osakepohjaiseen joukkorahoitukseen. Se on perustettu vuonna 2008 kolmen ihmisen toimesta. Perustajilla Danae Ringelmanilla, Eric Schellillä ja Slava Rubinilla oli kaikilla vaikeuksia saada rahoitusta hankkeilleen. Ajatus internetin hyödyntämisestä rahoituksen saamiseen sai idea syntymään yrityksen perustamisesta. (Indiegogo n.d. a.) Indiegogo ottaa alustalleen minkä tyyppisiä projekteja tahansa (Brabet yms. 2016, 23-24).

Indiegogo kautta on tähän mennessä kerätty rahoitusta miljardin dollarin edestä. Kampanjoita on aloitettu 223 maassa. Rahoittajia Indiegogon kautta on tullut 11 miljoonaa. (Indiegogo n.d. b.) Indiegogon sivulla vierailijoita on kuukausittain 15 miljoonaa. Kampanjoita sivustolla alkaa kuukausittain 19 000. (Indiegogo n.d. a.)

Indiegogon (n.d. f.) käyttöehdoissa määrätään, että rahoittajille on tarjottava jotakin aineellista tuotetta tai aineetonta palvelua. Tuote tai palvelu pitää myös toimittaa aina rahoittajille. Alustalla on myös aina vastattava rehellisesti Indiegogon tai rahoittajien kysymyksiin. Kampanjasta on myös tehtävä päivityksiä vähintään kerran kuukaudessa. Yrityksen on myös itse kerättävä kampanjoitavista tuotteista verot esimerkiksi arvonlisävero. Indiegogolla on myös mahdollisuus poistaa kampanja alustalta, jos sitä kampanjoidaan toisella alustalla samaan aikaan. Kampanjan jälkeen alusta on oikeus tarjota rahoituksen hakijalle rahoittajien sähköposti osoitteita palautteen keräämistä varten.

Indiegogolla on mahdollisuus valita kampanjan tavoitteeksi joko aikaisemmin tässä opinnäytetyössä mainitut ”all or nothing” tai ”keep what you raise” tuotepohjaisen joukkorahoituksen keräystavat. Tavoitetta ei

voi kuitenkin vaihtaa kesken kampanjan. ”All or nothing”-ssa rahoittajat saavat rahansa takaisin noin viikon kuluessa, jos tavoitteeseen ei päästä. (Indiegogo n.d. c.) Kampanjan päätyttyä Indiegogo maksaa kerätyt rahat yritykselle, jos tavoitteeseen ollaan päästy. Rahat tulevat tilille 15 arkipäivän kuluessa. (Indiegogo n.d. g.)

Maksimikesto kampanjalle Indiegogolla on 60 päivää (Indiegogo n.d. i). Kampanjan kestoksi alustalla suositellaan 40 päivää tai vähemmän. Suositellun keston aikana kampanja kerää kiinnostusta ja tavoittaa rahoittajat. Pidemmän kampanjan aikana on taas vaikeampaa pitää koko ajan kiinnostusta yllä. (Indiegogo n.d. h.)

Alustalle rekisteröityminen ja kampanjan aloitus eivät maksa mitään. Maksut sen sijaan määräytyvät kerättyjen varojen mukaan. Euroissa kampanjoivalle käyttäjälle maksu on 5 prosenttia kerätyistä kokonaissummasta. Luottokortti maksuista menee myös provisiota 3 prosenttia ja 30 senttiä per tapahtuma. Lisäksi Indiegogo ottaa 25 euroa maksua, jos pankkitili ei ole yhdysvaltalainen. Ulkomaisista tilisiirroista voi mennä vielä lisämaksua riippuen käyttäjän pankista. Maksuja ei kuitenkaan mene, jos tavoitteisiin ei päästä. (Indiegogo n.d. d.)

#### 6.4.2 Mesenaatti.me

Mesenaatti.me on ensimmäinen suomalainen joukkorahoituspalvelu. Se on avattu vuonna 2013. Ensimmäinen joukkorahoitus kerättiin Mesenaatin pilotointi vaiheessa. Tällöin rahoitusta kerättiin muusikon soololevyille. Tavoitteena oli kerätä 3000 euroa, mutta rahoitusta saatiinkin kerättyä 6174 euroa. (Mesenaatti.me n.d. f)

Mesenaatti on tuotepohjainen joukkorahoituspalvelu. Se on Suomen ja samalla pohjismaiden suurin tuotepohjainen palvelu. Palvelua ja markkinointia alustalla tarjotaan pääosin suomenkielellä. Alusta toimii myös englanniksi ja rahoituksia voidaan ottaa vastaan Suomen ulkopuolelta. Rahoituksen kerääminen alustalla on suunnattu suomalaisille uusille tai olemassa oleville yrityksille, yhdistyksille, hyväntekeväisyshankkeille tai yksityisille toimijoille. Yritysten on alustalla rahoitusta vastaan tarjottava rahoittajille tuotetta tai palvelua. (Mesenaatti.me n.d. c.)

Suosittelava kampanja aika Mesenaatilla 4-6 viikkoa (Mesenaatti.me n.d. e.). Rahoituksenhakija saa itse valita alustalla, kuinka kauan aikoo kampanjoida. Kampanjan aikana täytyy rahoitusta saada kerättyä minimissään 1000 euroa. Alustalla saa kuitenkin itse määrittellä keräys tavoitteensa kampanjalle. Kampanjan onnistuneen päättymisen jälkeen yritys saa rahat käyttöönsä seitsemän arkipäivän kuluttua. Jos kampanja ei onnistu rahoittajat saavat rahansa takaisin 14 päivässä. (Mesenaatti.me n.d. a)

Mesenaatilla kampanjan aloittaminen on ilmaista. Maksut Mesenaatilla sen sijaan määräytyvät onnistuneista kampanjoista. Kokonais keräys summa alusta perii 7 prosentin palkkion. Maksupalveluista palkkiota peritään 3 prosenttia. Palkkiot sisältävä arvonlisävero. (Mesenaatti.me n.d. a)

Rahoituksenhakija hyväksyy alustaa käyttäessään markkinoimaa omaa kampanjaansa. Kampanja voidaan keskeyttää, mikäli sitä ei markkinoida. Kampanjaa ei saa saman aikaisesti kampanjoida toisella joukkorahoitus-alustalla. Rahoitusta ei saa myöskään ottaa vastaan muuta kautta kampanjoitavalle tuotteelle, ellei asiasta ole erikseen sovittu alustan kanssa. Kampanjan jälkeen rahoituksen kerääjä on itse vastuussa maksaa arvonlisävero. (Mesenaatti.me n.d. b.)

## 7 POHDINTAA JA JOHTOPÄÄTÖKSET

Opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää startup-yrityksille mitä on joukkorahoitus. Selvittäminen lähti liikkeelle määrittelemällä sen käsitteenä. Käsitteenä se tarkoitti lyhyesti sitä, että laajalta joukolta ihmisiä kerätään pieniä summia rahaa, jotta voidaan rahoittaa jotakin suurta hanketta.

Opinnäytetyön edetessä käsite avautui selkeämmin, kun startup-yritykselle sopiva joukkorahoitusmuotoja esitellään. Tässä opinnäytetyössä tarkemmin esitellyt joukkorahoituksen muodot ovat osakepohjainen, lainapohjainen ja tuotepohjainen. Lahjoitusmuotoinen joukkorahoitusmuotoja mainittiin myös tässä opinnäytetyössä. Siihen ei sen tarkemmin kuitenkaan paneuduttu, koska Suomen rahankeräyslaki ei salli yritysten keräävän lahjoituksilla rahaa.

Tarkemmin tarkastelluista osakepohjainen joukkorahoitus osoittautui vaativimmaksi joukkorahoitusmuodoksi. Osakepohjaisessamuodossa on kyse osakeannista, jossa osakemerkintöjä tarjotaan rahaa vastaan laajalle joukolle. Osakemerkinnöillä rahoitetaan siten yrityksen kasvua. Yleisen osakeannin järjestäminen itsenäisesti vaatii juridista osaamista, koska tulevien osakkeen omistajien kanssa on laadittava osakassopimuksia, tunnettava lainsäädäntöä julkisesti tarjottavista osakkeista sekä tunnettava osakeyhtiölakia. Osakepohjaiseen joukkorahoitukseen ryhtyvän olisi suositeltavaa tehdä joukkorahoituskampanja jollakin alustalla tai suunnitella sitä asiantuntevan henkilön kanssa. Osakepohjaista joukkorahoituskampanjaa on markkinoitava laajasti ja saada mahdolliset sijoittajat vakuutetuiksi, jotta kampanjassa päästään minimimitavoitteeseen.

Tuotepohjainen joukkorahoitus on joukkorahoitusmuoto, jossa rahoitusta kerätään tuotteelle, joka julkaistaan myöhemmin. Tämä joukkorahoituksen muoto ei vaadi niinkään lainsäädöllistä osaamista. Sen sijaan tuotepohjainenjoukkorahoitus vaatii tietoa rahoitettavan tuotteen arvonlisäveron käsittelystä. Suurimpana haasteen tässä joukkorahoitusmuodossa on se, että saadaanko tavoiteltua rahoitusta kerättyä, jotta hanke tai tuote voidaan julkaista. Vastaavasti haastetta voi luoda se, jos tuotetta halutaankin odotettua enemmän. Jos tuotetta ei saada toimitettua sitä rahoittaneille ajoissa tai sen toimittaminen myöhästyy pahasti voi yrityksen maine pilaantua.

Yksinkertaisin joukkorahoituksen muoto sen sijaan on lainapohjainen joukkorahoitus. Lainapohjaisen joukkorahoitusalan käyttäminen lainanhakemista helpompaan kuin velkakirjan tarjoaminen julkisesti esimerkiksi omilla nettisivuillaan. Yksin kertaisimmillaan lainapohjainen joukkorahoitus ei vaadi markkinointi panostusta, sillä rahoitusta hakeva rekisteröityy alustalle, jossa sinne rekisteröityneet sijoittajat lainaavat rahojaan yhtiöön. Lainapohjaista joukkorahoitusta voi tietenkin mainostaa Interne-



tissä, mikäli alustan säännöt sen sallivat. Lainapohjainen joukkorahoituksen muoto on hyvä vaihtoehto perinteiselle pankkilainalle. Vertailua kannattaa tietenkin tehdä koron ja muiden lainankulujen suhteen.

Opinnäytetyön tarkoituksena oli myös selvittää miten ja mistä joukkorahoitusta saadaan hankittua. Joukkorahoituksen hakemiseen liittyi vahvasti kampanjointi. Kampanjoinnilla herätetään ihmisten mielenkiintoa yrityksen ja saadaan siten ihmiset rahoittamaan yritystä. Joukkorahoituskampanjointi on vahvasti yrityksen tai tuotteen mainostamista ja markkinointia. Markkinointia varten voisi olla hyvä laatia budjetti. Kun markkinointia varten on budjetti, se selkiyttää kuinka paljon todellisuudessa joukkorahoituskampanjalla tullaan saamaan rahoitusta. Parhaiten joukkorahoituskampanjoinnin markkinoiminen onnistuu Internetissä ja sosiaalisessa mediassa.

Paikka josta joukkorahoitusta haetaan, on yleensä joukkorahoitusalue. Mikään ei tietenkään estä joukkorahoituksen keräämistä itse omilla Internet-sivuillaan. Tässä opinnäytetyössä esitellyt joukkorahoitusalueet vaikuttivat ominaisuuksiltaan hyvin samantyyppisiltä. Suurimpia eroja alustoilla on niiden ottamat palkkiot. Joukkorahoituksen keräys tavoitteessa täytyykin ottaa huomioon, että kerätyistä varoista yleisesti ottaen maksetaan jokin prosenttiosuus palkkoina joukkorahoitusalueelle. Täten alun perin suunniteltua rahoitus tavoitetta on nostettava palkkioiden takia. Suurempi rahoitustarve voi toisaalta lisätä haastetta tavoitteen pääsemiseen. Jos rahoitettava yritys tai tuote on sen sijaan mielenkiintoinen rahoittajien silmissä niin rahoitustavoite voi toteutuakin.

Joukkorahoitus vaikuttaa kaikin puolin hyvältä rahoitus vaihtoehdolta startup-yritykselle. Joukkorahoitus on rahoitusmuotona kasvava ja kehittyvä. Tuntematon startup-yritys saa näkyvyyttä, että rahoitusta joukkorahoituskampanjan aikana. Joukkorahoituskampanjan ylläpitäminen voi olla työlästä homma, koska kampanjan aikana on oltava aktiivinen. Samaan aikaan on ylläpidettävä yrityksen muita toimintoja. Potentiaalisten rahoittajien kanssa on jaksettava kommunikoida sekä vastata heidän kysymyksiin. Joukkorahoitusta aikovan on pohdittava, mitä tehdä sitten, jos kampanjan ei onnistu ja rahoitusta ei saada. Aloitetaanko epäonnistuneen kampanjan jälkeen uuden kampanjan rakentaminen vai yritetäänkö toista joukkorahoitusmuotoa tai erilaista rahoituskanavaa?

Toimeksiantajan palautteen mukaan tämä opinnäytetyö oli hyvä ja kattava. Opinnäytetyössä kartoitettiin toimeksiantajan pyytämiä asioita. Esille otettiin alustat, rahoitusmuodot sekä muita kokonaisuuteen vaikuttavia asioita.

## LÄHTEET

Artman H, (2015). Askelmerkkejä joukkorahoitukseen. Haettu 6.9.2017 osoitteesta <https://www.tekes.fi/nyt/uutiset-2016/tekes-paivitti-suositun-joukkorahoitusoppaansa-vastaamaan-utta-joukkorahoituslakia/>

Arvopaperimarkkinalaki 14.12.2012/746. Haettu 16.10.2017 osoitteesta <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2012/20120746>

Belleflamme P, Lambert T & Schvienbacher (2013). Crowdfunding: Tapping the Right Crowd. Haettu 24.2.2017 osoitteesta [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=1836873](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1836873)

Boucht J. (2017). Uusi joukkorahoituslaki luo yrityksille parempia rahoitusmahdollisuuksia. Blogijulkaisu 1.19.2017. Haettu 25.4.2017 osoitteesta <https://yrityselaman360blog.ey.com/2017/01/19/uusi-joukkorahoituslaki-luo-yrityksille-parempia-rahoitusmahdollisuuksia/>

Brabet J, Maque I & Meric J (2016). International Perspectives on Crowdfunding: Positive, Normative and Critical Theory. Emerald Group Publishing Limited

De Buysere K, Gajda O, Kleverlaan R ja Marom D, (2012). A framework for European Crowdfunding. Haettu 30.10.2017 osoitteesta <https://www.fundraisingschool.it/wp-content/uploads/2013/02/European-Crowdfunding-Framework-Oct-2012.pdf>

Delivorias A (2017) Crowdfunding in Europe Introducing and state of play. ERPS European Parliamentary Research Service. Haettu 12.11.2017 osoitteesta [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2017/595882/EPRS\\_BRI\(2017\)595882\\_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2017/595882/EPRS_BRI(2017)595882_EN.pdf)

Dresner S, (2014). Crowdfunding : A Guide to Raising Capital on the Internet. Hoboken Wiley

Dworén J (2017) How long is crowdfunding campaign? Haettu 21.11.2017 osoitteesta <https://help.fundedbyme.com/about-equity-crowdfunding/equity-crowdfunding/how-long-is-a-crowdfunding-campaign>

Dworén J (2017) When will the campaign owner receive the funds? Haettu 21.11.2017 osoitteesta <https://help.fundedbyme.com/for-entrepreneurs/financial-questions-and-fee-structure/when-will-the-campaign-owner-receive-the-funds>

European Commission (n.d. a) Equity crowdfunding. Haettu 16.10.2017 osoitteesta [https://ec.europa.eu/growth/tools-databases/crowdfunding-guide/types/equity\\_fi](https://ec.europa.eu/growth/tools-databases/crowdfunding-guide/types/equity_fi)

European Commission (n.d. b) Peer-to-peer lending. Haettu 9.11.2017 osoitteesta [https://ec.europa.eu/growth/tools-databases/crowdfunding-guide/types/p2p\\_en](https://ec.europa.eu/growth/tools-databases/crowdfunding-guide/types/p2p_en)

European Commission (n.d. c) Peer-to-Peer lending. Haettu 11.11.2017 osoitteesta [https://ec.europa.eu/growth/tools-databases/crowdfunding-guide/how-to/p2p\\_en](https://ec.europa.eu/growth/tools-databases/crowdfunding-guide/how-to/p2p_en)

Fellow Finance (n.d. a) Fellow Finance Oyj. Haettu 25.11.2017 osoitteesta <http://www.fellowfinance.fi/yritys>

Fellow Finance (n.d. b) Usein kysyttyä yrityslainoista. Haettu 25.11.2017 osoitteesta <http://www.fellowfinance.fi/yrityslaina/usein-kysyttya>

Fellow Finance (n.d. c) Yrityslainahakijan yleiset ehdot. Haettu 25.11.2017 osoitteesta <http://www.fellowfinance.fi/yrityslaina/lainaehdot-yrityksille>

Fellow Finance (n.d. d) Yritysrahoitus ja yrityslainat. Haettu 25.11.2017 osoitteesta <http://www.fellowfinance.fi/sijoittajalle/yritysrahoitus>

Fellow Finance (n.d. e) Hinnasto. Haettu 26.11.2017 osoitteesta <http://www.fellowfinance.fi/hinnasto>

FIBAN - Finnish Business Angels Network (n.d.). Businesenkeli – Yksityinen startup-sijoittaja. Haettu 15.9.2017 osoitteesta <http://www.fiban.org/bisnesenkeli.html>

Finanssivalvonta, (2017). Asiakkaan luokittelu. Haettu 30.10.2017 osoitteesta [http://www.finanssivalvonta.fi/fi/Finanssiasiakas/Finanssialan\\_palveluita/Sijoituspalvelut/Menettelytavat/Luokittelu/Pages/Default.aspx](http://www.finanssivalvonta.fi/fi/Finanssiasiakas/Finanssialan_palveluita/Sijoituspalvelut/Menettelytavat/Luokittelu/Pages/Default.aspx)

Freedman D & Nutting M (2015). A Brief History of Crowdfunding. Haettu 8.11.2017 osoitteesta <http://www.freedman-chicago.com/ec4i/History-of-Crowdfunding.pdf>

Fundable, The History of Crowdfunding. Haettu 24.5.2017 osoitteesta <https://www.fundable.com/crowdfunding101/history-of-crowdfunding>

FundedByMe (n.d. a) Käyttöehdot. Haettu 21.11.2017 osoitteesta <https://www.fundedbyme.com/fi/terms-of-service/>

FundedByMe (n.d. b) Hae rahoitusta yhtiöllesi FundedByMe:n kautta! Haettu 21.11.2017 osoitteesta <https://www.fundedbyme.com/fi/for-entrepreneurs/>

Fundu (n.d. a) Meistä. Haettu 26.11.2017 osoitteesta <https://www.fundu.fi/meista/>

Fundu (n.d. b) Siltalaina. Haettu 26.11.2017 osoitteesta <https://www.fundu.fi/sijoittajille/tuotteet/siltalaina/>

Fundu (n.d. c) Fundu on ratkaisu yritysten rahoitushaasteisiin. Haettu 26.11.2017 osoitteesta <https://www.fundu.fi/yrityksille/>

Fundu (n.d. d) Yrityslainat. Haettu 26.11.2017 osoitteesta <https://www.fundu.fi/sijoittajille/tuotteet/yrityslaina/>

Indiegogo (n.d. a) About us. Haettu 19.11.2017 osoitteesta <https://www.indiegogo.com/about/our-story>

Indiegogo (n.d. b) Indiegogo is a launchpad for entrepreneurial ideas. Haettu 19.11.2017 osoitteesta <https://entrepreneur.indiegogo.com/how-it-works/>

Indiegogo (n.d. c) Choose Your Funding Type: Can I Keep My Money? Haettu 19.11.2017 osoitteesta <https://support.indiegogo.com/hc/en-us/articles/205138007-Choose-Your-Funding-Type-Can-I-Keep-My-Money->

Indiegogo (n.d. d) Fees & Pricing for Campaigners: How much does Indiegogo cost? Haettu 19.11.2017 osoitteesta <https://support.indiegogo.com/hc/en-us/articles/204456408-Fees-Pricing>

Indiegogo (n.d. f) Terms of Use. Haettu 19.11.2017 osoitteesta <https://www.indiegogo.com/about/terms>

Indiegogo (n.d. g) When Do I Get My Money? Haettu 19.11.2017 osoitteesta <https://support.indiegogo.com/hc/en-us/articles/204484508-When-Do-I-Get-My-Money->

Indiegogo (n.d. h) Choose Launch Date & Deadline. Haettu 20.11.2017 osoitteesta <https://support.indiegogo.com/hc/en-us/articles/205150367-Choose-Launch-Date-Deadline>

Indiegogo (n.d. i) Deadline. Haettu 20.11.2017 osoitteesta <https://support.indiegogo.com/hc/en-us/articles/216112178-Deadlines>

Invesdor (n.d. a) For Media. Haettu 22.11.2017 osoitteesta <https://home.invesdor.com/en/for-media>

Invesdor (n.d. b) Käyttöehdot. Haettu 22.11.2017 osoitteesta <https://home.invesdor.com/fi/terms-of-service>

Invesdor (n.d. c) Papu Desing Oy. Haettu 15.11.2017 osoitteesta <https://www.invesdor.com/fi/pitches/460>

Invesdor (n.d. d) UKK. Haettu 14.11.2017 osoitteesta <https://home.invesdor.com/fi/faq>

Invesdor (n.d. e). What is Crowdfunding. Haettu 23.9.2017 osoitteesta <https://home.invesdor.com/en/what-is-crowdfunding>

Joukkorahoituslaki 734/2016. Haettu 25.9.2017 osoitteesta <http://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2016/20160734>

Lahtinen M (2016) Suunnattu osakeanti osakeyhtiössä – painava taloudellinen syy. Haettu 7.11.2017 osoitteesta <http://jasentiedote.fi/fi/jasentiedote/helsingin-seudun-kauppakamari/2016/6/suunnattu-osakeanti-osakeyhtiossa-painava-taloudellinen-syy/>

Larralde B & Schwienbacher A (2010). Crowdfunding of Small Entrepreneurial Ventures. Haettu 14.10.2017 osoitteesta [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=1699183](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1699183)

Linnake T (2017) Uusi suomalainen tietokone selätti kiperän ongelman – haastaa pian Microsoftin. *Iltä-Sanomat* 31.5.2017 <https://www.is.fi/digitoday/art-2000005234425.html>

Mesenaatti.me (n.d. a) Etiketti. Haettu 20.11.2017 osoitteesta <https://mesenaatti.me/info/etiketti/>

Mesenaatti.me (n.d. b) Käyttöehdot. Haettu 20.11.2017 osoitteesta <http://mesenaatti.me/kayttoehdot/>

Mesenaatti.me (n.d. c) Mikä on Mesenaatti.me. Haettu 20.11.2017 osoitteesta <https://mesenaatti.me/info/mika-on-mesenaatti-me/>

Mesenaatti.me (n.d. d) Miten tavoitan rahoittajani. Haettu 19.11.2017 osoitteesta <https://mesenaatti.me/info/ohjeet2/miten-tavoitan-rahoittajani/>

Mesenaatti.me (n.d. e) Ohjeet. Haettu 20.11.2017 osoitteesta <https://mesenaatti.me/info/ohjeet2/>

Mesenaatti.me (n.d. f) Tervetuloa joukkorahoitus. Haettu 20.11.2017 osoitteesta <https://mesenaatti.me/tervetuloa-yhteisorahoitus/>

Minilex (n.d.) Muunneltava osake osakeyhtiöissä. Haettu 5.11.2017 osoitteesta <https://www.minilex.fi/a/muunneltava-osake-osake-yhti%C3%B6ss%C3%A4>

Moilanen R (2013). Kielikello, Kasvuyritys ja startup-yritys. Haettu 2.7.2017 osoitteesta <http://www.kielikello.fi/index.php?mid=2&pid=11&aid=2598>

Mollick E (2014). The dynamics of crowdfunding: An exploratory study. Haettu 14.10.2017 osoitteesta <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S088390261300058X>

Osakeyhtiölaki 21.7.2006/624. Haettu 16.10.2017 osoitteesta <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2006/20060624>

Patentti ja rekisterihallitus (2017). Maksullinen osakeanti. Haettu 30.10.2017 osoitteesta <https://www.prh.fi/fi/kaupparekisteri/osakeyh-tio/muutosilmoitus/osakeanti/maksullinen.html>

Papu (2015). Nokialainen uuden aallon lastenvaateyritys Papu keräsi joukkorahoituksella 117 000€ pääoman ulkomaankaupan kasvattamiseksi! Uutinen julkaistu 17.6.2015 Business Tampere. Haettu 15.11.2017 osoitteesta <https://businesstamperemagazine.fi/uutiset/nokialainen-uuden-aallon-lastenvaateyritys-papu-kerasi-joukkorahoituksella-117-000eu-paaoman-ulkomaankaupan-kasvattamiseksi>

Privanet Oyj (2017) Privanet Securities merkittäväksi omistajaksi joukkorahoituspalvelu FundedByMe Finlandissa – aloittaa palvelun tarjoamisen Suomessa. Yhtiötiedote 25.8.2017. Haettu 21.11.2017 osoitteesta [http://www.privanetgroup.fi/wp-content/uploads/2017/08/Yhtiotiedote\\_PrivanetGroupOyj\\_25082017.pdf](http://www.privanetgroup.fi/wp-content/uploads/2017/08/Yhtiotiedote_PrivanetGroupOyj_25082017.pdf)

Rahankeräyslaki 31.3.2006/255. Haettu 3.10.2017 osoitteesta <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2006/20060255>

Salokannel R (n.d.) Miksi kannattaa tehdä osakassopimus? Haettu 19.11.2017 osoitteesta <https://www.ekonomilehti.fi/miksi-kannattaa-tehda-osakassopimus/>

Steinburg S (2012) The Crowdfunding Bible. Haettu 6.9.2017 osoitteesta <http://www.crowdfundingguides.com/The%20Crowdfunding%20Bible.pdf>

Suomen pääomasijoitusyhdistys ry (FCVA) (2017a). Haettu 2.7.2017 osoitteesta [http://www.fvca.fi/ajankohtaista/suomalaiset\\_aikaisen\\_vaiheen\\_kasvuyritykset\\_kerasivat\\_rahoitusta\\_383\\_miljoonaa\\_euroa\\_-\\_kasvua\\_42\\_prosenttia.1416.news](http://www.fvca.fi/ajankohtaista/suomalaiset_aikaisen_vaiheen_kasvuyritykset_kerasivat_rahoitusta_383_miljoonaa_euroa_-_kasvua_42_prosenttia.1416.news)

Toivonen J (2016) Eve ja Solu haastavat jätit: Suomalaisten tietokoneiden uusi sukupolvi tulee markkinoille. *Yleisradio* 27.11.2016 <https://yle.fi/uutiset/3-9318758>

Tordera I (2014a). How peer-to-peer lending works. Haettu 8.11.2017 osoitteesta <http://eurocrowd.org/2014/07/23/peer-peer-lending-works/>

Tordera I (2014b). How to protect your idea. Haettu 15.10.2017 osoitteesta <http://eurocrowd.org/2014/07/23/protect-idea/>

Tordera I (2014c). Understanding what type of crowdfunding is best for your startup. Haettu 15.10.2017 osoitteesta <http://eurocrowd.org/2014/07/23/understanding-type-crowdfunding-best-startup/>

Turan S (2015) Financial Innovation - Crowdfunding: Friend or Foe? Haettu 18.11.2017 osoitteesta <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.06.334>

Valtiovarainministeriö (2016a) Miksi tarvitaan joukkorahoitusta? Uutinen 12.4.2016. Haettu 8.2.2017 osoitteesta [http://vm.fi/artikkeli/-/asset\\_publisher/miksi-tarvitaan-joukkorahoituslaki-](http://vm.fi/artikkeli/-/asset_publisher/miksi-tarvitaan-joukkorahoituslaki-)

Valtiovarainministeriö (2016b) Joukkorahoituslaki voimaan syyskuussa. Tiedote 25.8.2016. Haettu 8.2.2017 osoitteesta [http://vm.fi/artikkeli/-/asset\\_publisher/joukkorahoituslaki-voimaan-syyskuussa](http://vm.fi/artikkeli/-/asset_publisher/joukkorahoituslaki-voimaan-syyskuussa)

Valtiovarainministeriö (2016c) Joukkorahoituksen suosio kasvaa nopeasti. Uutinen 28.12.2016. Haettu 25.4.2017 osoitteesta [http://valtioneuvosto.fi/artikkeli/-/asset\\_publisher/joukkorahoituksen-suosio-kasvaa-nopeasti?\\_101\\_INSTANCE\\_3wyslLo1Z0ni\\_groupId=10623](http://valtioneuvosto.fi/artikkeli/-/asset_publisher/joukkorahoituksen-suosio-kasvaa-nopeasti?_101_INSTANCE_3wyslLo1Z0ni_groupId=10623)

Valtiovarainministeriön asetus joukkorahoituksen saajan tiedonantovelvollisuuden sisällöstä ja rakenteesta. Haettu 1.11.2017 osoitteesta <http://vm.fi/documents/10623/2033991/Valtiovarainministeri%C3%B6n+asetus+joukkorahoituksen+saajan+tiedonantovelvollisuuden+sis%C3%A4ll%C3%B6st%C3%A4+ja+rakenteesta/62e3b48e-305c-4a22-90ac-b1b133ef4d36>

Verohallinto (2017a). Arvonlisäverotus 10.5.2017. Haettu 2.9.2017 osoitteesta <https://www.vero.fi/yritykset-ja-yhteisot/tietoa-yritysverotuksesta/arvonlisaverotus/>

Verohallinto (2017b). Ennakonpidätyksen toimittaminen joukkorahoitetun luoton korosta 18.4.2017. Haettu 2.9.2017 osoitteesta <https://www.vero.fi/syventavat-vero-ohjeet/kannanotot/47700/ennakonpidatysen-toimittaminen-joukkor/>

Verohallinto (2017c). Arvonlisäverotus EU:n tavarakaupassa 20.4.2017. Haettu 6.9.2017 osoitteesta [https://www.vero.fi/syventavat-vero-ohjeet/ohje-hakusivu/48691/arvonlisaverotus\\_eutavarakaupass/](https://www.vero.fi/syventavat-vero-ohjeet/ohje-hakusivu/48691/arvonlisaverotus_eutavarakaupass/)

Verohallinto (2017d.) Vientikaupan arvonlisäverotus 20.4.2017. Haettu 6.9.2017 osoitteesta [https://www.vero.fi/syventavat-vero-ohjeet/ohje-hakusivu/48667/vientikaupan\\_arvonlisaverotu2/](https://www.vero.fi/syventavat-vero-ohjeet/ohje-hakusivu/48667/vientikaupan_arvonlisaverotu2/)