



УДК 338.24

КРАУДСОРСИНГ В ДИЗАЙНІ: СВІТОВИЙ ДОСВІД

Студ. Н.П. Рибальченко, гр. БІЕ-2-12

Наук. керівник проф. Т.Є. Воронкова

Київський національний університет технологій та дизайну

Для сучасної економіки знань, економіки інформаційного суспільства характерне розвиток інформаційних моделей масової співпраці. Прикладом застосування в економіці цього підходу є краудсорсинг. Термін «краудсорсинг» запозичений з англійської мови (від англ. Crowd – «натовп» і sourcing – «використання ресурсів») і дослівно перекладається як використання «ресурсу натовпу» для вирішення тих або інших завдань. Краудсорсинг – це передача деяких виробничих функцій необмеженому колу облич, вирішення суспільно значимих завдань силами добровольців, часто координуючих при цьому свою діяльність за допомогою інформаційних технологій. Краудсорсинг проникає в усі сфери життєдіяльності людини: кіно, освіта, наука, виробництво, високі технології та інше.

Краудсорсинг можна розглядати як засіб підвищення ефективності діяльності підприємств за допомогою і використання, і впровадження ідей сторонніх учасників на добровільній основі для вирішення актуальних питань розвитку організації або напрямки ведення бізнесу, а так само підвищення ефективності функціонування системи в цілому.

Отже, краудсорсинг передбачає таке:

- реалізація проекту здійснюється великою групою незалежних один від одного фахівців;
- як правило, всі роботи проводяться дистанційно, що дозволяє використовувати професіоналів зі всього світу;
- можливість залучення необмеженої кількості людей дозволяє реалізовувати навіть надмасштабні проекти в мінімальні терміни;
- замовник оплачує лише кінцевий результат, що задовольняє його запити.

Формула краудсорсинга: *проект = задоволення × час*.

Швидке зростання краудсорсинга, як маркетингової моделі, говорить про ефективність цього методу поліпшення сервісу, вирішення працевітких і ресурсовитратних бізнес-завдань, розробки нових ідей.

Сучасні бренди 21 століття мають можливість активно використати краудсорсинг як інструмент для ведення бізнесу. Це можливо завдяки високому розвитку краудсорсингових ресурсів – інтернет-майданчиків, що дозволяють отримувати і аналізувати величезну кількість різних ідей і пропозицій.

Сфера дизайну, як не можна краще, адаптована до використання краудсорсингових схем. В першу чергу це пов'язано з тим, що лівова частка дизайнерських послуг і так виявляється на видаленій основі з використанням інтернету-технологій.

В Америці компанія Pepsi запустила в 2007 р. маркетингову компанію, яка пропонувала споживачам змінити зовнішній вигляд банок Pepsi. Переможці акції отримали 10 тис. доларів, а їхня робота прикрасила 500 млн. банок Pepsi в Сполучених Штатах.

В Австралії компанія Atlassian, запустила суспільно-благодійну краудсорсингову платформу makeadiff.org. Співробітники компанії мають можливість допомагати некомерційним організаціям, здійснюючи технічні роботи.

Найбільш успішними краудсорсинговими компаніями у світі по створенню продукту на сьогодні так само являються: Google, де краудсорсинг є невід'ємною частиною роботи; виробник спортивного одягу і взуття фірма Nike, що запустила ресурс де кожен хто бажає може запропонувати і «зібрати» свої кросівки та багато інших.

Явище краудсорсинга – загальносвітова тенденція. Саме краудсорсинг може стати засобом підвищення економічної ефективності діяльності підприємств при реалізації економічних, соціальних і інших суспільних ініціатив.