

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2024-328-61>

УДК 330

КОНДРАТ Олександр
ТОВ «АПТТ-ТРЕЙДИНГ ЛТД»
<https://orcid.org/0009-0001-2021-2639>

ЕФЕКТИВНІСТЬ КРАУДФАНДИНГУ ТА КРАУДЛЕНДІНГУ В ЦИФРОВІЙ ЕКОНОМІЦІ: АНАЛІЗ МОДЕЛЕЙ І ЇХ ВПЛИВ НА ФІНАНСУВАННЯ ТА РОЗВИТОК ПРОЄКТІВ

Краудфандинг та краудлендинг відіграють важливу роль у фінансовій підтримці проєктів у цифровій економіці. Вони сприяють розвитку інновацій, залученню громадськості, тестуванню ринкових гіпотез та створенню спільноти прихильників. В результаті дослідження встановлено, що краудфандинг і краудлендинг – це обидва методи залучення фінансування через широкую аудиторію людей, але вони мають різні підходи й цілі. Розглянуто моделі краудфандингу: на основі пожертвувань (люди вкладають гроші без очікування віддачі або винагороди, просто підтримуючи ідею чи проєкт), заснований на винагородах (люди вкладають гроші в проєкт і отримують винагороду, таку як продукт або послуга, в майбутньому), як спосіб погашення боргу за стартап (застосовується, якщо є необхідність виплатити борг із традиційних джерел). Досліджено процес роботи краудфандингу на основі винагород (проведення дослідження, ознайомлення з умовами, налаштування кампанії, реклама кампанії, підтримка контактів зі спонсорами, отримання винагороди). Розглянуто варіанти використання краудфандингу для погашення боргу. Досліджено розвиток ринку краудфандингу. Розглянуто методи функціонування краудфандингових майданчиків. Проведено характеристику моделей краудлендингу: мікрокредитування (надання малих кредитів індивідам або малим підприємствам), позички між людьми (P2P) (приватні особи надають кредити одне одному без посередництва банків), фінансування проєктів (люди надають фінансову підтримку проєктам або бізнесам). Розглянуто принцип роботи краудлендингу, переваги та недоліки. Досліджено динаміку ринку краудлендингу. Розглянуто способи роботи краудлендингових майданчиків. Вивчено переваги та недоліки краудфандингу та краудлендингу для малого та середнього бізнесу перед традиційним банківським кредитуванням. Ці дві концепції (краудфандинг та краудлендинг) можуть перетинатися, іноді навіть використовується комбінація різних моделей для досягнення фінансових цілей. Визначено, що у майбутньому ці інструменти продовжуватимуть динамічно розвиватися і значно впливати на економічний розвиток.

Ключові слова: краудфандинг, краудлендинг, мікрокредитування, позички між людьми, цифрова економіка, краудфандингові та краудлендингові майданчики.

KONDRAT Oleksandr
"APTT-TRADING LTD" LLC

EFFECTIVENESS OF CROWDFUNDING AND CROWDLENDING IN THE DIGITAL ECONOMY: ANALYSIS OF MODELS AND THEIR IMPACT ON PROJECT FINANCING AND DEVELOPMENT

Crowdfunding and crowd lending play an important role in the financial support of projects in the digital economy. They foster innovation, engage the public, test market hypotheses, and build a community of supporters. As a result of the study, it was established that crowdfunding and crowd lending are both methods of attracting funding through a wide audience of people, but they have different approaches and goals. Crowdfunding models considered: donation-based (people contribute money without expecting a return or reward, simply supporting an idea or project), reward-based (people contribute money to a project and receive a reward, such as a product or service, in the future), as a method of repayment startup debt (applies if there is a need to pay off debt from traditional sources). The process of reward-based crowdfunding has been studied (research, familiarization with the terms, setting up the campaign, advertising the campaign, maintaining contacts with sponsors, receiving the reward). Options for using crowdfunding for debt repayment are considered. The development of the crowdfunding market was studied. The methods of functioning of crowdfunding sites are considered. Crowd lending models are characterized: microcredit (provision of small loans to individuals or small businesses), loans between people (P2P) (private individuals provide loans to each other without the mediation of banks), project financing (people provide financial support to projects or businesses). The principle of operation of crowd lending, advantages and disadvantages are considered. The dynamics of the crowd lending market were studied. Methods of operation of crowd-lending sites are considered. The advantages and disadvantages of crowdfunding and crowd lending for small and medium-sized businesses compared to traditional bank lending are studied. These two concepts (crowdfunding and crowd lending) can overlap, sometimes even using a combination of different models to achieve financial goals. It was determined that in the future these tools will continue to develop dynamically and significantly influence economic development.

Key words: crowdfunding, crowd lending, microcredit, loans between people, digital economy, crowdfunding and crowd lending platforms.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ

У світі постійних технологічних змін і стрімкого розвитку цифрової економіки, краудфандинг та краудлендинг стають не лише важливими, але й невід'ємними складовими для збору капіталу та фінансової підтримки проєктів. Ці методи залучення фінансування через масову участь стали ключовими для різноманітних суб'єктів, від маленьких стартапів до великих корпорацій, які шукають шляхи для залучення коштів на інноваційні ідеї та проєкти.

Досягнення технологій, таких як Інтернет та соціальні медіа, змінили парадигму фінансового збору, роблячи його більш демократичним та доступним. Коли колишнім підприємцям чи новаторам може бути складно пройти стандартні шляхи отримання кредитів або залучення інвестицій, краудфандинг та краудлендінг відкривають нові можливості.

Для підприємців, краудфандинг стає не лише джерелом фінансування, але й інструментом для залучення уваги, тестування концепцій та взаємодії зі спільнотою. Окрім того, це може бути шляхом для запуску продуктів або послуг на ринок, не маючи значних початкових інвестицій.

Для стартапів, які шукають ресурси для зростання, краудлендінг може виступати як джерело фінансування, що не вимагає віддачі частки компанії або високих відсотків. Це дає можливість залучити капітал без збільшення витрат на емісію акцій чи відсотків по кредитах.

Навіть для великих корпорацій, краудфандинг та краудлендінг можуть бути корисними інструментами для експериментів з новими ідеями чи продуктами, а також для залучення співпраці з клієнтами та створенням відчуття спільноти навколо їхнього бренду.

АНАЛІЗ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

і вчені. Єлісеєва Л.В. [5] конкретизувала причини виникнення, форми, бізнес-моделі краудфандингу. Шевченко О.М., Казак О.О. [11] проаналізували наукові погляди з приводу сутності краудфандингу, уточнили економічну сутність цієї категорії. Зробили акцент на краудфандингу як на інноваційному інструменті фінансування технологічних проєктів цифрової економіки. Волосович С.В. та Василенко А.В. [2] визначили краудфандинг як засіб фінансування простів, який ґрунтується на відкритому заклик до потенційних спонсорів на основі їхнього матеріального чи морального інтересу. Тульчинська С.О., Солосіч О.С. та Голуб М.О. [9] сформулювали класифікаційні ознаки краудфандингу, що враховують поставлену мету та характер винагороди для інвесторів. Тищенко В.В. [8] описав класифікаційні ознаки, характерні для сучасного краудфандингу. Захаркін О.О., Захаркіна Л.С., Похилко С.В. та Крашчак О.С. [6] узагальнили теоретичні аспекти та практичний досвід використання принципів спільного фінансування в Україні та світі. Домбровська С.О. [4] дослідила особливості краудфандингу, краудлендінгу та краудінвестування як альтернативних засобів залучення капіталу у стартап-проєкти. Ушеренко С.В. та Кисіль Т.М. [10] дослідили краудлендінгові інтелектуальні платформи як інноваційні технології фінансування у всіх сегментах фінансових ринків. Паламарчук Т.С. [7] вивчала краудлендінг як метод отримання фінансових ресурсів. Гомотюк А.О. [3] проаналізував основні характерні риси світового ринку альтернативного фінансування, в тому числі за категоріями моделей краудфандингу.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ

Моделі краудфандингу та краудлендінгу вивчали українськ Дослідити вплив моделей краудфандингу та краудлендінгу на збір капіталу та фінансову підтримку проєктів у цифровій економіці.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Зараз особливу популярність як у галузі фінансових, так і соціальних відносин, стала мати неординарна система із залучення ресурсів з метою реалізації свого власного проєкту. Бажаючими скористатися цим механізмом є винахідники, програмісти, музиканти або люди, які просто потребують фінансової підтримки для здійснення власних бажань або ідеї. Передумовою виникнення даної системи, безумовно, є активний розвиток інформаційного простору, технологій, і насамперед всесвітньої мережі Інтернет. Поява попиту та технічні можливості породили перспективний спосіб фінансування та надання матеріальної допомоги різнопрофільним проєктам, який називається краудфандингом.

Краудфандинг на основі пожертвувань – це форма онлайн-збору коштів, яка дозволяє окремим особам, групам чи організаціям збирати пожертвування від великої кількості людей для певної справи чи проєкту. На відміну від інших типів краудфандингу, таких як акціонерний капітал або винагорода, краудфандинг на основі пожертвувань не пропонує донорам будь-якої фінансової чи матеріальної вигоди, за винятком почуття задоволення та подяки. Краудфандинг на основі пожертвувань є потужним інструментом соціальних змін, оскільки він може: дозволити людям підтримувати ті справи, які їм не байдужі, мобілізувати ресурси соціального впливу, підвищувати обізнаність та участь у соціальних справах.

Краудфандинг на основі пожертвувань дозволяє людям робити свій внесок у вирішення важливих для них соціальних проблем, будь-то захист навколишнього середовища, права людини, освіта, охорона здоров'я або будь-яка інша причина. Роблячи пожертвування, люди можуть висловити свої цінності, переконання та захоплення, а також відчути себе більш пов'язаними зі спільнотами, яким вони допомагають.

Краудфандинг на основі пожертвувань допомагає зібрати кошти для соціальних проєктів, які можуть не отримувати достатньої підтримки з традиційних джерел, таких як уряди, фонди або корпорації. Використовуючи колективну щедрість натовпу, краудфандинг на основі пожертвувань може надати життєво важливі ресурси для соціальних новаторів, активістів та перетворювачів, які працюють над створенням позитивних змін у світі.

Краудфандинг на основі пожертвувань також служить платформою для поширення інформації та просвітництва громадськості про соціальні причини та проекти, які потребують уваги та дій. Ділячись своїми історіями, цілями та наслідками, краудфандингові кампанії на основі пожертвувань надихають та мотивують більше людей приєднатися до руху та стати частиною рішення.

Краудфандинг, заснований на винагородах, – це тип краудфандингу, який дозволяє людям збирати гроші для проекту або підприємства, пропонуючи винагороди прихильникам. Прихильники, як правило, є людьми, які вносять гроші в проєкт в обмін на винагороду, яка може бути будь-чим, від записки подяки до продукту або послуги, пов'язаної з проєктом.

Краудфандинг, заснований на винагородах, є важливим інструментом для підприємців та малого бізнесу, тому що він дозволяє їм залучати капітал, не відмовляючись від капіталу своєї компанії. Крім того, краудфандинг на основі винагород може бути використаний для перевірки бізнес-ідеї, оцінити інтереси споживачів та створення спільноти прихильників навколо продукту чи послуги.

Хоча краудфандинг, що ґрунтується на винагородах, не без ризиків, це може бути ефективним способом зібрати гроші для широкого спектра проєктів та підприємств. Для підприємців та малих підприємств краудфандинг, що ґрунтується на винагородах, може бути важливим інструментом на ранніх стадіях розробки продукту та перевірки ринку.

Краудфандинг, що ґрунтується на винагородах, – це тип краудфандингу, де окремі особи або підприємства збирають кошти, пропонуючи винагороди прихильникам в обмін на їх підтримку. Найбільш поширеним типом винагороди є попереднє замовлення продукту або послуги, що фінансується, але інші винагороди можуть включати знижки, ексклюзивний доступ або подяку.

Процес краудфандингу на основі винагород починається зі створення сторінки кампанії на краудфандинговій платформі. Ця сторінка включає інформацію про проєкт або бізнес, а також про нагороди, які можуть отримати спонсори. Потім окремі особи чи підприємства просувають свою кампанію за потенційних спонсорів через соціальні мережі, електронну пошту та інші канали.

Коли потенційний прихильник вирішує підтримати кампанію, вони обирають винагороду. Обов'язки зазвичай проводять через кредитну картку або електронний гаманець. Як тільки компанія досягне своєї мети фінансування, кредитну картку або фонди електронного гаманця передаються тому, хто створив кампанію, і вони можуть почати працювати над винагородою.

Якщо кампанія не досягає своєї мети фінансування, всі обіцянки зазвичай повертаються до покровителів. Це один із ризиків краудфандингу на основі винагород, але він також дає стимул для творців кампанії широко просувати їх та підвищувати інтерес до запуску.

Краудфандинг на основі винагород – відмінний спосіб фінансувати новий продукт чи бізнес (рис. 1). Це дозволяє зібрати кошти, не відмовляючись від акціонерного капіталу у компанії, а також надає спосіб викликати інтерес та хвилювання навколо проєкту до його запуску. Крім того, краудфандинг на основі винагород може бути відмінним маркетинговим інструментом, оскільки він дозволяє спілкуватися з потенційними клієнтами та отримувати відгуки про продукт або послугу.



Рис. 1. Використання краудфандингових платформ на основі винагород

Джерело: складено автором за [6, 9, 11]

Краудфандинг може бути надзвичайно ефективним способом погашення боргу за стартап. Це дозволяє збирати гроші у великій кількості людей, часто із відносно невеликими зусиллями. Такий метод може бути застосований, якщо є необхідність виплатити борг із традиційних джерел, таких як банки чи інвестори.

Існує ряд краудфандингових платформ, кожна з яких зі своїми правилами. Важливо провести дослідження, щоб знайти платформу, яка найкраще відповідає потребам. Після вибору платформи, потрібно створити кампанію. Вона буде включати встановлення мети фінансування і надання детальної інформації про стартап і борг, який необхідно погасити. Важливо бути чесним та прозорим у створеній кампанії, оскільки це допоможе зміцнити довіру з потенційними покровителями.

Як тільки кампанія запрацює, важливо просувати її якнайбільше. Це можна зробити за допомогою соціальних мереж, маркетингу електронною поштою та інших онлайн-каналів. Чим більше людей знають про кампанію, тим більша ймовірність досягнення своєї мети фінансування.

У разі успіху, краудфандинг може бути чудовим способом сплатити борг за стартап (рис. 2). Це також допоможе підвищити поінформованість про бізнес та залучити нових клієнтів або інвесторів.



Рис. 2. Питання про використання краудфандингу для погашення боргів для стартапу

Джерело: складено автором за [2, 5, 8]

За даними mordorintelligence [1], розмір ринку краудфандингу оцінюється в 1,5 мільярда доларів США у 2024 році та, як очікується, досягне 3,11 мільярда доларів США до 2029 року, при цьому середньорічний темп зростання становитиме 15,7 % протягом прогнозованого періоду (2024-2029 роки).

Краудфандинг передбачає збирання невеликих сум грошей у невизначеній групі, відомої як натовп. Краудфандингові платформи можуть стати посередниками між донорами та бенефіціарами. Цей посередник може використовувати багато маркетингових методів, щоб вплинути на поведінку потенційного донора. Тому важливо шукати фактори впливу, які використовуються на краудфандингових платформах, таких як платформи соціальних мереж, для збирання коштів.

В останні роки краудфандинг отримав визнання як невикористану та величезну нову можливість для підприємців та стартапів, які стикаються з проблемами в отриманні фінансування традиційними методами. Існує спеціальна краудфандингова платформа для збирання коштів для підтримки стартап-екосистеми. Наприклад, у серпні цього року голландська інвестиційна краудфандингова компанія Symbid була куплена SeedBlink, платформою спільного інвестування для фірм-розробників програмного забезпечення, розташованих у Бухаресті. Розширюючи діяльність венчурних партнерів у Західній Європі, придбання розширить сферу діяльності SeedBlink, оскільки компанія готується консолідувати та розвивати інфраструктуру для інвестування в акції європейських цифрових стартапів на всіх етапах.

За даними Aoga Project, республіканського порталу, який займається краудфандинговими ініціативами та відстежує статистику, поточного року (2023 р.) до кінця травня у стартапи на краудфандингових платформах було інвестовано понад 215 мільйонів доларів США, порівняно з приблизно 200 мільйонами доларів США минулого року. Минулого року краудфандингові програми зібрили загалом 502 мільйони доларів США.

Пізніше цього року підприємці, емітенти та інвестори з усього світу зберуться особисто на другу щорічну конференцію Equity Crowdfunding Week, організовану StartupStarter, платформою бізнес-освіти на запит, яка розпочалася у 2020 році. Захід, на якому демонструються найкреативніші фірми, які залучають приватне фінансування в США, Канаді та за їх межами. Завдяки включенню чорного кольору на блоці (BOTH) цей досвід тепер буде зосереджений на наданні доступу та можливостей аудиторії BOTH, яка бажає залишити слід у світі підприємців та краудфандингу акцій.

Використання кампаній як краудфандингових платформ має вирішальне значення для розширення частки ринку. Зростання поширеності хронічних захворювань серед населення загалом є однією з основних причин, що сприяють розширенню краудфандингу. Більш того, різні гравці по всьому світу почали інвестувати в стартапи та компанії, що ростуть.

У грудні минулого року (2022 р.) Mind Stone, лондонська фірма в галузі освітніх технологій, отримала 1,7 мільйона доларів США в рамках краудфандингової кампанії, перевищивши свою мету з фінансування та ставши однією з наймасштабніших компаній з фінансування освітніх технологій на платформі Seedrs. Крім того, у травні минулого року компанія Zaiser Motors, технологічний піонер у розробці електроциклів, запустила офіційну кампанію Wefunder на підтримку розробки та виробництва свого електричного мотоцикла.

Тепер компанії мають можливість уперше зв'язатися з потенційними інвесторами у всіх країнах-членах Європи. Щоб залучити інвесторів, вони можуть використовувати переказні цінні папери, кредити або фінансові продукти, що нагадують акції корпорацій з обмеженою відповідальністю, щоб заробляти до 5 мільйонів доларів США на рік за допомогою краудсорсингу.

Глобальні фінансові та економічні проблеми завдали шкоди багатьом країнам, через що урядам стало надзвичайно важко задовольнити нагальні потреби місцевого населення. Традиційні джерела фінансування складно мобілізувати в цьому кризовому сценарії, оскільки нестача ліквідності впливає на всіх агентів, включаючи уряд, бізнес, сім'ї та фінансові установи.

У результаті підприємницькому досвіду стало складно зібрати гроші для досягнення своєї мети. Через ці проблеми з отриманням фінансування через традиційні канали збору коштів, краудфандинг став важливим фактором фінансування бізнесу. Ситуація з COVID-19 різко прискорила зростання краудфандингу, і зміни продовжуються і в постпандемічному сценарії.

Краудлендинг, або масове фінансування, є моделлю інвестування, яка стала особливо популярною в останні роки. Вона дозволяє підприємцям та стартапам залучати фінансування, звертаючись до широкої публіки, включаючи фізичних осіб та інституційних інвесторів через онлайн-платформи.

Незважаючи на свою привабливість, краудлендинг часто викликає недовіру та побоювання у потенційних учасників ринку через недостатнє розуміння його механізмів та потенційних ризиків. Однак, ґрунтуючись на даних експертних досліджень, можна стверджувати, що за грамотного підходу та належної оцінки ризиків краудлендинг є перспективною моделлю інвестицій. Це не лише відкриває перед інвесторами додаткові можливості для диверсифікації портфеля, а й сприяє зростанню економічного різноманіття та стимулюванню інновацій на ринку.

Краудлендинг, або колективне кредитування, дає можливість інвестувати кошти у різні проєкти чи бізнеси через спеціалізовані платформи. Інвестори видають позики підприємцям чи стартапам, одержуючи натомість відсотки від вкладених коштів. Такий підхід демократизує інвестиційний ринок, дозволяючи брати участь у ньому широкому колу осіб, які не мають великого капіталу. Це змінює традиційні моделі фінансування, роблячи їх більш доступними та гнучкими. Ключовою особливістю краудлендингу є розподіл ризиків серед багатьох учасників, що знижує потенційні збитки окремого інвестора.

Краудлендинг відкриває інвесторам доступ до різноманітних проєктів, дозволяючи диверсифікувати інвестиційний портфель (мінімізувати ризики). Малі вкладення роблять можливою участь широкого кола осіб, забезпечуючи гнучкість в інвестиційних стратегіях. Також, платформи краудлендингу надають прозору інформацію про проєкти, що сприяє обґрунтованому вибору вкладених коштів та контролю за їх використанням.

Важливо, що краудлендинг має ризики. Хоч він і приваблює простотою входу та можливістю диверсифікації портфеля, не позбавлений ризиків для інвесторів. По-перше, існує небезпека неплатоспроможності позичальників, що може призвести до втрати вкладених коштів. По-друге, як правило, відсутня гарантія повернення інвестицій, як у разі вкладів у банках, під захистом державного страхування. Також важливо враховувати ліквідність інвестицій: вихід із проєкту до його завершення часто ускладнений чи неможливий без втрат. Однак, при ретельному аналізі та розумному підході, краудлендинг може стати цінним елементом інвестиційного портфеля.

У всьому світі банки не люблять малого бізнесу. Тому повсюди розвивається альтернативний банківський варіант фінансування – краудлендинг. За допомогою нього звичайні люди можуть фінансувати компанії без жодних банків, заробляючи на відсотках за позику.

Краудлендингова платформа з'єднує позичальників із кредиторами швидше, ніж будь-який банк. Позичати бізнесу можуть пересічні люди (p2b-кредитування) та інші компанії (b2b-кредитування). Бізнес

може позичати на будь-які цілі, але в Україні найбільш популярні й безпечні цільові позики для вирішення конкретних завдань: участь в тендері, виконання контрактів, закупівля матеріалів.

Краудлендинговий майданчик виступає посередником між кредиторами та позичальниками: він перевіряє останніх, гарантує безпеку угоди та бере собі відсоток. Позичальник затверджує суму кредиту, а інвестор позичає гроші під відсоток. В одну позику можуть вкладатися кілька інвесторів. Замість формальної звітності у краудлендингу аналізують реальні фінансові показники: рух грошей за розрахунковими рахунками, касові приходи, товарообіг компаній. Весь процес повністю проходить онлайн, заявки схвалюються автоматично, термін розгляду заявки – від кількох годин до кількох днів.

Краудлендинговий майданчик оцінює позичальника і саму позику, присвоюючи їм рейтинг. Чим вищий рейтинг, тим надійніша інвестиція. Чим більші ризики, тим більша прибутковість за позику. Краудлендинговий майданчик зацікавлений у поверненні коштів, оскільки ризикує репутацією та заробляє лише на відсотках зі зворотних платежів від позичальників. Рівень дефолту позичальників у краудлендингових платформах зазвичай нижчий, ніж у банків

Головні переваги краудлендингу перед банками: простота подання заявки, швидке рішення та збирання грошей. На відміну від банків, тут можна отримати позику без застави або на стартап.

Краудлендинг вигідний і кредиторам, і позичальникам. Позичальники можуть отримати меншу переплату, а кредитори – вищий відсоток, ніж у банківських вкладах. Крім того, всі позики можна провести онлайн, без походів до банку, зборів документів та пошуку поручителів.

Середня прибутковість інвестицій у краудлендинг – 15-20%. Це набагато вище банківських 5-7% за депозитами. Термін позики – від кількох тижнів до кількох місяців, іноді – до 2 років. За таких умов приватні інвестори готові кредитувати малий бізнес без застав та поручителів.

Краудлендингові майданчики не заморожують свої кошти, їм не треба формувати резерви, тому їм вигідно кредитувати малий бізнес. Бізнесу легко подати заявку, він може швидко отримати гроші, тому йому вигідно брати позику через краудлендинг.

P2P-кредитування – спосіб позичити гроші в Інтернеті, при якому фізособи дають кошти один одному і беруть у позику один в одного, а не в кредитних чи фінансових організаціях. Назву розшифровують та перекладають з англійської двома способами:

- peer to peer – від рівного до рівного (учасники угод одного рангу);
- person to person – від людини до людини.

Система, яку також іноді називають пірінговою, працює через сайти-посередники – P2P-платформи, які заробляють на комісіях за організацію техпроцесів.

Усі позики дають і беруть під високий річний відсоток, але із заниженими вимогами до учасників угод. Якщо є гроші, тут можна позичити їх і заробити на відсотках. А якщо ні – зайняти з більшою ймовірністю, ніж у банку чи мікрофінансовій організації (МФО).

В угодах на P2P-платформах, як правило, беруть участь три сторони: інвестори, позичальники та посередники – компанії, які організують все (рис. 3).



Рис. 3. Принцип роботи краудлендингу

Джерело: складено автором за [4, 7, 10]

Кожен з учасників угоди хоче ефективно збільшити гроші на рахунку. На P2P-сервісах завжди була висока прибутковість за рахунок підвищених річних відсотків на інвестування у позики. Річні ставки змінювалися разом із ключовою, але в середньому вони завжди були мінімум у два рази вищими за ставки НБУ.

Вимоги до позичальників на сайтах для взаємного кредитування схожі на ті, що пред'являють мікрофінансові організації. Позики видають під дуже високі відсотки, але отримати їх набагато простіше, ніж у МФО. А люди у важких фінансових обставинах готові переплачувати. Тому в ідеалі навіть після комісій ресурсу інвестори позик мають залишатися у плюсі. Якщо, звісно, боржники не відмовляються від своїх зобов'язань. І за дотримання інших умов, наприклад, якщо вкладники інвестують відразу максимальну суму і на максимально доступний на майданчику термін. А це не дуже зручно, бо до його закінчення гроші повернути не можна. Але навіть із цими нюансами висока прибутковість виглядає дуже привабливо.

До P2P-позик фізособи найчастіше звертаються тоді, коли все інше не спрацювало: банки та МФО відмовили, забезпечити зобов'язання нічим, поручителі не знайшлися. Справа може бути не лише у фінансовій неспроможності, а й у віці (клієнт надто молодий чи пенсійного віку для банківських кредитів), сумнівних фінансових операціях, у кредитній історії, нестачі у стартапу якихось документів.

Другий аргумент – терміновість. P2P-кредити дистанційні, їх оформляють майже миттєво, на відміну від банківських.

Крім комісій за організацію процесів, майданчики для пірингового кредитування одержують прибуток за додаткові послуги. Наприклад, допомога у стягненні боргів. Якщо позичальник відмовляється платити, більшість P2P-сайтів готові позиватися до нього за клієнта. Робити це їм доводиться регулярно.

Дистанційне взаємне кредитування має свої переваги та недоліки, у кожному пункті одночасно із плюсами для одних криються мінуси для інших:

- угоди на всіх етапах відбуваються віддалено, жодних особистих зустрічей;
- гроші отримати простіше, ніж у банку чи МФО;
- фізичні особи можуть брати участь в угодах з обох сторін нарівні з юридичними;
- для деяких це єдина можливість взяти позику в короткий термін;
- для інвесторів це може стати найприбутковішим вкладенням у портфелі за певного збігу обставин.

Хоча на сайтах і є свої системи скорингу, на відміну від кредитних організацій, позичальників та їх платоспроможність інколи перевіряють недбало. Для тих, хто бере позики, це є плюс. Але для інвесторів великий мінус.

Потенційно високі доходи пов'язані з високими ризиками. Найпоширеніша ситуація – людина чи компанія, якій позичили гроші, збанкрутували, погашати відсотки перестали, а борг залишився. Його стягнення може затягтися на роки, і не факт, що врешті-решт вдасться повернути вкладення.

Якщо трапиться така ситуація, то інвестовані кошти не повернути. Тому що страхування ризиків пропонується далеко не на всіх сайтах. Такий захід безпеки – скоріше виняток, ніж поширена практика.

Ще один мінус – позичальники на гроші інвесторів можна не відразу знайти. А до тих пір на інвестовані кошти відсотки не нараховують, отже, й прибуток вони не приносять. У цьому плані банківські вклади вигідніші. Там відсотки нараховують із моменту відкриття. Відразу можна розрахувати приблизну вигоду на калькуляторі.

За 2023 рік обсяг ринку краудлендінгу зріс у два рази, перевищивши 180 тис. дол. США. Цього року сегмент може зберегти високі темпи зростання. Однак переважно це зростання може бути забезпечене маркетинговими зусиллями компаній. Ринкові чинники свідчать про стримування ринку: висока ключова ставка практично зрівняла прибутковість для інвесторів у сегменті краудлендінгу та менш ризикованих інструментів.

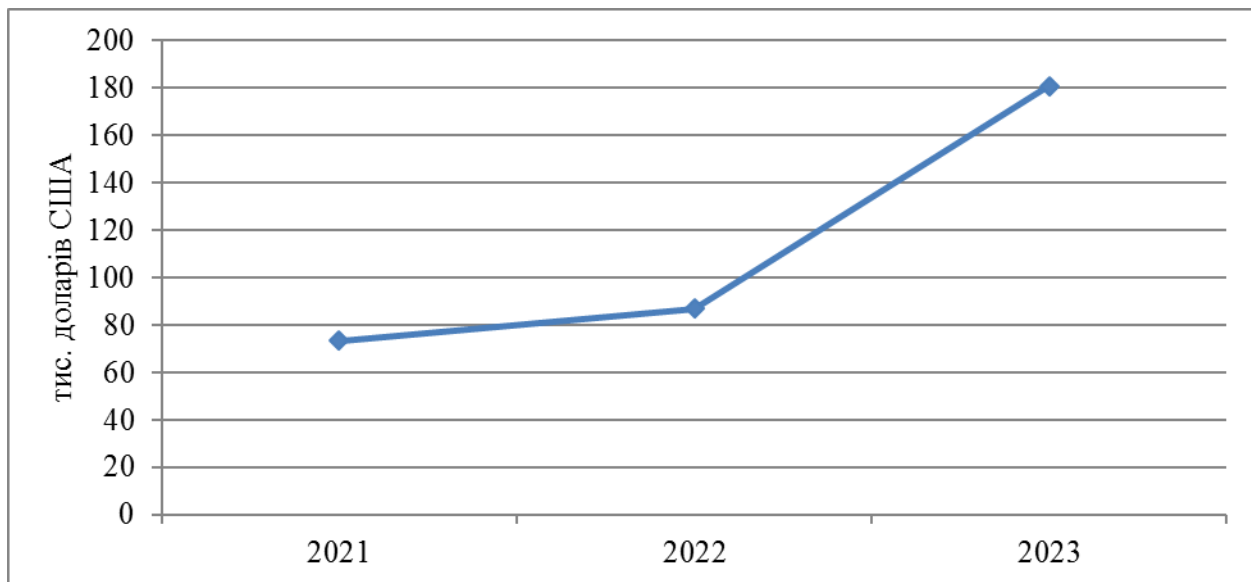


Рис. 4. Динаміка ринку краудлендінгу

Джерело: [6]

За підсумками 2023 року краудлендінгові платформи видали фінансування на загальну суму 180,75 тис. дол. США. Це вдвічі більше, ніж за підсумками 2022 року, за даними майданчика «Мані Френдс» [6]. Загалом за рік було видано майже 11 тис. позик, на 18% більше, ніж роком раніше.

Цифрова економіка відкриває нові можливості для фінансування проєктів, і краудфандінг та краудлендінг стають все більш популярними інструментами для залучення коштів. Краудфандінг – це механізм фінансування проєктів, за якого гроші збираються від великої кількості людей, часто через онлайн-

платформи. Краудлендинг, з іншого боку, є формою фінансування, за якої кошти надаються у вигляді позик, а не як інвестицій.

Вплив краудфандингу та краудлендингу на фінансову підтримку проєктів у цифровій економіці величезний. Ці інструменти не лише надають можливість підприємцям та стартапам отримати необхідне фінансування, а й сприяють розвитку спільноти та створенню мережеских зв'язків.

Однією з ключових переваг краудфандингу та краудлендингу є доступність. Він дозволяє проєктам залучати кошти від широкої аудиторії, незалежно від їхнього географічного розташування. Це сприяє інноваціям та новаторським ідеям, які можуть привернути увагу та підтримку з усього світу.

Крім того, краудфандинг та краудлендинг сприяють залученню громадськості до фінансування проєктів. Люди, які вкладають гроші в проєкти через краудплатформи, часто стають їхніми прихильниками та активно підтримують їхній розвиток. Це створює спільноту однодумців навколо проєкту та сприяє його успішній реалізації. Краудфандинг та краудлендинг можуть бути ефективними інструментами для тестування ринкового попиту на продукт чи послугу. Підприємці можуть використовувати краудплатформи для перевірки інтересу до своєї ідеї та зібрати зворотний зв'язок від потенційних клієнтів до початку виробництва чи розробки.

ВИСНОВКИ З ДАНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМІ

Краудфандинг та краудлендинг відіграють важливу роль у фінансовій підтримці проєктів у цифровій економіці. Ці інноваційні методи залучення фінансування через масову участь відкривають безмежні можливості для підприємців, стартапів та навіть великих корпорацій. Вони стали не лише зручним інструментом збору капіталу, але й каталізатором інновацій, сприяючи розвитку нових ідей та технологій.

Одна з ключових переваг краудфандингу та краудлендингу полягає у їхній здатності залучати громадськість до фінансової підтримки проєктів. Це не лише дозволяє підприємцям отримати необхідні кошти, але й створює зв'язок зі спільнотою прихильників, які підтримують їхню ідею або продукт. Це може виявитися важливим елементом для успіху проєкту в майбутньому, забезпечуючи не лише фінансову, а й моральну підтримку.

Крім того, краудфандинг та краудлендинг допомагають підприємцям тестувати ринкові гіпотези та збирати корисний фідбек від потенційних користувачів чи клієнтів. Це дозволяє покращувати продукт чи послугу до їхнього випуску на ринок, зменшуючи ризик невдачі та забезпечуючи більший успіх.

У майбутньому ці інструменти продовжуватимуть динамічно розвиватися, враховуючи потреби та технологічні можливості, що швидко змінюються. Можна очікувати зростання популярності краудфандингу та краудлендингу в різних галузях, а також появу нових підходів та платформ, спрямованих на полегшення фінансової підтримки та розвиток інновацій.

Краудфандинг та краудлендинг відіграють ключову роль у цифровій економіці, сприяючи розвитку інновацій, залученню громадськості, тестуванню ринкових гіпотез та створенню спільноти прихильників. Їхнє значення та вплив на економічний розвиток лише зростатимуть з плином часу.

Література

1. Аналіз розміру та частки ринку краудфандингу – тенденції зростання та прогнози (2024–2029 рр.). [Електронний ресурс] : Вебсайт Mordor Intelligence. – Режим доступу: <https://www.mordorintelligence.com/ru/industry-reports/crowdfunding-market>
2. Волосович С.В., Василенко А.В. Краудфандинг як інноваційний метод фінансування проєктів / С.В. Волосович, А.В. Василенко // Modern Economics. – 2017. – № 4. – С. 13–19.
3. Гомотюк А.О. Перспективи інноваційного фінансування бізнесу у сучасних глобалізаційних змінах / А.О. Гомотюк // Науковий вісник Ужгородського національного університету. – 2023. – Вип. 47. – С. 17–20.
4. Домбровська С.О. Краудфандинг, краудлендинг, краудінвестинг як альтернатива залучення капіталу в стартапах / С.О. Домбровська // Сучасні тенденції розвитку фінансових та інноваційно-інвестиційних процесів в Україні : матеріали V міжнар. наук.-практ. конф. [Вінниця], 25 лютого 2022 р. Вінниця : ВНТУ. – 2022. – Режим доступу: <https://conferences.vntu.edu.ua/index.php/fiip/fiip2022/paper/viewFile/14635/12378>
5. Єлісеєва Л.В. Експонентний розвиток краудфандингу як інструмент активізації інноваційної діяльності / Л.В. Єлісеєва // Економіка і суспільство. – 2017. – Вип. 8. – С. 3–8.
6. Захаркін О.О., Захаркіна Л.С., Похилко С.В., Крашчак О.С. Розвиток краудфандингу як інноваційного способу фінансування соціальних проєктів / О.О. Захаркін, Л.С. Захаркіна, С.В. Похилко, О.С. Крашчак // Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice. – 2019. – № 2(29). – С. 509–517.
7. Паламарчук Т.С. Краудлендинг, як сучасний метод фінансування бізнесу / Т.С. Паламарчук // Сучасні інструменти управління корпоративними фінансами : зб. матеріалів III Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф., м. Київ, 04.12.2019. Київ : КНЕУ. – 2019. – С. 81–84.

8. Тищенко В.В. Краудфандинг як фінансовий інструмент реалізації інвестиційних проєктів / В.В. Тищенко // Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління. – 2019. – Том 30 (69). – №4. С. – 130–138.
9. Тульчинська С.О., Солосіч О.С., Голуб М.О. Особливості краудфандингу як різновиду інвестування / С.О. Тульчинська, О.С. Солосіч, М.О. Голуб // Сучасні проблеми економіки і підприємництва. – 2017. – №19. – С. 132–140.
10. Ушеренко С.В., Кисіль Т.М. Розвиток краудлендингових інтелектуальних платформ в Україні / С.В. Ушеренко, Т.М. Кисіль // зб. мат. IV Всеукраїнська наук.-практ. інтерн.-конф. [Київ] 18 листопада 2020 р. Київ : КНЕУ. – 2020. – С. 690–694.
11. Шевченко О.М., Казак О.О. Розвиток краудфандингу в умовах цифрової трансформації економіки України / О.М. Шевченко, О.О. Казак // Ефективна економіка. – 2019. – № 3.

References

1. Mordor Intelligence website. Analiz rozmiru ta chastky rynku kraudfandyngu - tendentsii zrostantia ta prohnozy (2024–2029 rr.) [Crowdfunding Market Size and Share Analysis - Growth Trends and Forecasts (2024-2029)]. Available at: <https://www.mordorintelligence.com/ru/industry-reports/crowdfunding-market>
2. Volosovych S.V., Vasylenko A.V. (2017) Kraudfandyng yak innovatsiinyi metod finansuvannia proektiv [Crowdfunding as an innovative method of financing projects]. *Modern Economics*, No 4, pp. 13–19.
3. Homotiuk A.O. (2023) Perspektyvy innovatsiynoho finansuvannia biznesu u suchasnykh hlobalizatsiynykh zminakh [Prospects of innovative business financing in modern globalization changes]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu – Scientific Bulletin of the Uzhhorod National University*, Vol. 47, pp. 17–20.
4. Dombrovska S.O. (2022) Kraudfandyng, kraudlendynh, kraudinvestynh yak alternatyva zaluchennia kapitalu v startapy [Crowdfunding, crowdlending, crowdinvesting as an alternative to raising capital in startups]. *Suchasni tendentsii rozvytku finansovykh ta innovatsiino-investytsiynykh protsesiv v Ukraini: materialy V mizhnar. nauk.-prakt. konf.* (February 25, 2022). Vinnytsia: VNTU. Available at: <https://conferences.vntu.edu.ua/index.php/fiip/fiip2022/paper/viewFile/14635/12378>
5. Yeliseieva L.V. (2017) Eksponentnyi rozvytok kraudfandyngu yak instrument aktyvizatsii innovatsiinoi diialnosti [Exponential development of crowdfunding as a tool for activation of innovative activity]. *Ekonomika i suspilstvo – Economy and society*, vol. 8, pp. 3–8.
6. Zakharkin O.O., Zakharkina L.S., Pokhylko S.V., & Kreshchik O.S. (2019) Rozvytok kraudfandyngu yak innovatsiynoho sposobu finansuvannia sotsialnykh proektiv [Development of crowdfunding as an innovative way of financing social projects]. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*, No 2(29), pp. 509–517.
7. Palamarchuk T.S. (2019) Kraudlendynh, yak suchasnyi metod finansuvannia biznesu [Crowdlending as a modern method of business financing]. *Suchasni instrumenty upravlinnia korporatyvnymy finansamy: zb. materialiv III Vseukr. nauk.-prakt. internet-konf.*, Kyiv, 04.12.2019. Kyiv: KNEU, pp. 81–84. Available at: <https://ir.kneu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/d3a4212b-94b1-45e5-be4f-79efea30820b/content>
8. Tyshchenko V.V. (2019) Kraudfandyng yak finansovyi instrument realizatsii investytsiynykh proektiv [Crowdfunding as a financial tool for implementing investment projects]. *Vcheni zapysky TNU imeni V.I. Vernadskoho. Seriya: Ekonomika i upravlinnia – Scientific notes of TNU named after V. I. Vernadskiy. Series: Economics and management*, Tom 30 (69), No 4, pp. 130–138.
9. Tulchynska S.O., Solosich O.S., Holub M.O. (2017) Osoblyvosti kraudfandyng yak riznovydu investuvannia [Peculiarities of crowdfunding as a type of investment]. *Suchasni problemy ekonomiky i pidpriemnytstvo – Modern problems of economy and entrepreneurship*, No 19, pp. 132–140.
10. Usherenko S.V., Kysil T.M. (2020) Rozvytok kraudlendynhovykh intelektualnykh platform v Ukraini [Development of crowdlending intellectual platforms in Ukraine]: zb. mat. IV Vseukrainska nauk.-prakt. intern.-konf. (November 18, 2020), Kyiv: KNEU, pp. 690–694.
11. Shevchenko O.M., Kazak O.O. (2019) Rozvytok kraudfandyngu v umovakh tsyfrovoy transformatsii ekonomiky Ukrainy [The development of crowdfunding in the conditions of digital transformation of the economy of Ukraine]. *Efektivna ekonomika – Efficient economy*, No 3. Available at: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/3_2019/45.pdf