

Брюхно І.С., студентка 4-го курсу напряму підготовки 6.030507 «Маркетинг»,

к.е.н., доц. Скригун Н.П.

Національний університет харчових технологій

КРАУДСОРСИНГ В УКРАЇНІ

Важливою завжди була і залишиться думка споживача про товар чи послугу. Саме від неї відштовхуються більшість успішних виробників, а тому питання оперативного дослідження смаків покупців є прерогативою маркетингової діяльності. Одним із способів оперативного вивчення уподобань покупців та вчасне реагування на їхні запити є використання краудсорсингу. Краудс́орсинг (англ. crowdsourcing, crowd – «натовп» і sourcing – «використання ресурсів») – передача певних функцій невизначеному колу осіб. На відміну від аутсорсингу, у краудсорсингу вирішенням одного питання займається група людей. Влаштовується, свого роду, кастинг на кращий варіант вирішення питання і на кращу вартість послуг за вирішення питання. Таким чином, компанія, яка вдається до краудсорсинга, отримує не тільки фінансову вигоду від вирішення своїх завдань, але і можливість вибору оптимального варіанту.

За допомогою краудсорсингу можна досягти ефективного вирішення задач за мінімальним обсягом витрат. В наш час краудсорсинг динамічно розвивається, оскільки надає можливість вибору найкращих пропозицій стосовно заданого матеріалу. Основоположником вважається Оксфордський Англійський Словник, який створювався по такій схемі. Видавництво звернулося до громади з проханням надіслати варіанти термінів з їхніми потенційними варіантами використання. Як наслідок, перше видання словника містить близько 500 тис. слів і близько 2 млн. цитат з 20 тис. творів більш ніж 5 тис. авторів. Загального визнання краудсорсинг здобув приблизно в 2005 році, коли пожвавилася тенденція до використання глобальної мережі інтернет. «Вікіпедія» (вільна енциклопедія) також використовує краудсорсинг,

пропонуючи небайдужим користувачам самим редагувати статті, використовуючи при цьому власні знання.

Погоджуємося з думкою, що краудсорсинг – це мобілізація компетентних людських ресурсів із залученням інформаційних технологій для вирішення конкретних завдань. Тому не дивно, що використавши якийсь товар чи навіть послугу, споживачів просять висловити свою думку стосовно покупки. Це робиться для того, щоб зрозуміти ставлення, емоції та стан людини після покупки.

Використовуючи знання, вміння та потенціал інших, частіше навіть не відомих один одному, людей, виробники мають більший успіх ніж ті, які звертаються за допомогою до одиничних агентств. Процес використання краудсорсингу складається з декількох етапів з урахуванням того, чи використовується він самостійно, чи з допомогою компанії, яка цим займається. Першим етапом після отримання краудсорсинг-проекту є поділ його на мікрозадачі менеджером проекту. Після поділу проекту над кожною мікрозадачею починають працювати більш ста чоловік одночасно. На кожному з етапів роботи над заданим проектом фірма перевіряє якість виконання тієї чи іншої мікрозадачі. Вже після того, як робота над проектом закінчена і перевірена, менеджер проекту надає готовий для використання продукт.

Така система є досить легкою, але більш витратною, адже такі компанії беруть кошти за свою посередницьку роботу. Позитивним є те, що не треба витрачати багато часу на пошук генераторів ідей, вирішувати чи встановлювати для них окремі задачі. Навряд хтось зможе запропонувати краще рішення бізнес-задач ніж людина, що є клієнтом фірми. Крім людей, генеруючих ідей, над краудсорсинговим проектом працюватимуть кваліфіковані фахівці, які постійно контролюють процес ведення проекту і "відсіюють" нежиттєздатні рішення.

Можливе також використання краудсорсингу і у вигляді, коли збираються групи, наприклад, по десять чоловік, і таких груп може бути скільки завгодно. Це є прикладом того, коли на кожному підприємстві є свої

проблеми, свої завдання, які треба вирішити. Генераторами ідей можуть бути будь-які співробітники, від прибиральниці до інженера. В результаті такої роботи може виникнути ситуація, коли, наприклад, складувальник може запропонувати найбільш креативне вирішення проблеми, а ключовим є те, що вони прийдуть до вирішення саме колективним розумом. Використання краудсорсингу призводить до створення відповідної атмосфери, вражень про співробітників та налагодження плідної співпраці.

Швидке зростання краудсорсингу в Україні як маркетингової моделі, говорить про ефективність даного методу, поліпшення сервісу щодо рішення трудомістких і ресурсовитратних бізнес-завдань, розроблення нових ідей і отримання прямого фідбека від клієнтів. А приголомшливий успіх краудсорсинга за кордоном тільки підвищує інтерес до нього в нашій країні. Головним для всіх однодумців, яких збирають для краудсорсингу, є їхнє налаштування на початок так званої гри. «Будемо краще ніж інших» - такі слова вже змушують плідно попрацювати. Головне - правильно поставити ціль та мету.

Вважаємо, що розвивати бізнесу неможливо, якщо не використовуються новітні технології, прийоми. Краудсорсинг не є виключенням, його використання допомагає та піднімає на вищий шабель розвитку будь-який проект. Необхідно розвиватись, удосконалюватись та не боятися використовувати технологічні новинки. В Україні зростає тенденція до використання краудсорсингу, а тому вважаємо, що через декілька років така технологія стане буденним явищем, і доведе свою ефективність при вирішенні проблем за мінімально затрачений час та кошти.