



EESTI MEREAKADEEMIA

Meremajanduse keskus

Oliver Vainokivi

***STARTUP* ETTEVÕTETE
FINANTSEERIMISALLIKAD EESTI IDUFIRMADE
NÄITEL**

Lõputöö

Juhendaja: MBS*c*, Olev Tõru

Kuressaare 2019

Olen koostanud töö iseseisvalt.

Töö koostamisel kasutatud kõikidele teiste autorite töödele, olulistele seisukohtadele ja andmetele on viidatud.

Oliver Vainokivi

.....

(allkiri, kuupäev)

Üliõpilase kood: 165027SDVR

Üliõpilase e-posti aadress: ovainokivi@gmail.com

Juhendaja MBSc, Olev Tõru:

Töö vastab lõputööle esitatud nõuetele

.....

(allkiri, kuupäev)

Kaitsmiskomisjoni esinaine: PhD, Jana Raadik Cottrell

Lubatud kaitsmisele

.....

(ametikoht, nimi, allkiri, kuupäev)

ANNOTATSIOON

Käesoleva diplomitöö teema on „*Startup* ettevõtete finantseerimisallikad Eesti idufirmade näitel“.

Antud lõputöö eesmärgiks oli analüüsida Eesti idufirmade finantseerimisallikaid ning muid rahastamisviise ning esitada soovitusel uuringu tulemuste põhjal idufirmadele rahastamise hankimisel.

Püstitatud uurimisülesannete täitmiseks analüüsiti hetkelist olukorda Eesti *startup* ettevõtete finantseerimises, erinevaid finantseerimisallikaid ning esitati kokkuvõtte Eesti idufirmade rahastamise kohta.

Töö koosneb kolmest osast: teoreetiline osa, milles käsitletakse idufirma erinevaid aspekte ning erinevaid finantseerimisallikaid *startup* ettevõtete rahastamiseks, meetoodilisest osast, milles tutvustatakse empiirilise kvalitatiivse uurimuse läbiviimise üksikasju ja empiirilise osast, kus tehakse kokkuvõtte tehtud uurimusest ning analüüsitakse kogutud informatsioon.

Lõputöö on koostatud eesti keeles.

Uuringu tulemusena selgus, et Eestis alustavate idufirmade kõige levinumad rahastamisallikad ettevõtte tegevuse alguses on äriinglid, pangalaen ja FFF. Teiseks selgus, et Eestis alustavate idufirmade hilisemates eluetappides on kõige levinumad rahastamisallikad riskikapital ja pangalaen.

Märksõnad: idufirma, ettevõtte finantseerimine, finantseerimisallikad, *startup* ettevõtlus.

SISUKORD

Annotatsioon	3
Sissejuhatus	6
1 <i>Startup</i> ettevõtluse olemus	8
1.1 <i>Startup</i> ettevõtte mõiste ja olemus	8
1.1.1 Idufirmade erinevad tüübid	9
1.1.2 Erinevused võrreldes traditsiooniliste ettevõtetega.....	12
1.1.3 <i>Startup</i> ettevõtete elutsüklid.....	14
1.2 <i>Startup</i> ettevõtete finantseerimisallikad	16
2 Uurimismetoodika.....	22
2.1 Idufirmade ülevaade Eestis	22
2.2 Uurimismetoodika tutvustus ja põhimõtted.....	24
2.3 Andmekogumise protseduuri kirjeldus ja tulemuste esitamine.....	27
3 <i>Startup</i> ettevõtete finantseerimisallikad Eesti idufirmade näitel	28
3.1 Idufirmade rahastamisallikad ettevõtte tegevuse alguses.....	28
3.2 Idufirmade rahastamisallikad hilisemas eluetapis	31
3.3 Idufirmade tegevus Eestis	32
3.4 Soovitused idufirma rahastamiseks	34
Kokkuvõte	38
Viidatud allikad.....	41
SUMMARY	43

Lisa 1 Investeerijatele esitatud küsimustiku kava.....	45
Lisa 2 Idufirma juhtidele esitatud küsimustiku kava	47

SISSEJUHATUS

Esitletava lõputöö raames läbi viidava uurimuse on tinginud *startup* mudeli märkimisväärne populariseerumine nii maailmas kui ka Eestis. Idufirma on oma olemuselt kui hüpoteeside jada, mille arengupotentsiaali on tihti raske hinnata. Need on ettevõtted, mis on värskest asutatud ning on arenemise ning turu leidmise etapis. Selleks, et leida finantseeringut, tuleb ette näidata kasvu või potentsiaali, kuid tihti idufirmadel seda vajalikku demonstreerida ei ole. Igasuguse ettevõtte rahastamisallikate leidmine on keeruline, kuid idufirmad, enda innovaatiliste ning varem mitte läbitöötatud äriplaanidega, sageli vähekoogenud meeskondadega ning riskantsete visioonidega, leiavad tihti end veelgi keerulisemas olukorras, kus rahastamise tagamine ei olegi võimalik.

Antud diplomitöö peamine eesmärk on uurida, milliseid finantseerimisallikaid käesolevas töös uuritavad Eesti iduettevõtted enda erinevates arenguetappides kasutavad ning milline on olnud nende ettevõtete kogemus finantseerimist otsides. Nimetatud eesmärgi saavutamiseks on autor püstitanud järgmised punktid, mida uurida:

- Eesti idufirmade peamised finantseerimisallikad tegevusega alustades?
- Eesti idufirmade peamised finantseerimisallikad enda tegevust skaleerides ja laienedes?
- Põhilised takistused rahastuse saamisel iduettevõtetel?

Läbiviidud pool-struktureeritud intervjuudega uuritakse, analüüsitakse ning kajastatakse Eesti idufirmade juhtide ning investorite kogemustele põhinevaid argumente ning lõpptulemusena esitletakse kokkuvõtte ja ettepanekud teemal, kuidas tagada idufirmadele lihtsam finantseeringu leidmine.

Antud diplomitöö võimaldab saada sügavamat ülevaadet Eesti iduettevõtete rahastamises ning nende juhtide kogemustes rahastamise hankimisel. Autorile teadaolevalt ei ole Eestis siiani antud teemal uurimust läbi viidud, seetõttu võib väita, et käesolev töö on oma olemuselt ainulaadne. Valdkonna olulisuse ja teema

teadvustamise vajalikkust arvestades leiab antud töö autor, et uurimistöö on igati vajalik.

Uurimistöö on jagatud teoreetiliseks, metoodiliseks ja empiiriliseks osaks.

Teoreetilises osas antakse ülevaade teoreetilisele kirjandusele tuginedes idufirma eripäradest tulenevatest aspektidest ja selle mõistest, idufirmade erinevustest võrreldes traditsiooniliste ettevõtetega, idufirma erinevatest tüüpidest, idufirmade finantseerimisallikatest ning tuuakse välja Eestis kättesaadavad *startup* ettevõtluse finantseerimismeetodid.

Lõputöö metoodilises osas tutvustatakse ja käsitletakse töö läbiviimise metoodilisi lahendusi. Lisaks sellele esitletakse ja tutvustatakse intervjuudes kasutatavaid küsimustikke, mille abil viiakse läbi empiiriline uurimus ja intervjuud, kusitletavatena Eesti idufirmade juhid ning ettevõtete investorid. Andmed, mida kogutakse kajastavad Eesti idufirmade finantseerimisallikaid erinevates ettevõtte arenguetappides, põhilisi aspekte, mida hinnatakse ja eeldatakse ettevõtetelt investeeringute tegemisel, intervjuueeritavate arvamust Eestist kui idufirma loomise keskkonnast, *startup* ettevõtete rolli Eesti majanduses, investeeringute saamise lihtsust idufirmadele ja Eestis idufirmadele rahastust pakkuvate asutuste ja inimeste hinnangut. Ühtlasi leiavad tutvustamist ka uurimismetoodika ja uurimispõhimõtted.

Töö empiirilises osas on analüüsitud kvalitatiivse uurimismetoodika alusel kogutud süvaanalüüsi andmeid Eesti iduettevõtete rahastamise kohta. Eelneva tulemusena ja kogutud info põhjal antakse autori poolt kokkuvõtte ning soovitusel idufirmade rahastamise hankimisel.

1 **STARTUP ETTEVÕTLUSE OLEMUS**

Käesoleva lõputöö esimeses peatükis kirjeldab töö autor teoreetilisele kirjandusele tuginedes idufirma eripärast tulenevaid aspekte ja selle mõistet, idufirmade erinevust võrreldes traditsiooniliste ettevõtetega, idufirma erinevaid tüüpe, idufirmade finantseerimisallikaid ning tuuakse välja Eestis kättesaadavad *startup* ettevõtluse finantseerimismeetodid.

1.1 **Startup ettevõtte mõiste ja olemus**

Alustav ettevõtte ehk *startup* on ajutine organisatsioon, mille eesmärgiks on uurida ja leida kasvupotentsiaaliga, uuenduslik, korratav ning kasumit teeniv ärimudel. See on üks ettevõtluse vormidest, mis on tihti juba alates algfaasist globaalsele turule suunatud. Idufirmat võib mõista kui testimata hüpoteeside jada, mis vajavad tõestust. (Blank, Dorf 2012)

Idufirma on inimressursiga institutsioon, mille eesmärgiks on välja tuua uus teenus või toode ekstreemselt ebakindlas keskkonnas. Edukas idufirmas on rohkelt tegevusi, mida võib seostada institutsiooni loomisega: loovtöötajate palkamine, nende tegevuste koordineerimine ning tulemust tootva ettevõttekultuuri loomine. Idufirmas ei ole tähtis ainult toode, tehnoloogiline läbimurre või suurepärase idee. Idufirma on tähenduslikult suurem kui selle kõikide osade summa: see on teravalt inimlik ettevõtmine. (Ries 2013)

Startup ettevõtet iseloomustab ettevõtte edu määramatus ning selle tuumaks on üldjuhul uudne ärimudel või innovaatiline tehnoloogia. (EAS ... 2017)

Idufirmad erinevad tihtipeale tavalisest ettevõttest organisatsioonikultuuri poolest, mis peab sõltuvalt ettevõtte olemusest olema paindlik, avatud meelega ning valmis igasugusteks uutemoodi olukordadeks. Lisaks sellele peab see olema võimeline ootamatuid olukordi ja probleeme efektiivselt lahendama. (Vavulski 2015)

Vaatamata sellele on *startup* paljuski nagu tavaline ettevõtte, kus ettevõtjal on vabadus ise valida omale meeskond, ärimudel, tegevusvaldkond, rahastusmeetmed

jne. Kõikidest erinevustest on üks peamisi see, et idufirmas on kogu tegevus pidevalt äärmiselt ebamäärastes tingimustes, tihti isegi ekstreemsustes. *Startup*is on nii töötempo kui ka tööde mahud pidevas muutumises. Edu korral liigutakse firmaga rahvusvahelisele turule, täiesti uude olukorda suure kiirusega, kus tihtipeale jäädakse ellu ainult katse-eksitusmeetodil õppides. (Vavulski 2015)

Startup ettevõtted on esindatud pea igas eluvaldkonnas, alustades mittetulundussektoritest ning lõpetades ettevõtluse ja avaliku sektoriga. Enamikel juhtudel on *startup* ettevõtete näol tegemist kasumile orienteeritud ettevõtetega infotehnoloogia, energeetika, tervisetööstuse, biokeemia ja teistest tööstusharudest. (EAS ... 2017)

1.1.1 Idufirmade erinevad tüübid

Idufirmade rahastamine ja finantseerimisallikate valik arenemisperioodil ja ka laienemisperioodil sõltub iga ettevõtte karakteristikutest ja omadustest. *Startup* ettevõtted võib Marmeri, Herrmanni ja Bermani (2012) arvates jagada nende omaduste poolest kolmeks tüübiks:

Esimest tüüpi nimetatakse „automatiseerijaks“ („*the automizer*“). Selle tunnusteks on klientidele keskendumine; pakutavast tootest või teenusest huvitatud klientide kaasamine; kiire ja võimas jõudlus; levinud protsessid, mida varem viidi läbi manuaalselt, automatiseerimine; suur turuosa; heitlus olemasoleval turul; uute tehnoloogiate kasutuselevõtt; tugevate tehnoloogiaalaste teadmistega arendajad jne. Seda tüüpi idufirmade alakategooriaks on „sotsiaalsed muutujad“ („*the social transformer*“), millesse kuuluvad ettevõtted, keda kirjeldavad kriitilise massi olemasolu, kiirenev kliendibaasi suurenemine ja võrksuhtlemine. Sellised idufirmad arendavad uusi viise, kuidas inimesi ühendada ja seetõttu vajavad suuremat kapitali. (Marmer et al. 2012)

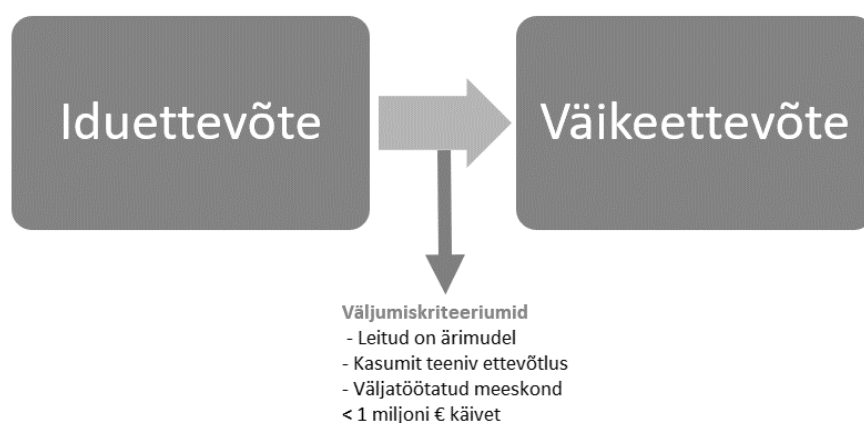
Järgmist tüüpi idufirmasid nimetatakse „integreerijateks“ („*the integrator*“), mida iseloomustavad kõrgel tasemel turvalisus, varajane kasum, väiksemate ja keskmise suurusega ettevõtetele ning väiksematele turgudele orienteeritus. Sellistel

idufirmadel on suur tõenäosus säilitada väiksema suurusega meeskonnad isegi pärast skaleerimist (kasvamine ja arenemine). (Ibid.)

Kolmandat tüüpi nimetatakse „väljakutsujaks“ („*the challenger*“). Seda tüüpi idufirmasid iseloomustavad suured müügitulemused, sealjuures ka klientide usaldusväärsus. Tegutsetakse kompleksetel ja rangetel turgudel. Nende müügi protsessid on konkreetset ja korratavad, suhtlemisele pööratakse suuremat tähelepanu kui esimesel kahel tüübil, tegutsemiseks vajatakse rohkem kapitali ning meeskonnad on rohkem ärile suunitletud. Seda tüüpi idufirmadel on rohkem kasutajaid ja need vajavad suuremaid meeskondi ettevõtte skaleerimiseks. (Ibid.)

Steve Blank ja Bob Dorf (2012) jagavad idufirmad viide erinevasse kategooriasse vastavalt nende omadustele.

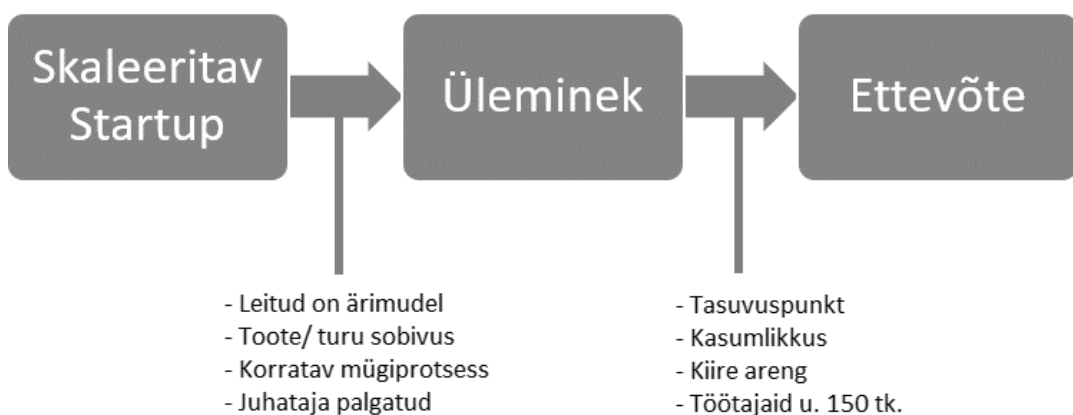
Elustiili- ja väikeettevõtted (*lifestyle and small business startups*) (joonis 1): nende puhul on üldjuhul tegemist teenuseid pakkuvate ettevõtetega, kus on võimalik palgata väikene arv töötajaid ning maksta elatist omanikele. Need on tihti näiteks keemilised puhastused, bensiinijaamad ja pisikesed poed, kus ettevõtjad defineerivad edukust võimekusega maksta omanikele oodatud tasu. Tihtipeale ei otsita sellistes ettevõtetes võimalust olla kogu turu liider või ehitada mitmesaja miljonilist ettevõtet. (Blank, Dorf 2012)



Joonis 1. Elustiili- ja väikeettevõtete mudel

Allikas: (Blank 2011)

Skaleeritavad *startupid* (*scalable startups*), (joonis 2): traditsiooniliselt tehnoloogia arendamisel põhinevad suure kasvupotentsiaaliga ettevõtted, mis on innovaatilised ja uute lahenduste loomisele üles ehitatud. Selliste ettevõtete põhiline idee on see, et nende tegevus ja tegevusest tulenev tulemus oleks maailma muutev ning käive ulatuks tulevikus sadade miljonite dollariteni. Skaleeritavate idufirmade põhiliseks ülesandeks on totaalselt ümber mõelda mõne valdkonna toimivus ning tegevus ja teha seda nii efektiivselt kui võimalik. (Blank, Dorf 2012)



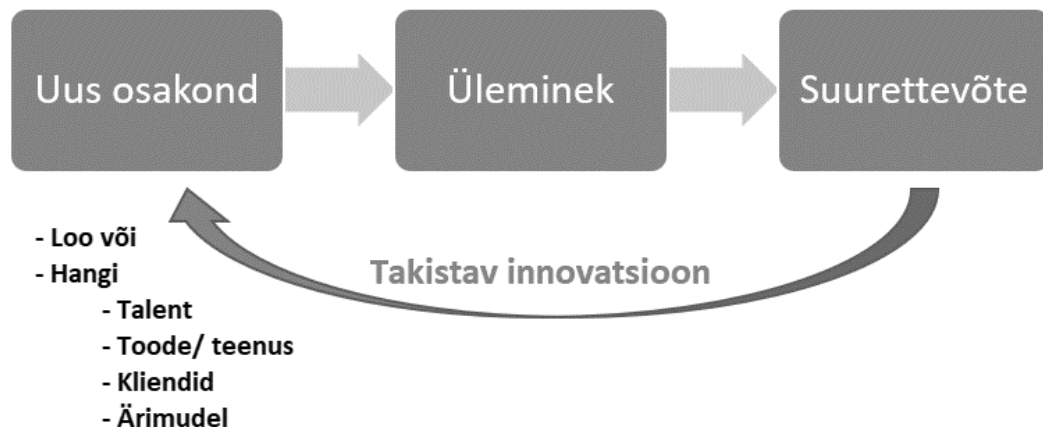
Joonis 2. Skaleeritava *startup* mudel

Allikas: (Blank 2011)

Ostetavad *startupid* (*buyable startups*): ettevõtluse maailmas uus fenomen. Peamiselt leiduvad sellised ettevõtted veebi- ja mobiilirakenduste valdkonnas, kus on suhteliselt madalad arenduskulud ning ressursivajadused, saavad idufirmad ennast otseses mõttes rahastada ettevõtte loojate säästudega. Ostetavate idufirmade eesmärk on tavaliselt saavutada enda toote või teenusega piisavalt suur kasutajaskond ning seeläbi müüa enda toode või teenus mõnele suuremale ettevõttele, kes näeb potentsiaali kas tootes endas või ettevõtte meeskonnas. (Blank, Dorf 2012)

Suurettevõtete sisesed ettevõtted (*large company entrepreneurship*) (joonis 3): suurtel ettevõtetel on piiratud arv elutsükleid. Põhiliselt kasvavad suured ettevõtted

pakkudes uusi tooteid või uusi variante juba varasemalt pakutavatest toodetest (tuntud ka kui jätkusuutlik innovatsioon, *sustainable innovation*). Suurettevõtted püüavad turule tulla ka totaalselt uudsete ja ainulaadsete toodete või teenustega, mille läbi pärsvivad nad väiksemate ettevõtete tegevust ja seeläbi ka innovatsiooni (tuntud ka kui lõhestav innovatsioon, *disruptive innovation*). (Blank, Dorf 2012)



Joonis 3. Suurettevõtete siseste ettevõtete mudel

Allikas: (Blank 2011)

Sotsiaalsed ettevõtted (*social entrepreneurs*): sotsiaalsed ettevõtted ei ole vähem ambitsioonikad, kirglikud või motiveeritud muutmaks oma tegevusega maailma kui ükski teine ettevõtte. Sotsiaalsed ettevõtted on oma tegevuse poolest suunatud innovaatilistele ja maailma muutvatele, kuid mitte kasumit ja suurt turuosa teenivatele projektidele. Selleks otsitakse uusi lahendusi väga levinud ühiskondlikele probleemidele ja muredele üle kogu maailma. Näiteks joogivee puhtuse ja selle kättesaadavuse tagamine, põllumajanduse jätkusuutlikkuse tagamine, tervishoid jne. (Blank 2011)

1.1.2 Erinevused võrreldes traditsiooniliste ettevõtetega

Startup ettevõtted on oma omadustelt erinevad võrreldes traditsiooniliste ettevõtetega järgmiselt (EAS ... 2017):

- Rahastamine: üldjuhul ei ole idufirma alustamiseks vajalik suurem finantseering, sest esmane lahendus turul leiduvale probleemile uue toote või teenuse näol on võimalik välja arendada väikeste kuludega.
- Skaleeritavus: kõikide ettevõtete eesmärk on suurendada enda müüki ning eksportmahtusid, kuid globaalse turupotentsiaali otsimine ja leidmine on idufirma tootearendusprotsessi lahutamatu osa. Pakutava toote või teenuse vastu peab olema suur nõudlus või selgelt prognoositav nõudluse kasv.
- Mõtteviis: idufirma mõtteviisi kirjeldab tulevikku vaatamine, klientide tagasiside ja kogemustele toetuv arendusprotsess, tegevuse käigus õppimine (ka enda vigadest) ning kulude madalal tasemel hoidmine. Sellist juhtimisviisi nimetatakse inglise keeles *lean thinking*uks ning sellist viisi järgivat idufirmat *lean startup*iks. Idufirmat luues hoidutakse formaalsustest ning pigem kõrvaldatakse vajalikku lisandväärtust mitteloovald tegurid. Lisaks sellele ollakse mõtestatud õige toote või teenuse väljatöötamiseks ja tihti luuakse *startup* ettevõtte oma tavategevuse, olgu selleks siis õpingute või tavatöö kõrvalt (*bootstrapping*).
- Teadmatus: kuna üldjuhul luuakse idufirma mingile olemasolevale probleemile uudse lahenduse pakkumiseks viisil, mida varem tehtud ei ole, siis on nõudlus taolise lahenduse vastu raskelt prognoositav. Sellest tulenevalt on kõik finantsprognoosid ning äriplaan ja -mudel koostatud tuginedes oletustele, mistõttu on lahenduse arendamise ning pakkuma hakkamise faasis suur tõenäosus ebaõnnestuda.

Uute tehnoloogiate loojad kipuvad tihti olema uuenduslikud algatused – idufirmad. Kõige rohkem suudavad maailma paremaks muuta väiksed inimrühmad. Kõige lihtsam selgitus sellele nähtusele on see, et suurtes organisatsioonides on raske luua uusi lahendusi ja veelgi raskem on seda teha üksinda. Bürokratlikud hierarhiad toimivad oma tegevuses aeglaselt ning ajapikku sügavalt juurdunud tavad ja huvid põrkuvad riskide ees tagasi. Idufirmade tegevuse aluseline põhimõte seisneb selles, et soovitud tulemuse saavutamiseks on vaja teha koostööd teistega, ehkki samas peab ettevõtte jääma piisavalt väikseks, et see koostöö ka realselt võimalik oleks. (Thiel 2015)

Positiivses sõnastuses võib väita, et idufirma on suurim inimeste rühm, keda on võimalik veenda osalema innovaatilise ja teistmoodi tuleviku loomisel. Uue ettevõtte kõige tähtsam tugevus seisnebki innovaatilises mõtlemises. Idufirmade väiksus annabki selle mõtetele ruumi. Idufirma peab oma tegevusega seadma senised standardsed ideed kahtluse alla ning looma uue ärimudeli ja selle nullist alates läbi mõtlema. (Thiel 2015)

Kui *startup* ettevõtte on vastanud kolmele tähtsale küsimusele: mis on toode, kes on klient ja milline on ärimudel, siis peaks sellest teoreetiliselt saama traditsiooniline ettevõtte. Ent enamus idufirmadest ei loobu *startupi* tiitlist ning nimetavad ennast ka pärast nii kohalikul kui ka rahvusvahelisel tasandil läbimurde tegemist endiselt *startupiks*. Mari Vavulski arvates juhtub see sellepärast, et neist paljud säilitav nõ. *startupi* mentaliteedi ja organisatsioonilise kultuuri ehk ettevõtte ise kui ka selle töötajad identifitseerivad ennast läbi selle. Idufirmad ei salli staatilisust ja seeläbi tahetakse olla pidevalt liikumises ja konstantses arengus: töötajatele luuakse võimalusi ja väljakutseid end igakülgsest proovile panna. (Vavulski 2015)

Idufirmad loovad nagu tavalised ettevõttedki majandusse olulist väärtust. Lisaks teenitavale kapitalile idufirmade müügist tekivad Eestisse ka paljud kõrgepalgelised ametikohad ning oskus ja teadmised arendada ning müüa rahvusvaheliselt konkurentsivõimelisi tooteid. Kõigele eelnevale lisaks tekib Eestisse ka uus põlvkond edukaid idufirma ettevõtjaid, kes oma teadmiste ja kapitaliga uue ringiga tagasi tulevaste põlvede idufirmadesse investeerivad ehk tekibki majanduse osa, mis iseennast ajapikku rahaliselt ja teadmistega turgutab ja arendab. (Ibid.)

1.1.3 *Startup* ettevõtete elutsüklid

Vastavalt Ash Mauryale (2012) läbivad kõik idufirmad oma elu jooksul kolme erinevat arenguetappi.

Esimene etapp on probleemi ja lahenduse sobivuse väljaselgitamine („problem and solution fit“), mille käigus uuritakse, kas turul on üldse mõni probleem, mis vajaks lahendamist. Sellel juhul ei oma idee kõige tähtsamat rolli. See protsess ei pruugi

olla üldse kulukas, aga selle implementeerimine võib kujuneda kalliks. Selles etapis on äärmiselt oluline tagada lahenduse ja probleemi sobivus, lisaks välja selgitada, kas ettevõtte suudab luua midagi, mida kliendid, kasutajad ja turg vajavad ning ka realselt kasutaksid ja kas uuritava probleemil üldse on lahendus võimalik. Sellele lisaks tuleb analüüsida, kas pakutava toote või teenuse hind kasutajatele sobilik on. (Maurya 2012)

Teise etapi, toote ja turu sobivuse väljaselgitamise käigus tuleb vastus leida küsimusele, kas elluviidav idee pakub midagi, mida tarbijad vajavad. Pärast esimest faasi, kus tuleb välja selgitada probleemi olemasolu, selle lahendamise vajalikkus ning võimalus luua esimene probleemilahendus või prototüüp, tuleb teises faasis välja selgitada ja analüüsida erinevaid näitajaid, mille põhjal hinnata pakutava toote või teenuse sobivust turule. Seejärel määrata, millises ulatuses pakutav toode või teenus tarbija spetsiifilisi nõudmisi täidab. (Ibid.)

Kolmas etapp on skaleerimine („scaling“), mis sisaldab iduettevõtte kasvatamist ja arendamist, mis eeldab töötajate arvu suurenemist, turuosa laienemist või sissetuleku ehk käibe kasvamist. Rahastuse leidmiseks on parim aeg pärast teist etappi või kui on läbi viidud turuanalüüs selgitamiseks välja ettevõtte kasvupotentsiaal. Kolmandas etapis on nii idufirma alustajate kui ka potentsiaalsete investorite eesmärgiks üks – ettevõtte areng ja kasv. (Ibid.)

Investoreid huvitab üle kõige ettevõtte poolt pakutava toote või teenuse poolt hõivatud turuosa. See viitab sellele, et ettevõttel on kas piisav arv kasutajaid või kasutajate arv kasvab iga päevaga olgugi, et idufirma ei pruugi veel kasumlik olla. (Ibid.)

Erinevalt Mauryast, kes eristab kolme erinevat arenguetappi idufirma elu jooksul, on Marmer, Herrmann ja Berman enda uurimuses välja toonud 6 etappi idufirma arengus. (Marmer et al. 2012)

Esimene etapp on „avastus“ (*discovery*), mille käigus on eesmärgiks välja selgitada, kas on üldse turul nähtavale probleemile lahenduse pakkumine vajalik. See etapp kestab vahemikus 5-7 kuud. (Ibid.)

Teine etapp on „kinnitamine“ (*validation*), mille käigus üritavad idufirmad leida kinnitust, kas tarbijad oleksid huvitatud pakutavast lahendusest toote või teenuse näol. (Ibid.)

Kolmas faas on „efektiivsus“ (*efficiency*), mille käigus üritavad idufirmad arendada enda ärimudelit ning suurendada kasutajate arvu. See etapp kestab vahemikus 5-6 kuud. (Ibid.)

Neljas etapp on skaleerimine, mis kattub Ash Maurya teooria kolmanda punktiga. Selle kestvus on 7-9 kuud. (Ibid.)

Viies etapp on ettevõtte kasumi maksimeerimine. (Ibid.)

Kuues etapp on lahenduse uuendamine või ettevõtte langus. (Ibid.)

1.2 *Startup* ettevõtete finantseerimisallikad

Üks kõige tähtsamaid samme ettevõtlusega alustamisel on leida piisav rahastus enda tegevusele. Ettevõtjad, kellel on idufirmadega tegelemisel varasem kogemus, on võimelised kaasama rohkem rahastust võrreldes ettevõtjatega, kellel puudub kogemus täielikult. *Startup* projektid ja *startup* ettevõtted pakuvad kõige rohkem huvi nendele investoritele, kes saavad enda investeeringutega kiirendada projekti või toote või teenuse arengut ja lisaks sellele panustada tugevatele suhetele ettevõtete endiga pakkumaks enda poolset kogemust, mis on hädavajalik *startup* ettevõtete arenguks. (Kotha, George 2012)

Idufirma looja otsust valida erinevate rahastamisallikate vahel mõjutavad mitmed erinevad tegurid. Samal ajal on võimalik märgata mitmeid erinevusi suure rahastusega idufirmade ja väikese rahastusega ettevõtete vahel. Investeeringute leidmine oma tegevuse alustamiseks on üks suurimaid takistusi igale ettevõtjale. Kõige sagedasemalt alustavad idufirmade loojad isikliku rahastuse läbi ning edaspidi kasutatakse arenguks väliseid rahastusmeetmeid. (Atherton 2012)

Startup kui kontsept on loonud võimaluse välja areneda nii-öelda küberruumil (*cyberspace*), mis omakorda on loonud võimaluse firmadel tegeleda ettevõtlusega

minimaalseid kulutusi tehes. Minimaalsed investeeringud vähendavad riski ja lubavad kiirelt ettevõtte tegevust ümber korraldada vastavalt turunõudmisele või kergelt kogu tegevust likvideerida. Teisest küljest pakub taoline äritegevus passiivsetele *startup*idele võimalust rahastust leida. Ettevõtted, kellel ei ole veel reaalselt pakutavat toodet või teenust täielikult välja arendatud, aga on leitavad internetis ning omavad oma internetilehekülge, saavad seeläbi analüüsida turunõudmisi ehk kas nende poolt pakutavat toodet või teenust üldse vajatakse ning kas sellesse tegevusse on mõtet investeerida. (Kiškis 2011)

Ettevõtte asutajad, kes ennast harivad, on rohkem edukad: idufirmad, kellel on rohkem abistavaid mentoreid, analüüsivad tegevuse kohta andmeid efektiivsemalt ja kes õpivad *startup*-maailma juhtivate ettevõtete põhjal koguvad kuni 7 korda rohkem investeeringuid ning omavad kuni 3,5 korda suuremat kasutajate arvu kasvu. Idufirmad, kes muudavad oma tegevust kardinaalselt üks või kaks korda, koguvad kuni 2,5 korda rohkem investeeringuid, omavad 3,6 korda suuremat kasutajate arvu kasvu ning skaleeruvad 52% väiksema tõenäosusega enneaegselt. *Startup*id, kes ei ole veel rahastust leidnud, hindavad enda turuväärtust üle kuni sajakordselt ja hindavad enda turgu uueks, kuigi see nii ei ole. (Marmer et al. 2012)

Järgnevalt on välja toodud põhilised Eestis pakutavad idufirma loomise ja arendamise jaoks vaja mineva rahastuse meetodid (TTÜ ... 2019):

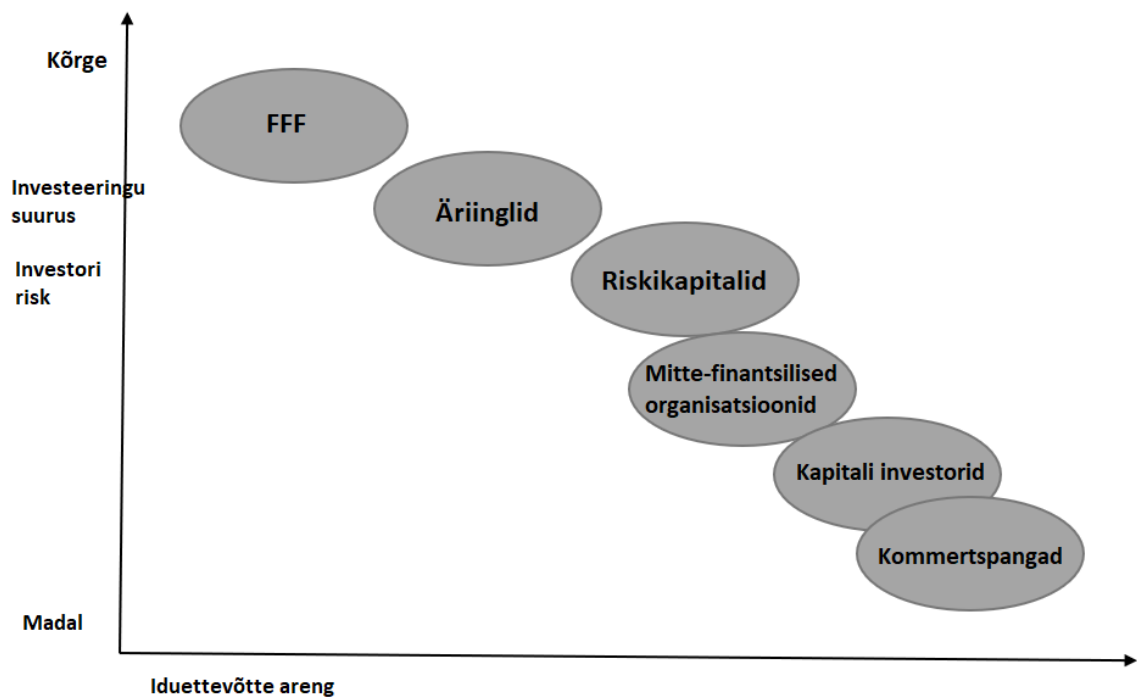
- EAS starditoetus alustavale ettevõtjale: eelkõige mõeldud alustavale ettevõttele. Tingimuseks on, et ettevõtte asutamisest ei tohi olla toetuse saamise hetkel rohkem kui 24 kuud. Toetust pakutakse järgnevateks tegevusteks:
 - materiaalse põhivara soetamine;
 - transpordiks, seadistamiseks või paigaldamiseks;
 - turundusega kaasnevad kulud;
 - rakendustarkvara soetamiseks või arendamiseks;
 - personalikuludeks.
- Sihtasutus KredExi poolt pakutav stardilaen, mis on sobilik alustavale ja kuni 3 aastat tegutsenud ettevõttele investeeringute ja käibevahendite

rahastamiseks. Stardilaenu eesmärgiks on aidata ettevõtetel algkapitali hankimisel ja pangalaenu saamisel tekkivate probleemidega, kuna puuduvad piisavad tagatised ja tegutsemisajalugu. Erinevalt tavalisest pangalaenust on stardilaenu puhul ettevõtjalt vähem nõutud ning tagatiseks piisab laenu saava ettevõtte omanike isiklikust käendusest.

- EAS-i poolt pakutav „Innovatsiooniosak“: innovatsiooniosaku abil soovib EAS pakkuda väiksele või keskmise suurusega ettevõtjale teadusasutuste, katselaborite või intellektuaalomandi ekspertidega võimalust välja töötada innovaatilisi lahendusi arengutakistustele, seda siis uusi materjale katsetades, tehnoloogilise teostatavuse kohta teadmisi kogudes või uuringuid intellektuaalomandi andmebaasides uuringuid läbi viies.

Lisaks sellele on Eestis ka mitmeid väiksemaid ja eraldiseisvaid riskikapitali fonde ja inkubaatoreid, mille abil enda idufirmale rahastust leida.

Traditsioonilised rahastamismeetodid loovad loogilise jada idufirmade rahastamiseks. Kui *startupi* loojatel ei ole endal vajaminevaid rahalisi ressursse ja ei suuda ettevõtte tegevust alustada ilma väliseid finantseerimismeetmeid kasutamata, pöörduakse tihti traditsiooniliste finantseerimisallikate poole. (Blank, Dorf 2012)



Joonis 4. Finantseerimisallikad sõltuvalt riskist

Allikas: (Vasilescu 2009)

Joonisel 4 kajastub finantseerimisallikate jagunemine sõltuvalt riskist ja suurusest.

Traditsioonilisteks finantseerimisallikateks on (Blank, Dorf 2012):

- pangalaenud;
- 3F-i ehk sõbrad, perekond ja ullikesed (*friends, family and fools*);
- äriinglid (*business angels*);
- ühisrahastamine;
- riskikapitali investeeringud.

Pangalaenud on üks kõige vanemaid rahastamisallikaid ettevõtetele ja tähendavad, et isik või ettevõtte võib laenu võtta ühelt või enamalt pangainstituutsioonilt. Enamus idufirmasid otsivad meetmeid vältimaks pangalaenu võtmist, kuna need on tihti seotud keeruliste protsessidega ja nende suurus sõltub laenutaotleja krediidi hinnangust ning -ajaloost. Kuna idufirmasid käivitavad tavaliselt noored

inimesed, kes tihti peale ei oma palju vara, on pangalaenu taotlemine neile äärmiselt keeruline. (Brown et al. 2012)

3F – *Friends, Family and Fools* (e.k. sõbrad, perekond ja ullikesed) – enne kui pöördutakse väliste rahastamisallikate poole, tasuks *startup* ettevõtjatel otsida algset investeeringut endale kõige lähedamal olevatelt inimestelt ehk perekonnalt ja sõpradelt (mitteametlikud rahastamisallikad) enne, kui minna rahastamist taotlema äriinglitelt ja pankadelt (ametlikud rahastamisallikad). (Blank, Dorf 2012) Üldjuhul ei eelda perelt ja sõpradelt rahastamise taotlemine hindamisprotsesse. See tähendab, et vajalik ei ole hüpoteek. Lisaks sellele on perekonnalt ja sõpradelt laenu saamine ning selle tagasimaksmine paindlik ning mõistlike intressimääradega. Esialgse finantseeringuga ettevõtetel on lihtsam ka hiljem teisi finantseerimismeetodeid taotleda, kuna seeläbi tõestatakse investoritele, et ettevõtte usub enda ideesse ja on valmis isiklikku riski sellega kaasama. Potentsiaalsed riskid, mis sellise finantseerimismeetodiga kaasnevad, on tülid ja lahkarvamused, kui ettevõtte ei peaks edukaks kujunema. (Winley 2015)

Äriinglid (*business angels*) on investorid, kes aitavad ettevõtjatel realiseerida nende äriideed. Sellele lisaks aitavad äriinglid ettevõtte tegevusele kaasa ka enda kogemuste ja teadmistega varasemalt edukaks kujunenud ettevõtete põhjal. (Business angel .. 2018) Suurim väärtus äriinglitega on nende poolt pakutav nutikas investeering (*smart funding*), mis sisaldab pakutavaid oskusi, asjatundlikkust ja ärialased tutvused. Põhiliselt investeerivad äriinglid ettevõtete tegevusse, kuna soovivad saada osa äritegevusega kaasnevast kasumist, arendada inimestes ettevõtlikkust, suurendada äritegevust ning luua uusi väärtusi ettevõtte tegevuse kaudu. Investeeringuga kaasneb osapoolte vahelisi suhteid ja rolle määrav leping, milles tuuakse välja mõlema poole kohustused ja eeldused investeeringu saamiseks ja tegemiseks. Antud leping sisaldab investeeringu suurust, investeeringu ajaperioodi, investeeringu hindu ja ettevõttest väljumise tingimusi. (Blank, Dorf 2012)

Ühisrahastamine (*crowdfunding*) on vähem levinud meetod, kus esialgne rahastus toote või teenuse pakkuma hakkamiseks saadakse inimrühmadelt või klientidelt,

kes on nõus pakutava toote või teenuse eest maksma enne, kui see turule jõudnud on. Tihti peale kaasnevad kliendile sellega kas madalam hind, ennetähtaegne tarneaeg, eriversioonid tootest jm meetodid, kuidas kliendile investeerimist ahvatlevamaks muuta. Ühisrahastamine on investeringute kogumine kas annetuse või muu tasu vastu interneti kaudu inimestelt. (Schwienbacher, Larralde 2010)

Riskikapitali investeringud on üksikisiku, äriühingu või fondi poolt tehtud investering investeringut saava ettevõtte arengule kaasaaitamiseks. Investeringu tegemise mõttekust hinnatakse ettevõtte pikaajalise kasvupotentsiaali põhjal. Riskikapitalistide eesmärk on leida lootustandvad varajases arenguetapis olevad ettevõtted ning rahastada nende tegevust ja seeläbi teenida nendelt kasumit. Riskikapitali investeringud erinevad pangalaenudest selle poolest, et riskikapitali pakkujad eeldavad investeringu vastu saada vastavat osa ettevõttest endast, kui pangaga sõlmitakse kokkulepe maksta laen tagasi kindlate intressimääradega, kuupäevaga ja summade kaupa. Riskikapitalistid hangivad investeeritava raha asutustelt ja jõukatelt inimestelt, koondavad selle ühte fondi ning investeerivad selle ettevõttesse, mille puhul usutakse väärtuse kasvu ja arengut. Riskikapital on ettevõtte tegevusele kasulik, kuna see ei sõltu ettevõtte rahavoogudest ja ei tekita kulu. (Thiel 2015; Chen 2019)

2 UURIMISMETOODIKA

Lõputöö koostamisel viiakse läbi empiiriline uurimus ja intervjuud Eesti idufirma loojatega ja idufirmade investoritega. Andmed, mida kogutakse kajastavad Eesti idufirmade finantseerimisallikaid erinevates ettevõtte arenguetappides, põhilisi aspekte, mida hinnatakse ja eeldatakse iduettevõtetelt investeeringute tegemisel, intervjueeritavate arvamust Eestist kui idufirma loomise keskkonnast, *startup* ettevõtete rolli Eesti majanduses, investeeringute saamise lihtsust idufirmadele ja Eestis idufirmadele rahastust pakkuvate asutuste ja inimeste hinnangut. Vajadus selliste andmete kogumiseks tuleneb autori eesmärgist hinnata ja analüüsida Eesti idufirmade finantseerimisallikaid ja rahastamisvõimalusi Eesti alustavale ettevõttele.

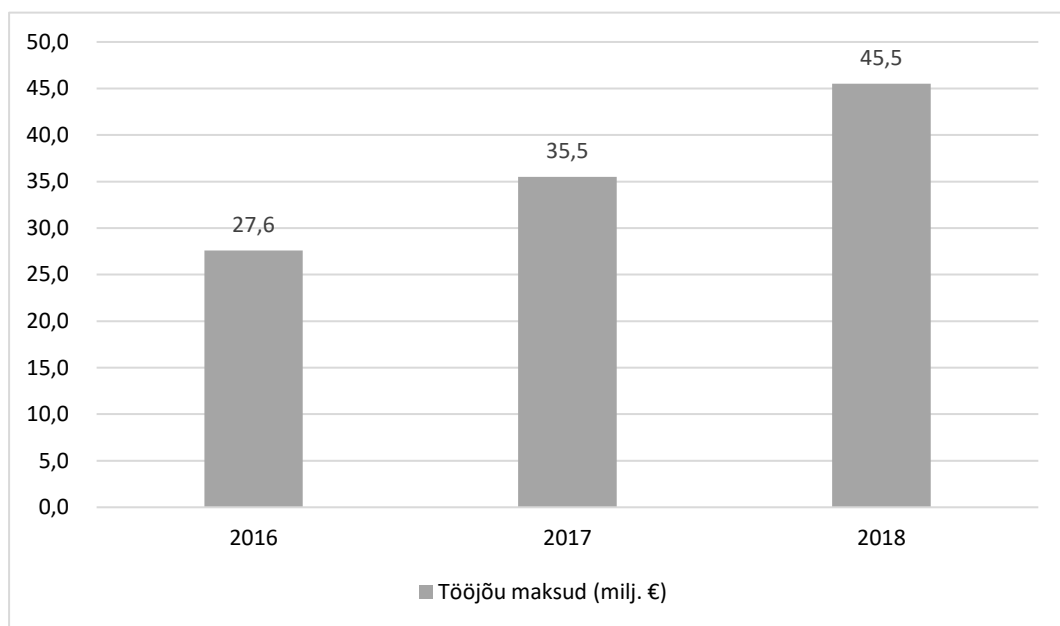
2.1 Idufirmade ülevaade Eestis

Eestis on hetkelise seisuga umbes 550 idufirmat. Tehnoloogia sektori idufirmad mängivad aina suuremat rolli Eesti majanduses. Idufirmadega sarnast kiiret kasvu ei ole märgata mitte üheski teises sektoris. Vaatamata sellele, et 2018. aastal kogusid idufirmad kokku kuni 320 000 000 € investeeringuid, oli märgata trendi, et suured idufirmad saavad veelgi suuremaks, aga investeeringute maht alustavatesse idufirmadesse on vähenenud. Sellist trendi on märgata ka mujal maailmas. Tehnoloogia sektor on kaldumas küpsete ettevõtete suunas, mida ei pruugigi enam idufirmade alla klassifitseerida. Selleks, et majandusharu sulgseisu ei langeks, on vaja suurendada investeeringuid värsketesse alustavatesse idufirmadesse. (Startup Estonia ... 2019)

Maksu- ja tolliameti statistika 2018. aasta statistika põhjal on Eesti idufirmade poolt lokaalselt palgatud 3763 inimest. 2017. aasta seisuga oli see arv 2981, sellega võrreldes on kasv olnud 26%. 20 kõige suuremat idufirmat on uutest töökohtadest 2018. aastal loonud koguni 62%. Eesti idufirmade töötajatest 581 on välismaalased. Umbes 25% Eesti idufirmade töötajatest töötavad väljaspool Eestit. 2018. aastaga

on idufirmade rahastus kasvanud ning on loodud veelgi rohkem töökohti. (Startup Estonia ... 2019)

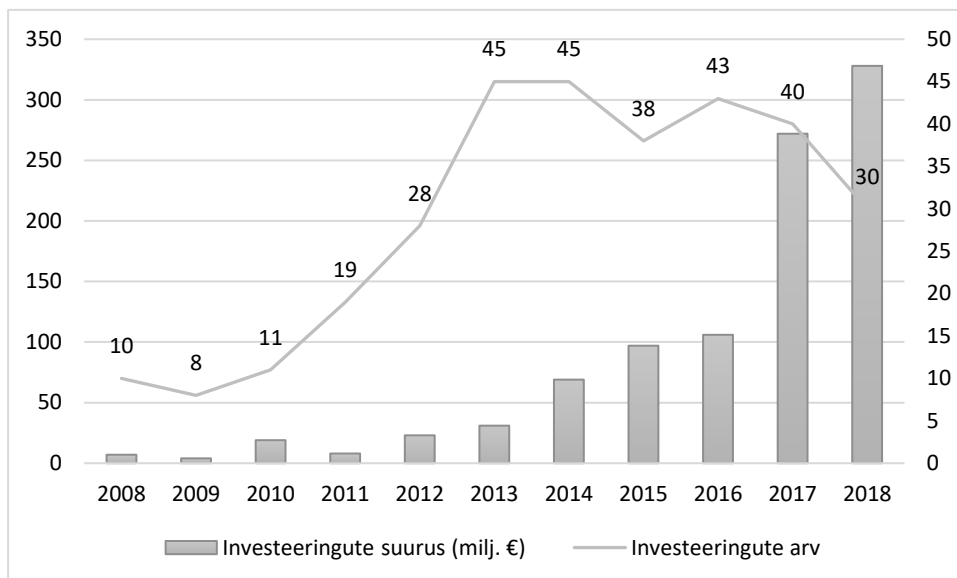
Suureneva töökohtade arvuga kasvab ka maksude arv, mida Eestis makstakse. Kui 2016. aastal maksid Eesti idufirmad töjõumakse u. 28 miljonit eurot, siis tõusis see 2017. ja 2018. aastal vastavalt 36 miljoni ja 46 miljoni euro peale (Joonis 5). See tähendab, et maksude arv on kasvanud keskmiselt 30% aastas. (Ibid.)



Joonis 5. Eesti idufirmade poolt makstud töjõumaksud

Allikas: (Startup Estonia ... 2019)

2018. aastal tekitasid Eesti idufirmad u. 299 000 000 € käivet, mis on 9% suurem, kui 2017. aastal (275 000 000 €). (Ibid.)



Joonis 6. Eesti idufirmade rahastamine aastatel 2008-2018.

Allikas: (Startup Estonia ... 2019)

2018. aastal tõusid investeeringud Eesti idufirmadesse esimest korda üle 300 000 000 €, olles umbes 328 000 000 € (Joonis 6). Toimus kolmkümmend uut investeerimistehingut, mis teeb ühe tehingu keskmiseks suuruseks 10 900 000 €. 2017. aastal oli ühe tehingu keskmiseks suuruseks 6 800 000 € ja sellele eelnevatel aastatel on ühe tehingu suuruseks olnud keskmiselt 1-2,5 miljonit eurot. Sama trend on märgatav ka mujal maailmas, et tehingute arv küll väheneb, kuid tehingute summa suureneb. (Startup Estonia ... 2019)

2.2 Uurimismetoodika tutvustus ja põhimõtted

Uurimus on planeerimise, juurdlemise ja läbiviimise protsess, mille eesmärk on leida vastused seatud küsimustele. Äritehingud ja äriplaneerimine vajavad tulenevalt enda arenevast komplekssest iseloomust aina süstemaatilisemat ning läbimõeldumat tegutsemist. Äriuurimised ei erine palju praktilisest probleemide lahendamisest. (Ghauri, Grønhaug 2004)

Ettevõtete juhtidel on tarvis mingisuguseid teadmisi ja eelkõige hindamisvõimet, et aru saada oma otsustest ja nende tagajärjedest. Juhtimine on juhtimisotsuste

tegemine ja probleemide lahendamine, kui seda tehakse süsteemselt, peab see viima paremate otsuste ja tulemuste poole kui eranditult intuitsioonil või siis isiklikul sümpaatial ja antipaatial põhinev otsus seda teeks. Juhtide võimekuses peab olema suutlikkus analüüsida olukorda ja kasutama teaduslikku lähenemist otsuste langetamisel, probleemide mõistmisel ning ka nende lahendamisel. (Ghauri, Grønhaug 2004)

Uurimuse läbiviija, ehk antud juhul diplomitöö autor, vaatleb ja registreerib usaldusväärset nähtu ja kuuldu, seda eelarvamusest tõlgendades. (Ibid.)

Intervjuu on oma olemuselt induktiivne tegevus. Induktsiooni abiga tehakse intervjuudest üldistavad järeldused. (Ibid.)

Kvalitatiivse uurimuse kõige peamine meetod on intervjuu. Intervjuu on ainulaadne ja omapärane andmete kogumise meetod, sest selle käigus on intervjuuerija vahetus keelises interaktsioonis intervjueritavaga. Intervjuu suurim eelis teiste andmekogumismeetodite ees on ainekogumise paindlikkus ehk võimalus andmekogumist reguleerida vastavalt olukorrale ja vastajale. (Hirsijärvi et al. 2010)

Kvalitatiivse uuringu tulemusteni ei jõuta statistilisi meetodeid või muid kvantifitseerimisprotseduure kasutades. Kvalitatiivne uurimus on ratsionaalse, avastusliku ja intuiitse käitumise ja suhtlemise segu, kus andmete analüüsis mängivad kõige tähtsamat rolli uurija nägemus oskused ning teadmised. (Ghauri, Grønhaug 2004)

Kvalitatiivse uurimistöö läbiviimiseks vajalikud oskused on abstraktne mõtlemine, distantseerimisvõime ja saadava info kriitiline analüüsimisvõime, eelarvamustest aru saamine ja nende vältimine, paikapidava ja tõelise informatsiooni hankimine, teoreetiline ja sotsiaalne tundlikkus ning võime pidada analüütilist distantsi, suutes samal ajal ära kasutada olemasolevat kogemust ning teadmisi. Kvalitatiivse uurimuse käigus peab uuringu läbiviija tunnetama vaatlemist ja selle vastasmõju. (Ibid.)

Antud diplomitöös on intervjuu meetod valitud järgmistel põhjustel . (Hirsijärvi et al. 2010):

- autor soovib intervjuueeritavale anda võimalust ennast väljendada võimalikult vabalt, et ta saaks luua uusi tähendusi ning olla aktiivne osapool;
- intervjuueerijal on vastuste suunda raske ette näha;
- tulemused ja saadud vastused soovib autor paigutada laiemasse konteksti ning intervjuu annab võimaluse lugeda intervjuueeritava näoilmet ja tõlgendada tema žeste;
- intervjuueeritav võib rääkida endast ja teemast rohkem, kui uurija on suutnud ennustada;
- töö autor soovib kõiki saadud vastuseid täpsustada ning nendest tulenevalt uurimust juhtida;
- soovitakse saada põhjalikku teavet, seda lisaküsimusi esitades.

Intervjuud võib nimetada andmekogumise meetodiks, kus märgitakse üles vastaja sõnasõnaline käitumine. See on tõhus vahend, et hankida arvamusi, kirjeldusi ja hoiakuid ning süveneda põhjuse ja tagajärgede suhetesse. (Ghauri, Grønhaug 2004)

Uurimistöös kasutatakse pool-struktureeritud intervjuud, kus vastajale antakse põhimõtteliselt täielik vabadus väljendada reaktsioone, arvamusi ja käitumist kindlas küsimuses, kuid siiski on teemad varasemalt määratud, millest intervjuu käigus arutatakse. Intervjuueerija esitab suunavaid küsimusi ja vastused dokumenteeritakse, et hiljem oleks võimalik tuvastada vastuste täpsemad nüansid. Küsimused on struktureeritud lisas 1 ja lisas 2 välja toodud kavade põhjal. (Ibid.)

Käesoleva uurimistööküsitlused viiakse läbi pool-struktureeritud intervjuude vormis.

2.3 Andmekogumise protseduuri kirjeldus ja tulemuste esitamine

Andmete kogumiseks viis töö autor läbi pool-struktureeritud intervjuud. Vastavalt kokkulepetele intervjueeritavatega, jäävad nende andmed konfidentsiaalseks. Intervjuude läbiviimiseks koostas autor diplomitöö esimeses osas kajastatud teoreetilisele materjalile tuginedes intervjuu läbiviimise pool-struktureeritud kava, mille põhjal intervjuud läbi viidi.

Intervjueeritavatega võttis antud töö autor ühendust kõigepealt e-posti teel. Vastavalt edasistele soovidele viidi vajadusel läbi suulised intervjuud kas kokkusaamisel näost-näkku või telefoni teel. Suuliste intervjuude käigus konspekteriti vastused käsitsi märksõnade ja tsitaatide kaudu. Intervjuu küsimuste vastuseid analüüsiti, tekkinud seaduspärasused ja järeldused on välja toodud üldistustena. Olulised erisused, mis autori arvates vajavad eraldi väljatoomist, on vastavalt uurimistöös ka ära märgitud.

Lisas 1 toodud küsimustiku alusel viidi läbi kolm intervjuud idufirmade rahastamisega tegelevate inimestega ning lisas 2 toodud küsimustiku alusel viidi läbi ülejäänud kuus intervjuud idufirmade juhtidega. Kõik intervjuud viidi läbi perioodil 1. aprill kuni 5. mai 2019. aastal.

3 STARTUP ETTEVÕTETE FINANTSEERIMIS- ALLIKAD EESTI IDUFIRMADE NÄITEL

Diplomitöö kolmandas, empiirilises osas käsitletakse Eesti idufirmade finantseerimisallikaid ning idufirmade juhtide ning investorite arvamusi idufirmade rahastamisallikate leidmisel ja saamisel ette tulevate raskuste ja eripärade kohta. Analüüsimisel lähtub töö autor ettevõtete juhtide ja investoritega läbi viidud poolstruktureeritud küsimustikuga läbi viidud intervjuudega saadud teabest.

Uurimisülesanded, mis käesolevas lõputöös on püstitatud, hõlmavad vajadust välja selgitada idufirma rahastuse saamisel hinnatavatest omadustest ja eripäradest, mis kasuks saavad tulla ning idufirma juhtide poolt kirjeldatud kogemustest nende ettevõtete finantseerimisel ning idufirmade investorite kogemusest rahastuse andmisel.

Intervjuudes käsitleti muuhulgas ka intervjuueeritava hinnangut *startup* ettevõtete rollist Eesti majanduses, nende kirjeldust või definitsiooni *startup* ettevõttele, arvamust idufirma alustamisest Eestis võrreldes mõne teise riigiga, kui intervjuueeritav vastavat kogemust omab ning lisaks sellele uuriti intervjuueeritavate arvamust küsimusele, kas nende arvates on Eestis piisavalt idufirmadele rahastust pakkuvaid asutusi ja inimesi.

3.1 Idufirmade rahastamisallikad ettevõtte tegevuse alguses

Intervjuude käigus selgus, et Eestis alustavate idufirmade kõige levinumad rahastamisallikad ettevõtte tegevuse alguses on äriinglid, pangalaen ja FFF. Kuuest idufirmast viis said oma tegevuse alustamiseks vajaliku rahastamise äriinglitelt ning üks enda lähedastelt.

„Algselt oli plaan ikka enda ja oma lähedaste inimeste vahenditega hakkama saada, kuid kahjuks selgus kiirelt, et võimalustest ei piisa, seetõttu pidime rahastamist otsima mujalt ja kaugemalt.“

Antud punkti intervjueeritavate investoritega arutades toodi välja mõningaid põhjused, miks esmased rahastamisallikad idufirmade tegevuse alustamisel niimoodi jagunevad. Põhiline, mis vastustest kajastus, oli see, et Eestis on FFF rahastusmeetod vähelevinud, kuna tihti ei ole lähedastel vajalikke summasid vabalt jagamiseks.

„No mis siin arvata, eks ikka klassika: FFF ja siis äriinglid. Siinkandis see esimene (FFF) on muidugi väiksevõitu, "vanaemadel" pole raha...“

„Eks see niimoodi ole jah, et põhiline rahastus tuleb äriinglitelt. See raha, mis tegevuse alustamiseks vajalik on, seda tavaliselt lähedastel ei leidu niisama jagamiseks.“

Intervjueeritavate investorite ja idufirma juhtide vastuseid analüüsisides toob autor välja põhilised põhjused, miks ettevõtte tegevusega alustades raske finantseerimist leida on. Välja toodud põhjused on järgnevad:

- puudub usaldusväärne äriplaan – tihti ollakse liiga optimistlikud oma kulude ja tulude osas;
- puudub isiklik osalus – kui oma raha ei investeerita, võib ära kaduda isiklik vastutus ettevõtte kasumlikkuse saavutamiseks;
- kogematus – need, kes on varem ettevõtet alustanud, oskavad rohkem enda potentsiaali tõestada ning teavad viise ja kohti, kust vastavalt olukorra eripärale lihtsamalt rahastamist saab;
- puudub juhtimiskogemus, finantseerijad omavad väiksemat usku ettevõtetesse, kus puudub piisava kogemusega juhtkond;
- läbimõtlematus – omatakse innovatiivset ideed, kuid reaalselt või tegelikult toimivat lahendust idee läbiviimiseks ei ole;
- puudub arusaam, kuidas hankida kliente – selleks, et leida vajalik klientuur, peab omama oskusi ja arusaama, kuidas oma teenust või toodet turundada;
- valed investorid – on äärmiselt oluline, et rahastust vajades otsitaks seda investoritelt, kes on võimelised mõistma ettevõtte tegevust ning sellest tulenevaid eripärasid, et mõista idufirma potentsiaali;

- loodav äriidee on liiga „väike“ – planeeritud tegevus ja teenuse või toote idee hõlmab liiga väikest osa turust, mistõttu ei ole eeldatav tulu ja tegevus jätkusuutlik;
- idee esitus on kesine – kehva esinemisoskuse tõttu ei suudeta enda tegelikku potentsiaali edasi anda, mistõttu kannatab usk ettevõtte potentsiaali.

„Kogemus näitab, et see sõltub ikkagi olukorrast ja osapooltest, mõned esitavad ja tahavad näha fakte ja kindlaid numbreid ja lubadusi, teised jällegi inspiratsiooni ja emotsiooni või kirge oma toote vastu.“

„Ma pigem arvan, et väärt asjad saavad ikka rahastatud, raha on siin rohkem rahastamisväärte objekte otsimas, kui neid tegelikult olemas ongi. Kui räägime riiklikest instantsidest nagu EAS ja KREDEX siis seal on asi selgelt selles, et a) otsustajad ei saa ettevõtlusest midagi aru ja b) ettevõtjate riski maandamiseks mõeldud meetmeid (eg stardilaen) püütakse välja anda riskivabalt.“

„Põhiline probleem on minu arvates ikka see, et ei suudeta ära tõestada oma edu potentsiaali. Selleks, et keegi oma raha sulle lubaks, pead sa talle ikka väga selgeks tegema, et seda niisama tuulde ei loobita.“

Lisaks väljatoodud põhjustele, miks tavaliselt idufirmad rahastusest ilma jäävad, selgusid ka põhilised aspektid, mida ettevõtetelt oodatakse tegevuse alustamiseks vajaliku rahastuse andmisel:

- kapital – vahendid ning seadmed, mille abil saab tooteid või teenuseid luua;
- omainvesteering – taaskord kajastus vajadus isikliku vastutuse jaoks, ilma selleta on riskantsem ettevõtte tegevusse investeerida;
- tulemusnäitajad – igasugune tõestusmaterjal, mis näitab ettevõtte kas teoreetilist või tegelikku potentsiaali käivet luua, mille abil saaks tegevuse kasumlikkust prognoosida ja hinnata;
- erilisus ja innovaativsus – kui ettevõtte tegevus on seotud millegi uue ning erilisega, jääb see rohkem silma ning võib õigustada suuremaid riske.

„Finantseerimist pakkudes eeldatakse eelkõige seda, et oleks skaleeritav idee ja teostusvõimeline tiim.“

Idufirma tegevuse alguses on väga keeruline rahastust leida. Oluline on omada usku enda ideesse ning leida õige rahastusmeetod, mis sobiks ettevõtte eripäraga.

3.2 Idufirmade rahastamisallikad hilisemas eluetapis

Intervjuude käigus selgus, et Eestis alustavate idufirmade kõige levinumad rahastamisallikad ettevõtte tegevuse hilisemates etappides on riskikapital ja pangalaen. Kuuest idufirmast neli said oma tegevuse alustamiseks vajaliku rahastamise riskikapitali moel, üks Kredexi poolt pakutava stardilaenu ning üks iduettevõtte ei ole veel hilisemat rahastust kasutanud.

„Kohe kindlasti riskikapital, mõnele üksikule on antud ka Kredexi stardilaenu, aga see on praegu pigem naljanumber, see tähendab meede on hea, aga seda ei anta neile, kellele see mõeldud on ja selles faasis, kui seda vaja oleks“

Ka intervjuude analüüsi põhjal kajastus trend, et hilisemas ettevõtte elutsüklis rahastuse leidmine on keerulisem. See on osaliselt tulenev sellest, et hilisemas eluetapis konkureeritakse teiste ettevõtetega, mis võivad olla oma tegevusega kas kaugemale arenenud või on oma läbimurde juba saavutanud.

Eesti riskikapitaliturg on muutunud märkimisväärselt küpsemaks ning riskikapitali eesmärk ei ole enam ainult raha pakkumine. Tihti on hilisemad investorid võetud ettevõtte juhtimisse kaasa. Kuna tihti on investorid pikaajaste kogemustega, kaasatakse neid töötajate palkamisprotsessi, turundusstrateegiate loomisesse ning müügiarendusse. Seda olukorda, kus investorid ei panusta rohkemat kui oma raha, Eesti turul enam tihti ei leidu.

Teiseks põhjuseks, miks hilisemas etapis rahastamisallikate leidmine on keerulisem, on intervjuude analüüsi põhjal tulenev ettevõtete *seed-roundide* väikesest ulatusest. Tihtipeale ei kaasa need piisavalt võimalikke investoreid, mistõttu jääb reaalne potentsiaal tihti kasutamata.

„Vist on väike probleem see, et siinsed seed-roundid on väikesed ja nendega ei sõida piisavalt kaugele.“

Idufirmasid on algusfaasis lihtsam toetada, kuna toetust otsivaid ettevõtteid on palju. Kuna tegevuse alguses vajaminevad summad on väiksemad, siis on lihtsam leida rahastajat, kes seda pakub, kuna väikese summa tõttu on kaasnev risk väiksem. Hilisemas staadiumis on rahasummad palju suuremad ja seda on fondidel keerulisem ja riskantsem pakkuda. Fondid saavad teha mitu investeeringut alustavatesse idufirmadesse või ühe investeeringu küpsemasse ettevõttesse. Põhiline lahendus sellele probleemile oleks fondide suurenemine, mis looks võimaluse teha suuremate summadega kaasnevaid pikemaajalisi investeeringuid.

Idufirmadele hilisemas eluetapis rahastust pakkudes eeldatakse eelkõige tasuvat toodet või teenust ning püsivat ja tõestatavat käivet. Kuna hilisemalt rahastust otsides on tihti ettevõtted oma tegevusega kuhugi juba jõudnud, on nende tegevuse kasumlikkust lihtsam investoritel hinnata ning kriitikat on kergem seostada mingisuguste faktidega. Lisaks sellele on ettevõtte potentsiaali hindamine teatud tasemel konkreetsem.

3.3 Idufirmade tegevus Eestis

Kõigi intervjueritavate poolt sai kinnitust, et Eesti on oma võimaluste ja toetuste poolest ideaalne koht idufirma alustamiseks. Siinsed võimalused finantseerimisallikate leidmisel on piisavad.

Lisaks toodi intervjuude käigus välja erinevaid punkte, mis soodustavad idufirmade tegevust Eestis:

- e-teenused muudavad ärilised tegevused lihtsamaks;
- arenenud ning taskukohased elamispiinnad lihtsustab välismaise kvaliteetse tööjõu tulekut Eestisse;
- suur ja lai idufirma kogukond – *startup* ettevõtete juhid hoiavad kokku ning toetavad üksteist, lisaks sellele toetavad paljud suurte idufirmade juhid väiksemaid arengujärgus olevaid ettevõtteid rahastuse ja teadmistega;

- kvaliteetne ning haritud töäjõud – kõrgharidusega inimeste arv kasvab pidevalt ning kvaliteetset töäjõudu on lihtsam leida.

Startup ettevõtluse mõju Eesti majandusele kirjeldasid intervjueeritavad. Intervjueeritavatega arutati ka *startup* ettevõtluse mõju Eesti majandusele. Analüüsi tulemusel saab toodud argumendid välja tuua järgmiselt:

- Eesti omab head idufirmade alustamise koha mainet, mis toob meile alustavaid *startup* ettevõtteid juurde;
- ettevõtete suurenevate käivete ja investeringutega suureneb ka maksude kogus, mis riik saab;
- iga uus idufirma loob uusi töökohti, mis on tihti keskmisest kõrgemalt tasustatud – seeläbi vähendatakse tööpuudust ning motiveeritakse inimesi ennast kõrgemalt harima.

„Täpselt ei oska hinnata, kui suur see mõju on, aga vist nõ sümboolne mõju (eeskuju, maine jmt) on mõnevõrra suurem tegelikust mõjust mis vist taandub lihtsalt paljudele kõrgepalgalistele töökohtadele, mis pole muidugi ka tähtsusetu...“

„Idufirmad aitavad siia meelitada talente. Tihti on kuulda väidet, et mida targemad inimesed on meie ümber, seda targemad oleme me ise. Arvan, et antud teema kohta käib see ütlus nagu rusikas silmaauku.“

Baltimaades üldiselt on idufaasis ettevõtetele kättesaadav palju kapitali, sest turg on üpris suur. Meie turu arenemisele aitab kaasa fakt, et aja jooksul on suuremad idufirmad saanud aina rohkem investeringuid, mis on hakanud kasumit teenima. See omakorda annab sektori kohta signaali, et siia tasub raha paigutada.

„Tean, et Räniorus on lihtsam. Raha rohkem liikvel, piisab heast/skaleeritavast ideest ja paarist insenerist asutajate hulgas et IM kohe lihtsalt seed-raundina tõsta, aga samas on viimaste märkide järgi Eestis kõik tõusuteel.“

„Viimaste aastatega on nii meil kui ka mujal Euroopas suurenenud rahastust pakkuvate organisatsioonide arv, mis on igatahes positiivne alustavatele

ettevõtetele. Seda eelkõige sellepärast, et on rohkem raha ringlemas ning ka seepärast, et head ideed saavad konkurentsi tõttu rohkem raha oma tegevuse alustamiseks.“

Hilisema staadiumi investeringute osas on nii eurooplased kui ka ameeriklased hakanud rohkem huvi tundma meie turul töötavate ettevõtete tegevusse investeerimisest. Ühe intervjuu käigus tuli näitena välja TransferWise'i investeringud, mis on üks näide ettevõtetest, kes meelitavad Euroopasse ja ka Eestisse konkureerima investeerijaid mujalt maailmast. Mida rohkem on riskikapitali fonde ja muid finantseerimist pakkuvaid asutusi, seda suurem on nendevaheline konkurents ja seeläbi suureneb ka võimalus ettevõtetal rahastust saada.

3.4 Soovitused idufirma rahastamiseks

Eduka ettevõtte valem on teoreetiliselt lihtne: on vaja ühte head ideed, tugevat motivatsiooni ja alustamiseks vajalikku rahastust. Järgnevalt toob antud diplomitöö autor välja läbiviidud uuringu analüüsi tulemusel ja intervjuueeritavate poolt antud nõuandeid ja soovitusi alustavale idufirmale rahastamise saamiseks.

Enne projekti rahastamise otsimist on tähtis eelkõige aru saada ettevõtte elutsüklitest ning vastavalt sellele kindlaks määrata vastavad finantseerimismeetodid, kuidas enda tegevusele vajalikku kapitali ja toetust saada.

Ettevõtte tegevuse alguses, kui idee ja sellele järgnevad sammud on veel ebatäpsed, on eriti oluline valida just firma tegevusele ja tulevikuplaanidele sobilik rahastusmeetod. Selles faasis on ka vägagi tähtis analüüsida enda äriidee kasulikkust ning kasumlikkust, kas see on piisavalt viimistletud, et seda järgides hakata ettevõtte tegevusega pihta. Tihtipeale on ettevõtte asutajate ja idee autorite jaoks uudne toode või teenus huvitav ning pakub elevust. See omakorda vähendab objektiivsust idee efektiivsuse hindamisel. Tähtis on jääda kriitiliseks ning viia läbi piisava ulatusega turu-uuring, et selgitada välja reaalne nõudlus pakutava toote või teenuse vastu.

Idufirma alustamiseks vajaliku rahastuse hankimiseks on efektiivne ja kasulik meetod saada see enda lähedaste käest – kasutada finantseerimiseks FFF meetodit. See meetod annab võimaluse hinnata enda tegevuse efektiivsust ning idee mastaapsust, sest kui ei suudeta enda äriideed maha müüa inimestele, kes on kõige lähedasemad, ei pruugi see äriidee olla piisavalt hea, et väliseid finantseerimisallikaid taga ajama hakata.

„... potentsiaalsed investorid tahavad näha, et idee läbiviimiseks on nähtud vaeva ning antud omapoolne panus. Kui sa ei ole nõus näiteks riskima isikliku varaga, siis miks peaks investorid selleks valmis olema?“

Idee valideerimise läbinuna on tarvis leida enda ettevõtte tegevuse jaoks sobilik rahastamisallikas. Selleks, et asuda rahastamisallikat otsima, tuleb kalkuleerida vajalikud investeeringud, riskid ja potentsiaalne kasum – see on kõik info, mida investorid ootavad rahastuse pakkumise kaalumisel. Eelnevalt mainitud aspektid kajastuvad äriplaanis, mis peab olema tõeliselt koostatud ehk välja toodud informatsioon oleks realistlik ning mitte liialt optimistlik.

Lisaks äriplaani koostamisele ning finantsprognoside koostamisele on väga oluline, et oleks võimalik enda teenust või toodet mingitki moodi demonstreerida. Oluline on, et investorid saaksid realselt või füüsiliselt aru, millised on idee eripärad ning potentsiaal. Ettevõtte tegevuse alustamiseks tuleb luua minimaalselt tasuv toode (*minimum viable product – MVP*) – selle loomiseks ja pakkumiseks finantseeringut otsitaksegi.

Säästude abil ettevõtte tegevuse alustamise rahastamine on mitmel moel riskantne, kuid sellega kaasnevad ka positiivsed küljed. Enda raha investeerides ei kaitsta ennast ainult välise mõju eest, aga läbikukkumise korral ei olda kellegi ees vastutav ning võlgu. Säästudega tegevuse rahastamine loob selged ja reaalsed piirid võimalustele, mida tegevuse alustamiseks vajalikud on.

Krediitkaardiga ettevõtte rahastamisega kaasnevad mitmed plussid ja miinused. Ühelt küljelt, ettevõttele krediitkaardi taotlemine ei ole pikk ja keeruline protsess ja miinimum tagasimakse suurused ei ole tavaliselt väga suured. Kui tegevuseks on

kiiresti raha vaja, on krediitkaart tihti just see õige vahend. Samas kaasneb krediitkaardi kasutamisega ka maksete tagasimakse raskuste risk, mis võib tõsiselt mõjutada ettevõtte krediidi hinnangut. Lisaks sellele on krediitkaardi tagasimaksetel suur intressimäär. See lahendus on sobilik ainult äärmistel juhtudel, kus ükski teine meetod võimalik ei ole.

Pangalaenu tegevuse rahastamine on antud töö käigus läbi viidud intervjuude analüüsi põhjal suhteliselt levinud rahastusmeetod. Laenu taotlemiseks peab ettevõttel olema ette näidata positiivne krediidi hinnang, tagatis või muu omavastutusmeetod. Eestis leiduvad pangad on idufirma rahastamise saamiseks keerulised meetodid, kuna otsustajad ei saa tihti idufirmade tegevusest aru ja ettevõtjate riski maandamiseks mõeldud meetmeid püütakse välja anda riskivabalt.

Intervjuude põhjal saab koostada loetelu punktidest, mida meeles pidada enne idufirma rahastamise otsima hakkamist:

- tuleb luua skaleeritav äriidee – tähtis on idee arengupotentsiaal, lihtsamalt öelduna peab ideed olema võimalik arendada võimalikult väikese kulutuste suurenemisega;
- vajalik on välja selgitada täpne summa, mida tegevuse arendamiseks või alustamiseks vaja läheb – olenemata sellest, kas otsitakse ingel-investoreid või pangalaenu, peab teadma, kui palju raha vaja on ning milliste kulutuste tegemiseks raha täpselt paigutatakse;
- tähtis on leida õige rahastamisallikas sõltuvalt tegevusest – nagu varasemalt töös juba välja on toodud, on erinevaid rahastamisallikaid mitmesuguseid, seetõttu on vajalik välja selgitada just ettevõtte eripärast ja võimalustest tulenevad potentsiaalsed finantseerimismeetodid;
- saadud investeeringut tuleb rakendada nii mõistlikult kui võimalik – peale rahastuse saamist ollakse investorite ees vastutavad raha kulutamise ja selle kasu efektiivsuse eest, kulutused peavad olema minimaalsed ning põhiliselt suunatud tegevust soodustavate tegurite jaoks.

Idufirma alustamise esimene samm on alati kõige keerulisem – idee ja selle rakendamise võimaluste leidmine. Mida rohkem on võimalik enda tegevust ja potentsiaali lisaks ideele demonstreerida, seda suuremad on võimalused rahastuse tagamiseks. Põhiliseks eesmärgiks peaks olema minimaalselt tasuva toote arendamine, mille najal enda tegevusi ja eesmärke tõestada. Mida potentsiaalsem on idee, seda rohkem võimalusi tekib ja seda lihtsam on tegevuse arendamine tulevikus.

KOKKUVÕTE

Käesoleva lõputöö raames läbi viidud uurimuse on tinginud *startup* mudeli märkimisväärne populariseerumine nii maailmas kui ka Eestis. Idufirma on oma olemuselt kui hüpoteeside jada, mille arengupotentsiaali on tihti raske hinnata. Need on ettevõtted, mis on värskest asutatud ning on arenemise ning turu leidmise etapis. Selleks, et leida finantseeringut, tuleb ette näidata kasvu või potentsiaali, kuid tihti idufirmadel seda vajalikku demonstreerida ei ole. Igasuguse ettevõtte rahastamisallikate leidmine on keeruline, kuid idufirmad, enda innovaatiliste ning varem mitte läbitöötatud äriplaanidega, vähekoogenud meeskondadega ning riskantsete visioonidega, leiavad tihti end veelgi keerulisemas olukorras, kus finantseerimisallikate saamine ei olegi võimalik.

Antud diplomitöö peamine eesmärk oli välja selgitada, milliseid finantseerimisallikaid käesolevas töös uuritud Eesti iduettevõtted enda erinevates arenguetappides kasutavad ning milline on olnud nende ettevõtete kogemus finantseerimist otsides. Nimetatud eesmärgi saavutamiseks püstitas autor järgmised ülesanded, mida uuriti:

- välja selgitada, millised on Eesti idufirmade peamised finantseerimisallikad tegevusega alustades;
- välja selgitada, millised on Eesti idufirmade peamised finantseerimisallikad enda tegevust skaleerides ja laienedes;
- välja selgitada, millised on põhilised takistused rahastuse saamisel iduettevõtetel.

Läbiviidud pool-struktureeritud intervjuudega uuriti, analüüsiti ning kajastati Eesti idufirmade juhtide ning investorite kogemustele põhinevaid argumente ning lõpptulemusena on esitletud kokkuvõtte ja ettepanekud teemal, kuidas tagada idufirmadele lihtsam finantseeringu leidmine.

Eelnevalt mainitud uurimisülesannete täitmiseks viidi läbi põhjalik iduettevõtluse teoreetiline analüüs. Uuritavate alapunktide hulka kuulusid idufirma eripäradest

tulenevad aspektid ja selle mõiste, idufirmade erinevused võrreldes traditsiooniliste ettevõtetega, idufirma erinevad tüübid, idufirmade finantseerimisallikad ning lisaks toodi välja ka Eestis kättesaadavad *startup* ettevõtluse finantseerimismeetodid.

Diplomitöö empiirilises osas tutvustati idufirmade finants-statistilisi näitajaid Eestis, käsitleti läbi viidud empiirilise kvalitatiivse uuringu detaile ja põhjendati valitud uurimismeetodi valikut.

Töö empiirilises osas võeti kokku läbi viidud uuringu ja intervjuude tulemused ja põhilised kajastunud aspektid, mis kirjeldavad ja annavad vastuseid töö alguses püstitatud küsimustele. Muuhulgas esitati teoreetilisele osale ja intervjuude käigus kogutud informatsioonile toetudes kokkuvõtte ning soovitusel idufirmadele rahastamise hankimisel.

Uuringule eelnevalt seatud eesmärgid saavutati ning uurimisülesanded said töö käigus täidetud.

Intervjuude tulemusena selgus, et Eestis alustavate idufirmade kõige levinumad rahastamisallikad ettevõtte tegevuse alguses on äriinglid, pangalaen ja FFF. Teiseks selgus, et Eestis alustavate idufirmade hilisemates eluetappides on kõige levinumad rahastamisallikad riskikapital ja pangalaen.

Intervjueeritavate investorite ja idufirma juhtide vastuseid analüüsisid tulid välja põhilised põhjused, miks iduettevõtetel raske finantseerimist leida on:

- puudub usaldusväärne äriplaan;
- puudub isiklik osalus;
- puudub piisav juhtimiskogemus;
- idee läbimõtlematus;
- puudub arusaam, kuidas hankida kliente;
- valitakse valed investorid;
- loodav äriidee on liiga „väike“;
- idee esitus on kesine.

Järeldused ja ettepanekud, mida töö autor uuringu põhjal välja tõi, on järgmised:

- tuleb luua skaleeritav äriidee;
- vajalik on välja selgitada täpne summa, mida tegevuse arendamiseks või alustamiseks vaja läheb;
- tähtis on leida õige rahastamisallikas sõltuvalt tegevusest;
- saadud investeeringut tuleb rakendada nii mõistlikult kui võimalik.

Autori hinnangul aitab välja toodud probleemide vältimine ja soovitude järgimine iduettevõtetal suurendada rahastamise saamise võimalusi. Kuna idufirmade arv ja nendesse tehtud investeeringute maht on pidevas kasvutrendis, on käsitletaval teemal kindlasti alust ka tulevikus uuringuid läbi viia.

VIIDATUD ALLIKAD

Atherton A. (2012) Cases of *startup* financing: An analysis of new venture capitalisation structures and patterns. International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research

BBVA. What is a business angel? <https://www.bbva.com/en/what-is-business-angel/> (02.04.2019)

Blank, S. (2011) Why governments don't get startups. [https://steveblank.com/2011/09/01/why-governments-don't-get-startups/](https://steveblank.com/2011/09/01/why-governments-don-t-get-startups/) (27.03.2019)

Blank, S., Dorf, B. (2012) The Startup Owner's Manual - The Step-By-Step Guide for Building a Great Company. California: K&S Ranch Publishing Division

Brown, M., Degryse, H., Höwer, D., Penas, M. F. (2012) How do Banks Screen Innovative Firms? Evidence from Start-up Panel Data. Centre for European Economic Research

Chen, J. Venture capital. <https://www.investopedia.com/terms/v/venturecapital.asp> (02.04.2019)

Debitoor. Business angel – What is a business angel? <https://debitoor.com/dictionary/business-angel> (02.04.2019)

Ettevõtlike Arendamise Sihtasutus. Mis on iduettevõtte (*startup*)? <http://www.eas.ee/et/alustavale-ettevotjale/startupi-asutamine/mis-on-startup> (25.02.2019)

Ghuri, P., Grønhaug, K. (2004) Äriuuringute meetodid. Tallinn: Külim

Hirsijärvi, S., Remes, P., Sajavaara, P. (2010) Uuri ja kirjuta. Tallinn: Medicina

Kiškis, M. (2011) Entrepreneurship in cyberspace: what do we know?: uurimistöo. Mykolas Romeris University, Leedu

Kotha, R., George, G. (2012) Friends, family, or fools: Entrepreneur experience and its implications for equity distribution and resource mobilization. Journal of business venturing

Marmer, M., Herrmann, B. L., Dogrultan, E., Berman, R. (2012) Startup Genome Report – A new framework for understanding why startups succeed

Maurya, A. (2012) Running lean: iterate form plan A to a plan that works. 3rd ed. California: O'Reilly Media

Ries, E. (2013) Nutikas idufirma. Tallinn: Äripäev

Robehmed, N. What is a startup? <https://www.forbes.com/sites/natalierobehmed/2013/12/16/what-is-a-startup/#591bba504044> (27.03.2019)

Schwienbacher, A., Larralde, B. (2010) Crowdfunding of small entrepreneurial ventures. London: Oxford University Press

Startup Estonia. 2018: Records for the Estonian startup sector, new wave of entrepreneurs in the community. <https://www.startupestonia.ee/blog/2018-records-for-the-estonian-startup-sector-new-wave-of-entrepreneurs-in-the-community> (15.05.2019)

Tallinna Tehnikaülikool. Toetuse saamise võimalused. <https://www.ttu.ee/projektid/mektory-est/ttustartup/toetajad-22/toetuse-saamise-voimalused/> (02.04.2019)

The Business Professor. Funding from friends, family and fools. <https://thebusinessprofessor.com/knowledge-base/funding-from-friends-family-and-fools/> (02.04.2019)

Thiel, P. (2015) Nullist üheni. Tallinn: Äripäev

Vasilescu, L. G. (2009) Business angels: potential financial engines for startu-ups

Vavulski, M. Milleks meile startupid? <https://arileht.delfi.ee/archive/milleks-meile-startupid?id=72642089> (18.03.2019)

Winley, R. Friends, Family...Fools?: Who Will You Get To Fund Your Startup. <https://www.forbes.com/sites/richwinley/2015/08/21/friends-family-fools-who-will-you-get-to-fund-your-startup/#57b5eb033abb> (01.04.2019)

SUMMARY

STARTUP FINANCING SOURCES BY THE EXAMPLE OF ESTONIAN STARTUP BUSINESSES

Author: Oliver Vainokivi

Keywords: startup, business financing, financing sources, startup business.

This thesis is written in Estonian and it consists of 44 pages. It has 3 chapters, 6 figures and 2 addendums. There are 24 different sources.

Startup businesses have become more popular in the world and in Estonia as well. A startup is in theory a sequence of hypotheses, which actual growth potential is difficult to foresee. These are businesses that are very fresh and are often in the cycle of finding new markets and different ways to grow. It is essential to be able to show your potential and growth possibilities to get funding for a business, but often startups don't have all of that. It is difficult to get funding for any kind of business, but startups, with their innovative and never before used business plans, unexperienced teams and risky visions, find themselves in even more tough situations.

The main objective for this thesis is to find out what kind of financing sources do startups use in different lifecycles and what has been their experience in search of a financing source by the example of startups covered by this research. To reach the desired goal, the author has compiled three research questions:

- What are main financing sources for Estonian startups in their early lifecycles?
- What are main financing sources for Estonian startups in their later lifecycles?
- What are the main difficulties while trying to acquire a financing source for your business?

The author used half-structured interviews with 6 startup founders and 3 business investors to find out, analyze and cover their arguments about Estonian startup funding based on their experiences. Using the gathered information, the author composed an analytical summary about the interviews and based on the experiences and recommendations gathered from the interviewees, formulated recommendations for startup businesses on how to more easily get funding for their company.

This thesis gives a better overview of Estonian startup businesses' financing sources and their founders' and managers' experience in that field.

The thesis is divided into three major sections:

- theoretical part;
- methodological part;
- empirical part.

As a result of the research, the most important subjects and recommendations about startup financing sources and financing all together are brought out. Suggestions to make the financing process easier for startup founders were made.

LISA 1 INVESTEERIJATELE ESITATUD KÜSIMUSTIKU KAVA

Milliste idufirmadega olete Te hetkel seotud?

Kuidas defineeriksite või kirjeldaksite startup ettevõtet?

Kuidas hindaksite startup ettevõtete rolli Eesti majanduses?

Millised on teie arvates levinumad idufirmade rahastamisallikad ettevõtte tegevuse alguses

Milliseid meetmeid kasutades idufirma ideed “müüakse” ehk kuidas tõestatakse enda rahastamist väärt olekut?

Mis on teie arvates põhilised põhjused, miks rahastusest ilma jäädakse?

Mida eeldatakse ja nõutakse finantseerimist pakkudes?

Millised on levinumad idufirmade rahastamisallikad ettevõtte edasistes arenguetappides?

Kas idufirma edasistes arenguetappides on lihtsam leida finantseerimismeetodeid ning miks see nii Teie arvates on?

Mida eeldatakse ja nõutakse finantseerimist pakkudes edasistes idufirma arenguetappides?

Mis on teie arvamus idufirma alustamisest Eestis võrreldes mõne teise riigiga (kui omate kogemust) (võrreldes riiklike toetusmeetmeid, sanktsioone, regulatsioone jne.)?

Kas Teie arvates on Eestis piisavalt idufirmadele rahastust pakkuvaid asutusi/inimesi?

(Pärast intervjuu kava läbimist arutati intervjuueeritavaga erinevate rahastamisallikate eripäradest ning paluti välja tuua intervjuueeritava kogemusele

tuginedes tema soovitud ja nõuanded alustavatele idufirmadele rahastuse hankimisel ning lahendusi levinumatele probleemidele, mida ettevõtted tegevuse alguses kogevad)

LISA 2 IDUFIRMA JUHTIDELE ESITATUD KÜSIMUSTIKU KAVA

Kuidas defineeriksite või kirjeldaksite startup ettevõtet?

Kuidas hindaksite startup ettevõtete rolli Eesti majanduses?

Millised olid teie ettevõtte rahastamisallikad ettevõtte tegevuse alguses?

Milliseid meetmeid kasutades teie idufirma ideed “müüsite” ehk kuidas tõestasite enda rahastamist väärt olekut?

Mis olid põhilised raskused ettevõtte tegevuses selle algusetapis?

Mis on teie arvates põhilised põhjused, miks rahastusest ilma jäädakse?

Mida teilt eeldatati ja nõuti finantseerimist pakkudes?

Millised on olnud teie ettevõtte rahastamisallikad ettevõtte edasistes arenguetappides?

Kas idufirma edasistes arenguetappides on lihtsam leida finantseerimismeetodeid ning miks see nii Teie arvates on?

Mida eeldati ja nõuti finantseerimist pakkudes edasistes ettevõtte arenguetappides?

Mis on teie arvamus idufirma alustamisest Eestis võrreldes mõne teise riigiga (kui omate kogemust) (võrreldes riiklike toetusmeetmeid, sanktsioone, regulatsioone jne.)?

Kas Teie arvates on Eestis piisavalt idufirmadele rahastust pakkuvaid asutusi/inimesi?

(Pärast intervjuu kava läbimist arutati intervjuueeritavaga erinevate rahastamisallikate eripäradest ning paluti välja tuua intervjuueeritava kogemusele tuginedes tema soovitusel ja nõuanded alustavatele idufirmadele rahastuse

hankimisel ning lahendusi levinumatele probleemidele, mida ettevõtted tegevuse alguses kogevad)