

УДК 336.77:330.34:502.131.1

DOI: <https://doi.org/10.30838/EP.216.402-409>**Пасічний М.Д.**

доктор економічних наук

Державний торговельно-економічний університет

Pasichnyi Mykola

Dr. of Economic Sc.

State University of Trade and Economics

<https://orcid.org/0000-0001-7663-776X>**Непиталюк А.В.**

доктор філософії з економіки

Вінницький торговельно-економічний інститут

Державного торговельно-економічного університету

Nepytaliuk Anton

PhD in Economic Sc.

Vinnytsia Institute of Trade and Economics

of State University of Trade and Economics

<https://orcid.org/0000-0002-7890-3889>

КРАУДФАНДИНГ ЯК СУЧАСНИЙ МЕХАНІЗМ ФІНАНСУВАННЯ СТІЙКОГО РОЗВИТКУ

Статтю присвячено теоретико-методологічним й етичним засадам краудфандингу як механізму фінансування стійкого розвитку. Розкрито його еволюцію від моделі фандрайзингу до багатофункціонального цифрового механізму залучення фінансових ресурсів. Систематизовано основні типи й види краудфандингу, визначено напрями його дії на суб'єкти господарювання та суспільний добробут. Розкрито виклики краудфандингу: інформаційну асиметрію, ризик втрати капіталу, шахрайство, недостатність процедур верифікації, конфлікт інтересів, нерівномірність доступу до фінансування. Конкретизовано їх прояви в Україні за умов воєнного стану. Сформульовано етичні принципи краудфандингу, що передбачають прозорість інформації, належне використання ресурсів, підзвітність, доброчесність, справедливість та недискримінацію, захист приватності, належне управління ризиками, відповідальність платформ і громадянську відповідальність.

Ключові слова: краудфандинг, фандрайзинг, стійкий розвиток, альтернативні джерела фінансування, цифрове фінансування, фінтех.

CROWDFUNDING AS A MODERN FINANCIAL MECHANISM FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT

This article is devoted to the theoretical, methodological, and ethical foundations of crowdfunding as a modern financial mechanism for sustainable development. Its evolution from a specific fundraising's form into a multifunctional digital mechanism for resources mobilization is highlighted. In Ukraine, the problem under investigation is extremely important due to the martial law regime's challenges. In the course of this research the systematic approach, the analysis, and the comparative method are applied to identify the peculiarities of modern crowdfunding. The main types and forms of crowdfunding are systematized. The crowdfunding's impact on the economic entities' activities and social welfare is identified. It is pointed out that there are some obstacles to successful crowdfunding that should be overcome. The above obstacles include: – information asymmetry; – capital loss risk; – fraud; – insufficient verification procedures (performed by the digital platforms' management); – legal uncertainty; – conflicts of interest; – unequal access to financing. The peculiarities of crowdfunding in Ukraine under martial law are specified (e.g., restricted access to information for security reasons, reduced financial capacity of donors, donors' «fatigue», increased competition for attention and resources, etc.). The digital infrastructure of crowdfunding in Ukraine is examined profoundly. Special attention is paid to United24 (the government-run platform launched on 5 May 2022 to raise the money for Ukraine). Private platforms and banking fintech-solutions are investigated as well.

The scientific novelty is associated with the formulation of the main ethical principles of crowdfunding. The role of

ISSN друкованої версії: 2224-6282

ISSN електронної версії: 2224-6290

© Пасічний М.Д., Непиталюк А.В., 2026

information transparency is argued. Proper use of resources, crowdfunders' accountability and appropriate risk management, fairness and non-discrimination, privacy protection, platforms' and economic agents' responsibility are named as the preconditions to sustainable development.

The results obtained should be complied to maintain stakeholders' trust and to ensure the financial system's resilience under conditions of social, economic, military, and political shocks.

Keywords: crowdfunding, fundraising, sustainable development, alternative sources of financing, digital financing, fintech.

JEL classification: D91, G20, G23, M13, O16.

Постановка проблеми. За умов безпрецедентного поширення цифрових технологій та суттєвого спрощення доступу до глобальної мережі інструменти фінансування як соціоекономічних ініціатив, так і суб'єктів господарювання значно диверсифікувалися. Одним із зручних й інноваційних цифрових рішень щодо залучення ресурсів, необхідних для забезпечення стійкого розвитку, започаткування бізнесу, активації стартапів, а також інноваційного оновлення виробництва є механізм краудфандингу. Якщо благодійні та цільові збори коштів не є сучасним винаходом і реалізовувалися протягом всієї історії людства, то перша згадка про використання з цією метою інтернет-платформ датована 1997 роком. Спочатку кейси краудфандингу стосувалися переважно сфери культури та мистецтва, однак наразі він охоплює практично всі людські активності, а за умов обмеженості доступу до традиційних джерел (зокрема бюджетного фінансування, інвестування чи банківського кредитування) роль такого механізму багатократно посилюється.

Причинами недоступності традиційних джерел фінансування стійкого розвитку здебільшого є соціально-економічні та військово-політичні шоки, які, попри негативний вплив на громадський добробут, згуртовують суспільство. У фокусі західного дискурсу перебуває краудфандинг мирного часу, а також подібні активності за екстраординарних невійськових шоків (Велика рецесія, глобальна пандемія). Чимало легальних та етичних аспектів краудфандингу значно ускладнюються в економіці, що функціонує за умов дії режиму воєнного стану. Тому комплекс питань щодо краудфандингу, як механізму підтримки розвитку видається актуальним.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Феномен краудфандингу в різних проявах став об'єктом дослідження багатьох зарубіжних та вітчизняних авторів. С. Куатріні розглядає виклики та можливості забезпечення стійкого фінансування розвитку в постпандемічних умовах із використанням новітніх джерел, зокрема краудфандингу [1]. Дослідницею розкрито роль інструментів підтримки прийняття рішень (*decision-support tools*) щодо краудфандингу. Авторський колектив під керівництвом А. Бела розглядає сучасну специфіку благодійного краудфандингу (*donation-based crowdfunding*), зокрема межі та етичні особливості застосування інструментарію штучного інтелекту для аналізу супровідних ризиків [2]. Д. Леоне зі співавторами досліджує феномен краудфандингу з винагородою (*reward-based crowdfunding*) та його роль у функціонуванні стійких бізнес-моделей з огляду на

циркулярну економіку [3]. С. І. Вахйіно з колегами розглядає кампанії краудфандингу малих і середніх підприємств за глобальних пандемічних обмежень, зважаючи на особливості сприйняття, соцнорми, рестрикції, технології та тренди ринку капіталів [4].

М. М. Хок розкриває роль краудфандингу у фінансуванні різних типів інновацій та полегшенні доступу до капіталу (особливо для суб'єктів малого та середнього підприємництва) [5]. Р. Карпе зі співавторами вивчає роль механізму краудфандингу в забезпеченні стійкого розвитку, застосовуючи бібліометричний підхід та систематизуючи літературу з проблематики [6]. Р. Порро та колеги окреслюють технічні можливості наукового передбачення результатів краудфандингових кампаній із використанням сучасної технології машинного навчання та в контексті забезпечення стійкого розвитку [7]. Авторський колектив на чолі з М. Шаббір окреслює роль краудфандингу у підтримці та просуванні інноваційного бізнесу [8].

Серед робіт вітчизняних вчених досить примітна стаття А. А. Мазаракі і С. В. Волосович, де висвітлені характерні риси краудфандингу благодійності у воєнних реаліях [9]. Т. М. Мельник розглядає альтернативні цифрові джерела фінансування в якості фактору реактивації підприємництва за умов дії режиму воєнного стану й повоєнного відновлення [10]. Динамічність середовища краудфандингу й вдосконалення його легального і організаційно-технічного забезпечення вимагає поглибленого вивчення даного феномену.

Попри наявність певної кількості публікацій щодо краудфандингу як альтернативного механізму фінансування громад та територій, підприємницьких ініціатив й стартапів, поглиблено розкриття потребує його роль у активації та підтримці процесів суспільного розвитку, особливо в умовах обмеженого доступу до традиційних джерел ресурсів. Краудфандинг є відносно новою фінансовою технологією, а тому наразі досить фрагментарно розкрито його роль в забезпеченні життєздатності суспільства під час дії режиму воєнного стану та повоєнного відновлення економіки.

Метою статті є розкриття та поглиблення теоретичних і методологічних положень щодо використання механізму краудфандингу для фінансування процесів стійкого розвитку.

Методи дослідження. Для досягнення мети та цілей дослідження було застосовано сукупність загальнонаукових та специфічних методів. Так, методи абстрагування та узагальнення задіяні при вивченні еволюційного зв'язку благодійності, фандрайзингу та

краудфандингу. Методи аналізу та синтезу задіяно при опрацюванні наукової літератури з досліджуваної проблематики, завдяки чому з'ясовано особливості та тренди відповідного ринку, визначено необхідність формування етико-інституційного каркасу краудфандингу. Методи індукції та дедукції застосовані для формування та систематизації теоретико-методологічних й етичних засад реалізації краудфандингових кампаній. Табличний метод застосовано для наочного представлення типології краудфандингу.

Виклад основних результатів дослідження.

Феномен краудфандингу можна розглядати як еволюційний етап фандрайзингу (щоправда із додатковим функціоналом), а той – в свою чергу – є специфічною формою організації благодійності. Благодійність видається наслідком комплексу психоемоційних характеристик особи, першочергово її свідомості й емпатії, впливаючи з природнього бажання робити добро. Впродовж розвитку людської цивілізації змінювалися механізми і моделі здійснення благодійності, формувалися етичні принципи, окреслювалися профілі учасників – донора, бенефіціара, медіатора-фандрайзера (а пізніше – й краудфандера). Якщо фандрайзинг (як специфічна сфера професійної діяльності) виокремився в США в 1970-і роки, то саме виникнення глобальної мережі та поступове спрощення доступу до неї індукувало наступний еволюційний етап – появу краудфандингу. Особливістю останнього (як альтернативної форми фінансування глобальних та приватних ініціатив) є обов'язковість застосування онлайн-платформ чи інших *FinTech*-рішень. Краудфандинг перейшов межі власне благодійності, оскільки між донорами та

бенефіціарами можуть виникати складніші форми взаємодії, а їх ролі здатні принципово змінюватись.

Краудфандинг виявився важливим механізмом фінансування розвитку після Глобальної рецесії 2007–2009 рр., першочергово завдяки еволюції цифрових технологій і переосмисленню ролі колективної взаємодії у підтримці добробуту. Виділилося 2 типи краудфандингу: 1) класичний безповоротний, дотичний до благодійності (пряме продовження фандрайзингу, проте із обов'язковим застосуванням *FinTech*); 2) поворотний, що передбачає вигоди для донорів (табл. 1). Класичний благодійний краудфандинг пов'язаний з бажанням власників обмежених фінансових ресурсів «зробити добру справу» та «покращити світ», підтримавши певний проект. Таким чином він не має раціонального пояснення, будучи масовим й ірраціональним, обґрунтовуючись поведінковою економікою. Цільовою аудиторією благодійного фандрайзингу є неприбуткові організації, громадські активісти та соціальні підприємства.

Сучасні види поворотного краудфандингу передбачають модифікацію ролей та моделей взаємодії між економічними агентами, коли донор не лише задовольняє певний запит, забезпечуючи реципієнта / бенефіціара ресурсами вчасно та в достатньому обсязі, а й реалізує власні неблагодійні цілі. Останні можуть передбачати подальшу інноваційну винагороду, участь в капіталі реципієнта, повернення квазідонатів на умовах строковості, забезпеченості та платності, інтеграцію з іншими *FinTech*-рішеннями. Сучасний краудфандинг перейшов межі власне благодійності, чийм логічним продовженням він є.

Таблиця 1

Типологія краудфандингу як альтернативного механізму фінансування стійкого розвитку

Краудфандинг			
Тип	Вид	Форма	Цільова аудиторія
Безповоротний	благодійний (<i>donation-based</i>)	безповоротна підтримка соціальних та підприємницьких ініціатив	соціальні підприємства, неприбуткові організації, громадські активісти
	з винагородою (<i>reward-based crowdfunding</i>)	попереднє замовлення продукту чи іншої нефінансової вигоди	інноватори
Поворотний	акціонерний (<i>equity crowdfunding</i>)	залучення капіталу в обмін на надання корпоративних прав	приватні інвестори, малі та середні підприємства з потенціалом масштабування
	борговий (<i>debt-based crowdfunding / crowdlending</i>)	колективне надання позики за фіксованими умовами (строк, вигода, забезпечення)	малі та середні підприємства з підтвердженою борговою історією
	P2P / маркетплейс-кредитування (<i>peer-to-peer / marketplace lending</i>)	прямі позики між економічними агентами через цифрову платформу	домогосподарства, малий та середній бізнес
	дисконтування інвойсів (<i>invoice trading</i>)	дисконтування дебіторської заборгованості з метою поповнення оборотного капіталу	малі та середні підприємства, що мають дебіторську заборгованість
	токенізація активів (<i>real-world assets tokenization</i>)	емісія цифрових токенів, що репрезентують частку в активах різної природи	домогосподарства, малий та середній бізнес

Джерело: складено та побудовано авторами на основі [11, 12].

Можна виділити декілька проявів впливу краудфандингу, як прямо на активність суб'єктів господарювання, так і опосередковано на суспільний добробут. По-перше, застосування краудфандингових платформ має потенціал подолання інформаційної асиметрії. Краудфандинг базується не лише на довірі донора, а й на безумовній відкритості реципієнта щодо цілей і напрямів використання зібраних фінресурсів. По-друге, механізм краудфандингу «поворотного» типу дозволяє організатору кампанії / збору персоніфікувати взаємодію з донором. Краудфандер не лише одержує необхідний ресурс від значної кількості донорів, а й має змогу налагодити з ними ефективний діалог (залежно від обраної моделі збору). По-третє, через цифровізацію процесів верифікації учасників і моніторингу їх дій трансакційні витрати скорочуються.

При цьому посилюється значимість цифрової етики та технічного захисту чутливої інформації. Краудфандингові кампанії переважно стосуються особистих ініціатив, унікальних практик, тому важливо сформулювати певний етико-інституційний каркас, що дозволить зберегти довірчі та надійні відносини між стейкхолдерами.

Краудфандинг (як поворотний, так і безповоротний) сильно залежить від функціональності онлайн-платформ та правильного висвітлення їх діяльності у медіа. Варто відмітити його зростаючу популярність, зокрема в країнах ОЕСР та Європейської економічної зони (*European Economic Area, EEA*). Так, згідно звіту *European Securities and Markets Authority*, оприлюдненому 22 грудня 2025 року, у 21 країні *EEA* станом на 2024 рік діяв 181 провайдер краудфандингових послуг (статистика Болгарії, Греції, Ісландії, Ліхтенштейну, Люксембургу, Норвегії, Словенії, Угорщини та Хорватії не представлена, хоча вони теж застосовують краудфандинг як альтернативне джерело фінансування стійкого розвитку), завдяки чому на поворотній основі залучили €4,25 млрд, при чому 58,00 % з них – в якості класичного боргу. Лідерами за величиною акумульованих ресурсів стали Франція (€1,45 млрд), Нідерланди (€1,00 млрд), Іспанія (€0,45 млрд), Італія (€0,29 млрд) та Литва (€0,28 млрд). Ці 5 країн *EEA* репрезентують 81,65 % відповідного ринку краудфандингу [13].

Варто зупинитися детальніше на проблемах краудфандингу загалом, а також конкретизувати їх в умовах дії режиму воєнного стану. Першочергово існує інформаційна асиметрія між ініціаторами краудфандингових кампаній та потенційними донорами. Останні володіють менш деталізованою інформацією щодо фінансового стану ініціатора, реалістичності проекту та ймовірності досягнення заявлених результатів. Проте й перевантажене чи не структуроване розкриття інформації ускладнює оцінювання проекту. Для акціонерного та боргового краудфандингу характерними є ризики втрати капіталу, низької ліквідності активів, неналежного управління ресурсами та невиконання зобов'язань ініціатором кампанії. При цьому непрофесійні

інвестори схильні переоцінювати потенційну дохідність і одночасно недооцінювати ймовірність та масштаб збитків. Особливо яскраво при цьому проявляються ситуації несприятливого вибору (*adverse selection*) і морального ризику (*moral hazard*).

Досліджуючи український кейс, варто зазначити, що проблема асиметрії інформації загострюється в умовах повномасштабної війни. Деталі багатьох зборів становлять таємницю і не можуть виноситися в медіа-простір з питань безпеки. Варто також відмітити зниження фінансової спроможності багатьох донорів внаслідок тривалості бойових дій, «втому» від донатів та конкуренцію за увагу. Якщо в 2022 році надзвичайно високий рівень суспільної моральної мобілізації стимулював значні обсяги добровільного фінансування із використанням інструментарію краудфандингу, то в 2026 році підтримка дедалі більше залежить від здатності організаторів зборів демонструвати результати, здійснювати комунікацію з аудиторією, а також обґрунтовувати необхідність подальшого фінансування. Наразі краудфандинг становить вагомий частку воєнного фандрайзингу в Україні. Так, урядова платформа *United24*, орієнтована передусім на міжнародне залучення коштів, функціонує за п'ятьма напрямками (оборона, гуманітарне розмінування, медична допомога, відбудова, а також освіта і наука), й станом на 20 серпня 2026 року дозволила безповоротно залучити \$ 3 918 732 765 [14]. Паралельно існують й приватні платформи, наприклад, *dobro.ua* від Міжнародного Благодійного Фонду «Української Біржі Благодійності», що теж допомагають організовувати збори, створюючи системну благодійність нового типу, засновану на підзвітності, транспарентності, відповідальності та активній залученості громадян.

Окремо слід відмітити роль банківських установ, що активно інтегрують *FinTech*-рішення, асоційовані із краудфандингом. АТ «Універсал Банк» через «Банки» й сервіс «Фонди та збори» дозволяє оперативно збирати ресурси, достатні для закриття нагальних потреб. Цифрова інфраструктура банку дозволяє організовувати прозорі публічні збори й приймати внески через мобільний застосунок. У нормативних документах окремо визначено сервіс *Base by mono* – інструмент *Monobusiness*, що надає корпоративним клієнтам додаткові спеціалізовані інструменти для проведення публічних зборів [15]. АТ КБ «ПриватБанк» створило Благодійний фонд «Допомагати просто!» з метою розвитку вітчизняного суспільства через залучення громадян і бізнесу до благодійної діяльності за допомогою цифрових інструментів. Згаданий банк дозволяє клієнтам здійснювати благодійні платежі через сайт та мобільний застосунок, а діючим благодійним фондам – використовувати «Конверти» для організації зборів. Варто окремо враховувати значення краудфандингу за умов депопуляції та міграційних викликів [16, 17]. Доступність онлайн-платформ дозволяє здійснювати донати із довільної геолокації, а тому загальний успіх краудфандингової кампанії залежить від компетентності ініціатора переконати потенційних

донорів у її значимості.

З інформаційної асиметрії логічно випливає проблема посилення довіри донора як до краудфандера, так і до платформи збору. Оскільки безпосередня перевірка часто інституційно обмежена, рішення про фінансування значною мірою залежить від сигналів довіри (*credible signals*): репутації краудфандера, якості презентації кампаній, відгуків (з корекцією на ботів), соціальних мереж (з врахуванням анонімності сторінок та каналів), попередньої підтримки й власне характеристик самої платформи. Недостатній рівень довіри часто залишає без фінансування потенційно перспективні проекти. За скорочення доступу до традиційних джерел капіталу за умов дії соціально-економічних та військово-політичних шоків принциповими стають громадянська свідомість та відповідальність краудфандерів, адже індивідуальний кейс кампанії може нанести репутаційні ризики всьому ринку.

Суттєвим викликом для краудфандингу є шахрайство та недобросовісна поведінка. Існує можливість використання цифрових платформ для реалізації фіктивних кампаній, неправдивого представлення продукту (особливо – для краудфандингу з винагородою) чи злочинного привласнення зібраних коштів. У дослідженні групи науковців під керівництвом Д. Каммінга проаналізовано вибірку з понад 270 тис краудфандингових кампаній та ідентифіковано 193 кейси, пов'язані з підозрами або встановленими проявами шахрайства на платформі *Kickstarter*. Автори довели, що не лише випадки недобросовісної поведінки організаторів зборів, а й несвоєчасна реакція платформи знижують довіру учасників до краудфандингового ринку [18].

З викладеного вище випливає, що краудфандингові платформи мають розробити ефективні протоколи перевірки якості проектів для відсіювання недобросовісних ініціаторів ще на первинному етапі та унеможливлення нанесення ними шкоди потенційним донорам. Необхідна перевірка якості «портфоліо» краудфандера, однак вона не завжди можлива, адже на платформі щодня виходить значна кількість нових організаторів зборів, які не мають досвіду. Елімінації потребує конфлікт між доступністю краудфандингу та якістю добору проектів. Важливим є вибір алгоритму перевірки, що має бути адекватним ступеню ризикованості кампанії: одночасно і не поверхневим (для недопущення фінансового шахрайства), і не надмірно жорстким (оскільки надскладний *due diligence* не лише підвищує трансакційні витрати, а фактично позбавляє малі інвестиційні проекти доступу до необхідного їм фінансування).

Слід відзначити лакуни у нормативно-регуляторному забезпеченні краудфандингу, що породжують певну легальну невизначеність. Різні типи й види краудфандингу суттєво відмінні за фактичним рівнем ризику, а національні правові рамки часто змінюються непослідовно, що потенційно стає загрозою для відповідного сегменту *FinTech*. Це ускладнює діяльність глобальних платформ, а також

робить юридично неоднозначним правовий статус внесків або інвестицій учасників, що діють транскордонно.

Важливо еліминувати конфлікт між захистом інтересів донорів та / або інвесторів та фактичною доступністю краудфандингового фінансування. Легалізація відносин підвищує захищеність стейкхолдерів, проте одночасно збільшує трансакційні витрати онлайн-платформ й ініціаторів кампаній. Надмірна регуляція ринку може не лише зменшувати кількість доступних проектів, а й скорочувати обсяг фінансування. Важливо оптимізувати рівень контролю, за якого захист стейкхолдерів не нівелюватиме основну перевагу краудфандингу – прийнятний (за поточних реалій) бар'єр доступу до ресурсів.

Варто пам'ятати, що сучасний краудфандинг не тотожний фандрайзингу. Безповоротний краудфандинг через онлайн-платформи означає орієнтований на суспільне благо та стійкий розвиток збір (тобто є фандрайзингом за усіма легальними та етичними ознаками). Але наразі існує чимало альтернативних моделей краудфандингу, які не можна віднести до категорії безкорисливих. Між операторами платформ краудфандингу, його донорами та бенефіціарами перманентно існує конфлікт. Бізнес-модель платформи може передбачати отримання її менеджментом винагороди від ініціаторів проекту, залежно від обсягу залучених ресурсів. Це стимулює зростання числа кампаній (з достатнім потенціалом успіху) навіть за умов невідповідної чи неперевіреної якості окремих проектів. Необхідно забезпечити незалежність платформ, прозорість їх критеріїв відбору й розкриття ймовірних конфліктів інтересів.

Краудфандинг орієнтовано на довготривалий ефект, тому актуальною є проблема виконання зобов'язань після завершення кампанії, що є умовою стійкого розвитку. Так, у краудфандингу з винагородою факт успішного й своєчасного залучення коштів не означає гарантованого виробництва та постачання заявленого продукту. Між фактом завершенням кампанії та безпосереднім виконанням зобов'язань можуть виникати технологічні, виробничі, логістичні та фінансові часові лаги. Тому оцінювання ефективності краудфандингу не може обмежуватися показником величини залучених коштів – слід враховувати фактичне виконання зобов'язань перед учасниками [19].

Доступ до краудфандингового фінансування є апріорі нерівномірним. Формальна відкритість платформ не гарантує однакових можливостей для всіх ініціаторів проектів зборів. Соціальний капітал, наявність достатньої мережі контактів, цифрові комунікаційні компетентності краудфандера, попередня його репутація та здатність створювати переконливу інформаційну кампанію істотно впливають на результат. Тому краудфандинг не стільки ліквідує асиметрію доступу до фінансових ресурсів, скільки частково компенсує її [20].

Зростання ролі цифрових платформ як субстрату краудфандингу значно посилює роль алгоритмів

ранжування, рекомендацій та відбору кампаній. Від того, які та в якій послідовності проекти платформа показує користувачам, залежить їх видимість та потенційна фінансова спроможність. Це провокує питання алгоритмічної транспарентності, етичності та справедливості. Використання інструментарію штучного інтелекту може дозволити ранжувати та групувати проекти, роблячи перегляд платформи простим та зрозумілим для різних категорій потенційних донорів.

Сучасний етап розвитку краудфандингу, враховуючи дію соціально-економічних та військово-політичних шоків, потребує чіткого визначення етичних принципів реалізації кампаній. Пропонуємо наступні принципи:

— прозорість інформації, що передбачає надання ініціатором кампанії повних, точних і достовірних відомостей щодо мети й очікуваних результатів, механізму використання коштів, строків, ризиків, ймовірних рестрикцій;

— належне використання залучених ресурсів згідно заявленої мети й погоджених умов, коли краудфандер несе юридичну відповідальність за фінансовий менеджмент, документування витрат й інформування учасників про суттєві зміни у структурі або спрямуванні використання коштів;

— підзвітність, за якої як ініціатори, так і платформи підтримки повинні забезпечувати третім особам можливість неупередженої перевірки прийнятих рішень, здійснених фінансових операцій та кінцевих результатів проекту;

— добросовісність та недопущення маніпуляцій, коли комунікація з потенційними донорами ґрунтується на реальному портфоліо проекту, без використання спекулятивних тверджень, прихованого психологічного впливу, фальсифікації чи штучно створеної ілюзії терміновості;

— справедливість й недискримінація, коли учасники кампанії отримують рівний доступ до суттєвої інформації;

— захист приватності даних, збір, зберігання й використання яких мають здійснюватися лише для визначених і обґрунтованих цілей із дотриманням вимог конфіденційності та безпеки;

— належне управління фінансовими ризиками, де як краудфандери, так і менеджмент платформ попередньо виявляють, оцінюють та розкривають ризики, пов'язані з реалізацією проектів та функціонуванням

самих платформ;

— відповідальність платформи не лише як технічного посередника, а як елемента фінансової екосистеми, що забезпечує процедури верифікації інформації, безпеку транзакцій, зрозумілі та однозначні правила участі, механізми розгляду скарг та інформування користувачів;

— суспільна відповідальність, коли краудфандером враховуються не лише інтереси безпосередніх учасників, а й потенційні наслідки для громади, господарюючого суб'єкту та інших зацікавлених сторін, тобто існує орієнтація на стійкий розвиток, суспільну / індивідуальну цінність, інклюзивність участі та довгострокову життєздатність ініціатив.

Дотримання вказаних принципів важливе для всіх краудфандингових кампаній, однак умови воєнної економіки роблять їх дотримання критично важливим, особливо за дефіциту джерел фінансування стійкого розвитку.

Висновки. Стійке економічне зростання не можливе без перманентного залучення фінансових ресурсів. За обмеженості доступу до їх традиційних джерел (портфельного та прямого інвестування, банківського кредиту та бюджетного фінансування) постає проблема пошуку сучасних альтернатив. В цифрову добу зручним та доступним рішенням стає краудфандинг, як результат еволюції благодійності та фандрайзингу. Якщо попередні активності передбачали збори *pro bono publico*, то краудфандинг може здійснюватися і на поворотній основі, що дозволяє говорити про формування ринку відповідних фінансових послуг. Неодмінною особливістю краудфандингу є використання онлайн-платформ та інших *FinTech*-рішень. Фундаментальною проблемою краудфандингу є інформаційна асиметрія, що може призвести до неналежного провадження кампаній та пониження довіри суспільства до цього механізму. Критично важливою є побудова партнерських і транспарентних відносин між організаторами зборів, менеджментом платформ та донорами на основі системи етичних принципів.

Декларація про використання ІІІ. При підготовці даної статті автори не використовували засоби ІІІ. Всі результати одержані самостійно та подані в авторській науковій та літературній редакції без застосування ІІІ. В тексті збережено авторські синтаксис та пунктуацію.

Список використаних джерел:

1. Quatrini S. Challenges and opportunities to scale up sustainable finance after the COVID-19 crisis: Lessons and promising innovations from science and practice. *Ecosystem Services*. 2021. No. 48, Pp. 1–15. Art. 101240. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ecoser.2020.101240>
2. Behl A., Dutta P., Luo Z., Sheorey P. Enabling artificial intelligence on a donation-based crowdfunding platform: a theoretical approach. *Annals of Operations Research*. 2022. Vol. 319, No. 1. Pp. 761–789. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10479-020-03906-z>
3. Leone D., Pietronudo M. C., Gabteni, H., Carli, M. R. Reward-based crowdfunding for building a valuable circular business model. *Journal of Business Research*. 2023. No. 157. Pp. 1–15. Art. 113562. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.113562>
4. Wahjono S. I., Marina A., Fen F. S., Oktaviani M., Alamin M. S. B. R. Research on the Success of the Crowdfunding Platform Performance in the Funder Dana Project Indonesia Facebook Community. *BASKARA: Journal*

- of Business and Entrepreneurship. 2023. Vol. 6, No. 1. Pp. 126–138. DOI: <https://doi.org/10.54268/baskara.v6i1.18343>
5. Hoque M. M. Crowdfunding for innovation: a comprehensive empirical review. *Future Business Journal*. 2024. Vol 10, No. 1. Pp. 102–120. DOI: <https://doi.org/10.1145/3748825.3748876>
 6. Carè R., Fatima R., Agnese P. Crowdfunding and sustainable development: A systematic review. *Finance Research Letters*. 2025. No. 78. Pp. 1–12. Art. 107220. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.frl.2025.107220>
 7. Porro R., Ercole T., Pipitò G., Vessio G., Loglisci C. Pathways to success: a machine learning approach to predicting investor dynamics in equity and lending crowdfunding campaigns. *Journal of Intelligent Information Systems*. 2025. Vol. 63, No. 1. Pp. 135–159. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10844-024-00883-8>
 8. Shabbir M., Petraite M., Mubarak M. F., Gobakhloo M., & Rasli A. More than money: strategic and operational innovation capabilities to promote technological innovation through crowdfunding. *Financial Innovation*. 2026. Vol. 12, No. 1. Pp. 21–49. DOI: <https://doi.org/10.1186/s40854-025-00900-x>
 9. Мазаракі А., Волосович С. Краудфандинг благодійності в умовах протидії збройній агресії. *Scientia fructuosa*. 2023. Vol. 147. No. 1. Pp. 4–16. DOI: [https://doi.org/10.31617/1.2023\(147\)01](https://doi.org/10.31617/1.2023(147)01)
 10. Мельник Т. Альтернативне цифрове фінансування як драйвер відновлення підприємництва в Україні: трансформація моделей в умовах війни. *Економіка та суспільство*. 2026. № 86. С. 1–8. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2026-86-101>
 11. The Economics of Crowdfunding: Startups, Portals and Investor Behavior / Eds. Cumming D. J., Hornuf L. London : Palgrave Macmillan Cham. 283 p. DOI: <https://doi.org/10.1007/978-3-319-66119-3>
 12. Regulation (EU) 2020/1503 of the European Parliament and of the Council of 7 October 2020 on European crowdfunding service providers for business. *Official Journal of the European Union*. 2020. L 347. 49 p. URL: <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2020/1503/oj> (дата звернення: 12.04.2026).
 13. European Securities and Markets Authority. ESMA Market Report on Crowdfunding in the EU 2025. Paris: European Securities and Markets Authority, 2025. 19 p. URL: https://www.esma.europa.eu/sites/default/files/2025-12/ESMA50-481369926-30854_ESMA_Market_Report_Crowdfunding_in_the_EU_2025.pdf (дата звернення: 12.04.2026).
 14. Офіційний веб-сайт урядової платформи United24 в Україні. URL: <https://u24.gov.ua/uk/projects> (дата звернення: 12.05.2026).
 15. Моноправила для обслуговування бізнесу в АТ «УНІВЕРСАЛ БАНК». Чинна редакція затверджена Протоколом Правління № 3 від 21 січня 2026 року. URL: <https://monobank.ua/pdf/terms-monobusiness-2026-01-26.pdf>. (дата звернення: 12.04.2026).
 16. Козловський С. В., Непиталюк А. В. Теоретичні аспекти демографічної стійкості. *Економіка і організація управління*. 2019. № 3(35). С. 59–69. DOI: <https://doi.org/10.31558/2307-2318.2019.3.6>
 17. Козловський С. В., Мазур Г. Ф., Непиталюк А. В. Демографічна стійкість суспільства як основа економічного розвитку. *Економіка та держава*. 2019. № 10. С. 14–19. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6806.2019.10.14>.
 18. Cumming D., Hornuf L., Karami M., Schweizer D. Disentangling crowdfunding from fraudfunding. *Journal of Business Ethics*. 2023. Vol. 182, No. 4. Pp. 1103–1128. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10551-021-04942-w>
 19. Ferreira V., Papaoikonomou E., Terceno, A. Unpeel the layers of trust! A comparative analysis of crowdfunding platforms and what they do to generate trust. *Business Horizons*. 2022. Vol. 65, No. 1. Pp. 7–19. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2021.08.004>
 20. Gómez-Olmedo A. M., Diéguez M. E., Pascual J. A. V. Redefining success in innovative crowdfunding projects: Empirical evidence of effective mindful consumption promotion in Kickstarter. *Journal of Innovation & Knowledge*. 2024. Vol. 9, No. 4. Pp. 1–14. Art. 100558. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jik.2024.100558>.
 21. Pasichnyi M. Fiscal dominants of military financing. *Scientia fructuosa*. 2024. Vol. 154, No. 2. Pp. 20–37. DOI: [https://doi.org/10.31617/1.2024\(154\)02](https://doi.org/10.31617/1.2024(154)02)

References:

1. Quatrini, S. (2021). Challenges and opportunities to scale up sustainable finance after the COVID-19 crisis: Lessons and promising innovations from science and practice. *Ecosystem Services*, (48), Art. 101240. <https://doi.org/10.1016/j.ecoser.2020.101240> [in English].
2. Behl, A., Dutta, P., Luo, Z., & Sheorey, P. (2022). Enabling artificial intelligence on a donation-based crowdfunding platform: a theoretical approach. *Annals of Operations Research*, 319(1), 761–789. <https://doi.org/10.1007/s10479-020-03906-z> (in English).
3. Leone, D., Pietronudo, M. C., Gabteni, H., & Carli, M. R. (2023). Reward-based crowdfunding for building a valuable circular business model. *Journal of Business Research*, (157), Art. 113562. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.113562> [in English].
4. Wahjono, S. I., Marina, A., Fen, F. S., Oktaviani, M., & Alamin, M. S. B. R. (2023). Research on the Success of the Crowdfunding Platform Performance in the Funder Dana Project Indonesia Facebook Community. *BASKARA: Journal of Business and Entrepreneurship*, 6(1), 126–138. <https://doi.org/10.54268/baskara.v6i1.18343> [in English].
5. Hoque, M. M. (2024). Crowdfunding for innovation: a comprehensive empirical review. *Future Business Journal*, 10(1), 102–120. <https://doi.org/10.1145/3748825.3748876> [in English].

6. Carè, R., Fatima, R., & Agnese, P. (2025). Crowdfunding and sustainable development: A systematic review. *Finance Research Letters*, (78), 107220. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2025.107220> [in English].
7. Porro, R., Ercole, T., Pipitò, G., Vessio, G., & Loglisci, C. (2025). Pathways to success: a machine learning approach to predicting investor dynamics in equity and lending crowdfunding campaigns. *Journal of Intelligent Information Systems*, 63(1), 135–159. <https://doi.org/10.1007/s10844-024-00883-8> [in English].
8. Shabbir, M., Petraite, M., Mubarak, M. F., Gobakhloo, M., & Rasli, A. (2026). More than money: strategic and operational innovation capabilities to promote technological innovation through crowdfunding. *Financial Innovation*, 12(1), 21–49. <https://doi.org/10.1186/s40854-025-00900-x> [in English].
9. Mazaraki A., & Volosovych S. (2023) Kraudfandynh blahodiinosti v umovakh protydyi zbroinii ahresii [Crowdfunding of charity in the context of countering armed aggression]. *Scientia fructuosa*, 147(1), 4–16. [https://doi.org/10.31617/1.2023\(147\)01](https://doi.org/10.31617/1.2023(147)01) [in Ukrainian].
10. Melnyk, T. (2026). Alternatyvne tsyfrove finansuvannia yak draiver vidnovlennia pidpriemnytstva v Ukraini: transformatsiia modelei v umovakh viiny [Alternative digital finance as a driver of entrepreneurship recovery in Ukraine: transformation of models under war conditions]. *Economy and Society*, (86). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2026-86-101> [in Ukrainian].
11. Cumming, D. J., & Hornuf, L. (Eds.) (2018) *The Economics of Crowdfunding: Startups, Portals and Investor Behavior*. Cham: Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-66119-3> (in English).
12. Regulation (EU) 2020/1503 of the European Parliament and of the Council of 7 October 2020 on European crowdfunding service providers for business. Official Journal of the European Union. 2020. L 347. <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2020/1503/oj> (in English).
13. European Securities and Markets Authority. (2025). ESMA market report on crowdfunding in the EU 2025. https://www.esma.europa.eu/sites/default/files/2025-12/ESMA50-481369926-30854_ESMA_Market_Report_Crowdfunding_in_the_EU_2025.pdf [in English].
14. United24. (n.d.). Projects. <https://u24.gov.ua/uk/projects> [in Ukrainian].
15. Monopravila dlia obsluhovuvannia biznesu v AT «UNIVERSAL BANK» [Monorules for business services at JSC «UNIVERSAL BANK»]. (2026, January 21). <https://monobank.ua/pdf/terms-monobusiness-2026-01-26.pdf> [in Ukrainian].
16. Kozlovskiy, S. V., & Nepytyaliuk, A. V. (2019). Teoretychni aspekty demohrafichnoi stiikosti [Theoretical aspects of demographic sustainability]. *Ekonomika i orhanizatsiia upravlinnia*, (3), 59–69. <https://doi.org/10.31558/2307-2318.2019.3.6> [in Ukrainian].
17. Kozlovskiy, S. V., Mazur, G. F., Nepytyaliuk, A. V. (2019) Demohrafichna stiikist suspilstva yak osnova ekonomichnoho rozvytku [Demographic sustainability as the basis for economic development]. *Ekonomika ta derzhava*, (10), 14–19. <https://doi.org/10.32702/2306-6806.2019.10.14> [in Ukrainian].
18. Cumming, D., Hornuf, L., Karami, M., & Schweizer, D. (2023). Disentangling crowdfunding from fraudfunding. *Journal of Business Ethics*, 182(4), 1103–1128. <https://doi.org/10.1007/s10551-021-04942-w> [in English].
19. Ferreira, V., Papaioikonomou, E., & Terceno, A. (2022). Unpeel the layers of trust! A comparative analysis of crowdfunding platforms and what they do to generate trust. *Business Horizons*, 65(1), 7–19. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2021.08.004> [in English].
20. Gómez-Olmedo, A. M., Diéguez, M. E., & Pascual, J. A. V. (2024). Redefining success in innovative crowdfunding projects: Empirical evidence of effective mindful consumption promotion in Kickstarter. *Journal of Innovation & Knowledge*, 9(4), 100558. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2024.100558> [in English].
21. Pasichnyi, M. (2024). Fiscal dominants of military financing. *Scientia fructuosa*, 154(2), 20–37. [https://doi.org/10.31617/1.2024\(154\)02](https://doi.org/10.31617/1.2024(154)02) [in English].

Дата надходження статті: 08.07.2026 р.

Дата прийняття статті до друку: 19.08.2026 р.

Дата публікації (оприлюднення) статті: 17.09.2026 р.

Стаття поширюється на умовах ліцензії Creative Commons Attribution License International CC-BY.