

POZITĪVA SATURA UN PAKALPOJUMU FINANSĒŠANAS ESOŠĀS METODES

Finansēšanas koncepciju tabula sniedz pārskatu par esošajām finansēšanas iespējām, skaidro, kā tās darbojas, izceļ priekšrocības un trūkumus, kā arī sniedz padomu, kā tās sekmīgi izmantot.

Tā paredzēta, lai

+ palīdzētu izprast, ko šīs kategorijas var sniegt visu veidu producentiem un pakalpojumu nodrošinātājiem, kā tās var viņiem palīdzēt, kā arī

+ liecina, ka katrai koncepcijai ir priekšrocības un trūkumi, kuri ir rūpīgi jālidzsvaro.

FINANSĒŠANAS METODE	IZKLĀSTS	PIEMĒRI	PRIEKŠROCĪBAS	TRŪKUMI	ĪPAŠS PADOMS
Publiskais finansējums	<ul style="list-style-type: none"><li>Finansējums no publiskiem naudas līdzekļiem: piešķirumi, projekta finansējums, publiskāsiestādes ir pakalpojumu nodrošinātāji, u.c.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Publiskais apraidītājs</li><li>Valdība/ministrijas</li><li>Publiskais sektors</li><li>Publiskā finansējuma programma</li><li>Subsīdijas</li><li>Stipendijas"</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Finansējuma drošība</li><li>Pozitīva reputācija un uzticība</li><li>Nepārtrauktība</li><li>Tīkls un saskaņotība</li><li>Plaša auditorija</li><li>Nekomerciāls uzdevums</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Ierobežots finansējums</li><li>Ierobežojumi</li><li>Bieži nav pilnīga finansējuma (tiek finansētas tikai daļas)</li><li>Publiskā finansējuma programmas ar sarežģītām procedūrām/barjerām</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Publiskā finansējuma iespējas pastāv vairākos līmeņos: Eiropas, valsts, federālo zemju vai reģionālo valdību, pašvaldību līmenī</li><li>Meklējiet visos līmeņos un varbūt pat kombinējiet dažādus veidus.</li></ul>
Reklāma	<ul style="list-style-type: none"><li>Ļauj reklamēt tieši saturu/pakalpojumus</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Reklāmas reklāmjoslu, taisnstūru, uznirstošu elementu, reklāmas video sižetu u.c. veidā.</li><li>Spēlē vai lietotnē integrēta reklāma</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Var būt efektīvs naudas pelnīšanas veids, lai investētu projektā</li><li>Ērti iespējams izveidot vienkāršu reklāmu tiešsaistē</li><li>Iespējams sasniegt plašu mērķauditoriju</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Nedrošība: potenciāli kaitnieciskas ārējās saites/mērķa vietas</li><li>Sarežģīti kontrolēt</li><li>Negatīva reputācija</li><li>Daži veidi var traucēt un kaitināt lietotājus</li><li>Nav vienkārši pielāgot citiem partneriem, it īpaši publiskajām personām</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Reklāma jāievieš uzmanīgi. Jāpieņem pozitīvā satura un pakalpojumu tiešsaistes reklāmas robežas, kā arī kompleksa uzraudzība.</li></ul> <p>→ Skatiet arī POSCON kritērijus pozitīvā satura un pakalpojumu komercelementiem (reklāma, sponsorēšana, iepirkšanās tiešsaistē u.c.)</p>
Sponsorēšana	<ul style="list-style-type: none"><li>Līdzīgi reklāmai</li><li>Atbalsts zīmolam/uzņēmumam un investīciju ieguldīšana projektā, redzamības iegūšana</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Visa satura/pakalpojuma sponsorēšana vai investīciju ieguldīšana vai tikai daļas (konkrētā projektā, pasākumā, u.c.)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Iespēja īstenot vairāk sava projekta robežās</li><li>Iespēja sadarboties un darboties tīklā</li><li>Lielāka publicitāte: lielāka izplatība un ievērojamība ar sponsora starpniecību</li><li>Atvieglājumi zīmoliem (pozitīva reputācija, nodokļu atlaides)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Grūti atrast</li><li>Var būt sarežģīti pieņemt lēmumu par sponsoru: zīmola vēsture/reputācija, morāles aspekti</li><li>Nav ilglaicīgas stabilitātes</li><li>Iespējama sponsora ietekme</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Sponsori var būt arī publiskās iestādes</li><li>Daudzos komercuzņēmumos ir ieviestas uzņēmuma sociālās atbildības (USA) programmas, uz kurām iespējams atsaukties</li><li>Sponsoriem ne vienmēr jādarbojas ciešā saiknē ar projekta uzdevumiem</li><li>Vienlaikus var vērsties pie vairākiem sponsoriem</li></ul> <p>→ Skatiet arī POSCON kritērijus pozitīvā satura un pakalpojumu komercelementiem (reklāma, sponsorēšana, iepirkšanās tiešsaistē u.c.)</p>
Uzņēmums	<ul style="list-style-type: none"><li>Uzņēmumi savas lietpratības robežās īsteno pašu pozitīvo saturu/pakalpojumus bērniem</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Komercuzņēmumi</li><li>Privātie apraidītāji</li><li>Izdevniecības</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Vērsti uz savu lietpratību, pieredzējuši</li><li>Interese satura veidošanā savai mērķa grupai</li><li>Atbalsts, ko sniedz uzņēmuma panākumi (resursi, publicitāte, reputācija)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Populāra salīdzinājums ar pozitīvu: jābūt komerciāli sekmīgam</li><li>Projekta spēkā esamība ir atkarīga no uzņēmuma komercpanākumiem</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Esiet cik iespējams caurskatāmi saistībā ar komercdarbību un personu, kura īsteno saturu/pakalpojumu.</li></ul> <p>→ Skatiet arī POSCON kritērijus pozitīvā satura un pakalpojumu komercelementiem (reklāma, sponsorēšana, iepirkšanās tiešsaistē u.c.)</p>
Maksas saturs	<ul style="list-style-type: none"><li>Maksājumi/maksas</li><li>Dalības maksa/maksa par kontu</li><li>Bezmaksas minimuma modeļi</li><li>Veikals tiešsaistē</li><li>Pirkumi ar lietotnes starpniecību</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Maksas lietotnes (lejupielādes maksa)</li><li>Kompleksās platformas/spēles tiešsaistē</li><li>Tirdzniecība</li><li>Bezmaksas/vienkāršotas versijas ar maksas funkciju/uzlabošanas iespēju</li><li>Pirkumi ar lietotnes starpniecību</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Atpelna izgatavošanas izmaksas un sniedz peļņas iespēju</li><li>Stabila un ilglaicīga finansēšanas iespēja</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Bērnu un vecāku dusmas un neizpratne, ja izmaksas rodas negaidīti vai pat slepeni</li><li>Jāpārvar negatīva reputācija (agresīva taktika, necaurskatāmas metodes)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Esiet cik iespējams caurskatāmi saistībā ar maksājumiem/maksām/iegādes iespējām, kas attiecas uz jūsu saturu/pakalpojumu. Iespējams, maksas prasīšana par lielisku saturu ir ļoti pamatota, bet par to jāinformē ļoti caurskatāmā veidā.</li></ul> <p>→ Skatiet arī POSCON kritērijus pozitīvā satura un pakalpojumu komercelementiem (reklāma, sponsorēšana, iepirkšanās tiešsaistē u.c.)</p>
Kolektīvi resursi/kolektīva finansēšana	<ul style="list-style-type: none"><li>Naudas līdzekļu piesaistīšana no tiešsaistes kopienas/publikas, izmantojot tiešsaistes ziedojumu platformas</li><li>UN/VAI</li><li>Dalīšanās pieredzē un lietpratībā (brīvprātīgo darbībā) saistībā ar projektiem</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Projektu vai to daļu finansēšana no publikas ziedojumiem ar speciāli paredzētu platformu, tādu kā kickstarter, betterplace, startnext, indiegogo, u.c. starpniecību.</li><li>Projektu īstenošana, piesaistot brīvprātīgā darbā ekspertus noteiktās jomās, tādās kā dizains, programmēšana, mācīšana, sabiedriskās attiecības u.c.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Iesaistīt noteiktas mērķa grupas, tādas kā vecāki</li><li>Izdevumu nav, līdz ir sasniegts finansēšanas mērķis</li><li>Iespējams piesaistīt konkrētu naudas summu, kāda nepieciešama</li><li>Augsts brīvprātīgo motivācijas un intereses līmenis</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Projekta sekmīgums nav paredzams</li><li>Nav stabilitātes saistībā ar ilgtermiņa projektiem</li><li>Grūti vadīt dažādus brīvprātīgos</li><li>Projekta vajadzības ne vienmēr ir apmierināmas</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Tiešsaistes kolektīvās finansēšanas platformas darbojas ar atbildības mehānismiem: ziedotāji un donori saņem pretī kaut ko īpašu (iepriekšēja pārskata iespēju, ielūgumu uz pusdienu pasākumu, aktīvu lomu izstrādes procesā, u.c.). Tas pats attiecas uz brīvprātīgajiem un lietpratējiem, kuri iegulda savu lietpratību un centienus. Padomājiet par uzmanību saviem ziedotājiem, rakstot ieteikuma vēstules vai izsniedzot sertifikātus (it īpaši studentiem).</li></ul>
Bezpeļņas piesaiste	<ul style="list-style-type: none"><li>Bezpeļņas iniciatīvas, fondi</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Biedru (piem., uzņēmumu) izveidotas asociācijas</li><li>Fondu finansēti projekti</li><li>Finansējums ziedojumu veidā</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Nekomerciāli mērķi</li><li>Uzticamība, pozitīva reputācija</li><li>Galvenais uzmanības lokā - augsta kvalitāte</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Atkarība no ārējā finansējuma saglabāšanas: no uzņēmumiem, piešķirumiem, fondiem</li><li>Bez dalības peļņu nesošās darbībās/komercpartneru finansēšanas metodēs</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Plašs iespējamo finansēšanas partneru loks: gan publiskais, gan privātais sektors, iespējami arī sponsori un ziedojumi</li><li>Daudzos uzņēmumos ir spēkā uzņēmuma sociālās atbildības (USA) programmas, kuras varētu piesaistīt.</li><li>Partneriem/biedriem jāstrādā, ievērojot projekta uzdevumus.</li></ul>
Privātpersonu iesaiste	<ul style="list-style-type: none"><li>Privātpersona/privātuzņēmums realizē projektu patstāvīgi, bez ārējā finansējuma</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Emuāri, lietotnes, spēles tiešsaistē</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Ļoti liela brīvība lēmumu pieņemšanā, nav piesaistes partneriem</li><li>Noteicošais faktors ir degsme</li><li>Augsta kvalitāte un pozitīvi rezultāti</li><li>Attīstības iespēja plašai publikai</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Uz personīgo motivāciju un iesaisti balstīta stabilitāte.</li><li>Laika un resursu pārvaldība.</li><li>Vajadzība pēc partneriem un resursiem projekta paplašināšanās gadījumā</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Ideju iespējams īstenot pakāpeniski ar ierobežotiem resursiem, mācoties darba gaitā, izmantojot bezmaksas programmatūru un rīkus. Projektam paplašinoties, tam var pievienoties jauni partneri ar savu pieredzi vai finansējumu.</li></ul>