

Другова Олена Сергіївна, доктор економічних наук, доцент, професор кафедри менеджменту, бізнесу та адміністрування, тел. (066)4811699; e-mail: Drugova.elena.sergeevna@gmail.com

Харківський національний економічний університет ім. Семена Кузнеця, Україна, м. Харків, проспект Науки, 9а.

Клепікова Світлана Володимирівна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту, тел. (050)3025328; e-mail: klepikovasv75@gmail.com

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», Україна, м. Харків, вул. Кирпичова 2.

Борисова Валентина Іванівна, кандидат юридичних наук, професор кафедри цивільного права, заслужений працівник освіти України, член-кореспондент Національної академії правових наук (НАПрН) України, тел. (068) 3106520; e-mail: vi.law777@gmail.com

Національний юридичний університет ім. Ярослава Мудрого

РОЛЬ КРАУДСОРСИНГУ У СТВОРЕННІ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОДУКТІВ У БІЗНЕСІ

Анотація. У статті досліджено роль краудсорсингу як інструменту створення інноваційних продуктів у бізнесі. Автор аналізує сучасні підходи до організації краудсорсингових платформ та їхнього впливу на ефективність бізнес-процесів. Виявлено основні переваги використання краудсорсингу, серед яких доступ до глобального експертного потенціалу, зниження витрат на розробку, прискорення впровадження інновацій та підвищення якості управлінських рішень. Розглянуто виклики, які супроводжують впровадження краудсорсингових ініціатив: організаційним труднощам, питанням контролю якості ідей, інтеграції результатів у внутрішні процеси компаній, а також захисту конфіденційної інформації.

У статті обґрунтовано значення краудсорсингу для підвищення конкурентоспроможності підприємств, особливо в умовах цифровізації економіки та глобалізації ринків. Досліджено можливості інтеграції краудсорсингу в різні галузі бізнесу та оцінено його вплив на формування інноваційної культури. Аналіз прикладів використання краудсорсингових платформ, таких як LEGO Ideas і ініціативи NASA, підтверджує їх ефективність у генерації та впровадженні новаторських ідей.

Зроблено висновок, що краудсорсинг не лише сприяє створенню інноваційних продуктів, а й формує нові моделі взаємодії бізнесу із суспільством, відкриваючи перспективи для сталого розвитку підприємств.

Ключові слова: краудсорсинг, інноваційна діяльність, бізнес-процеси, цифровізація, управління ідеями, конкурентоспроможність.

Drugova Olena, Doctor of Economic Sciences, Associate Professor, Professor of the Department of Management, Business and Administration. tel. (066)4811699; e-mail: Drugova.elena.sergeevna@gmail.com

Semyon Kuznets Kharkiv National Economic University, Ukraine, Kharkiv, Nauky Avenue, 9a.

Klepikova Svitlana, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Management, tel. 0503025328; e-mail: klepikovasv75@gmail.com.

National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute", Ukraine, Kharkiv, Kyrpichova St. 2.

Borisova Valentina, Candidate of Legal Sciences, Professor of the Department of Civil Law, Honored Worker of Education of Ukraine, Corresponding Member of the National Academy of Legal Sciences (NAPrN) of Ukraine, tel. (068) 3106520; e-mail: vi.law777@gmail.com

Yaroslav the Wise National Law University.

THE ROLE OF CROWDSOURCING IN CREATING INNOVATIVE PRODUCTS IN BUSINESS

Abstract. *The article explores the role of crowdsourcing as a tool for creating innovative products in business. The author analyzes modern approaches to organizing crowdsourcing platforms and their impact on the efficiency of business processes. Key advantages of using crowdsourcing are identified, including access to global expertise, reduction of development costs, acceleration of innovation implementation, and improvement of managerial decision-making quality. The challenges associated with implementing crowdsourcing initiatives are also considered, such as organizational difficulties, quality control of ideas, integration of results into internal business processes, and the protection of confidential information.*

The study substantiates the importance of crowdsourcing in enhancing the competitiveness of enterprises, particularly in the context of digitalization and globalization of markets. The possibilities of integrating crowdsourcing into various industries are examined, highlighting its potential to transform traditional business approaches. The analysis emphasizes the influence of crowdsourcing on fostering an innovation-driven culture within companies.

Specific examples of crowdsourcing platforms, such as LEGO Ideas and NASA initiatives, are analyzed to demonstrate their effectiveness in generating and implementing novel ideas. These cases illustrate how crowdsourcing fosters collaboration between businesses and communities, resulting in innovative solutions tailored to market demands and societal needs.

Furthermore, the article highlights the growing relevance of crowdsourcing as an alternative to conventional research and development methods. It enables businesses to optimize resources, enhance customer engagement, and reduce time-to-market for innovative products. However, the study also emphasizes the need for well-designed management methodologies to address potential risks and maximize the benefits of crowdsourcing initiatives.

The findings suggest that crowdsourcing is not only a driver of innovation but also a foundation for developing new models of interaction between businesses and society. By leveraging the collective intelligence of diverse participants, crowdsourcing paves the way for sustainable enterprise development, creating value for both businesses and their stakeholders. Thus, it offers significant opportunities for fostering creativity, improving operational efficiency, and achieving long-term success in a rapidly evolving business environment.

Keywords: *crowdsourcing, innovation, business processes, digitalization, idea management, competitiveness.*

Постановка проблеми. У сучасних умовах глобалізації та цифровізації бізнесу підприємства стикаються із необхідністю постійного впровадження інновацій для збереження конкурентоспроможності. Традиційні підходи до

розробки інноваційних продуктів нерідко потребують значних фінансових, людських і часових ресурсів, що ускладнює їх реалізацію, особливо для середніх і малих підприємств.

Водночас краудсорсинг відкриває нові можливості для залучення зовнішніх ресурсів і експертного потенціалу з метою створення новаторських рішень. Проте існує низка проблем, що обмежують широке застосування краудсорсингу в бізнесі. Серед них:

- недостатня розробленість методів організації краудсорсингових процесів;
- складнощі інтеграції отриманих результатів у внутрішні бізнес-процеси підприємств;
- ризики, пов'язані з контролем якості пропонованих ідей та захистом конфіденційної інформації.

Ці проблеми вимагають детального аналізу та пошуку рішень для ефективного використання краудсорсингу як інструменту для створення інноваційних продуктів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Різні аспекти застосування інноваційних технологій та рішень, зокрема краудсорсингу, у підприємницькій діяльності вивчали такі науковці, як О. Б. Кіреєва [1], І. Ю. Косуля [2], К. О. Кухта [4], В. О. Пономаренко [4], Susumu Ogawa [3], Frank T. Piller [3], Jeff Howe [7], Chiu Chao-Min [8]. Дослідники акцентують увагу на ролі краудсорсингу у забезпеченні інноваційного розвитку компаній через залучення зовнішніх фахівців та ентузіастів до процесу створення продуктів.

Такі науковці як К. О. Кухта, В. О. Пономаренко [4] аналізують краудсорсинг як один із ключових елементів трансформації бізнес-процесів у сучасних умовах і розглядають взаємодію краудсорсингу з іншими аутсорсинговими моделями, підкреслюючи їх синергетичний ефект у підвищенні ефективності бізнесу.

Різноманітність точок зору, що залучається через краудсорсинг, забезпечує конкуренцію між учасниками та сприяє досягненню якісніших результатів.

Водночас, використання цього підходу демонструє відкритість компанії до нових ідей та сприяє формуванню інноваційної культури.

Сучасні дослідження підтверджують, що краудсорсинг є ключовим інструментом для адаптації бізнесу до глобальних викликів та створення стійких конкурентних переваг.

Формулювання цілей статті. Метою статті є розкриття ролі краудсорсингу як ефективного інструменту для створення інноваційних продуктів у бізнесі. Зокрема, досліджується вплив краудсорсингових платформ на процеси генерації ідей, впровадження новаторських рішень та підвищення конкурентоспроможності підприємств. Особливу увагу приділено аналізу переваг, викликів та перспектив застосування краудсорсингу в умовах цифровізації економіки.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасних умовах глобалізації та цифровізації економіки підприємства змушені постійно адаптуватися до змінного середовища, впроваджуючи інновації для збереження та підвищення своєї конкурентоспроможності. Інноваційна діяльність стає ключовим фактором успіху, однак традиційні методи її організації часто є затратними за часом і ресурсами. З огляду на це, зростає інтерес до альтернативних інструментів, які сприяють генеруванню ідей та їх впровадженню.

Одним із таких інструментів є краудсорсинг, який дозволяє залучати зовнішні ресурси — знання, досвід і креативність широкого кола людей [1, с.78-81]. Це явище активно розвивається завдяки поширенню цифрових платформ, що значно спрощують процеси комунікації та співпраці. Використання краудсорсингу сприяє створенню інноваційних продуктів, підвищенню ефективності бізнес-процесів та зміцненню зв'язку з клієнтами.

Водночас впровадження краудсорсингових підходів у бізнес-практику супроводжується низкою викликів. Зокрема, це стосується організації процесу збору ідей, забезпечення їхньої якості та подальшої інтеграції у бізнес-модель підприємства. Крім того, важливим питанням залишається захист інтелектуальної власності та конфіденційної інформації.

Виникнення та еволюція краудсорсингу безпосередньо пов'язані з переходом до інформаційного суспільства. Цей новий тип суспільства стимулював стрімкий розвиток інформаційних технологій, створення мережевої економіки знань, поширення соціальних мереж, а також впровадження сучасних форм електронної взаємодії та універсальних інструментів для вирішення різноманітних завдань.

Уперше термін «краудсорсинг» (поєднання слів *crowd* – натовп і *sourcing* – використання ресурсів) було запропоновано в 2006 році Джеффом Хау, журналістом і редактором журналу *Wired*. У своїй статті «Схід краудсорсингу» він визначив цей феномен як передавання певних виробничих функцій або завдань широкому колу людей, які добровільно беруть участь у їх виконанні, використовуючи інформаційні технології для координації своєї діяльності.

У своїй книзі «Краудсорсинг. Колективний розум як інструмент розвитку бізнесу» Джефф Хау дослідив витoki концепції краудсорсингу, пов'язавши її з діяльністю програмістів, які працювали над створенням операційної системи Linux із відкритим кодом. Проект потребував участі великої кількості програмістів, але брак фінансування змусив творців залучити до роботи аматорів та ентузіастів, які погодилися працювати за ідею. Кен Томпсон, один із провідних розробників, запропонував розділити завдання на окремі модулі й передати їх широкій спільноті програмістів [2, с.267-271]. Ця модель взаємодії ґрунтувалася не лише на матеріальній винагороді, а й на ентузіазмі учасників, об'єднаних спільною ідеєю, що зробило проект успішним.

Краудсорсинг (від англ. "crowd" – натовп, "sourcing" – джерело) – це процес залучення ідей, знань, послуг або фінансів від широкого кола людей, зазвичай через інтернет-платформи. У бізнесі цей метод використовується для вирішення складних завдань, створення нових продуктів або вдосконалення існуючих.

Розвиток краудсорсингу як інструменту інноваційної діяльності відкрив нові можливості для бізнесу в умовах цифровізації. Залучення широкого кола людей до вирішення складних завдань сприяє генерації креативних ідей та впровадженню нетривіальних рішень. Це дозволяє підприємствам оптимізувати

ресурси, розширити базу знань і пришвидшити реалізацію інноваційних проектів. Таким чином, роль краудсорсингу у створенні інновацій можна представити наступним процесом рис. 1:



Рисунок 1 – Роль краудсорсингу у створенні інновацій.

Краудсорсинг виступає потужним інструментом для підвищення інноваційного потенціалу підприємств, забезпечуючи їх доступом до широкого спектра можливостей.

По-перше, краудсорсинг як джерело свіжих ідей. Завдяки залученню людей з різними професійними, культурними та соціальними бекграундами, компанії отримують доступ до значної кількості креативних рішень. Така різноманітність підходів сприяє створенню інноваційних продуктів, які відповідають сучасним потребам і очікуванням ринку.

По-друге, залучення клієнтів до процесу розробки продуктів. Використання краудсорсингу дозволяє компаніям ефективно інтегрувати зворотний зв'язок від споживачів у процес розробки. Участь клієнтів не лише сприяє формуванню продуктів, орієнтованих на реальні потреби, але й підвищує рівень їхньої лояльності та знижує ризики провалу нових продуктів на ринку.

По-третє, економія ресурсів. Краудсорсинг є економічно вигідною альтернативою традиційним процесам досліджень і розробок (R&D). Залучення ідей від зовнішньої спільноти дозволяє значно зменшити витрати на внутрішні ресурси, що є особливо важливим для малих і середніх підприємств.

По-четверте, швидкість реалізації інновацій. Завдяки використанню краудсорсингових платформ, таких як Kickstarter, Indiegogo або InnoCentive, компанії отримують змогу оперативно тестувати нові ідеї, залучати фінансування та створювати базу перших користувачів. Це суттєво скорочує час між розробкою інновації та її впровадженням на ринок. Тобто можна обґрунтувати, що краудсорсинг дозволяє підприємствам оптимізувати процеси створення інновацій, знижувати витрати та підвищувати швидкість адаптації до змінних ринкових умов.

У табл. 1 здійснено огляд основних краудфінансових платформ, що функціонують в Україні.

Таблиця 1. – Огляд краудфінансових платформ в Україні*

Платформа	Опис	Сфера діяльності
Спільнокошт	Українська краудфінансова платформа, що підтримує соціальні, культурні та освітні проекти. Працює за принципом «усе або нічого».	Соціальні, культурні, освітні проекти
Biggggidea	Платформа, орієнтована на підтримку інноваційних та креативних проектів. Забезпечує можливість залучення фінансування від широкої аудиторії.	Інноваційні та креативні проекти
Na-Starte	Платформа для збору коштів на реалізацію різноманітних проектів, від бізнес-ідей до соціальних ініціатив. Підтримує гнучку систему фінансування.	Бізнес-ідеї, соціальні ініціативи
GoFundEd	Спеціалізується на підтримці освітніх проектів. Допомагає вчителям залучати кошти для впровадження нових методик та технологій у навчальний процес.	Освітні проекти
RazomGo	Платформа для підтримки соціальних та благодійних ініціатив, сприяє збору коштів на проекти, що мають позитивний вплив на суспільство.	Соціальні та благодійні ініціативи

*джерело: складено авторами на оснві [4-5, 6 с.22-23]

Краудфінансові платформи є важливим інструментом залучення фінансування для різноманітних проектів, особливо в умовах обмежених традиційних фінансових ресурсів [3, с.187-201]. В Україні ці платформи активно розвиваються, надаючи можливість стартапам, соціальним ініціативам та культурним проектам отримати фінансову підтримку від громадськості.

Аналіз включає ключові характеристики, такі як тип проєктів, цільова аудиторія, особливості фінансування, а також переваги та недоліки кожної платформи.

Приклади використання краудсорсингу у бізнесі демонструють його широкі можливості для залучення ідей та інновацій ззовні, що сприяє розвитку компаній і організацій у різних галузях. Одним із яскравих прикладів є компанія LEGO, яка впровадила платформу LEGO Ideas для взаємодії з клієнтами. Ця платформа дозволяє шанувальникам бренду пропонувати власні дизайни наборів, які згодом можуть бути реалізовані компанією. Автори найкращих ідей отримують винагороду, що стимулює подальшу креативність і зміцнює лояльність клієнтів.

Іншим прикладом є діяльність компанії PepsiCo, яка активно використовує краудсорсинг для створення нових смаків напоїв. Залучаючи мільйони споживачів через соціальні мережі, компанія отримує безпосередній зворотний зв'язок і генерує інноваційні продукти, які відповідають сучасним уподобанням клієнтів. Такий підхід дозволяє адаптувати продукцію до змінних ринкових запитів та підвищувати конкурентоспроможність.

Особливо показовим є застосування краудсорсингу в діяльності NASA. Агентство залучає глобальну спільноту для вирішення складних технічних задач і створення інноваційних рішень. Цей підхід дозволяє використовувати різноманітний інтелектуальний потенціал спільноти, що сприяє досягненню значних результатів у галузі науки і техніки.

Тобто, краудсорсинг є потужним інструментом, який дає змогу компаніям і організаціям залучати нові ідеї, оптимізувати процеси розробки продуктів і створювати інноваційні рішення завдяки взаємодії з широкою аудиторією.

Краудсорсинг як сучасний інструмент організації бізнес-процесів демонструє низку переваг, які сприяють його інтеграції у різні сфери діяльності. На рис. 2 зображено переваги використання краудсорсингу .

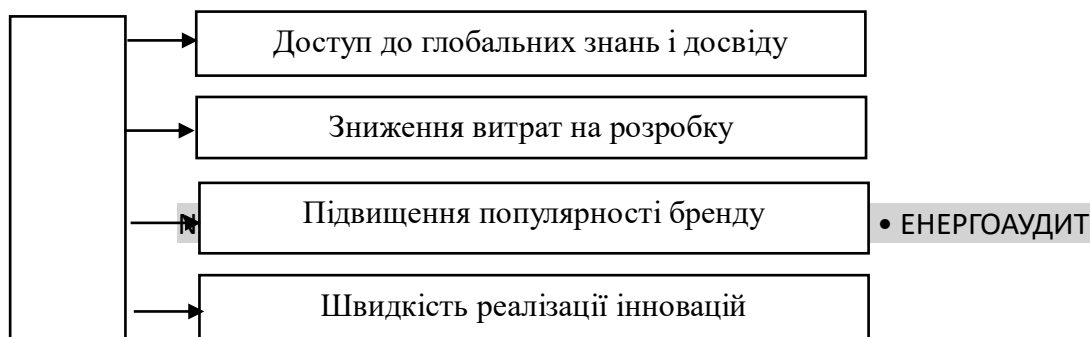


Рисунок 2 – Переваги використання краудсорсингу

Його використання дозволяє забезпечити доступ до глобальних знань і досвіду шляхом залучення фахівців і ентузіастів з усього світу. Такий підхід сприяє формуванню різноманітності ідей, які мають потенціал для створення інноваційних рішень, що відповідають сучасним викликам і потребам.

Економічна ефективність краудсорсингу полягає у значному зниженні витрат на розробку завдяки можливості уникнення формування великих внутрішніх команд та залучення зовнішніх спеціалістів. Одночасно використання краудсорсингових ініціатив дозволяє зміцнювати імідж бренду, посилюючи його впізнаваність та формуючи лояльність клієнтів через активну взаємодію з ними.

Ключовою перевагою краудсорсингу є можливість оперативної реалізації інновацій. Це досягається за рахунок швидкого збору ідей та пропозицій, які можна невідкладно впроваджувати у діяльність компанії. Різноманітність

залучених поглядів забезпечує підвищення якості розроблених рішень завдяки конкуренції серед учасників, що прагнуть запропонувати найкращі результати [7].

Гнучкість краудсорсингу надає можливість масштабування проєктів залежно від їх складності, забезпечуючи більш ефективне використання ресурсів. Також цей підхід дозволяє компаніям швидко тестувати нові ідеї чи продукти на різних цільових аудиторіях, що мінімізує ризики невдалого впровадження.

Краудсорсинг формує тісніший зв'язок із клієнтами, залучаючи їх до процесу створення продуктів, що підвищує рівень довіри до бренду. Крім того, участь як професіоналів, так і аматорів сприяє появі нестандартних ідей, які можуть бути недосяжними у межах вузькоспеціалізованих команд.

Розподіл завдань серед численних учасників знижує ризики, пов'язані з виконанням проєктів, оскільки невдачі окремих учасників не мають критичного впливу на загальний результат. Залучення краудсорсингових платформ дозволяє ефективно використовувати внутрішні ресурси, спрямовуючи їх на стратегічно важливі завдання [8, с.40-49].

Важливою складовою є формування інноваційної культури у компанії, яка базується на відкритості до нових підходів і рішень, що сприяє сталому розвитку та довгостроковому успіху організації. Усі ці аспекти обґрунтовують актуальність та перспективність краудсорсингу в сучасному бізнес-середовищі.

Висновки. Краудсорсинг є потужним інструментом для створення інноваційних продуктів у бізнесі, який дозволяє компаніям використовувати колективний інтелект та креативність широкого кола учасників. Він відкриває нові можливості для залучення клієнтів, економії ресурсів та прискорення інноваційних процесів, що особливо важливо в умовах динамічного ринкового середовища. Завдяки цьому підходу бізнес може швидко адаптуватися до змінних потреб споживачів, розробляючи продукти, які відповідають сучасним трендам. Однак використання краудсорсингу вимагає продуманого підходу, зокрема ефективного управління процесами, забезпечення якості отриманих ідей та врахування можливих ризиків, пов'язаних із захистом інтелектуальної власності. Для бізнесу, орієнтованого на інновації, краудсорсинг стає не лише засобом

створення нових продуктів, а й інструментом зміцнення відносин із клієнтами та підвищення конкурентоспроможності. Взаємодія зі спільнотою дозволяє компаніям формувати позитивний імідж, демонструючи відкритість до співпраці та готовність враховувати ідеї споживачів. Таким чином, краудсорсинг не лише розширює можливості бізнесу, але й сприяє розвитку інноваційної культури, яка є ключовим фактором успіху в сучасних умовах.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Кіреєва О. Б. Краудсорсинг як метод активного використання колективного інтелекту. Результаторієнтовані підходи, інструменти та технології в публічному управлінні : матеріали наук.-практ. конф. за міжн. участю [Дніпропетровськ, 26 жовтня 2012 р.]. Дніпропетровськ : ДРІДУ НАДУ, 2012. С. 78–81.
2. Косуля І. Ю. Краудсорсинг та краудфандинг: нові поняття чи нові феномени? Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства? 2014. Вип. 20. С. 267–271. URL: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Mtpsa_2014_20_46.pdf.
3. Susumu Ogawa, Frank T. Piller. Reducing the Risks of New Product Development MIT Sloan Management Review. 2017. Vol. 47. №. 2. P. 187–201.
4. Кухта К. О., Пономаренко В. О. Аутстафінг, аутсорсинг та крауд-технології у контексті трансформації бізнес-процесів. *Економіка і суспільство*. Випуск № 13, 2017. https://economyandsociety.in.ua/journals/13_ukr/91.pdf
5. Shaughnessy H. Eric Von Hippel on Innovation Services. Innovation Management: вебсайт. URL: <http://www.innovationmanagement.se/2011/02/21/eric-von-hippel-on-innovation/> (дата звернення: 12.08.2024).
6. Аккерман К. Краудфандінг як фінансовий інструмент. *Україна фінансова*, 2013. №2. С. 22–23.
7. Howe Jeff. The Rise of Crowdsourcing. Wired : вебсайт. URL: <http://archive.wired.com/wired/archive/14.06/crowds.html> (дата звернення: 30.08.2024).
8. Chiu Chao-Min. What can crowdsourcing do for decision support? Decision Support Systems. 2014. № 65. P. 40–49.
9. Why the Power of the Crowd Is Driving the Future of Business Hardcover – August 26, 2008

REFERENCES:

1. Kirieieva O. B. Kraudsorsynh yak metod aktyvnoho vykorystannia kolektyvnoho intelektu. Rezultatoriientovani pidkhody, instrumenty ta tekhnolohii v publichnomu upravlinni : materialy nauk.-prakt. konf. za mizhn. uchastiu [Dnipropetrovsk, 26 zhovtnia 2012 r.]. Dnipropetrovsk : DRIDU NADU, 2012. S. 78–81.
2. Kosulia I. Iu. Kraudsorsynh ta kraudfandynh: novi poniattia chy novi fenomeny? Metodolohiia, teoriia ta praktyka sotsiolohichnoho analizu suchasnoho suspilstva? 2014. Vyp. 20. S. 267–271. URL: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Mtpsa_2014_20_46.pdf.
3. Susumu Ogawa, Frank T. Piller. Reducing the Risks of New Product Development MIT Sloan Management Review. 2017. Vol. 47. №. 2. R. 187–201.
4. Kukhta K. O., Ponomarenko V.O. Autstafinh, autsorsynh ta kraud-tekhnolohii u konteksti transformatsii biznes-protseviv. *Ekonomika i suspilstvo*. Vypusk № 13, 2017. https://economyandsociety.in.ua/journals/13_ukr/91.pdf

5. Shaughnessy H. Eric Von Hippel on Innovation Services. Innovation Management: vebsait. URL: [http:// www.innovationmanagement.se/2011/02/21/eric-von-hippel-on-innovation/](http://www.innovationmanagement.se/2011/02/21/eric-von-hippel-on-innovation/) (data zvernennia: 12.08.2024).
6. Akkerman K. Kraudfandinh yak finansovyi instrument. *Ukraina finansova*, 2013. № 2. S. 22–23.
7. Howe Jeff. The Rise of Crowdsourcing. *Wired* : vebsait. URL: <http://archive.wired.com/wired/archive/14.06/crowds.html> (data zvernennia: 30.08.2024).
8. Chiu Chao-Min. What can crowdsourcing do for decision support? *Decision Support Systems*. 2014. № 65. R. 40–49.
9. Why the Power of the Crowd Is Driving the Future of Business Hardcover – August 26, 2008.

Надійшла до редакції 25.10.2024 р.