



УДК 354+316.35

## КРАУДСОРСИНГ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ

Студ. Н.В. Давиденко, гр. БЕП 1-15

Науковий керівник проф. Т.Є. Воронкова

Київський національний університет технологій та дизайну

**Мета і завдання:** розкрити суть поняття «краудсорсинг», його концепти, переваги та недоліки як інноваційного управлінського інструменту, стан впровадження краудсорсингових проектів у зарубіжних країнах в контексті логіки його практичного застосування для керівників.

**Об'єктом дослідження** виступають процеси обґрунтування необхідності використання системи краудсорсингу.

**Предметом дослідження** є методи та заходи, що спрямовані на покращення управління бізнесом за допомогою залучення аудиторії за методом краудсорсингу.

**Методи та засоби дослідження:** структурно-логічний (при побудові структури дослідження); діалектичний (при формуванні мети, завдань, об'єкта); ранговий та бальний методи (при дослідженні системи); теоретичного узагальнення (при вивченні результатів дослідження вітчизняних і зарубіжних науковців).

**Наукова новизна та практичне значення отриманих результатів:** в результаті проведеного дослідження дістало подальшого розвитку обґрунтування підходів до формування інноваційної системи управління підприємством на засадах краудсорсингу.

**Результати дослідження.** Однією з основних проблем управління є неадекватність випереджального розвитку інформаційних технологій, інноваційних управлінських інструментів з їх повільним впровадженням менеджерами в практику діяльності. Це зумовлює розгляд сучасного інструменту – краудсорсинга, впровадження якого спрямоване як на підвищення ефективності дій менеджерів, так і конкурентоздатності й іміджу інституцій, які вони очолюють. Краудсорсинг — передача певних виробничих функцій невизначеному колу осіб. Виникнення та розвиток краудсорсингу безпосередньо пов'язані з розвитком нового типу суспільства – інформаційного, що детермінувало випереджальний розвиток ІТ, формування мережевої економіки знань, розвиток соціальних мереж, нових типів е-взаємодії.

У бізнес-сфері – цей метод є ефективним інструментом, який дозволяє з мінімальними витратами коригувати розвиток бізнесу. Проект на основі краудсорсингу – E-generator.ru, це, по-суті, приклад колективної творчості в галузі генерації ідей («брейнштурмінг» або «мозковий штурм» як метод, який може бути застосований у будь-якій галузі реклами й маркетингу, в освіті). Експертне співтовариство генерує ідеї на задану замовником тему, переможці отримують матеріальні бонуси. Додаткова схема монетизації проекту – продаж доступу до архіву ідей, зібраного за час над роботи проектом [1].

Під час розгляду феномену краудсорсинга основну увагу необхідно приділити перевагам і ризикам від його застосування. Переваги використання краудсорсинга багато в чому залежать від суті поставленої задачі.

Застосування краудсорсингових технологій у бізнес сфері надає можливість:

- економії фінансових, людських, інформаційних, енергетичних та часових ресурсів;

- раціонального використання знань, умінь, досвіду та інтересів як «натовпу», так і окремої конкретної людини;



- створення нових сприятливих умов для налагодження ефективної комунікації з цільовою аудиторією споживачів послуг;
- заохочення усіх активних суб'єктів до прийняття участі в процесі формування колегіальних і прозорих управлінських рішень;
- участі та доступу до результатів праці необмеженої аудиторії завдяки масштабності проектів;
- завершення проектів за короткий термін [2].

Є багато різних прикладів використання цього методу. Наприклад, «Threadless» — компанія з виробництва футболок у Чикаго. Процес розробки дизайну складається виключно з проведення онлайн конкурсів. Щотижня компанія отримує сотні ідей від аматорів і професійних художників. «Threadless» публікує ці малюнки на своєму сайті, і кожен зареєстрований користувач може оцінити ту чи іншу футболку. Щотижня у виробництво запускається від чотирьох до шести найпопулярніших дизайнів, але тільки після того, як достатньо велика кількість покупців зробить попереднє замовлення, щоб не зазнати збитків.

Переможці щотижня отримують 2000 доларів та різні призи, проте справжньою мотивацією є бажання побачити свою роботу запущеною у виробництво. На етикетці кожної футболки Threadless друкує ім'я розробника. Для дизайнерів це творча віддушину, для покупців — додатковий вибір. Компанії не потрібно наймати команду дизайнерів, при цьому вона вкладає гроші тільки у перевірені, попередньо замовлені дизайни, а це є значним зниженням ризику.

Також найвідомішими прикладами краудсорсингу є:

– «Вікіпедія» — вільна енциклопедія. Пропонує користувачам самим редагувати статті.

– «Microsoft» — транснаціональна компанія з виробництва програмного забезпечення для обчислювальної техніки. Використовує метод краудсорсингу, залучаючи користувачів свого ПЗ залишити пропозиції щодо поліпшення розробок компанії на корпоративному сайті, а також проводить опитування громадської думки.

Краудсорсинг за короткий проміжок часу став потужним і дієвим управлінським інструментом, застосування якого в управлінні, бізнесі дозволяє розв'язувати актуальні, важливі та нагальні задачі, використовуючи при цьому спільний інтелект, знання, компетентність як кваліфікованих фахівців, так й активних, креативних і небайдужих пересічних громадян.

**Висновок.** Отже, краудсорсинг – це сучасний універсальний управлінський інструмент пошуку нових ідей та коштів із застосуванням ІКТ-технологій. Краудсорсинг дає можливість підприємству вирішити велику кількість бізнес-задач з максимальною економією матеріальних та трудових ресурсів, а також мінімізувати витрати часу. Представлені у статті результати дослідження покращують розуміння сутності краудсорсингу і створюють підґрунтя для подальших розробок, перспективного розвитку яких є розробка механізму адаптації міжнародного досвіду у практику вітчизняних підприємств.

**Ключові слова:** краудсорсинг, соціальний капітал, генерація ідей.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Джефф Хау. Краудсорсинг. Коллективный разум как инструмент развития бизнеса. – М. : Альпина Паблишер, 2012. – 288 с.
2. Howe J. Crowdsourcing: Why the Power of the Crowd is Driving the Future of Business [Electronic resource] / J. Howe. – Mode of access: <http://www.bizbriefings.com/Samples/IntInst>.