

УДК 330.65

Нищенко О.В.

Київський національний університет технологій та дизайну

КРАУДСОРСИНГ ЯК СУЧАСНИЙ УПРАВЛІНСЬКИЙ ІНСТРУМЕНТ

В статті розкрито сутність, зміст та основні переваги краудсорсингу як управлінського інструменту. Виокремлено основні бізнес-задачі, які успішно можуть бути вирішені за допомогою краудсорсингу.

Ключові слова: краудсорсинг, краудсорсингова платформа, інструмент, бізнес-задачі, Інтернет-технології, генерація ідей, краудфандінг.

Nyshenko O.

CROWDSOURCING AS THE MODERN MANAGEMENT INSTRUMENT

Investigate the essence of crowdsourcing as a modern management tool to prove the main advantages and distinguish the business problems that can be solved successfully by means of crowdsourcing.

The basis of the investigation of crowdsourcing as a modern management tool is the relative scientific research of domestic and foreign scientists. The systematic approach has been applied to investigate the concept of crowdsourcing as well as general scientific methods of research.

On the course of the investigation it has been discovered that crowdsourcing is a modern effective managerial tool that allows you to use the knowledge of employees, customers and partners to solve actual business problems.

The definition of the term crowdsourcing has been further developed. The advantages of efficiency use of crowdsourcing as a method of generating business ideas and selection of the best alternatives have been introduced in the study. The number of business tasks that can be successfully resolved through crowdsourcing have been suggested.

The results of investigation of practical use can help the company to effectively resolve certain number of business tasks with maximum economy of material and labour resources and minimize the time spent on preparation and decision-making.

Keywords: crowdsourcing, crowdsourcing platform, instrument, business objectives, Internet technology, the generation of ideas, crowdfunding.

Нищенко Е.В.

КРАУДСОРСИНГ КАК СОВРЕМЕННЫЙ УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТ

В статье раскрыта сущность, содержание и основные преимущества краудсорсинга как управленческого инструмента. Выделены основные бизнес-задачи, которые успешно могут быть решены с помощью краудсорсинга.

Ключевые слова: краудсорсинг, краудсорсинговая платформа, инструмент, бизнес-задачи, Интернет-технологии, генерация идей, краудфандинг.

Постановка проблеми у загальному вигляді і її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. Постійний розвиток Інтернет-технологій відкриває для бізнесу нові горизонти розширюючи доступ до обміну інформацією між мільйонами людей. Сьогодні краудсорсинг широко використовується на Заході, а також у сусідній Росії для вирішення різнопланових задач бізнесу, залучаючи до пошуку рішення велику масу користувачів Інтернет мережі.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. Питанням використання краудсорсингу в управлінні підприємством присвячені праці таких науковців як: Дж. Хау, Луїс фон Ах, Д. Брабхам, Д. Аллен, А. Шерман, Дж. Шуровські, Т. Ліндеберг та багатьох інших іноземних вчених. Праці вітчизняних науковців, зокрема Ю. Луценко, О. Мар'їна, А. Жабін, та інших не мають системного характеру, представлені поодинокими вузькоспеціалізованими публікаціями у наукових виданнях, що свідчить про недостатній рівень розробленості проблеми.

Цілі статті. Розкрити сутність краудсорсингу, як сучасного управлінського інструменту, обґрунтувати основні переваги та виокремити бізнес-задачи, які успішно можна вирішити за допомогою краудсорсингу.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Сьогодні краудсорсинг розвивається швидкими темпами, так як дає можливість для вирішення різносторонніх проблем і завдань, що стоять перед бізнесом, державою та суспільством в цілому. В рамках парадигми краудсорсингу вирішення задачі передається численній групі людей, що дає можливість максимально скоротити часові, людські та матеріальні ресурси.

Уряд Великобританії, ще у 1714 році призначив винагороду за знаходження точного методу визначення довготи на морі, набагато випередивши свій час. Замість того, щоб сплатити встановлену суму одному вченому, було запропоновано прийняти участь у вирішенні завдання всім, хто був на це здатний. Метод, який застосувала влада Великобританії, 300 років по тому назвали краудсорсингом, тобто «генеруванням ідей народом» [1].

Популяризація ідеї, яка лежить в основі «краудсорсингу», почалася ще до винаходу самого терміну. У 2003 році Луїс фон Ах разом зі своїми колегами вперше запропонував поняття «людських обчислень» (human computation), яке оперує можливостями людини для виконання обчислювальних задач, непідвладних комп'ютеру. У 2004 році журналіст Джеймс Шуровьескі опублікував книгу «Мудрість натовпу», зазначивши, що при правильно заданих умовах пошук вирішення будь-якої проблеми з опорою на сукупні знання багатьох людей може бути більш ефективною методикою, ніж використання знань і досвіду кількох з них.

Термін краудсорсинг був вперше введений не так давно, а саме в 2006 році, науковцем Джеффом Хау у статті «The Rise of Crowdsourcing» для журналу «Wired». Він утворений від англійських слів «crowd» - натовп і «sourcing» - використання ресурсів, і означає передачу певних виробничих функцій невизначеному колу осіб, і не передбачає укладання трудового договору [2].

Ідея «краудсорсингу» не нова, але лише використання Інтернет-технологій зробило цей метод дешевим і загальнодоступним у десятках областей людських знань. Хау стверджує, що розвиток технологій забезпечив доступ до інформації величезній кількості користувачів. Остання обставина скоротила розрив між професіоналами та аматорами у різноманітних галузях знань. У результаті організації отримали можливість скористатися талантами «мережевого натовпу» у своїх цілях, залучаючи мільйони людей до роботи над різноманітними завданнями.

Сьогодні визначення терміну краудсорсинг зазнало змін – тепер це сучасний управлінський інструмент, який дозволяє вирішувати актуальні бізнес завдання, використовуючи потенціал знань співробітників, клієнтів і партнерів компанії.

Основними перевагами використання краудсорсингу є [3]:

Талант. Головна перевага краудсорсингу полягає у тому, що

можна одночасно залучити безліч виконавців-спеціалістів у своїй сфері діяльності;

Доступність. Краудсорсинг, дає можливість поділити великий проект на більш дрібні і «спеціалізовані» частини, що зменшує загальну вартість;

Компетентність. Краудсорсинг гарантує те, що кожен займатиметься своєю справою, а значить, завдання будуть виконуватися людьми з відповідною кваліфікацією;

Швидкість. Внаслідок залучення великої кількості виконавців час на виконання завдання можна скоротити до мінімуму.

Найпростішим способом використання краудсорсингу є звернення до вже існуючих клієнтів з пропозицією знайти рішення задачі, яка стоїть перед підприємством, за можливість отримати винагороду. Часто у вигляді винагороди виступає продукція або послуги цього підприємства [4].

Більш того, подібні акції можна проводити спільно з запланованими рекламними кампаніями, або планувати проведення рекламних заходів з включенням таких акцій, що в свою чергу приверне більшу увагу потенційних та існуючих клієнтів, і дасть кращий результат від самої реклами [5].

Краудсорсинг - це не просто збір інформації, думок чи ідей, це ще й методологія роботи з цими ідеями, їх відбору та рейтингування. Обрана платформа (веб-сайт) повинна володіти як методологічними, так і технологічними та людськими ресурсами для управління масивом даних, в іншому випадку кінцевого результату може і не бути.

В практиці краудсорсингу виділяють типи бізнес-задач, які успішно можуть бути вирішені за допомогою цього методу [6]:

Створення продукту (контенту) - найбільш обширний тип, який включає у себе величезну кількість різноманітних задач по створенню контенту. Одним з найяскравіших прикладів є Вікіпедія, де контент створюється звичайними користувачами інтернету. За допомогою даного підходу маємо найповнішу, безкоштовну та актуальну базу знань.

Голосування. Даний тип найчастіше є складовою частиною інших типів, зокрема, створення контенту. Голосування використовується для прийняття рішення, який з варіантів контенту краще. Голосування - це стандартний етап будь-якого

краудсорсингового процесу, у рамках якого відбувається відбір і порівняння отриманих результатів.

Пошук рішення. Цей тип краудсорсингу є одним із найбільш інтелектуально ємних і наповнених у цілому. Це пов'язано з тим, що він об'єднує велику кількість платформ, що вирішують будь-які питання, пов'язані з аналізом інформації і пошуком рішення. Це можуть бути складні наукові завдання, на яких спеціалізуються такі ресурси як Kaggle, Crowd Flower, Inno Centive, Academy of Ideas так і безліч інших аж до утилітарних приватних задач.

Повноправним представником цього типу є платформи орієнтовані на збір ідей, їх структурування, обговорення та вибір найбільш оптимального рішення для компанії. У західній термінології ці процеси іменуються «відкритими інноваціями» (open innovation). Компанії можуть отримувати ідеї як всередині – від співробітників, так і ззовні – від клієнтів, партнерів. Конкурентною перевагою платформи є в даному випадку зручність роботи з системою, можливість її інтеграції з програмним забезпеченням підприємства, використання внутрішніх механізмів для посилення мотиваційної складової для учасників.

Збір інформації. Вирішення завдань пов'язаних з маркетинговими дослідженнями, коли, наприклад, потрібно перевірити наявність на полицях магазинів того чи іншого товару, звірити ціни, переконатися, що реклама висить у потрібних місцях тощо.

Збір думок. Одним з безумовних переваг краудсорсингу є можливість звернення до сотень тисяч людей для отримання від них зворотного зв'язку у вигляді думок, різних відгуків. У першу чергу мова йде про маркетингові дослідження, коли можна швидко, якісно і недорого отримати необхідну інформацію від своєї цільової аудиторії. Цінність платформи у даному випадку ґрунтується на ємності бази респондентів, яку в будь-якому випадку потрібно буде сегментувати, виділяючи з неї потрібні групи споживачів. Одними з найбільших представників є краудсорсингові платформи Chaordix, Innopinion і Answer Tap.

Тестування. Здебільшого використовується для тестування програмних продуктів. Лідером ринку є американська платформа uTest, що пропонує доступ до ресурсу із понад 30 тис. тестувальників. Проте конкуренти з'являються постійно, працюючи в основному на

локальних ринках або спеціалізуючись на конкретних програмних рішеннях (наприклад, тестуванні мобільних додатків).

Збір коштів – краудфандінг. Краудфандінг являє собою особливий вид фінансування за допомогою збору коштів на реалізацію будь-якого проекту через Інтернет, наприклад, створення фільму, книги, музичного альбому, комп'ютерної гри, як правило, творчої продукції. Краудфандінг не є благодійністю. Кожен спонсор, передаючи гроші, отримує натомість певний бонус, наприклад, диск з фільмом, книгу з автографом або запрошення на знімальний майданчик. Часто крауд-інвестор отримує те, що не можна купити в магазині, наприклад, пам'ятні речі та емоції [7].

Базисом всіх проектів, що використовують краудсорсинг, є талановиті люди, які готові жертвувати своїм часом. Зазвичай ентузіасти, які займаються такими проектами, прагнуть не так заробити грошей, скільки отримати моральне задоволення від роботи. На думку Джеффа Хоу має місце наступне ділення аудиторії, що використовує краудсорсинг: 1% створює щось дійсно варте; 10% голосують і оцінюють створене іншими людьми; 89% споживають.

Найяскравішими прикладами використання краудсорсингу в світі є: «Вікіпедія» – вільна енциклопедія. Пропонує користувачам самим редагувати статті; «Microsoft» – транснаціональна компанія з виробництва програмного забезпечення для обчислювальної техніки, залучає користувачів свого програмного забезпечення залишити пропозиції щодо поліпшення розробок компанії на корпоративному сайті, а також проводить опитування громадської думки.

У нашій країні слово краудсорсинг не надто відоме. Гальмує розвиток краудсорсингу в Україні неврегульоване законодавство про захист авторських прав та фінансові махінації. Ніхто з учасників не захищений від того, що запропонований ним продукт може бути використаний без його згоди.

Важливо пам'ятати, що краудсорсинг не спроможний відповісти на всі питання, що виникають на підприємстві, а всього лиш є інструментом у прийнятті рішень. Першочергово необхідно чітко сформулювати задачу і вирішити, чи є краудсорсинг найкращим способом її розв'язання.

Висновки. Таким чином, результати дослідження свідчать, що 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, перспективою розвитку яких є розробка механізму адаптації міжнародного досвіду у практику вітчизняних підприємств.

1. Коллективный разум. Что такое краудсорсинг и зачем он нужен? // «Lenta.Ru». – Новостное издание. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://lenta.ru/articles/2011/10/31/crowdsourcing/>.
2. Митева Ц. Краудсорсинг в бизнесе: коллективный разум спешит на помощь. // «Контур». – Электронный журнал. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://kontur.ru/articles/415>.
3. Преимущества использования краудсорсинга в малом бизнесе .// Cardomat.ru. – Бизнес-справочник. [Электронный ресурс].– Режим доступа: <http://cardomat.ru/article/preimuschestva-ispolzovaniya-kraudsorsinga-v-malom-biznese>.
4. Михайлов А. Краудсорсинг–недорогой инструмент развития малого бизнеса . // Ресурс о малом и среднем бизнесе. [Электронный ресурс].– Режим доступа: www.pro-biznes.com.
5. Хабибуллина Л. Краудсорсинг – мощный *инструмент* для развития малого бизнеса. // Профессионалы.ru.– Деловая социальная сеть. [Электронный ресурс].– Режим доступа: <http://professional.ru/Soobschestva/33488660/>.
6. Мосс А. Что такое краудсорсинг? // Crowdsourcing.ru. Прогрессивные технологии.– Деловой портал. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://crowdsourcing.ru/article/what_is_the_crowdsourcing.
7. Аккерман К. Краудфандинг як фінансовий інструмент. // «Україна фінансова». – Інформаційно-аналітичний портал Українського агентства фінансового розвитку. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ufin.com.ua/analit_mat/sdu/139.htm.