

РОЗВИТОК КРАУД-ТЕХНОЛОГІЇ ТА ЇЇ ЗАСТОСУВАННЯ У ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

У цій статті розглянуто можливості застосування крауд-технології в діяльності підприємств. Проаналізовано природу утворення явища краудсорсинг. Розглянуто відмінності аутсорсингу та краудсорсингу. Також в статті розглянуто напрямки застосування крауд-технології в діяльності підприємства. Авторам проаналізовано результат від застосування крауд-технологій в різних сферах діяльності підприємства, та яку вигоду може отримати компанія від застосування методів крауд-технологій. Також у даній статті на основі проведеного аналізу визначено переваги від використання нового способу ведення бізнесу, що дають поштовх для розвитку не тільки конкретного підприємства, а й регіону та країни у цілому.

Ключові слова: краудсорсинг, крауд-технології, крауд-маркетинг, управління співтовариствами.

BUSHOVSKA L.
Khmelnitskyi National University

DEVELOPMENT OF CROWD TECHNOLOGY AND IN THE ACTIVITY OF THE ENTERPRISE

The possibilities of crowd-technology application in marketing activities of enterprises were considered in the article. It was analysed the nature of formation crowdsourcing phenomenon. Distinctions outsourcing and crowdsourcing were considered, the main of which is the employment process crowdsourcing wide range of people, unbounded by one organization, on the basis of a public offer. In the article it was also discussed the direction of application of crowd-technologies in marketing of enterprises. The authors analyse the process of applying crowd-technology in the marketing of the company. Proposed double direction of application – there were crowdsourcing as a strategy "Crowd is a partner" and crowdmarketing - strategy "Crowd is a consumer". Strategy of crowdmarketing was developed, that implied managing customer communities, customer communications management model in the network and marketing techniques on the Internet. The main result of the crowdmarketing strategy is to get the client as a partner, whose interaction with other users was strengthening managements influence. In modern conditions, the development of Internet technologies takes new and unpredictable forms. One of the phenomena of modernity to solve non-standard and risky problems in the activities of enterprises has been the use of crowdfunding. They are reflected in many business management processes. The origin of the terms crowd technologies, in particular crowdsourcing, crowdfunding, crowdmarketing, crowdwork, crowd recruiting, translates from the English word "crowd", which means "crowd". These technologies to attract creative, intellectual, financial, labour resources are mass, which allows to reach a significant number of people without territorial, economic, social, corporate and other restrictions.

Keywords: crowdsourcing, crowd-technology, crowdmarketing, communities management.

Постановка проблеми. В умовах досить нестабільної ситуації, яка складається в секторі економіки, підприємства змушені шукати альтернативні джерела фінансування, інвестування та залучення ресурсів для своєї діяльності. З появою та становленням Інтернет-технологій нового значення набувають так звані крауд-технології, в основі яких лежить термін «крауд» (crowd), що в перекладі з англійської мови означає «натовпа». Крауд-технології представлені технологією взаємодії підприємства з широким колом осіб за посередництвом Інтернет-технологій для активізації використання ресурсів широкого загалу, з метою вирішення нагальних завдань суб'єктів господарювання.

Стрімкий розвиток інформаційних технологій та перехід до інформаційного суспільства сприяли формуванню нових методів та принципів управління підприємствами. З одного боку, значного розвитку набуває інформаційна інфраструктура, зокрема мережа Інтернет, сервіси та послуги в Інтернеті, програмне забезпечення, що дозволяє «оцифрувати» будь-які процеси на підприємстві, створювати більш гнучку взаємодію всередині організації. Все це формує інформаційну базу для підвищення ефективності функціонування підприємства.

Аналіз останніх досліджень чи публікацій. Розвитку краудсорсингу та краудфандингу присвячені праці таких зарубіжних авторів, як Д. Бредхема, Дж. Янга, Р. Брюса, Е. Хекмана тощо. Досліджують питання впливу інформаційних технологій на механізми організації економічних відносин та ефективність мережеских організацій такі вітчизняні вчені, як С.А. Бульба, Т.В. Дзякун, А.А.Гриценко, Є. Говорун, Г.В. Жаворонкова, А.Є. Литвин, Л.П. Марчук, В. Плєскач, Д. Русак та ін. Дані дослідження розглядають можливості інформаційних технологій як джерело забезпечення інформаційними ресурсами та засіб комунікації з аудиторією, реалізуючи традиційну систему управління. Але в даних працях недостатньо висвітлено можливості трансформації традиційного маркетингу у принципово нову ефективну систему управління на основі можливостей новітніх інформаційних технологій. І слід відмітити, що проблематика не знайшла свого остаточного вирішення, що й зумовлює актуальність теми дослідження.

Постановка завдання. Метою дослідження є аналіз можливостей застосування крауд-технологій у діяльності підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. В сучасних умовах розвиток Інтернет-технологій набуває нових і непередбачуваних форм. Одним із феноменів сучасності для вирішення нестандартних і

ризикованих завдань в діяльності підприємств стало застосування крауд-технологій. Вони знайшли відображення у багатьох процесах управління підприємством. Походження термінів крауд-технологій, зокрема краудсорсинг, краудфандинг, крауд-маркетинг, краудворкинг, краудрекрутинг, глумачуть з англійського слова «crowd», що означає «натопі». Зазначені технології залучення креативних, інтелектуальних, фінансових, трудових ресурсів є масовими, що дозволяє охопити значну кількість людей без територіальних, економічних, соціальних, корпоративних та інших обмежень. Це дає підстави стверджувати, що крауд-технології активно розвиваються в якості моделей для вирішення різноманітних проблем і завдань, що виникають як перед бізнесом, так і перед державою та суспільством в цілому.

З розвитком технологій у суспільстві виникає проблема наявності сучасних прогресивних інструментів для ефективної діяльності підприємства та управління усіма його процесами. В ході роботи промислових підприємств таким інструментом стає саме краудсорсинг, що допомагає в успішному вирішенні проблем різної складності, що постають перед ними. У краудсорсингу для того, щоб досягнути мети, необхідно залучати якомога більше однодумців, здатних мислити креативно і, як наслідок, реалізовувати свої ідеї. Перш ніж вибрати ту саму ідею серед безлічі сформульованих, необхідно ретельно їх відфільтрувати – це один з головних етапів краудсорсингу. Це рішення повинно прийматися методом селекції людей (експертами). Залучені до проекту учасники повинні в ході роботи проявити себе експертами і зіставити всі запропоновані ідеї. Нині краудсорсинг знаходиться на шляху становлення та активного розвитку свого змісту. Переваги від використання нового способу ведення бізнесу дають поштовх для розвитку не тільки конкретного підприємства, а й регіону та країни у цілому: недорогий інструмент розвитку або оптимізації функціонування; простота впровадження (за допомогою сайту або соціальних мереж); можливість створення глобального продукту; доступ до результатів праці необмеженої аудиторії; покращення впізнаваності компанії, торговельної марки, продукту; використання талановитих кадрів; використання нестандартних джерел інноваційних ідей; залучення авторитетних експертів; використання ідей та інформації необмеженого кола осіб; передача завдань співробітників більшому колу осіб.

Краудсорсинг являє собою залучення потенціалу широкого загалу для вирішення завдань компанії, тобто пошук ресурсів серед великої кількості залучених до процесу суб'єктів. Краудсорсинг як явище виник саме завдяки розвитку Інтернет-мережі та розвитку її інфраструктури, проте його реалізація можлива і в традиційній системі управління діяльністю компанії [3]. Розглянемо відмінності краудсорсинга від аутсорсинга (табл. 1).

Таблиця 1

Порівняльна характеристика між аутсорсингом та краудсорсингом [3]

Критерії	Аутсорсинг	Краудсорсинг
Кількість виконавців	Постановка задачі окремому вибраному постачальнику	Постановка задачі невизначеній групі осіб
Суб'єкт визначення вартості	Вартість визначає підрядник, замовник може коригувати ціну в процесі торгів	Вартість визначає замовник
Суб'єкт визначення термінів виконання	Терміни виконання визначає підрядник	Терміни виконання визначає замовник
Географічна обмеженість	Завдання обмежене місцем перебування підрядника	Завдання необмежене географічно, виконавці можуть знаходитись в будь-якій місцевості
Отриманий результат	Замовник отримує один готовий до застосування результат праці підрядника	Замовник отримує сотні, тисячі варіантів рішень завдання, повинен вибрати кращий та доопрацювати
Інтелектуальні ресурси для вирішення завдань	Вирішення завдання, обмежене компетенціями працівників компанії-підрядника	Можливість долучити до вирішення завдань необмежену кількість працівників з різними компетенціями

Даний інструмент надає змогу значно спростити діяльність як малих організацій, так і великих підприємств, що займаються різними видами діяльності. Найбільше потребують впровадження краудсорсингу в свою діяльність ті підприємства, що займаються безпосередньо виготовленням товарів та послуг, орієнтованих на споживача. Розглянемо, який результат від застосування крауд-технологій в різних сферах діяльності підприємства, та яку вигоду може отримати компанія від застосування методів крауд-технологій. Щодо видів діяльності підприємства, де можливе застосування крауд-технологій, то можна виділити наступні: виробнича, маркетингова, інноваційна, фінансова, кадрова тощо. Кожному із цих видів відповідає певний напрям крауд-технологій (табл. 2) [5].

За прогнозами Світового банку, до 2025 року річні вкладення в краудфандинг зростуть до 93 млрд дол. Лише третина всіх краудфандингових проектів є соціальними та розважальними, решта мають комерційну спрямованість [4]. Можна з упевненістю говорити щодо перспективності розвитку краудінвестингових та краудфандингових технологій в Україні, які можуть позитивно вплинути на розвиток як нових сегментів економіки, так і фінансової системи країни.

Використання краудсорсингу зближує як реальних, так і потенційних покупців з підприємством. Підприємство в такому випадку показує значимість кожного споживача та зацікавленість не лише у купівельній спроможності, проте й у їх реальних бажаннях та потребах. В такому випадку споживач

відчуває себе значимим та збільшує соціальний статус підприємства. Зважаючи на сучасну концепцію розвитку суспільства, досить важливим є соціальний статус підприємства, який може як сприяти зростанню обсягів реалізації та діловій активності підприємства, так і спричинити фінансові втрати.

Таблиця 2

Застосування крауд-технологій у різних сферах діяльності підприємства

Вид діяльності підприємства	Метод краудсорсингу	Результат застосування
Виробнича	Краудворкинг – залучення трудових ресурсів ззовні для прискорення процесів виробництва. Цей метод передбачає виконання платних, короткотермінових завдань, що передаються через Інтернет-платформи	Скорочення часу і витрат на процес виробництва
Маркетингова	Краудсорсинг – використання ресурсів спільнот для вирішення маркетингових завдань, наприклад, розробка дизайну упаковки, логотипу, концепції рекламної компанії та ін.	Поява значної кількості ідей для вирішення маркетингових завдань підприємства: інформації, матеріалів для стратегії просування та ін.
	Краудмаркетинг – це управління значною кількістю споживачів, об'єднаних у спільноту, з метою реалізації комерційних інтересів підприємства	Збільшення кількості споживачів, яким відомий бренд, розширення цільової аудиторії підприємства
Інноваційна	Краудсорсинг (відкриті інновації) – використання потенціалу широкого загалу для отримання ідей нових продуктів, нових технологій, нових методів та ін.	Поява багатьох ідей інновацій: продуктових, технологічних, технічних та ін.
Фінансова (інвестиційна)	Краудфандинг – залучення фінансових ресурсів у значній кількості користувачів мережі Інтернет для реалізації нових продуктів, ідей, проектів і програм	Отримання фінансових ресурсів для реалізації нових проектів
Кадрова	Краудрекрутинг – відбір кваліфікованих працівників для проекту з метою їх працевлаштування підприємством на постійній основі	Залучення трудових ресурсів, потенціал яких підприємство зможе оцінити під час реалізації проекту

Принципово новим підходом до використання крауд-технології є стратегія «крауд як споживач». В даному випадку «крауд», або широке коло осіб, об'єднане в співтовариство розглядається як об'єкт маркетингового управління, а саме як споживач. Цей підхід відрізняється від поняття «масового маркетингу» тим, що маркетингові зусилля не просто направлені на широкий загал, а саме на масу споживачів, які при цьому взаємодіють між собою, утворюючи всередині об'єднань та співтовариств, в яких вони співіснують, якісно новий інформаційний простір, що має вплив на їх поведінку.

Вітчизняним підприємствам доцільно активно використовувати можливості краудсорсингу для підвищення конкурентоспроможності та прибутковості. З цією метою необхідним є активний зв'язок із потенційними та реальними споживачами через власні сайти та через сторінки у соціальних мережах. Досить перспективним для вітчизняних підприємств може стати активне залучення студентів в діяльність підприємства, зокрема як інтелектуального активу. Особливої актуальності краудсорсинг набув на тлі зростання активності волонтерського руху та різноманітних акцій зі збору гуманітарної допомоги в Україні в зв'язку зі збройним конфліктом на сході країни. Саме Інтернет та соціальні мережі стали основним інструментом пошуку ресурсів та допомоги армії, біженцям, постраждалим у бойових діях.

Висновки. На основі проведеного дослідження можна зробити висновок, що використання крауд-технологій є джерелом розвитку великої кількості підприємств і не менш значної чисельності талановитих людей, які поєднуються мережею Інтернет і вступають в добровільну, часто навіть неусвідомлену співпрацю, що в кінцевому результаті дає можливість переважній більшості населення користуватися новим, оригінальним продуктом, при цьому завдяки усуненню бюрократичних бар'єрів управління, активізації їх творчого, організаторського, професійного, інтелектуального та трудового потенціалу, та взяття на себе відповідальності за подальший розвиток економіки суб'єкта господарювання і держави в цілому. Вітчизняні підприємства можуть використовувати крауд-технології у різних напрямках своєї діяльності, отримуючи переваги застосування ресурсів від значної кількості учасників для вирішення своїх специфічних завдань. Перспективи подальших досліджень у даному напрямку пов'язані з оцінюванням ефективності застосування краудтехнологій в діяльності підприємства.

Література

1. Аккерман К. Краудфандінг як фінансовий інструмент [Електронний ресурс] / К. Аккерман // Україна фінансова : інформаційно-аналітичний портал Українського агентства фінансового розвитку. – Режим доступу : http://www.ufin.com.ua/analit_mat/sdu/139.htm
2. Голубовская Т.В. Крупную рыбу одному не вытаскать или крауд-технологии в действии [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://2013.404fest.ru/reports/bigfish> (дата звернення: 04.06.2020)
3. Зозульов О.В. Застосування крауд-технологій в маркетинговій діяльності підприємств / О.В. Зозульов, К.А. Полторака // Економічний Вісник НТУУ «КПІ». – 2014. – № 11. – С. 422–429.
4. Краудрекрутинг – новая технология массового поиска талантов [Электронный ресурс] // Companion UA : веб-сайт. – Режим доступа : <https://companion.ua/208489/>.
5. Стахурська О. Аутсорсинг в Україні й у світі: особливості, тенденції та перспективи / О. Стахурська // Юрист і закон : електронне видання. – 2017. – № 38. – 15 с.
6. Хау Дж. Краудсорсинг: Коллективный разум как инструмент развития бизнеса / Джефф Хау ; пер. с англ. – М. : Альпина Паблишер, 2012. – 288 с.

References

1. Ackerman K. Crowdfunding as a financial instrument. Financial Ukraine: Information and analytical portal of the Ukrainian Financial Development Agency. URL: http://www.ufin.com.ua/analit_mat/sdu/139.htm
2. Golubovskaya T.V. Large fish alone can not pull or crowd technology in action. URL: <http://2013.404fest.ru/reports/bigfish> (access date: 04.06.2020)
3. Zozulov O.V. Application of crowd-technology in marketing activities of enterprises / O.V. Zozulov, K.A. Poltorak // Economic Bulletin of NTUU "KPI". – 2014. – Vol. 11. – P. 422–429.
4. Crowdrecruiting – a new technology for mass talent search. Companion UA. URL: <https://companion.ua/208489/>.
5. Stahurska O. Outsourcing in Ukraine and in the world: features, trends and prospects / O. Stahurska // Lawyer and Law: electronic edition. – 2017. – Vol. 38. – 15 p.
6. Howe J. Crowdsourcing: The Collective Mind as a Business Development Tool. M.: Alpina Publisher, 2012. 288 p.

Надійшла / Paper received: 15.07.2020

Надрукована / Paper Printed : 28.09.2020