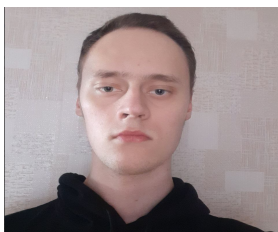


УДК 004.418:336.7

## BIG DATA В КРАУДФАНДИНГЕ КАК СРЕДСТВО ПРОГНОЗИРОВАНИЯ УСПЕХА КАМПАНИИ



**С.Н. Барсукевич**

Студент 4 курса факультета компьютерных систем и сетей специальности ИиТП БГУИР  
mx2002bsn0307@gmail.com



**С.Н. Нестеренков**

Декан факультета компьютерных систем и сетей БГУИР, кандидат технических наук, доцент  
s.nesterenkov@bsuir.by



**Д.В. Низовцов**

начальник отдела информационных технологий, ОИТ ассистент, Каф.ПОИТ  
d.nizovtsov@bsuir.by

### **С.Н. Барсукевич**

Студент 4 курса специальности “Информатика и Технологии Программирования” Белорусского государственного университета информатики и радиоэлектроники.

### **С.Н. Нестеренков**

Кандидат технических наук, доцент, декан факультета компьютерных систем и сетей Белорусского государственного университета информатики и радиоэлектроники, доцента кафедры программного обеспечения информационных технологий. Автор публикаций на тему машинного обучения, алгоритмов принятия решений, искусственных нейронных сетей и автоматизации

### **Д.В. Низовцов**

Окончил БГУИР в 2016 году по специальности “Программное обеспечение информационных технологий”, магистрант первого года обучения по специальности “Электронные системы и технологии” БГУИР.

**Аннотация.** В данной работе представлен краткий обзор сферы краудфандинга, проанализированы важные аспекты успеха кампаний, а также определены пути использования больших данных для прогнозирования положительного результата.

**Ключевые слова:** краудфандинг, анализ данных, успех кампании, мониторинг.

### **Введение.**

Краудфандинг существует довольно давно. Этот процесс представляет собой сбор средств для различных проектов, целей или разработок, и это может включать огромные денежные суммы. Поэтому точные прогнозы для таких кампаний важны. Соответственно анализ больших данных является важным инструментом для прогнозирования успеха краудфандинговых кампаний [1].

Краудфандинг включает в себя три основных объекта: инициатор, который предлагает свои мысли общественности; сторонники идеи или проекта, которые на самом деле помогают инициатору, собирая деньги; и посредник, который объединяет обе стороны и выступает в качестве канала связи [2].

Одной из самых больших проблем в области краудфандинга является вероятность успеха проекта. Если инвесторам проект недостаточно нравится или они не в состоянии понять идею, они не проявят особого интереса к проекту. Недостаточная видимость и неудачная реклама (или ее полное отсутствие) значительно влияют на рост проекта: кампания никогда не будет замечена или не будет привлекательной для целевой аудитории. Таким образом, проект не получает должного старта, а реализация инициатора полностью приостанавливается из-за недостаточного

финансирования. Такие риски следует выявлять на ранней стадии проекта, чтобы их влияние на дальнейшую судьбу проекта не стало критичным.

#### **Основная часть.**

Определим какую ценность и влияние имеют большие данные для кампаний. Помимо всего прочего, большие данные могут помочь инициаторам кампаний получить ответы на наиболее важные вопросы, а также получить необходимую информацию по таким темам, как:

- Каковы в настоящее время наиболее популярные типы проектов?
- Каков статус подобных проектов и были ли они успешными?
- Если они были успешными, то какой метод краудфандинга они использовали?
- Каков был размер их базы сторонников?

Эти вопросы очень важны, и на них необходимо получить правильные ответы, прежде чем запускать какую-либо краудфандинговую кампанию. Большие данные могут произвести революцию в мире краудфандинга, предоставляя информацию о различных областях, делая каждую краудфандинговую кампанию успешной и полезной для общественности.

Big Data позволяет проанализировать множество факторов, влияющих на успех краудфандинговых проектов, таких как популярность темы, длительность кампании, общий объем сбора средств, частота и качество выкладываемого контента, обратная связь между разработчиками и заинтересованными лицами [3].

Краудфандинговые платформы могут использовать алгоритмы машинного обучения и анализа данных для определения успешных и неуспешных проектов, чтобы улучшить свои рекомендации и прогнозы. Анализ больших данных может предоставлять информацию, основанную как на прошлых кампаниях, тенденциях рынка, так и на исследовании потребностей клиентов и графиков успехов и неудач. Некоторые из используемых методов включают в себя:

- Анализ похожих кампаний. Данные собираются, обрабатываются и анализируются. Например, на основе данных о прошлых краудфандинговых кампаниях можно определить уровень риска новой кампании.

- Прогнозирование по датам. Модели машинного обучения могут быть созданы для прогнозирования будущих событий, таких как успех кампании в зависимости от даты запуска.

- Анализ социальных медиа. Использование алгоритмов анализа социальных медиа может помочь в определении популярности и распространенности кампании. Big Data может помочь оценить эффективность использования различных методов маркетинга и рекламы для привлечения инвесторов. Такие данные могут быть использованы для определения лучших стратегий для сбора средств, таких как оптимизация контента проекта [4].

- Сегментация. Использование больших данных вместе с сегментацией может помочь краудфандинговым платформам лучше понимать свою аудиторию, оптимизировать процесс финансирования проектов и улучшать пользовательский опыт. Мониторинг текущих тенденций. Анализ текущих тенденций и изменений на рынке может помочь в прогнозировании успеха кампании.

- Определение пути развития проекта: анализ Big Data помогает выявить, как проект может развиваться после завершения кампании краудфандинга. Данные об истории проектов, сопоставление продуктов и взаимодействие со сторонними платформами могут дать полезную информацию о том, какие возможности есть для расширения бизнеса.

Краудфандинг дал жизнь множеству проектов, а многие люди смогли реализовать свои мечты. Одним из ярких примеров является игровая консоль Ouya, которая стала огромным хитом, собрав 8,5 миллионов долларов всего за 29 дней на Kickstarter, использующем большие данные для точных прогнозов [5].

#### **Заключение.**

Таким образом Big Data также помогает кампаниям определить целевую аудиторию, создавать персонализированные стратегии маркетинга и оптимизировать процесс сбора средств.

Применение анализа позволяет улучшить результаты краудфандинговых кампаний, снизить риски и повысить шансы на достижение поставленных целей.

#### **Список литературы**

- [1] Block J, Hornuf L, Moritz A. Which updates during an equity crowdfunding campaign increase crowd participation? *Small Business Economics*. 2018;50(1):3-27.
- [2] Попов С.О. Источники и инструменты финансирования инноваций // *International scientific review of problems and prospects of modern science and education / collection of scientific articles. XLIV international correspondence scientific and practical conference (Boston. USA. April 24-25, 2018)*. Boston, 2018. С. 37-40.
- [3] Аналитики Big Data. Типы аналитики = Big Data analytics and concepts. Types of analytics / И. В. Шилов [и др.] : VIII Международная научно-практическая конференция : сборник материалов VIII Международной научно-практической конференции, Минск, 11–12 мая 2022 года / Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники ; редкол.: В. А. Богущ [и др.]. – Минск, 2022. – С. 273–276.
- [4] Корсунов, В. Ю. Роль решений, использующих Big Data, в управлении организациями = The role of big data solutions in the management of organizations / В. Ю. Корсунов, С. Н. Нестеренков : VIII Международная научно-практическая конференция : сборник материалов VIII Международной научно-практической конференции, Минск, 11–12 мая 2022 года / Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники ; редкол.: В. А. Богущ [и др.]. – Минск, 2022. – С. 257–260.
- [5] Kaushik Paul: How is Big Data influencing crowdfunding, 2023

### **BIG DATA IN CROWDFUNDING AS A MEANS OF PREDICTING THE SUCCESS OF A CAMPAIGN**

***S.N. Barsukevich***

*4th grade student of the Faculty of  
Computer Systems and Networks,  
specialty CSaPT BSUIR*

***S.N. Nesterenkov***

*Dean of the Faculty of Computer  
Systems and Networks of BSUIR,  
PhD of Technical Sciences, Associate  
Professor*

***D.V. Nizovtsov***

*Head of Information Technology  
Department, ITD Assistant,  
Department of SFiT*

*Department of Computer Science*

*Faculty of Computer Systems and Networks*

*Belarusian State University of computer science and Radio Electronics, Republic of  
Belarus*

*E-mail: mx2002bsn0307@gmail.com*

**Abstract.** This article provides a brief overview of the field of crowdfunding, important aspects of the success of campaigns are analyzed, and also ways to use big data to predict a positive result.

**Keywords:** crowdfunding, data analysis, campaign success, monitoring are identified.