

УДК 330

DOI 10.51691/2500-3666_2023_3_10

КРАУДСОРСИНГ И ЕГО РЕЗУЛЬТАТИВНОСТЬ В СТАРТАПАХ

Рогачёв И.В.

Студент 1 курса

*Российская академия народного хозяйства и государственной службы при
Президенте Российской Федерации
Российская Федерация, Москва*

Аннотация

В данной статье рассматриваются вопросы краудсорсинга, дается оценка и определение данного процесса. Статья основана на анализе современного состояния бизнес – процессов. Особое внимание в статье уделяется результативности краудсорсинга в стартапах. Также в статье приводятся примеры использования компаниями открытых технологий, раскрывается важность использования технологии в целях экономии ресурсов, как финансовых, так и трудовых. Также в статье рассматривается проблема привлечения населения к опросам.

Ключевые слова: краудсорсинг, бизнес, опрос, потребитель, результативность

CROWDSOURCING AND ITS EFFECTIVENESS IN STARTUPS

Rogachev I.V.

Student 1 term

*Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration
Moscow, Russian Federation*

Annotation

This article discusses the issues of crowdsourcing, gives an assessment and definition of this process. The article is based on the analysis of the current state of business processes. The article pays special attention to the effectiveness of crowdsourcing in startups. The article also provides examples of the use of open technologies by companies, reveals the importance of using technology in order to save resources, both financial and labor. The article also discusses the problem of attracting the population to the issues.

Key words: crowdsourcing, business, survey, consumer, performance.

Краудсорсинг в современном мире набирает все большую популярность. Такое положение дел вызвано большей эффективностью краудсорсинга в сравнении с привлечением экспертов. Привлеченные участники процесса выполняют работу либо на бесплатной основе, либо за минимальное вознаграждение.

Краудсорсинг характеризуется следующими чертами: это и минимальные затраты, и разнообразие идей, и отсутствие субъективного мнения. Такие характеристики делают метод популярным не только среди бизнес – проектов, направленных на получение прибыли, но и среди социальных проектов, исключением не являются и стартапы. Пожалуй, самым ярким примером использования данного направления является всем известная Википедия. Джимми Уэйл при создании энциклопедии руководствовался идеей формирования электронной энциклопедии, основанной на обмене опытом. [1;761]

Недостаток потенциала для реализации - это особенно сложная задача для стартапов, у которых нет структурных и финансовых возможностей для внедрения инноваций. Тогда существует риск остаться разработке несбыточной мечтой. Таким образом, вы можете выбрать партнеров, которые помогут в вашей области недостатка и, таким образом, преодолеть проблему. Важно, чтобы партнер также разделял видение инновации, чтобы избежать конфликта интересов в будущем.

Современные информационные технологии и интернет позволяют сделать то, что ранее не представлялось возможным, на сегодняшний день существует возможность направить множество человеческих ресурсов на решение любых проблем. Другими способами данная технология называется краудсорсингом. Социализация при решении любых проблем становится мощным корпоративным оружием. И действительно, огромное количество людей пишут Википедию, поэтому использование

краудсорсинга можно использовать можно решить для конкретных корпоративных задач.

В целях выполнения такого рода мероприятий достаточно собрать таких людей в одном месте и поставить перед ними конкретные задачи, наличие стимулирования, к примеру, призового фонда, позволит ускорить процесс сбора данных. Но этим не заканчивается – сообщество, которое выдвигает идеи, может само фильтровать информацию, это существенным образом снизит времязатрато. Таким образом предприятие на выходе формирует проблему, а сообщество с минимальными затратами предлагает пути решения. Затраты на такой краудсорсинг минимальные по сравнению с консультантами и внутренним R&D, а иногда эффективное решение находится только вне предприятия, особенно если это касается потребителя конечных услуг.

Краудсорсинговые конкурсы используются (графический дизайн, создание / монтаж видео) не только как рекламная тактика, но и как совместный опыт. Например, Lego позволяет пользователям отправлять свои идеи через свой веб-сайт.

Веб-сайты, подобные SciStarter, помогают обывателям участвовать в исследовательских проектах, предлагаемых организациями и исследователями.

Веб-сайты, такие как Unsplash и Flickr, предоставляют фотографии из краудсорсинга и позволяют другим пользователям использовать их (на основе прав на использование).

По состоянию на сегодняшний день технологии краудсорсинга использует более половины компаний из списка Fortune 500. Данной схемой пользуются компании уже несколько лет, а некоторые из них, такие как Procter&Gambler, перевели до половины всех своих разработок на краудсорсинг.

Одной из лучших практик в проведении открытых конкурсов является конкурс Ecomagination от General Electric. Целью данного конкурса ставилась стимулирование идей в области альтернативной энергетики и распределительных сетей следующего поколения и организация бизнеса на их основе. Таким образом компания предложила свой стартап на рынке энергоресурсов. В данный процесс была заложена идея краудсорсинга.

Оценивая то, что собственных средств на разработки не хватает, GE сформировала вокруг себя пул венчурных инвесторов, готовых вложить 200 млн долларов венчурных инвестиций для реализации проектов.

В течение нескольких месяцев компания получила более 4000 проектов, из которых она отобрала лучшие и инвестировала более 50 млн долларов. Интересным является тот факт, что среди поданных заявок были заявки от таких компаний, как Procter & Gamble, Netflix, PepsiCo, Starbucks и Dell. В бизнес-процессах ими была прослежена смежная идея компаний со своими корпоративными целями.

Amazon Mechanical Turk позволяет исследователям общаться с людьми для проведения экспериментов в области социальных наук; это один из многих способов использования краудсорсинга.

Первооткрывателем данного направления в Российской Федерации является ПАО «Сбербанк». По данным Коммерсантъ в течение 2009-2010 года Сбербанк тестировал «Биржу идей» и в октябре 2010 года Сбербанк объявил о запуске проекта на постоянной основе. Целью данных мероприятий был сбор мнений сотрудников организации с дальнейшей оптимизацией деятельности. В пилотном режиме проект был запущен в ноябре 2009 года, и внедрение предложенных сотрудниками инноваций уже позволило банку сэкономить 650 млн руб. Данный процесс позволяет повысить эффективность работы организации и увеличить количество

сэкономленных средств. При этом затраты Сбербанка на разработку и внедрение “Биржи идей” составили всего 17 млн руб.

Таким образом, краудсорсинг — это модель бизнеса, при которой инициатор формирует опрос среди респондентов и получает значительный спектр идей. К примеру, для выяснения вкусовых предпочтений потребителей, специалист по краудсорсингу компании-производителя может запустить опрос, который в дальнейшем может позволить создать наиболее востребованный продукт.

Такая модель бизнеса популярна в стартапах, поскольку генерация идей позволяет развить самые нишевые проекты. [2; 482]

К примеру, основываясь на данной бизнес - модели, начинающий предприниматель в сфере ресторанного бизнеса может сформировать крауд – голосование. Так голосование может учитывать вкусовые предпочтения потребителей, что позволит сформировать более эффективную стратегию стартапа. Таким образом, краудсорсинг может избежать тех затрат, которые могли бы возникнуть, если бы начинающий предприниматель пошел иным путем.

Суть инновационного процесса заключается в том, чтобы обеспечить научно-исследовательский отдел креативными идеями, которые могут достичь успеха на этапе исследований и перейти на производственные линии.

Библиографический список

1. Кремлев, Т. С. Инвестиционные инструменты краудсорсинг, краудфандинг, краудинвестинг / Т. С. Кремлев. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2016. — № 10 (114). — С. 762-766. — URL: <https://moluch.ru/archive/114/29576/> (дата обращения: 15.03.2023).

2. Подьяблонская, Е. С. Краудсорсинг как инструмент эффективного взаимодействия власти и населения / Е. С. Подьяблонская. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2016. — № 13 (117). — С. 482-485. — URL: <https://moluch.ru/archive/117/32496/> (дата обращения: 15.03.2023).

Оригинальность 84%