

### **Краудсорсинг как инструмент антикризисной стратегии компании**

Под краудсорсингом понимают практику получения необходимых услуг, идей или контента путем предложений о содействии, обращенных к большим группам людей, чаще всего в настоящее время - к онлайн-сообществу<sup>1</sup>. Понятие краудсорсинг ввел в 2006 году в журнале «Wired» журналист Джефф Хау и затем обстоятельно раскрыл преимущества новой технологии в книге «Краудсорсинг: коллективный разум как инструмент развития бизнеса (Crowdsourcing: Why the Power of the Crowd is Driving the Future of Business, 2009)»<sup>2</sup>. Сам термин образован английских слов «толпа» и «аутсорсинг», термина, обозначающего передачу за солидное вознаграждение части бизнес-процессов на обслуживание профессионалам.

В современное время ряд корпораций использует краудсорсинг как быстрый и качественный способ решения своих задач в условиях жесткой конкурентной борьбы и ограничения финансовых ресурсов.

Краудсорсинг направлен на решение взаимосвязанных задач:

- сбор и обработка информации;
- сбор и обработка конструктивных идей;
- сбор предложений к проектам документов;
- формирование пула независимых экспертов.

К основным преимуществам краудсорсинга относят:

- Масштабируемость. Доступ к результатам труда практически неограниченной аудитории позволяет быстро создавать глобальный продукт.
- Возможность разделить свои бизнес-риски с исполнителями задачи. В большинстве случаев исполнитель если и получает оплату за свой труд, то уже из прибыли, которую он принес бизнесу.
- Присущий краудсорсингу бонусный эффект аутсорсинга – возможность извлечь дополнительную прибыль за счет регионального перепада уровня жизни, т.е. использование дешевой удаленной рабочей силы.

Основная проблема краудсорсинга:

1. «Эффект Матфея», в соответствии с которым популярные и простые идеи побеждают непопулярные и сложные.
2. Низкий КПД коллективной интеллектуальной деятельности.

---

<sup>1</sup> Что такое краудсорсинг? - <http://pro-spo.ru/freelance/3289-chto-takoe-kraudsorsing> (04.12.2013)

<sup>2</sup> Хау Джефф. Краудсорсинг. Коллективный разум как инструмент развития бизнеса. М., 2012

Модели краудсорсинга используют технологические системы – системы управления идеями (idea management). Системы Idea Management – это облачные сервисы, продающие сторонним компаниям услуги по управлению идеями, а также решения для корпоративного рынка, которые разворачиваются в интрасетях. Системы помогают заказчику управлять идеями своих сотрудников, либо облегчают коммуникации с собственными клиентами.

Существуют три основные группы систем Idea Management. Первые помогают выбирать лучшие идеи с помощью широко известного в массовых сетях метода социального рейтингования (системы BrightIdea и Spigit). Вторые – выявляют наиболее перспективные идеи путем проведения торгов на так называемых «рынках предсказаний» (NewsFutures Idea Pageant и Nosco IdeaExchange). Третьи работают как «инновационные площадки» (InnoCentive и Innovation Exchange). В настоящее время появляются системы, которые интегрируют возможности всех трех групп.

Сегодня наиболее популярные функциональные возможности зарубежных систем класса Idea Management:

- оценка и ранжирование идей и их вариантов, их структуризация, указание связей между ними, подписка на обновление идей;
- организация мозговых штурмов, совещаний, закрытых групп, поддержка интеллектуальных карт, интеграция с базами знаний и другими приложениями компании, возможность «на бегу» разместить идею в системе с помощью мобильных средств связи;
- финансовая оценка идей, отслеживание результатов их внедрения, материальная и моральная мотивация авторов идей и др.

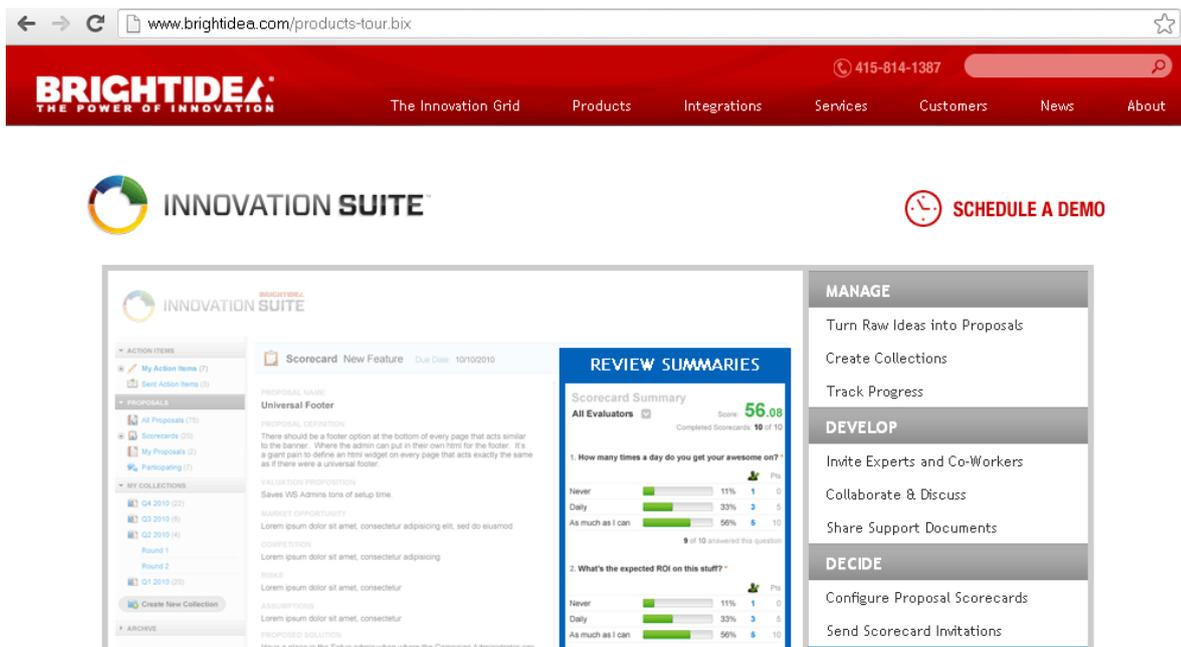


Рис. 1. Пример системы управления идеями Brightidea<sup>1</sup>

Авторами предлагается разработать модели краудсорсинга, которые позволяют повысить эффективность управления идеями в корпорации. Данные решения позволяют найти инновационное решение поставленной проблемы с помощью использования технологии краудсорсинга<sup>2</sup>.

Основные бизнес-процессы:

1. Выявление проблем и слабых сторон деятельности (предприятия, территории и т.д.).
2. Создание проектов по выбранным сферам деятельности.
3. Регистрация задачи.
4. Сбор идей.
5. Оценка идей.
6. Реализация идей.
7. Механизм обратной связи

Пример бизнес-процесса «Определение отстающих сфер деятельности корпорации и их проблем».

Описание: Заказчик анализирует сферы деятельности корпораций и находит отстающую сферу деятельности. Анализирует её ключевые показатели, находит инциденты и идентифицирует проблемы, которые не позволяют развиваться этому направлению.

<sup>1</sup> BrightIdea - <http://wiki.witology.com/index.php/BrightIdea> (10.11.2013)

<sup>2</sup> Eugene E. Kovalev, Olga A. Kosino Modeling the Interaction of Actors in the Private Educational Cloud. <http://www.seipub.org/pccr/paperInfo.aspx?ID=3689> (04.12.2013).

Заказчик формулирует проблему или проблемы, которые необходимо решить, прописывает требования, которым должны будут отвечать поступившие идеи. Также указывает на кого направлена эта задача (проблема), какова главная цель, прописываются особенности задачи (проблемы).

Предусловие: Просмотреть подходит ли задача для решения методами краудсорсинга, то есть актуальна ли тема, проанализировать будет ли она востребована у потенциальных потребителей. Также методом краудсорсинга решаются такие задачи, которые требуют творческого подхода, то есть людям должно быть интересно её решать. Также необходимо рассмотреть различную литературу и источники по данной теме на предмет, нет ли на данный момент уже разработанного типового решения данной проблемы.

Постусловие: Сферы деятельности для улучшения выбраны, проблемы определены.

Модель этого бизнес-процесса, выполненная с помощью методологии ARIS, представлена на рис. 2.

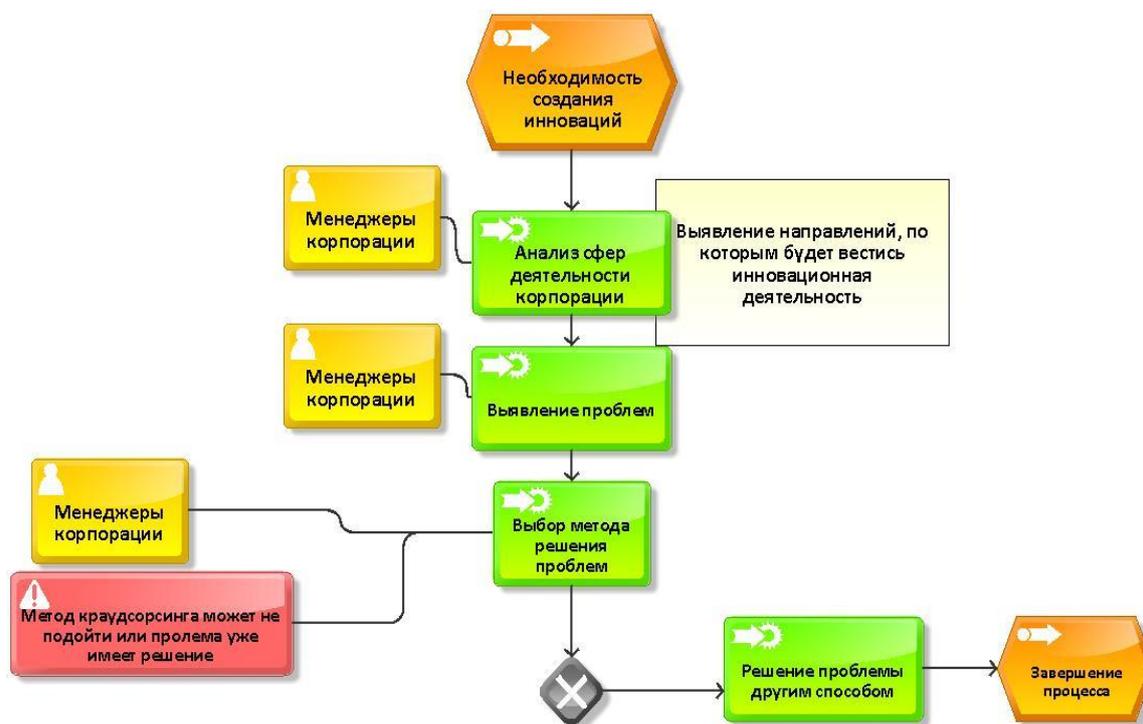


Рис. 2. Модель бизнес-Процесса «Определение отстающих сфер деятельности корпорации и их проблем»

По представленным авторам моделям будет создан портал (облачная система управления идеями).

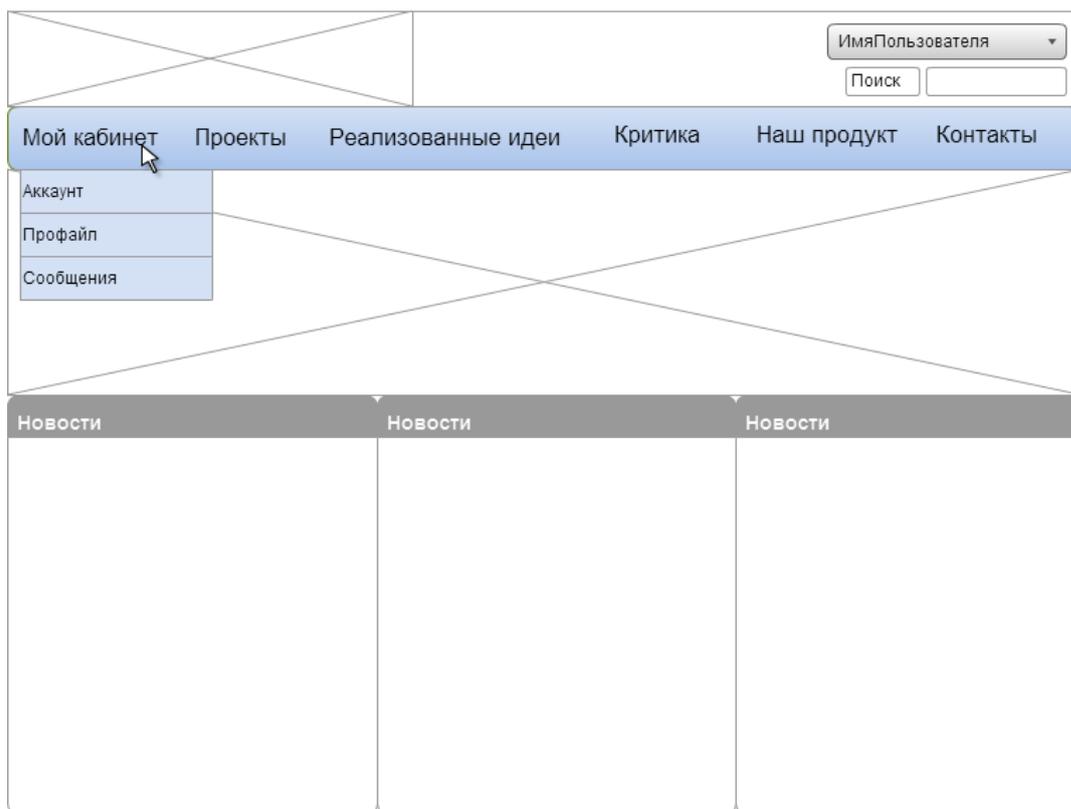
Типовые права пользователей:

- Клиент (незарегистрированный участник).
- Инноватор (человек, который хочет внести идею).

- Сотрудник.
- Руководитель (проекта, компании и т.д.).

Каждый пользователь системы имеет свой интерфейс с соответствующими правами доступа. Например, инноватор. От сайта ему необходимо, чтобы он мог внести свою идею, оценить другую, узнать результаты (на каком месте его идея), и имел возможность пообщаться с другими пользователями, зарегистрированными на этом сайте, объединиться с ними в проектные команды.

Пример интерфейса инноватора показан на рис.3.



*Рис. 3. Главная страница для пользователя инноватор «Мой кабинет»*

Основные области применения системы управления идеями на основе предложенной модели:

- Модуль ИСУП (повышение эффективности процессов производства и управления).
- Управление территорией (город, регион).
- Социальные проекты.
- Управление талантами.
- Отраслевое управление (медицина, транспорт, образование).
- Площадка для встречи автора и инвестора.
- Модуль КРІ компании.

### Список литературы

1. Хау Джефф. Краудсорсинг. Коллективный разум как инструмент развития бизнеса. М., 2012
2. Что такое краудсорсинг? <http://pro-spo.ru/freelance/3289-что-такое-краудсорсинг> (04.12.2013).
3. BrightIdea. <http://wiki.witology.com/index.php/BrightIdea> (10.11.2013).
4. Eugene E. Kovalev, Olga A. Kosino. Modeling the Interaction of Actors in the Private Educational Cloud. <http://www.seipub.org/pccr/paperInfo.aspx?ID=3689> (04.12.2013).