

Министерство образования Республики Беларусь
Учреждение образования «Барановичский государственный университет»
Инженерный факультет
Факультет экономики и права

ЭКОНОМИКА, ТЕХНОЛОГИИ И ПРАВО В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Материалы Международной научно-практической конференции
факультета экономики и права и инженерного факультета

(Барановичи, 20 октября 2016 года)

Барановичи
БарГУ
2017

УДК 001(063)

В сборнике представлены материалы, затрагивающие широкий круг вопросов, посвященных эффективному экономическому развитию организаций и регионов, маркетингу и менеджменту. Особое внимание уделено проблемам применения и совершенствования национального законодательства. Раскрываются теоретические и практические результаты научного поиска авторов по инженерному профилю, затрагивается проблемное поле современной физики и математики. Материалы носят как теоретический, так и практико-ориентированный характер

Издание предназначено для преподавателей, студентов, магистрантов, аспирантов и научных работников.

Редакционная коллегия:

А. В. Никишова (гл. ред.), Ю. Е. Горбач, В. Н. Кременевская (отв. секретари),
В. Н. Познякевич, О. В. Павловская, Г. Я. Житкевич, М. В. Андрияшко, О. И. Людвигевич, О. И. Наранович,
А. К. Гавриленя, И. Н. Бруй, В. А. Дремук

Рецензенты:

кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры международных экономических отношений Белорусского государственного университета Е. В. Бертош,
доктор технических наук, заведующий лабораторией обработки металлов давлением В. А. Томило

КРАУДСОРСИНГ КАК ИННОВАЦИОННЫЙ ПОДХОД К РАЗВИТИЮ БИЗНЕСА

Введение. В современном мире без применения новых технологий становится невозможным успешное ведение бизнеса, а слова Питера Друкера: «У бизнеса есть только две основные функции: маркетинг и инновации. Маркетинг и инновации создают результаты. Все остальное — затраты» [2] — являются актуальными как никогда. Сегодня любая организация стремится к повышению эффективности своей деятельности за счет внедрения различного рода инноваций в сфере производства, разработки и внедрения новых продуктов, сбыта и продвижения. В то же время, по нашему мнению, инновационно-маркетинговый потенциал используется еще не в полную силу. Попытка акцентировать внимание на одном из инновационных подходов к работе с потребителями — технологии краудсорсинга — обусловила актуальность данной работы.

Основная часть. Реализуя современную концепцию социально-этического маркетинга и маркетинга партнерских отношений, при разработке инновационных продуктов производители стремятся своевременно выявлять изменения в их потребностях и предлагать альтернативные варианты их удовлетворения, повышая конкурентоспособность своей продукции, для чего требуется установление надежной обратной связи с потребителями и работа на опережение для прогнозирования потребностей и повышения удовлетворенности потребителей. До недавнего времени основным методом получения информации от потребителей являлось проведение опросов в форме анкетирования или интервью. Опросы — чрезвычайно важный инструмент, ставший за последние десятилетия привычным делом. С их помощью решаются задачи, позволяющие лучше понимать потребительское поведение, предпочтения и потребительскую ментальность. Однако эта технология всегда ограничивается объемом опрашиваемых, масштабами своей доступности и большими затратами.

Сейчас на смену опросам приходит краудсорсинг — мобилизация человеческих ресурсов с использованием информационных технологий, ставящая своей целью как глобальные задачи (бизнеса, государства, общества), так и задачи более частного порядка (маркетинга, образования и др.). Этот инструмент принципиально отличается от опросов, поскольку опирается не на пассивных респондентов, а на равнодушных потребителей, которые заинтересованы и хотят поучаствовать в решении проблемы. Краудсорсинг по праву можно отнести к инновационным технологиям, ярким примером которых является известная всем энциклопедия «Википедия», контент которой полностью формируется самими пользователями.

Преимуществами краудсорсинга являются: доступность творчества, креатива и инициативы людей практически на всем мировом пространстве; решение задач с привлечением дополнительных ресурсов позволяет более эффективно распределять и использовать собственные ресурсы организации; меритократия, позволяющая учитывать заслуги, компетентность и способности людей, независимо от их социального статуса, происхождения и т. п., способствует привлечению редких и ценных специалистов; краудсорсинг не требует специального образования или высокой профессиональной квалификации, но может обеспечить большой успех и прибыли; в краудсорсинге возможно получение не только идей по изучаемой проблеме, но и другой (сопутствующей) информации, позволяющей улучшить разрабатываемый проект [1].

Термин «краудсорсинг» появился совсем недавно — в 2006 году. Его впервые применил Джефф Хау (Jeff Howe) в опубликованной статье с описанием примера вытеснения с рынка проектом iStockPhoto многих конкурентов. Следует отметить, однако, что еще в советские времена появилась практика учета мнений людей с помощью «Книги жалоб и предложений». Множество незнакомых между собой и не известных предприятию, оказывающему услугу, людей имели возможность предложить что-то полезное для улучшения его работы — идею, совет, действие. В этом и состоит суть краудсорсинга, который в настоящее время активно проникает во многие сферы жизнедеятельности. В Российской Федерации краудсорсинг становится все более популярным. Уже сегодня, благодаря всемирной паутине, можно констатировать активное применение краудсорсинга для перевода текстов на разные языки; поиска и анализа определенной информации; поиска идей при работе со слоганами, логотипами, другой рекламной информацией; организации ВТЛ-кампаний (например, фотографирования выкладки товаров) и т. п. [6; 7].

В Беларуси эта инновационная форма приобретает все большую актуальность благодаря сети Интернет. Одной из первых ее применила в своей работе компания «Velcom» при поддержке представительства «Samsung» в Беларуси и профессионального портала для создателей dev.by, которая объявила конкурс разработчиков android-приложений velcom android masters. Hoster.by провел конкурс на лучшую визуализацию национальной доменной зоны. Успешным является также пример платформы «Мой город», реализованный КУП «Центр информационных технологий Мингорисполкома». Эта платформа дает жителям столицы возможность отправлять запросы по жилищно-коммунальным услугам и городскому хозяйству в минский контакт-центр ЖКХ. Не так давно Министерством культуры Республики Беларусь проведено открытое обсуждение концепции Кодекса культуры. Периодически предлагает обсуждать



Рисунок 1 — Основные виды и сферы применения краудсорсинга

проблемные вопросы относительно выдачи кредитов, проектов прямого банковского кредитования и Национальный банк Республики Беларусь. Однако следует заметить, что преимущества краудсорсинга на белорусском рынке реализуются пока недостаточно активно, и в качестве причин не столь стремительного его распространения на практике является отсутствие методологии применения и элементарное позиционирование и продвижение в качестве доступного, дешевого и эффективного маркетингового и управленческого инструмента [2—5; 7].

В связи с относительной новизной явления краудсорсинга, отсутствием методологии применения и какой-либо законодательной базы в данной работе предпринята попытка систематизации его видов и сфер применения (рисунок 1), которые в то же время не являются исчерпывающими.

Заключение. Более детальное знакомство с понятием краудсорсинга позволяет сделать вывод о его инновационном содержании и рассмотрении в качестве эффективного метода решения сложных задач, основанного на использовании «коллективного разума» и современных технологий, получающем широкое распространение за рубежом и находящемся в стадии становления на белорусском рынке. Ввиду широкого спектра возможных сфер применения, доступности, дешевизны и эффективной формы коммуникаций и установления партнерства с потребителями представляется целесообразным популяризация краудсорсинга в различных сферах деятельности и предпринимательства и теоретическая разработка основных его положений для практического применения с учетом особенностей сферы бизнеса и его масштабов.

Список цитируемых источников

1. Булавкина, Н. Секреты краудсорсинга [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.hardnsoft.ru/soft/internet/27353/>. — Дата доступа: 09.09.2016.
2. Друкер, П. Практика менеджмента / П. Друкер ; пер. с англ. И. Веригина. — М. : Манн, Иванов и Фербер, 2015.
3. Король, А. Приживется ли «экономика толпы» в Беларуси? [Электронный ресурс] / А. Король, Н. Хаданович. — Режим доступа: <http://myfin.by/stati/view/5948-prizhivetsya-li-ekonomika-tolpy-v-belarusi-chast-1-kraudininvesting-i-kraudsorsing>. — Дата доступа: 09.09.2016.
4. Краудсорсинг в Беларуси: открытое обсуждение Кодекса о культуре [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://prahrama.livejournal.com/11465.html>. — Дата доступа: 09.09.2016.
5. Основатель RocketHub Алон Хиллел-Тук: «Благодаря Краудфандингу я смогу инвестировать в Беларусь» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://crowdsourcing.ru/article/osnovatel_rockethub_lon_xilleltuk_blagodarya_kraudfandingu_ya_smoгу_investirovat_v_belarus. — Дата доступа: 09.09.2016.
6. Пугачев, Н. С. Краудсорсинг в современной России [Электронный ресурс] // Экономика и менеджмент инновационных технологий. — 2013. — № 11. — Режим доступа: <http://ekonomika.snauka.ru/2013/11/3310>. — Дата доступа: 09.09.2016.
7. Щугорева, Е. Краудсорсинг в деятельности предпринимателя [Электронный ресурс] / Е. Щугорева. — Режим доступа: <http://indivip.ru/sovety/kraudsorsing.html>. — Дата доступа: 09.09.2016.