

Д-р экон. наук, профессор  
**Ю.А. Дорошенко,**  
магистрант  
**К.Ю. Ковалевская**  
Белгородский государственный  
технологический университет  
им. В.Г. Шухова

## **КРАУДСОРСИНГ – ИННОВАЦИЯ С РАСЧЕТОМ НА ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ**

**Аннотация:** В данной статье дается определение "краудсорсинг", его возможности в бизнесе, в управлении предприятиями и учреждениями различных форм собственности для решения насущных и актуальных проблем, а также реализации инновационных программ. Раскрыты различные подходы к его типологии. На основе проведенного анализа источников по проблеме исследования выявлены и раскрыты ключевые составляющие краудсорсинга.

**Ключевые слова:** краудсорсинг, мезозадачи, бизнес-модель, мотивация, модерация, инновация, «мудрость толпы».

Актуальность данной статьи продиктована тем, что с учетом складывающихся условий современной жизни краудсорсинг как форма управления становится достаточно значимым. Проанализировав ряд статей, касающихся понятия «краудсорсинг» приходишь к выводу, что это процесс, который осуществляется за счет человеческого фактора, а именно, деятельность, в пользу инициатора процесса, людьми, которыми движут не деньги или другая материальная выгода, а чистый энтузиазм и блеск в глазах. Краудсорсинг - это явление, при котором большую задачу решают все желающие энтузиасты, на которых осуществляется переключивание различных задач на других людей, которые горят желанием эти задачи решить. Понятие «краудсорсинг» происходит от английских слов crowd – "толпа" и sourcing – "использование ресурсов".

Делегирование задач обычно использует малый и средний бизнес, чтобы не тратить средства на работу с рекламными агентствами или не заказывать дорогостоящие исследования аудитории. Однако им не пренебрегают и крупные корпорации. Так, немалое число пользователей софта Microsoft каждый месяц заполняют анкеты о своей работе, а затем их мнения анализируют специалисты по улучшению продуктов. А у Google есть приложение Crowdsourcing, которое позволяет сообществу пользователей предлагать решения и исправления проблем с продуктами и услугами.

Краудсорсинг – это практика использования знаний группы ради общей цели. Наиболее эффективна данная практика при решении сложных проблем инновационным образом или для упрощения сложных процессов.

Этот термин впервые был применён Джеффом Хоувом в статье 2006 года о подобной практике. Хотя краудсорсинг в той или иной форме существовал уже многие века, популярность его начала увеличиваться примерно с развитием электронной коммерции, социальных сетей и культуры смартфонов.

Методом задействования интеллектуальных ресурсов пользовались и в прежние времена. Еще в 1567 году король Испании Филипп II предложил награду любому, кто смог бы придумать простой и практичный метод для точного определения долготы при вычислении координат корабля в море. Полтора века спустя, в 1714 году, британский парламент учредил серьезную награду за такого рода изыскания. Ее обладателем стал часовщик-самоучка Джон Харрисон, который изобрел морской хронометр.

Краудсорсинг в маркетинге – "инновация с расчетом на пользователя", при которой компания-производитель полагаются на пользователей как в вопросе формулировки потребностей, так и в определении изделий и усовершенствований, которые бы удовлетворили эти потребности.

Краудсорсинг – привлечение к решению тех или иных проблем инновационной производственной деятельности широкого круга лиц для использования их творческих способностей, знаний и опыта по типу субподрядной работы на добровольных началах с применением информационных технологий

Есть несколько видов краудсорсинга:

Crowd Creation ("коллективное творчество") – проект, создаваемый усилиями многих людей (Википедия, Хабрахабр). В 2022 году Хабрахабр в рейтинге «Медиа технологии» среди тематических изданий IT и телеком СМИ занимал 6-е место. Коллективное сотрудничество подходит для генерации идей, для задач, требующих «мудрости толпы», для продвижения индивидуальных возможностей и опыта, и получения predetermined результатов. Его используют платформа для графических дизайнеров 99designs, фонд поддержки инноваций X Prize (премиальный фонд поддержки революционных инноваций, направленных на улучшение жизни всего человечества) и площадка для изобретателей Quirky.

Crowd Wisdom ("народная мудрость") - благодаря множеству взглядов и мнений в итоге формируется чистое знание, которое доступно всем (форумы) и используется для создания действенных решений, разработки прототипов, формирования чувства общности у коллектива, генерации внешних идей и геймификации (включения игровых элементов в обучающий курс) процессов. При predetermined результате данная схема не целесообразна, она просто не работает.

Этим методом пользуются платформа спортивного программирования TopCoder, система организации конкурсов по исследованию данных

Kaggle, платформа для решения задач компаний InnoCentive и площадка обмена цифровым опытом Applause.

Crowdfunding - народное финансирование проектов, идей и стартапов (временных организаций, направленных на поиск новой бизнес-модели)

Crowdvoting (народное голосование) - народные премии, рейтинги.

Труд толпы (мезозадачи) хорош при четко определенных задачах, требующих специальных навыков, или затратных по времени действиях, таких как ввод данных. Подойдет тем, кто не хочет нанимать на эти роли постоянных сотрудников или подрядчика. Однако не сработает для реализации идей без четкой формулировки или для нестандартной деятельности. Данный метод практикуют компания по локализации Lionbridge и компания машинного обучения CrowdFlower.

Труд толпы (микрзадачи). Этот тип подойдет для решения четко определенных повседневных задач с помощью лиц, которым требуются только общие навыки. Это может быть ручная работа, например, организация раскладки товаров в магазине или уборка. Позволяет привлечь сразу большое число участников. Минусы те же, что и у предыдущего типа. Подобный краудсорсинг используют платформа помощи в повседневных задачах TaskRabbit, площадка Mechanical Turk от Amazon для привлечения людей к помощи ПК, платформа исследований рынка Streetbees, площадка для решения задач бизнеса Gigwalk, проекты по поиску внеземной жизни SETI.

Труд толпы (макрзадачи). Этот тип подойдет тем, кому нужна разработка стратегии, исследования или консультация без привлечения постоянных работников. Не подходит для рутинных задач. Этим методом пользуются платформа поиска разнонаправленных специалистов 10EQS, площадка геостатистического анализа Wikistrat, платформа распределенных сетей задач для предприятий OnFrontiers и Applause.

Краудсорсинг применяется в производстве, образовании, правительстве, IT, предпринимательстве, маркетинге, науке, здравоохранении и многих других сферах. Краудсорсинг стал важным инструментом для компаний, он используется для сбора данных, повышения производительности труда и решения проблем. Он позволил многим компаниям развиваться беспрецедентными темпами; в некоторых компаниях различных отраслей эта практика привела к значительному развитию.

Краудсорсинг может проявляться множеством разных способов и это зависит от целей бизнеса.

Для успешного краудсорсинга компании первым делом нужно разбить крупный проект на отдельные микрзадачи. Работники объединяются для решения этих микрзадач мелкими группами, что ускоряет процесс.

Способ подбора работников для выполнения этих задач, зависит от типа задач, которые нужно выполнить. Компания может использовать цифровое пространство, иногда называемое платформой краудсорсинга или сайтом микрозадач, для объединения этих работников в одном месте и поручения им микрозадач.

Для сложных проектов, в которых требуются работники конкретных специальностей, бизнес может использовать специализированную платформу, предназначенную для определённой отрасли. Например, многие разработчики ПО используют для этой цели GitHub. Для сбора пользовательских данных бизнес обращается к социальным сетям или другим пользовательским платформам для краудсорсинга информации от пользователей.

Многие компании вкладывают ресурсы в краудсорсинг с целью повышения масштабируемости. Масштабирование – сложная задача для любого бизнеса, особенно когда приходится работать над крупными проектами, имея определенные ресурсы. Однако краудсорсинг обеспечивает простое решение для масштабирования, передавая сторонним работникам небольшие части проекта, которые могут быть выполнены удалёнными сотрудниками в любое время. Эта гибкость является одной из основных причин интереса компаний к краудсорсингу.

Краудсорсинг позволяет решить помимо повышения масштабируемости ряд других задач, а именно:

- заполнение пробелов в знаниях,
- ускорение процессов,
- снижение эксплуатационных затрат,
- повышение активности клиентов.

При отсутствии всех необходимых трудовых ресурсов в компании, не имеющей огромных масштабов, краудсорсинг позволяет получить доступ к людям с навыками, отсутствующим внутри компании. Это может стать существенным вкладом в проекты или решение задач, требующих дефицитных специализированных знаний или навыков.

Краудсорсинг позволяет бизнесу выполнять задачи быстрее, чем с этим справился бы один сотрудник. Разбиение проекта на набор небольших фрагментов и передача этих фрагментов большой группе работников ускоряет завершение процесса. В целом краудсорсинг обеспечивает более эффективное выполнение работы.

Краудсорсинг – это более дешёвый способ выполнения проектов. Когда группа людей объединяется в цифровом пространстве для выполнения задачи, бизнес может избавиться от большинства затрат, обычно связанных с операционной деятельностью. В них включаются затраты на размещение сотрудников, и выплата им полной зарплаты, а также затраты на

обучение сотрудников новым навыкам и многое другое. В некоторых проектах уменьшение времени для получения результатов порой равнозначно увеличению прибыли.

Когда бизнес решает искать клиентов при помощи краудсорсинга, то это способствует формированию высокого уровня их активности. Большинство маркетинговых медиа удерживают внимание клиента в течение короткого промежутка времени. Если компания пригласит потребителей поучаствовать в решении определённой задачи или предоставит долгожданную информацию о своём бренде, то получит определённую пользу.

Процесс краудсорсинга:

- декомпозиции задачи,
- составления инструкции,
- создания интерфейса,
- таргетирование задания,
- настройка контроля качества,
- публикация задания,
- получение результатов.

Инструменты краудсорсинга:

- использование знаний и экспертного потенциала группы,
- решение сложных задач силами большого числа людей,
- распространение информации о задаче, и поиске оптимального ее решения,
- разбивка работы на мелкие части (модули) и делегирование работы различным группам людей.

Краудсорсинговые стратегии:

- краудфинансирование (crowdfunding),
- краудсоздание (crowdcreation),
- краудголосование (crowdvoting),
- "мудрость толпы" (crowd wisdom или wisdom of the crowd),
- Раудрекрутинг.

Многие популярные компании различными способами использовали краудсорсинг для рекламы собственных продуктов, получения клиентских данных в целях проектирования новых продуктов, финансирования небольших творческих проектов и так далее.

Ряд компаний решили использовать полученные краудсорсингом данные для совершенствования собственных продуктов. Некоторые из них даже применяют краудсорсинг для создания фундамента своего продукта или придания ему отличительных черт.

Одним из самых известных примеров компаний, использовавших краудсорсинг является Waze. На рынке есть множество GPS-приложений

для мобильных устройств, однако Waze выделилась на фоне конкурентов наподобие Google Maps, реализовав в своём продукте краудсорсинг информации, связанной с поездками. Пользователи могут вводить информацию о пробках, опасностях на дорогах и даже о полицейских радарх, а затем эта информация становится видимой другим пользователям. При этом не только повышается ценность GPS-приложения для потребителей, но и оно превращается в управляемый сообществом продукт, активно вовлекающий пользователей.

Краудсорсинг вносит свой вклад в большинство отраслей по всему миру. Он может быть чрезвычайно мощным, если использовать его в нужное время и в нужном месте.

Историческим примером Краудсорсинга в СССР можно назвать коммунистические субботники.

К недостаткам краудсорсинга следует отнести необходимость большого количества времени для того, чтобы обработать огромное количество ответов и предложений от людей, которые участвуют, а также могут возникнуть трудности в обеспечении логистики и контроля. Это зависит от размера привлеченной группы и числа проектов. Существует риск в отношении права собственности финального продукта - интеллектуальная собственность должна перейти во владение собственника бизнеса.

Таким образом следует, что, во-первых, краудсорсинг может быть использован в любой индустрии и бизнесе любой величины. Во-вторых, запрашивая обратную связь от клиентов, можно получить очень важную информацию для развития продукта, услуги и бизнеса в целом. В-третьих, приобретается возможность выбрать лучшие идеи, предложенные большим количеством людей и не полагаться на креативность одного человека или одного агентства.

Кроме того, появляется возможность сформировать экономию бюджета за счет разовых фиксированных ставок за услуги краудсорсинга, использовать мысли клиентов и потребителей как ресурс стратегического управления инновациями.

#### Библиографический список

1. Гаффарова Е.Б. Меркушева Н.И. Анализ использования краудсорсинга в инновационных бизнес-моделях // Инновации и инвестиции 40(343-2013), УДК 005.2
2. Белецкий А. Краудсорсинг и бизнес // В2Р (business to people). URL: <http://b2p.com.ua/2012/05/03/краудсорсинг-и-бизнес/>.
3. Бочарский К. Рынки и ниши // Секрет фирмы. 2012. № 12. С. 72-75.
4. Венседорина О. Аренда коллективного разума // Свой бизнес. 2012. № 9. С. 42-45.

5. Венседорина О., Макеева С. Бюро находок // Свой бизнес. 2013. № 1. С. 11.
6. Гарипов А. Инновационный краудсорсинг в России // Нефтяная газета. 2013. 29 июля. URL: <http://gazeta.tatneft.ru/news/show/9253>.
7. Добрынин С. Лэптопом по галактике // Вокруг света. 2012. № 7. С. 116-121.
8. Карабекян Д. За честные выборы // Вокруг света. 2012. № 8. С. 20-22.
9. Краудсорсинг на страже природы // ЭКА -зеленое движение России. URL: <http://ecamir.ru/experts/Kraudsorsing-na-strazhe-prirody.html>.
10. Краузова Е. За чужой счет // Свой бизнес. 2012. № 9. С. 66-71.
11. Макурин А. Телемедиум // Свой бизнес. 2012. № 10. С. 176-83.
12. Остервальд А., Пинье И. Построение бизнес-моделей. М.: Альпина Паблишер, 2012.
13. Рыцарева Е. Локальная мудрость // Рейтинговое агентство «Эксперт». URL: <http://expert.ru/expert/2012/17/lokalnaya-mudrost/>.
14. Упатов А. Сервис Tell Your Boss Anything (IT для предпринимателя) // Свой бизнес. 2012. № 12. С. 64.
15. Хау Дж. Краудсорсинг. Коллективный разум как инструмент развития бизнеса. М.: Альпина Паблишер, 2012.
16. <https://trends.rbc.ru/trends/innovation/60d1b8059a7947c4c6cf7b5d>

Рекомендовано кафедрой  
стратегического управления  
БГТУ