

КРАУДФАНДИНГ ТА КРАУДІНВЕСТИНГ ЯК НОВІ БІЗНЕС-ПРОЦЕСИ У ФІНАНСОВІЙ ЕКОНОМІЦІ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У роботі проаналізовано сутність краудфандингу та краудінвестингу як сучасних інструментів альтернативного фінансування. Розглянуто їхні моделі та відмінності у структурі бізнес-процесів. Особливу увагу приділено економічним перевагам та ризикам кожного механізму в сучасній фінансовій економіці.

Ключові слова: краудфандинг, краудінвестинг, альтернативне фінансування, інвестиційна модель, бізнес-процес.

Abstract

The article examines the essence of crowdfunding and crowdfinancing as modern tools of alternative financing. It outlines their core models and highlights the differences in their business process structures. Particular attention is given to the economic advantages and risks associated with each mechanism within today's financial economy.

Keywords: crowdfunding, crowdfinancing, alternative financing, investment model, business process.

Вступ

У теперішніх умовах цифрової трансформації економіки спостерігається динамічний розвиток альтернативних методів залучення капіталу, серед яких особливе місце посідають краудфандинг та краудінвестинг. Ці механізми формують нову архітектуру фінансових бізнес-процесів, забезпечуючи прямий зв'язок між авторами проєктів і широким колом потенційних спонсорів чи інвесторів без участі фінансових посередників.

Актуальність дослідження зумовлена кількома чинниками. По-перше, малі підприємства та стартапи часто стикаються з обмеженим доступом до банківського кредитування або венчурних інвестицій через високі вимоги та бюрократичні процедури. Краудфандингові та краудінвестингові платформи надають альтернативні канали фінансування, демократизуючи доступ до капіталу. По-друге, недостатнє правове регулювання цих інструментів в Україні та інформаційні ризики, пов'язані з асиметрією даних між організаторами проєктів та їхніми підтримувачами, актуалізують потребу у комплексному аналізі економічної ефективності та безпеки таких бізнес-процесів.

Метою цієї роботи є аналіз економічної сутності краудфандингу та краудінвестингу як інноваційних бізнес-процесів у фінансовій економіці, виявити їхні особливості, переваги та ризики.

Результати дослідження

З огляду на воєнні події та пов'язану з ними економічну нестабільність в Україні, традиційні канали залучення капіталу не можуть забезпечити малий та середній бізнес достатнім обсягом інвестиційних ресурсів. Це обумовлює зростання інтересу до альтернативних фінансових інструментів, серед яких провідну роль відіграють краудфандинг і краудінвестинг.

Краудфандинг (від англ. «crowd» і «funding» – «фінансування громадою») – це процес залучення коштів від великої кількості людей, зазвичай через інтернет-платформи, для реалізації конкретних проєктів, ініціатив або підприємницьких ідей [1]. Основними моделями краудфандингу є:

- моделі на основі пожертв;
- винагороди;
- кредитування;
- акціонерного капіталу.

Краудфандинг на основі пожертв передбачає фінансування, у якому люди роблять добровільні внески без очікування матеріальної вигоди. Донори (суб'єкти краудфандингу) підтримують соціальні чи творчі ініціативи, інколи отримуючи лише символічну подяку. Ризики для обох сторін мінімальні.

При краудфандингу на основі винагороди, спонсори отримують нематеріальні чи продуктні винагороди (наприклад, ранній доступ чи подарунок). Підприємці фактично тестують попит через попередні замовлення. Існує середній ризик невиконання обіцяної винагороди.

Краудфандинг на основі кредитування – спонсори надають кошти як позику, розраховуючи на їх повернення з відсотками. Модель ґрунтується на одноранговому кредитуванні та має значну частку ринку. Головний ризик — неповернення позики.

На основі акціонерного капіталу краудфандинг являє собою вкладання коштів інвесторами в обмін на частку бізнесу. Модель пов'язана з регулюванням ринку цінних паперів і потребує юридичної перевірки. Дозволяє залучати значні суми капіталу, але є ризиковою [2, с. 17-19].

Краудінвестинг – більш складна форма колективного фінансування, за якої учасники інвестують кошти в обмін на частку в капіталі компанії або боргові зобов'язання з очікуванням фінансового прибутку. Основні три базові види краудінвестингу:

- роялті – належить до нефінансових форм винагороди. Інвестор, окрім певних бонусів у вигляді продукту чи послуги, створених у межах проєкту, отримує також частину прибутку від його діяльності. Такий підхід часто застосовується, наприклад, у фінансуванні музичних чи творчих ініціатив.
- народне кредитування (краудлендінг) – передбачає надання позики засновнику стартапу для реалізації або розвитку ідеї. Цей тип інвестування вирізняється чітко сформованим графіком повернення вкладених коштів та визначеними умовами угоди;
- акціонерний краудінвестинг – вважається найрозвиненішою формою краудфандингу. Його особливість полягає у використанні спеціалізованої онлайн-платформи як посередника, а інвестор замість роялті отримує частку у власності компанії. Це може включати володіння акціями, право голосу на зборах акціонерів та можливість отримувати дивіденди [3].

Ключова відмінність між краудфандингом і краудінвестингом полягає у характері взаємовідносин: краудфандинг зорієнтований на підтримку ідеї з отриманням нематеріальної або символічної вигоди, тоді як краудінвестинг передбачає фінансові зобов'язання та прибутковість. Обидва механізми інтегруються у сучасну фінансову систему як альтернатива традиційним інструментам.

Враховуючи концептуальні відмінності між краудфандингом і краудінвестингом, їх реалізація передбачає різні підходи до організації процесів. У краудфандингу ці процеси спрямовані на підготовку, просування та ефективне забезпечення виконання кампанії. На початковому етапі формується концепція, визначається ціннісна пропозиція та обирається стратегія просування. Важливою складовою є планування винагород для спонсорів і розробка бюджету, який включає витрати на маркетинг, логістику, виготовлення продукції та створення презентаційної сторінки проєкту.

Маркетинг займає центральне місце в успішній реалізації краудфандингової ініціативи. Результат залежить від того, наскільки добре вдасться привернути увагу потрібної аудиторії. Для цього використовують соцмережі, співпрацю з партнерами, підтримку медіа та якісний контент. Сюди ж належать процеси комунікації зі спонсорами — регулярне інформування про перебіг кампанії, надання прозорої звітності та підтримка зворотного зв'язку, що сприяє зростанню довіри [4].

Економічна ефективність краудфандингу полягає в тому, що він дозволяє зрозуміти, чи є попит на продукт, не вкладаючи великі кошти на початку. Крім того, такий підхід допомагає залучити перших користувачів ще до запуску проєкту. Водночас цей механізм пов'язаний із певними ризиками: невиконанням зобов'язань, затримками у доставці продуктів та репутаційними втратами у разі невдалого управління процесами виконання.

Краудінвестинг має складнішу структуру, оскільки пов'язаний із фінансами та юридичними вимогами. На першому етапі формується інвестиційна пропозиція, яка включає бізнес-план, фінансові прогнози, аналіз ринку та оцінку ризиків. Платформи зазвичай перевіряють подані проєкти, щоб переконатися, що вони відповідають вимогам законодавства, є надійними та цікавими для інвесторів.

Далі відбувається укладання угод між компанією та інвесторами. Це включає підписання електронних договорів, підтвердження прав власності, реєстрацію інвестицій і проведення оплат. Якщо модель передбачає продаж часток, інвесторам розподіляють акції чи частини бізнесу. У разі боргового фінансування компанія випускає позикові інструменти з фіксованою або змінною процентною ставкою [5].

Для більш чіткого розмежування цих двох підходів до фінансування доцільно проаналізувати їхні ключові характеристики у порівняльному форматі (таб. 1).

Таблиця 1 - Порівняльний аналіз економічної ефективності краудфандингу та краудінвестингу

Критерій	Краудфандинг	Краудінвестинг
Стратегічна мета	Перевірка життєздатності ідей; створення першого попиту; запуск продукту при мінімальних витратах	Отримання масштабних інвестицій для росту, розширення ринку або модернізації бізнесу
Тип винагороди	Готовий продукт, бонуси, мерч, нематеріальна підтримка, участь у спільноті проєкту	Частка власності, корпоративні права, дивіденди, відсотки за борговими інструментами
Джерело фінансування	Широка аудиторія прихильників із низькими порогами входу	Професійні та приватні інвестори, венчурні фонди, бізнес-ангели
Ризики сторін	Спонсори практично не ризикують; основні ризики — операційні та репутаційні для ініціатора	Високі фінансові ризики для інвесторів та підприємця; залежність від ринкових показників
Юридична складність	Низька: потребує мінімального документального оформлення	Висока: регулювання ринку цінних паперів, договори, звітність, перевірка проєкту
Маркетингові вимоги	Високі: успіх залежить від уваги аудиторії та якості просування	Помірні: маркетинг важливий, але ключовими є фінансові показники проєкту
Фінансова відповідальність	Винагороди носять нефінансовий характер, зобов'язання обмежені видачею продукту	Підприємство зобов'язане виконувати інвестиційні угоди, виплачувати доходи
Економічна доцільність	Доступний спосіб запустити проєкт з низьким бюджетом і протестувати попит	Ефективний механізм залучення значного капіталу та розвитку стабільного бізнесу

Таким чином, аналіз демонструє, що краудфандинг і краудінвестинг виконують різні економічні функції та орієнтовані на різні етапи розвитку бізнесу. Разом вони формують гнучку систему альтернативного фінансування, здатну підтримати як ранні стартапи, так і проєкти, що прагнуть масштабування.

Висновки

Краудфандинг і краудінвестинг зміцнюють позиції як доступні способи отримання фінансування та підтримки розвитку проєктів. Вони дають можливість бізнесу залучати ресурси без традиційних посередників і швидше виходити на ринок. Водночас залишаються невирішені питання правового регулювання, прозорості та захисту інвесторів, які потребують подальшої уваги.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Теслюк, С., Матвійчук, Н., & Демчук, Н. (2022). Краудфандинг як сучасний спосіб фінансування: проблеми та перспективи його розвитку в Україні. *Економіка та суспільство*, (37). URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-37-16> (дата звернення: 02.11.2025).
2. Хомич О. Р. Система прогнозування результатів виконання проєктів на платформі Kickstarter : бакалаврська робота. — Київ : Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського», 2021. — 138 с.
3. Богашко О. Л., Інституційний розвиток ринку краудінвестингу як сучасного інструменту фінансової підтримки малого і середнього інноваційного підприємництва. Фінансові аспекти розвитку економіки України: теорія, методологія, практика. 2021. С. 109–110. URL: <https://fbss.khmnmu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/9/2-51.pdf> (дата звернення: 12.11.2025).
4. Руц Л. Л., Процес краудфандингу як інновація у сфері фінансування проєктів. Сталий розвиток економіки. 2018. № 3. С. 140–143. URL: <https://api.dspace.wunu.edu.ua/api/core/bitstreams/92ecc8f0-2fa7-4cc1-be4e-b2ffd6c50622/content> (дата звернення: 15.11.2025).
5. Мякишевська О. М., Інновації в девелопменті нерухомості: потенціал краудінвестингу для залучення інвестицій. Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок. 2025. URL: <https://doi.org/10.5281/zenodo.15611273> (дата звернення: 17.11.2025).

Василина Анастасія Василівна – студентка групи 2БС-226, факультет інформаційних технологій та комп'ютерної інженерії, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: nstvsln@gmail.com.

Адлер Оксана Олександрівна – кандидат технічних наук, доцент кафедри економіки підприємства та виробничого менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: oksana_adler1983@ukr.net.

Vasylyna Anastasiia Vasylivna - Faculty of Information Technologies and Computer Engineering, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

Adler Oksana Oleksandrivna – PhD in Technical Science, Associate Professor of the Department of Enterprise Economics and Production Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.