

Научная статья

УДК 336.4

doi: 10.47475/1994-2796-2022-11216

КРАУДФАНДИНГОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ ИНИЦИАТИВ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА

Анна Александровна Алетдинова¹, Андрей Владиславович Андриюшин²,
Юлия Викторовна Идимешева³, Марина Шамильевна Муртазина⁴

¹ Российский государственный университет нефти и газа (НИУ) им. И. М. Губкина, Москва, Россия

^{1,2,3,4} Новосибирский государственный технический университет, Новосибирск, Россия

¹ aletdinova@corp.nstu.ru, ORCID: 0000-0002-9257-4735 ³ yidimesheva@mail.ru, ORCID: 0000-0002-5473-3694

² avandryushin@rambler.ru, ORCID: 0000-0002-4188-2746 ⁴ murtazina@corp.nstu.ru, ORCID: 0000-0001-6243-9308

Аннотация. В настоящее время краудфандинг зарекомендовал себя как надежный инструмент для поддержки продвижения социальных инициатив информационного общества. В данной статье исследуются особенности краудфандинга как современного инструмента финансирования проектов. Актуальность темы исследования обусловлена необходимостью междисциплинарного понимания социального феномена технологий краудфандинга в контексте развития информационного общества. Цель исследования состоит в выделении особенностей технологий продвижения социальных инициатив населением. Дается обзор современных исследований краудфандинговых технологий, проанализированы ключевые особенности реализации краудсорсинговых проектов. Выделено несколько подходов к понятию «краудфандинг»: финансовый механизм или концепция; социальная технология; социально-финансовый инструмент и механизм. При смене технологических укладов меняются и характеристики проектов, инициируемых обществом. Авторы выделили реализацию этих проектов в индустриальной экономике и постиндустриальной, в частности, посредством краудфандинга. Дана классификация проектов, инициируемых обществом по следующим характеристикам: состав участников, длительность, расположение организационного центра, финансирование и вид средств, вид привлекаемых ресурсов, сложность. Выполнен анализ краудфандинговых проектов. В категориях «#ВместеМыМожемВсе», «Благотворительность», «Наука и просвещение», «Общественные инициативы», «Экология и природа» цель реализации — социальная. Только в категориях «Благотворительность», «Экология и природа» половина проектов успешные, а в остальных все смогли полностью собрать денежные средства. Остальные категории содержат только коммерческие или коммерческие и социальные проекты в разном соотношении. Кроме того, анализ показал, что успешность проекта не зависит от его социальной или коммерческой цели, при этом по успешности социальные проекты не уступают коммерческим.

Ключевые слова: социальные инициативы, проекты, анализ, социальная ответственность

Для цитирования: Алетдинова А. А., Андриюшин А. В., Идимешева Ю. В., Муртазина М. Ш. Краудфандинговые технологии как инструмент продвижения социальных инициатив информационного общества // Вестник Челябинского государственного университета. 2022. № 12 (470). Экономические науки. Вып. 79. С. 150—157. doi: 10.47475/1994-2796-2022-11216.

Original article

CROWDFUNDING TECHNOLOGIES AS A TOOL FOR PROMOTING SOCIAL INITIATIVES OF THE INFORMATION SOCIETY

Anna A. Aletdinova¹, Andrey V. Andryushin², Yulia V. Idimesheva³, Marina Sh. Murtazina⁴

¹ National University of Oil and Gas “Gubkin University”, Moscow, Russia

^{1,2,3,4} Novosibirsk State Technical University Novosibirsk, Russia

¹ aletdinova@corp.nstu.ru, ORCID: 0000-0002-9257-4735 ³ yidimesheva@mail.ru, ORCID: 0000-0002-5473-3694

² avandryushin@rambler.ru, ORCID: 0000-0002-4188-2746 ⁴ murtazina@corp.nstu.ru, ORCID: 0000-0001-6243-9308

Abstract. Currently, crowdfunding has established itself as a reliable tool to support the promotion of social initiatives of the information society. This article investigates the specifics of crowdfunding as a modern tool for financing projects. The relevance of the research topic is due to the need for an interdisciplinary understanding of the social phenomenon of crowdfunding technologies in the context of the development of the information society. The aim of the study is to highlight the features of technologies for promoting social initiatives by the population. The paper gives an overview of modern studies of crowdfunding technologies and analyzes the key features of the implementation of crowdsourcing projects. Several approaches to the concept of crowdfunding are highlighted, they are a financial mechanism or concept; a social technology; a social and financial tool and mechanism. The characteristics of the projects initiated by society also change with the change of technological modes. The authors distinguished the implementation of these projects in the industrial economy and post-industrial economy, in particular through crowdfunding. The classification of projects initiated by society according to the following characteristics is given: the composition of participants, duration, location of the organizational center, financing and type of funds, type of resources involved, complexity. The analysis of crowdfunding projects is performed. In the categories: #Meme We Can Do Everything, Charity, Science and Education, Public Initiatives, Ecology and Nature the goal of implementation is social. Only in the categories Charity, Ecology and Nature half of the projects are successful, and in the rest all were able to raise money in full. The remaining categories contain only commercial or commercial and social projects in varying proportions. In addition, the analysis showed that the success of the project does not depend on its social or commercial purpose, while the success of social projects is not inferior to commercial ones.

Keywords: crowdfunding, social initiatives, projects, analysis, socially responsible

For citation: Aletdinova AA, Andryushin AV, Idimesheva YV, Murtazina MSh. Crowdfunding technologies as a tool for promoting social initiatives of the information society. *Bulletin of Chelyabinsk State University*. 2022;(12(470):150-157. (In Russ.). doi: 10.47475/1994-2796-2022-11216.

Введение

Основной проблемой реализации проектов остается привлечение финансовых ресурсов. Организации, частные лица при нехватке своих средств вынуждены прибегать к займам, государственной поддержке, привлечению пайщиков, акционеров. В условиях информационного общества возникла новая форма финансирования проектов стартап-компаний и личных творческих проектов — краудфандинг. Краудфандинг отличается от традиционных методов финансов тем, что в основном привлекает небольшие инвестиции от множества инвесторов. Краудфандинг имеет огромное пространство для инвестирования (социальные сети, краудфандинговые платформы), благодаря этому он способен стереть географические рамки и охватить довольно обширную аудиторию. Таким образом, количество инвесторов может быть практически не ограничено, а авторы идей могут продвигать свои продукты и услуги на мировом рынке. Микроинвестиции, как небольшой вклад населения, дают возможность стартап-компаниям получить финансирование для реализации своего проекта, не привлекая сторонний венчурный капитал. Общественно ориентированный краудфандинг открыл невиданные ранее возможности для развития в сфере социального предпринимательства, культурных, исследовательских и образовательных инициатив. Согласно статистике Центрального банка РФ, мировой рынок краудфандинга растет быстрыми

темпами. Мировой рынок краудфандинга в конце 2019 г. оценивался в 13,9 млрд долл. США. Планируется, что к концу 2026 г. рынок увеличится до 39,8 млрд долл. США. При этом средний показатель роста рынка в течение 2019—2026 гг. составит 16,0%¹.

В данной работе рассмотрены тенденции развития краудфандинговых технологий. Актуальность исследования определяется необходимостью междисциплинарного понимания социального феномена технологий краудфандинга в контексте развития информационного общества. Цель исследования — выявление ключевых особенностей краудфандинговых технологий как инструмента продвижения социальных инициатив информационного общества.

Работа организована следующим образом. В первом разделе показана актуальность темы исследования и сформулирована цель исследования. Во втором разделе анализируются концептуальные основы темы исследования, представляются результаты анализа научных публикаций по теме исследования. В третьем разделе представляются результаты анализа краудсорсинговых проектов. В последнем разделе делаются выводы о проделанной работе.

¹Центральный Банк РФ. Развитие альтернативных механизмов инвестирования: прямые инвестиции и краудфандинг. Доклад для общественных консультаций ЦБ РФ. 2020 (https://cbr.ru/Content/Document/File/112055/Consultation_Paper_200811.pdf).

Материалы и методы исследования

Авторы использовали такие методы исследования, как поиск, системный анализ, классификация и сравнение. Материалами исследования послужили научные работы отечественных и зарубежных исследователей по вопросам краудфандинга, а также данные о проектах, размещенных на краудфандинговой платформе Planeta.ru.

Применение данных методов исследования позволило проанализировать публикации, посвященные краудфандингу, обобщить подходы к определению понятия «краудфандинг» и дать общую классификацию видов проектов, инициируемых обществом, а также собрать и проанализировать данные по краудфандинговым проектам.

Теория

Краудфандинговые технологии

Проекты — неотъемлемая часть нашей жизни, они инициируются на разном уровне. Но наиболее важными нужно считать общественные идеи и потребности их реализации, так как они выступают барометром социально-экономического развития любой страны и пытаются нивелировать недочеты государственного управления и хозяйственной деятельности человека.

Начало XXI в. принесло развитие сетевой экономики на основе информационной революции

и процессов глобализации экономики. Появление различных форм сетевого взаимодействия заинтересованных сторон обеспечило рост числа проектов. Продвижение проектов на основе социальных инициатив смогло обеспечить краудфандинг.

Анализ научных работ позволил нам выявить три подхода к определению понятия «краудфандинг» (табл. 1), это: финансовый механизм или инструмент, социальная технология и социально-финансовый инструмент [1].

Как показывают исследования F. Di Pietro, V. Buttice, в странах, где культура характеризуется высоким уровнем избегания неопределенности и ориентирована на долгосрочную перспективу, краудфандинговые технологии более популярны [12]. Согласно культурной карте Инглхарта — Вельцеля, для россиян характерно избегание неопределенности [13]. Это подтверждает и анализ модели Г. Хофстеде. Долгосрочная/краткосрочная временная ориентация — параметр измерения культур в шкале от упорства, бережливости, статусной иерархизации отношений, наличия чувства стыда до взаимных социальных обязательств, уважения традиций, боязни «потерять лицо», личной устойчивости и стабильности. Он проявляет сильную корреляцию с современным экономическим ростом. Для России этот показатель высокий — 81. Таким образом, в России сформирована культура для развития краудфандинговых технологий.

Таблица 1
Table 1

Подходы к определению понятия «краудфандинг»
Approaches to the definition of the “crowdfunding” term

Трактовки	Особенности
Механизм, концепция коммуникации между инвесторами и предпринимателями [2]	Финансовый механизм или концепция
Материализация эволюции сбора средств с помощью онлайн-платформ [3]	
Технология использования веб-сайтов для сбора средств [4]	
Механизм сбора средств без финансовых посредников [5]	Социальная технология
Путь к предоставлению отдельным лицам и семьям, испытывающим трудности, возможности, которой в противном случае у них не было бы. Сложное, плохо изученное явление, которое несет в себе социальные, этические и экономические риски и преимущества [6]	
Деятельность, связанная с формированием эффективной системы взаимодействий касательно вовлечения потенциальных вкладчиков в финансирование проектов в пространстве сетевых коммуникаций Интернета, результатом которых является удовлетворение потребностей человека и общества. Социальная технология коллективного финансирования на основе добровольных пожертвований [7; 8]	Социально-финансовый инструмент и механизм
Механизм финансирования инноваций и развития «умного города» [9]	
Цифровой инструмент сбора средств для проектов, направленных на социально-экономическое развитие [10]	
Привлечение капитала, внимания и обратной связи [11]	

Источники: [2]—[11].

Согласно расчетам, произведенным Центральным банком России на основе добровольного предоставления данных участниками рынка, в РФ за 2019 г. с использованием инвестиционных платформ заключено сделок на общую сумму 7,1 млрд руб., или 110 млн долл. США, что на 53 % меньше, чем в 2018 г. При этом большая часть заключаемых сделок приходится на краудлендинг. Стоит отметить, что к концу 2019 г. доля российского рынка краудфандинга в мировом рынке составила около 0,8 %. Такая малая доля обусловлена тем, что в РФ краудфандинг начал использоваться сравнительно недавно¹.

Самыми крупными и популярными сервисами народного краудфандинга в России являются Planeta.ru и Boomstarter. Обе платформы начали действовать в 2012 г. [14]. Однако крупнейшей по количеству успешных проектов и общей сумме собранных денежных средств является имен-

¹Центральный Банк РФ. Развитие альтернативных механизмов инвестирования...

но платформа Planeta.ru. По состоянию на начало февраля 2022 г. на российской платформе Planeta.ru более 7200 успешных проектов и 1,68 млрд руб. собранных средств. Количество пользователей платформы Planeta.ru превышает 1,2 млн чел.² Это позволяет говорить, что краудфандинг в РФ является довольно молодым и активно развивающимся инструментом финансирования.

Краудсорсинговые проекты

С развитием экономики, переходом от индустриальной экономики к постиндустриальной меняются характеристики и способы продвижения социальных инициатив населения. Проекты, инициируемые обществом, можно разделить по следующим характеристикам: состав участников, длительность сбора средств, расположение организационного центра, тип финансирования, вид собираемых ресурсов, сложность структуры (табл. 2).

²Что такое Planeta.ru? // Planeta — российская краудфандинговая платформа (<https://planeta.ru/about#about>; дата обращения 10.02.2022).

Таблица 2
Table 2

Виды проектов, инициируемых обществом
Types of projects initiated by society

Виды проектов Характеристики	В индустриальной экономике	В постиндустриальной экономике	Краудфандинговые
Состав участников	Работники Предприниматели Население Пайщики Потребители Коллективы	Работники Предприниматели Население Пайщики Потребители Коллективы	Население Потребители Предприниматели Коллективы
Длительность	Краткосрочные (до 3 лет) Среднесрочные (от 3 до 5 лет) Долгосрочные (свыше 5 лет)	Краткосрочные (до 3 лет) Среднесрочные (от 3 до 5 лет) Долгосрочные (свыше 5 лет)	Краткосрочные (до 6 месяцев)
Расположение организационного центра	Офис организации (чаще общественной) Аренднованное помещение	Офис организации (чаще общественной) Аренднованное помещение Веб-сайт	Офис организации (чаще общественной) Аренднованное помещение Веб-сайт Отсутствует
Финансирование, вид средств	Собственные Заемные Общественные Долевые	Собственные Заемные Общественные Долевые	Собственные или привлеченные организаторами (но не более 50 %) Общественные
Вид ресурсов	Финансовые Материальные Информационные Трудовые Идеи	Финансовые Материальные Информационные Трудовые Идеи	Финансовые
Сложность проектов	Монопроекты Мультипроекты (несколько связанных монопроектов) Мегапроекты (несколько связанных мультипроектов)	Монопроекты Мультипроекты (несколько связанных монопроектов) Мегапроекты (несколько связанных мультипроектов)	Монопроекты

Примечание: составлено авторами.

Как уже отмечено, краудфандинговые проекты могут иметь разных инициаторов, но в этой статье внимание обращено на инициативы общества. Состав участников может быть самым разнообразным, но в основном инициаторами таких проектов становятся отдельные люди, творческие коллективы и предприниматели.

Если проекты, иницируемые обществом, могут иметь продолжительность более пяти лет, то краудфандинговые проекты не предполагают такого длительного срока привлечения денежных средств, чаще всего он составляет примерно два месяца (но не более шести, согласно нашему анализу).

Чаще всего для организации какого-либо проекта требуется помещение, где располагаются организаторы, в условиях развития ИКТ (информационно-коммуникационных технологий) их стали подменять веб-сайтами, а для краудфандинговых проектов можно не создавать никакого организаторского центра. Для проектов, иницируемых обществом, чаще всего недостаточно собственных средств, приходится привлекать заемные, долевы. Спецификой краудсорсинговых проектов стало то, что привлекаются средства населения в виде добровольных отчислений

без фиксированного размера. Краудфандинговые порталы передают инициаторам проекта собранные средства, если сумма составила 50% и более [15].

Все проекты, иницируемые обществом, можно разделить по видам ресурсов, которые они собирают. Это могут быть материал, оборудование, какие-то вещи, подарки, денежные средства, физический труд, информация, включая идеи, и т. д. Особенностью краудфандинговых проектов остается то, что они собирают только финансы.

Кроме того, авторы считают правомерным разделять проекты на монопроекты, мультипроекты и мегапроекты в зависимости от размера, их структуры и сложности. Но для краудфандинговых проектов, иницируемых обществом, характерно, что это монопроекты. Возможно, в дальнейшем с развитием общественных инициатив и роста влияния на государственное управление будет изменяться и сложность краудфандинговых проектов.

Результаты

Авторами проанализированы проекты с платформы Planeta.ru, объем выборки составил 100 ед. (табл. 3).

Таблица 3
Table 3

Анализ краудфандинговых проектов с сайта Planeta.ru (на 05.02.2022) Analysis of crowdfunding projects from the site Planeta.ru (as of 05.02.2022)

Категория	Цель проекта	Успешность, %
#ВместеМыМожемВсе	Социальная (100%)	100,00
Бизнес	Социальная (48,86%) Коммерческая (51,14%)	48,86
Благотворительность	Социальная (100%)	50,00
Дизайн и фотографии	Социальная (25,00%) Коммерческая (75,00%)	66,70
Еда	Коммерческая (100,00%)	42,86
Игры	Социальная (20,00%) Коммерческая (80,00%)	80,00
Кино и видео	Социальная (14,29%) Коммерческая (85,71%)	80,00
Литература и журналистика	Коммерческая (100,00%)	100,00
Музыка	Коммерческая (100,00%)	83,33
Наука и просвещение	Социальная (100%)	100,00
Обучение	Социальная (16,67%) Коммерческая (83,33%)	83,33
Общественные инициативы	Социальная (100%)	100,00
События	Социальная (12,50%) Коммерческая (87,50%)	75,00
Спорт	Социальная (75,00%) Коммерческая (25,00%)	75,00
Театр	Социальная (25,00%) Коммерческая (75,00%)	42,86
Технологии и инновации	Социальная (14,29%) Коммерческая (85,71%)	42,86
Экология и природа	Социальная (100%)	50,00

Примечание: составлено авторами.

Таким образом, в выборку попали проекты из категорий: «#ВместеМыМожемВсе», «Бизнес», «Благотворительность», «Дизайн и фотографии», «Еда», «Игры», «Кино и видео», «Литература и журналистика», «Музыка», «Наука и просвещение», «Обучение», «Общественные инициативы», «События», «Спорт», «Театр», «Технологии и инновации», «Экология и природа». Все краудфандинговые проекты по цели реализации можно разделить на коммерческие и социальные. Под успешностью проекта рассматривается доля проектов, собравших 50% и более средств (кроме того, сумма может превышать 100%, а в случае недобора заявленной суммы, но получения не меньше 50% инициатор проекта может дать гарантии привлечения собственных или заемных средств).

Как оказалось, только социальную направленность имели проекты из категорий: «#ВместеМыМожемВсе», «Благотворительность», «Наука и просвещение», «Общественные инициативы», «Экология и природа», только коммерческую: «Еда», «Литература и журналистика», «Музыка». В остальных категориях тоже имеются социальные проекты. В группе «Спорт» они даже преобладают. По успешности проектов нужно выделить категории «#ВместеМыМожемВсе», «Литература и журналистика», «Наука и просвещение», «Общественные инициативы». Все проекты в них собрали необходимые суммы, при этом только одна категория — «Литература и журналистика» — содержит коммерческие проекты. Это показывает социальную ответственность российского населения, вовлеченность в самостоятельное решение социальных задач.

Связи между целью проекта и успешностью не обнаружено.

Выводы

Итак, краудфандинговые технологии могут быть реализованы в условиях постиндустриальной экономики, когда начинает формироваться информационное общество. Понятие краудфандинга связывают только с финансовой или социальной технологией, но все же есть ряд ученых, как S. Care, A. Trotta, R. Carè, A. Rizzello, L. Raimi, O. Aladejebi, которые считают, что это неразрывно связанный социально-финансовый механизм. Как показывает история, проекты, инициируемые обществом в индустриальной и постиндустриальной экономике, не сильно отличаются. При этом для краудфандинговых проектов выделяющимися характеристиками стали длительность проектов (только краткосрочные), возможность отсутствия организационного центра, привлечение только финансовых ресурсов, низкая сложность проектов. Состав участников может быть любым, достаточно сложно разделить его на группы. Добровольные отчисления на реализацию краудфандинговых проектов не имеют фиксированного размера, что стало в том числе особенностью краудфандинговых технологий привлечения денежных средств.

Проанализированные проекты с портала Planet.ru показали большую долю реализованных социальных инициатив. При этом по успешности социальные проекты не уступают коммерческим. Часть рубрик, как «#ВместеМыМожемВсе», «Благотворительность», «Наука и просвещение», «Общественные инициативы», содержат только социальные проекты, на 100% поддержанные населением. Более глубокий их анализ позволит выделить острые социальные проблемы, которые не оставляют равнодушными общество и вызывают у него социальную ответственность.

Список источников

1. Алетдинова А. А., Андрюшин А. В., Идимешева Ю. В. Краудфандинг как современный инструмент финансирования проектов // Вестник Сибирского университета потребительской кооперации. 2021. № 4 (38). С. 48—56. DOI: 10.48642/2305-7408.2021.77.62.005.
2. Valanciene L., Jegeleviciute S. Valuation of crowdfunding: benefits and drawbacks // Economics and management. 2013. Vol. 18, no. 1. P. 39—48.
3. Martínez-Climent C., Zorio-Grima A., Ribeiro-Soriano D. Financial return crowdfunding: literature review and bibliometric analysis // International Entrepreneurship and Management Journal. 2018. Vol. 14, no. 3. P. 527—553.
4. Bassani G., Marinelli N., Vismara S. Crowdfunding in healthcare // The Journal of Technology Transfer. 2019. Vol. 44, no. 4. P. 1290—1310.
5. Linh D. H. Impacts of founder on the success of crowdfunding in Vietnam // Journal of Economics and Business. 2019. Vol. 2, no. 2.
6. Murdoch B., Marcon A. R., Downie D., Caulfield T. Media portrayal of illness-related medical crowdfunding: A content analysis of newspaper articles in the United States and Canada // Plos one. 2019. Vol. 14, no. 4. P. e0215805.

7. Chandna V. Social entrepreneurship and digital platforms: Crowdfunding in the sharing-economy era // *Business Horizons*. 2022. Vol. 65, no. 1. P. 21—31.
8. Tenner I., Hörisch J. Crowdfunding sustainable entrepreneurship: What are the characteristics of crowdfunding investors // *Journal of Cleaner Production*. 2021. Vol. 290. P. 125667.
9. Crowdfunding for the development of smart cities / S. Care, A. Trotta, R. Carè, A. Rizzello // *Business Horizons*. 2018. Vol. 61, no. 4. P. 501—509.
10. Raimi L. Breaking the Formal Financing Barriers Facing Entrepreneurs: Crowdfunding as an Alternative Financing for Enterprise Development in Nigeria in the Digital Era // *Handbook of Research on Social and Organizational Dynamics in the Digital Era*. IGI Global, 2020. P. 218—234.
11. Aladejebi O. Crowdfunding: An emerging source of raising funds in Nigeria // *Archives of Business Review*. 2020. Vol. 8, no. 7.
12. Di Pietro F., Butticiè V. Institutional characteristics and the development of crowdfunding across countries // *International Review of Financial Analysis*. 2020. Vol. 71. P. 101543.
13. Inglehart R., Welzel C. Changing mass priorities: The link between modernization and democracy // *Perspectives on Politics*. 2010. Vol. 8, no. 2. P. 551—567.
14. Месропян Э. Р., Евсеева О. А. Рынок научного краудфандинга в России: анализ и оценка перспектив // *Дискуссия*. 2021. № 4 (107). С. 29—40.
15. Мотовилов О. В. Феномен краудфандинга: исследование особенностей // *Вестник Санкт-Петербургского университета. Экономика*. 2018. № 2. С. 298—316.

References

1. Aletdinova AA, Andryushin AV, Idimesheva YV. Crowdfunding as a modern project financing tool. *Vestnik Sibirskogo universiteta potrebitel'skoy kooperatsii = Bulletin of the Siberian University of Consumer Cooperation*. 2021;(4(38):48-56. DOI: 10.48642/2305-7408.2021.77.62.005. (In Russ.).
2. Valanciene L, Jegeleviciute S. Valuation of crowdfunding: benefits and drawbacks. *Economics and management*. 2013;(18-1):39-48.
3. Martínez-Climent C, Zorio-Grima A, Ribeiro-Soriano D. Financial return crowdfunding: literature review and bibliometric analysis. *International Entrepreneurship and Management Journal*. 2018;(14-3):527-553.
4. Bassani G, Marinelli N, Vismara S. Crowdfunding in healthcare. *The Journal of Technology Transfer*. 2019;(44-4):1290-1310.
5. Linh DH. Impacts of founder on the success of crowdfunding in Vietnam. *Journal of Economics and Business*. 2019;(2-2).
6. Murdoch B, Marcon AR, Downie D, Caulfield T. Media portrayal of illness-related medical crowdfunding: A content analysis of newspaper articles in the United States and Canada. *Plos one*. 2019;(14-4):e0215805.
7. Chandna V. Social entrepreneurship and digital platforms: Crowdfunding in the sharing-economy era. *Business Horizons*. 2022;(65-1):21-31.
8. Tenner I, Hörisch J. Crowdfunding sustainable entrepreneurship: What are the characteristics of crowdfunding investors? *Journal of Cleaner Production*. 2021;(290):125667.
9. Care S, Trotta A, Carè R, Rizzello A. Crowdfunding for the development of smart cities. *Business Horizons*. 2018;(61-4):501-509.
10. Raimi L. Breaking the Formal Financing Barriers Facing Entrepreneurs: Crowdfunding as an Alternative Financing for Enterprise Development in Nigeria in the Digital Era. In: *Handbook of Research on Social and Organizational Dynamics in the Digital Era*. IGI Global; 2020. Pp. 218—234.
11. Aladejebi O. Crowdfunding: An emerging source of raising funds in Nigeria. *Archives of Business Review*. 2020;(8-7):381-404.
12. Di Pietro F, Butticiè V. Institutional characteristics and the development of crowdfunding across countries. *International Review of Financial Analysis*. 2020;(71):101543.
13. Inglehart R, Welzel C. Changing mass priorities: The link between modernization and democracy. *Perspectives on Politics*. 2010;(8-2):551-567.
14. Mesropyan ER, Evseeva OA. The market of scientific crowdfunding in Russia: analysis and evaluation of prospects. *Diskussiya = Discussion*. 2021;(4(107):29-40. (In Russ.).

15. Motovilov OV. The phenomenon of crowdfunding: a study of the features. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Ekonomika = Bulletin of St. Petersburg University. Economy*. 2018;(2):298-316. (In Russ.).

Информация об авторах

А. А. Алетдинова — доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры автоматизированных систем управления.

А. В. Андришин — магистрант второго курса направления «Прикладная информатика», профиль «Интеллектуальный анализ и управление в социально-экономических системах».

Ю. В. Идимешева — магистрантка второго курса направления «Прикладная информатика», профиль «Интеллектуальный анализ и управление в социально-экономических системах».

М. Ш. Муртазина — кандидат технических наук, доцент кафедры автоматизированных систем управления.

Information about the authors

Anna A. Aletdinova — Doctor of Economic Sciences, Associate Professor, Professor of Automated Control System Department.

Andrey V. Andryushin — second-year Master's student in "Applied Computer Science", profile "Intellectual Analysis and Management in Socio-Economic Systems".

Yulia V. Idimesheva — second-year Master's student in "Applied Computer Science", profile "Intellectual Analysis and Management in Socio-Economic Systems".

Marina Sh. Murtazina — Candidate of Technical Sciences, Associate Professor of Automated Control System Department.

Статья поступила в редакцию 16.11.2022; одобрена после рецензирования 22.11.2022; принята к публикации 05.12.2022.

The article was submitted 16.11.2022; approved after reviewing 22.11.2022; accepted for publication 05.12.2022.

Вклад авторов: авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации.

Contribution of the authors: the authors contributed equally to this article.

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

The authors declare no conflicts of interests.