

affecting the quality of service to consumers. In order to analyze and evaluate the quality of services provided by hospitality enterprises in the Poltava region, the monitoring method was used, during which information was collected on the work of the enterprise personnel using the "mysterious guest" method, that is, by directly receiving the service. The scientific novelty of the study is to justify the feasibility of simultaneously combining the use of a strategy of limited growth, growth and reduction for various departments of hospitality enterprises. As practice shows, those enterprises in the service sector achieve the best results, actively introduce innovations in the process of product production. However, the study revealed that most hotel managers do not pay attention to this direction of enterprise development and, as a result, lose their position in the market. Hotel management is concerned about the deterioration of the position of the company in its segment of hotel services and is trying to find an effective solution to the problem. The desire to withstand competition and stay in the hotel services market is the main motive for introducing innovations in the hotel. The practical significance of the obtained results lies in the study of the external and internal environment of the enterprise, which made it possible to highlight the strengths and weaknesses of the hotel business. Further research will be aimed at formulating proposals on enhancing the development of the hotel business and improving the quality of service through the use of innovations in the context of globalization and the accelerated development of the hotel business.

Keywords: hotel business, quality of services, innovation, SWOT analysis, organizational structure.

Одержано 06.10.2019 р.

УДК 330.658.5

DOI:10.31339/2313-8114-2019-2(12)-80-85

Товт Тетяна Йосипівна,
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту та управління економічними процесами,
Дрозд Надія Василівна,
магістр,
Мукачівський державний університет

НАПРЯМКИ ЗАСТОСУВАННЯ КРАУД-ТЕХНОЛОГІЙ У ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

З розвитком технологій актуальною є проблема пошуку сучасних прогресивних інструментів для ефективної діяльності підприємства та управління усіма його процесами. З цією метою розглянуто напрямки застосування крауд-технологій у діяльності підприємства. У процесі дослідження, були використані такі загальні та специфічні наукові методи дослідження: системний підхід, методи логічного узагальнення та порівняння, наукова абстракція, методи синтезу та аналогій. Методологічну базу дослідження склали наукові праці вітчизняних та зарубіжних вчених, аналітичні матеріали з проблеми дослідження. У статті надається теоретичне обґрунтування сутності крауд-технологій як економічної категорії. Доведено, що крауд-технології пов'язані з організацією та використанням результатів діяльності спільнот, а також інших неструктурованих груп у мережі Інтернет, на основі соціальної взаємодії учасників даних співтовариств. У результаті проведеного дослідження визначено основні напрямки застосування крауд-технологій у діяльності підприємств, зокрема краудсорсинг, краудфандинг, краудмаркетинг, краудворкінг, краудрекрутинг та ін. Краудсорсинг це сучасний ефективний управлінський інструмент, який дозволяє використовувати знання працівників, клієнтів та партнерів для вирішення актуальних бізнес-проблем. Краудфандинг як колективне фінансування означає співпрацю людей, які добровільно об'єднують свої гроші чи інші ресурси разом. Краудмаркетинг передбачає управління мережевими співтовариствами в Інтернеті. Краудворкінг це виконання платних, короткотермінових завдань, що передаються через інтернет-платформи або смартфон. Краудрекрутинг це технології пошуку персоналу в соціальних мережах. На підставі узагальнень літературних джерел та чинної практики, обґрунтовано переваги та недоліки їх використання як для великих промислових підприємств, так і для підприємств середнього та малого бізнесу, а також для самих учасників краудсорсингового проекту. Наведене дослідження розширює знання про сутність, значення та переваги від застосування крауд-технологій на промислових підприємствах для підвищення конкурентоздатності та оптимізації їх функціонування. Ця стаття може бути корисною для менеджерів різних рівнів, які займаються впровадженням крауд-технологій у діяльності підприємств, як сучасних інструментів управління в контексті «відкритих інновацій».

Ключові слова: крауд-технології, краудсорсинг, краудфандинг, краудмаркетинг, краудворкінг, краудрекрутинг, управління співтовариствами, підприємство.

ВСТУП

Постановка проблеми. Для сучасних умов господарювання характерним є стрімке проникнення цифрових технологій у всі сфери суспільного життя, їх постійний розвиток, трансформація й удосконалення. Перетворювальна сила інформаційних технологій змінює традиційні моделі ведення бізнесу, виробничі процеси, а також зумовлює появу нових продуктів і послуг, платформ та інновацій. З розвитком інформаційних технологій, насамперед, Інтернету змінюється зовнішнє середовище, в якому функціонують промислові підприємства, а в розпорядженні менеджменту з'являються нові інструменти управління. В цих умовах актуальності набуває вивчення особливостей застосування специфічних управлінських інструментів в діяльності підприємства, так званих крауд-технологій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження проблематики розвитку та використання сучасних управлінських інструментів у діяльності підприємств, в умовах інформаційного суспільства та цифрової економіки, присвячено праці багатьох вітчизняних і зарубіжних науковців, зокрема А.В. Василенко, С.В. Волосович, Н.С. Меджибовської, О.П. Панкрухіна, К.А. Полторака, В.В. Степури, Дж. Хау, А. Церасо, Дж. Шуровьески та ін. Аналіз наукових джерел свідчить про те, що більшість науковців розглядає можливості інформаційних технологій як джерело забезпечення інформаційними ресурсами та засіб комунікації з аудиторією, реалізуючи традиційну систему управління підприємством. Проте в даних працях не висвітлені можливості трансформації старої моделі управління підприємством у принципово нову, ефективну систему управління, на основі новітніх інформаційних технологій. Зокрема, такі можливості для діяльності підприємства відкривають крауд-технології, які спрямовані на взаємодію з широким загалом користувачів для вирішення його основних завдань.

Мета статті (постановка завдання). Метою статті є дослідження особливостей та визначення напрямків застосування крауд-технологій як інноваційних управлінських інструментів в діяльності промислових підприємств.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

У сучасних умовах розвиток інтернет-технологій набуває нових і непередбачуваних форм. Одним із феноменів сучасності для вирішення нестандартних і ризикованих завдань в діяльності підприємств стало застосування крауд-технологій. Походження термінів крауд-технологій, зокрема краудсорсинг, краудфандинг, краудмаркетинг, краудворкінг, краудрекрутинг, перекладається з англійського слова «crowd», що означає «натовп». Зазначені технології залучення креативних, інтелектуальних, фінансових, трудових ресурсів є масовими, що дозволяє охопити значну кількість людей без територіальних, економічних, соціальних, корпоративних та інших обмежень. Це дає підстави стверджувати, що крауд-технології активно

розвиваються в якості моделей для вирішення будь-яких проблем і завдань, що виникають як перед бізнесом, так і перед державою та суспільством в цілому.

При застосуванні крауд-технологій розв'язання певного завдання передається на розгляд довільній і численній групі людей, за рахунок чого вартість і час досягнення результату суттєво зменшуються. Найчастіше ці технології не використовуються для реалізації виключно комерційних проєктів, орієнтованих лише на отримання прибутку. Але вони дозволяють значно знизити витрати на реалізацію проєкту, краще опрацювати ідею його реалізації спільно зі значною кількістю людей, а також залучити до реалізації проєкту цільову аудиторію.

В літературі не має єдиного підходу до визначення поняття «крауд-технології».

Зокрема, Джеймс Шуровьески визначає крауд-технології як «...технології, що базуються на використанні соціальної взаємодії та колективному інтелекті» [1].

У своїй праці Антоніо Церасо дає таке визначення крауд-технології: «...процес, в якому добровільні ініціативи окремих людей акумулюються для реалізації загальної справи» [2]. Крауд-технології надають змогу знизити витрати на реалізацію проєкту, удосконалити ідею проєкту зусиллями значної кількості учасників, залучити до реалізації проєкту цільову аудиторію.

Джеф Хау та Марк Робінсон вважають, що крауд-технології це «...використання колективного інтелекту та різноманітних форм участі групи людей у вирішенні творчих задач». До крауд-технологій відносяться: краудсорсинг, краудфандинг, краудінвестинг та ін. [3].

Дещо іншою є думка О.П. Панкрухіна, який розглядає крауд-технології як «...маркетингову діяльність, в якій споживач бере участь у процесах створення, оцінки й просування споживчих цінностей». Так званий «маркетинг співучасті» [4].

На підставі вище наведених визначень слід зазначити, що дослідники здебільшого визначають крауд-технології як технології, які пов'язані з організацією та використанням результатів діяльності спільнот, а також інших неструктурованих груп у мережі Інтернет, на основі соціальної взаємодії учасників даних співтовариств.

Підприємства можуть використовувати крауд-технології у різних сферах своєї діяльності, отримуючи переваги застосування ресурсів від значної кількості учасників для вирішення своїх специфічних завдань (табл. 1).

Застосування крауд-технологій було започатковане в концепції краудсорсингу, який передбачає передачу певних виробничих функцій невизначеному колу осіб (на підставі публічної оферти й без укладання трудового договору). При цьому використовуються колективний інтелект і синергія взаємодії значної кількості людей. Поняття краудсорсингу з'явилося від англійського «crowdsourcing», тобто «crowd» – «натовп, спільнота» і «sourcing» – «підбір ресурсів». Цей термін був введений Джефом Хау і Марком Робінсоном у 2006

році та характеризує спосіб використання потенціалу широкого загалу [3].

Як зазначалося вище, найбільшого розповсюдження серед крауд-технологій набув краудсорсинг. На практиці цей метод передбачає отримання необхідних послуг, ідей або контенту

шляхом прохання про сприяння і звернення до великих груп людей, найчастіше до онлайн-спільнот. Також краудсорсинг можна інтерпретувати як залучення можливостей людей для спільного вирішення певних проблем чи втілення інноваційних проєктів.

Таблиця 1

Напрямки застосування крауд-технологій у діяльності підприємств

Вид діяльності підприємства	Методи краудсорсингу	Результат застосування
Виробнича	<i>Краудворкінг</i> – залучення трудових ресурсів ззовні для прискорення процесів виробництва. Цей метод передбачає виконання платних, короткотермінових завдань, що передаються через інтернет-платформи.	Скорочення часу і витрат на процес виробництва
Маркетингова	<i>Краудсорсинг</i> – використання ресурсів спільнот для вирішення маркетингових завдань, наприклад, розробка дизайну упаковки, логотипу, концепції рекламної компанії та ін.	Поява значної кількості ідей для вирішення маркетингових завдань підприємства: інформації, матеріалів для стратегії просування та ін.
	<i>Краудмаркетинг</i> – це управління значною кількістю споживачів, об'єднаних у спільноти, з метою реалізації комерційних інтересів підприємства.	Збільшення кількості споживачів, яким відомий бренд, розширення цільової аудиторії підприємства
Інноваційна	<i>Краудсорсинг</i> (відкриті інновації) – використання потенціалу широкого загалу для отримання ідей нових продуктів, нових технологій, нових методів та ін.	Поява багатьох ідей інновацій: продуктових, технологічних, технічних та ін.
Фінансова (інвестиційна)	<i>Краудфандинг</i> – залучення фінансових ресурсів у значній кількості користувачів мережі Інтернет для реалізації нових продуктів, ідей, проєктів і програм.	Отримання фінансових ресурсів для реалізації нових проєктів
Кадрова	<i>Краудрекрутинг</i> – відбір кваліфікованих працівників для проєкту з метою їх працевлаштування підприємством на постійній основі.	Залучення трудових ресурсів, потенціал яких підприємство зможе оцінити при реалізації проєкту

Узагальнено за джерелами [4-7, 9, 11]

Для вітчизняного ринку краудсорсинг – відносно новий інструмент управління розвитком підприємств. Активізація його використання суб'єктами господарювання надасть їм незаперечні переваги: простота впровадження (за допомогою сайту або соціальних мереж); можливість створення глобального продукту; доступ до результатів праці необмеженої аудиторії; забезпечення впізнання підприємства, торговельної марки, продукту; використання талановитих кадрів; залучення професійних експертів; використання нестандартних джерел інноваційних ідей; передача завдань співробітникам широкому колу осіб; використання ідей та інформації необмеженого кола осіб; недорогий інструмент розвитку або оптимізації функціонування.

Поряд із розвитком краудсорсингу активно розвивається ще один напрям крауд-технологій – краудмаркетинг.

За визначенням К. А. Полторака, краудмаркетинг це «...маркетингова діяльність у мережевих інтернет-спільнотах, заснована на використанні крауд-технологій, яка дозволяє здійснювати управління поведінкою споживача з метою досягнення цілей збуту» [5]. На відміну від традиційного маркетингу, де

об'єктом управління був окремий споживач чи маса споживачів, що відокремлені один від одного, в краудмаркетингу об'єктом управління є співтовариства, учасники яких активно взаємодіють між собою та утворюють новий інформаційний простір, що має вплив на їхню поведінку. Відповідно до цього, краудмаркетинг передбачає управління споживачем як співтовариством, тобто сукупністю споживачів, що взаємодіють між собою.

За останні десятиліття роль сучасного споживача значно трансформувалася. Відбувся перехід від звичайного користувача, який виконував лише функцію споживання, до моделі в якій споживач став безпосередньо впливати як на процес виробництва, виявляючи свої бажання й очікувані вимоги до продукції, так і на продаж й популярність бренду, купуючи або рекомендуючи через Інтернет різноманітні товари.

Основними факторами, що призвели до зміни ролі споживача є: доступ до інформації (через розширення можливостей знаходити інформацію, самонавчатися, самоорганізовуватися і ділитися досвідом), глобалізація (через стирання кордонів для переміщення товарів і капіталів), можливість вільної

комунікації й об'єднання у співтовариства (споживачі з різних регіонів і країн можуть вільно ділитися досвідом використання того чи іншого продукту або технології, їх відгуки значно впливають на вибір інших споживачів, трансформуються маркетингові комунікації) та ін.

Краудсорсинг надав поштовх розвитку інших понять, пов'язаних із застосуванням крауд-технологій, відповідно до специфіки діяльності підприємства. Зокрема, значного поширення набула концепція краудфандингу, який дослівно означає «фінансування натовпом».

Краудфандинг (від англ. «crowdfunding», де «crowd» – «спільнота», «funding» – «фінансування») – це колективна співпраця людей, які добровільно об'єднують свої гроші або інші ресурси разом, як правило за допомогою засобів мережі Інтернет, для підтримання зусиль інших людей або організацій. Фінансування за схемою краудфандингу може виконувати різні функції: допомога постраждалим від стихійних лих, підтримка з боку фанатів чи вболівальників, підтримка політичних кампаній, фінансування стартап-проектів і малого бізнесу, створення програмного забезпечення та ін. [6].

Серед вітчизняних науковців, зокрема С. В. Волосович та А. В. Василенко вважають, що краудфандинг це «інструмент фінансування проектів шляхом відкритого заклик на основі матеріальної чи моральної зацікавленості потенційних спонсорів» [7]; Н. С. Меджибовська розглядає краудфандинг як «...добровільну колективну співпрацю людей, спрямовану на фінансування зусиль інших людей або організацій (краудфандингових проектів), які представлені в Інтернеті на спеціалізованих сайтах (краудфандингових платформах), що є посередниками та організаторами їх взаємодії» [8].

Порівняно з традиційними джерелами фінансування, використання технології краудфандингу має ряд переваг, адже разом із фінансуванням підприємства отримують можливість не лише залучити кошти, необхідні для реалізації проектів, але й ефективно проекламувати їх, отримати зворотний зв'язок про затребуваність продуктів чи кінцевої мети проектів. Слід зазначити, що краудфандинг є перспективним для залучення коштів підприємствами малого та середнього бізнесу в Україні. Водночас, в умовах активізації процесів децентралізації у вітчизняній фінансовій системі, краудфандинг може стати перспективним для органів місцевого самоврядування з метою фінансування проектів, в яких найбільше зацікавлена громадськість.

Також одним із сучасних методів залучення підприємством персоналу із зовнішніх джерел є краудворкінг.

Краудворкінг (від англ. «crowd» – «спільнота», «working» – «робота») дуже швидко розвивається у сфері використання робочої сили на цифрових платформах. Процес краудворкінгу відбувається шляхом передачі завдань значній кількості онлайн працівників через посередника – онлайн-платформу для різних роботодавців. При цьому для виконання певних завдань підприємства можуть залучати до роботи людей з усіх куточків світу, які можуть навіть

не виходити для цього із дому [9]. Це можуть бути: створення логотипу, просування сайту, переклади, розшифровка аудіозаписів, програмне забезпечення, складання текстів чи категоризація даних, або більш складні завдання, такі як програмування та ін.

В Україні краудворкінг розвивається швидкими темпами. За різними джерелами протягом 2013-2017 рр. наша країна посіла перше місце в Європі та четверте місце у світі за зайнятістю на цифрових платформах, а також перше місце у світі в «ІТ-фрилансі». Згідно досліджень, близько 3% вітчизняної робочої сили задіяні в онлайн-роботі, 18% офісних працівників в Україні вже мають практичний досвід роботи на цифрових платформах й хотіли б повністю перейти на неї, а 50% з них розглядає її як додаткове джерело доходу [10]. Стрімке зростання краудворкінгу може призвести до розширення тіньової економіки, незаконної праці та нової цифрової нестандартної зайнятості.

Забезпечення підприємства необхідними йому інтелектуальними трудовими ресурсами може здійснюватися на базі краудрекрутингу (від англ. «crowd-recruiting» – колективний підбір персоналу). Це технології пошуку персоналу в соціальних мережах.

Краудрекрутинг – це спосіб відбору найбільш перспективних носіїв професійних компетенцій, необхідних конкретному підприємству, на основі показників їх роботи в краудсорсинговому проекті, шляхом спостереження та оцінювання діяльності учасників у ситуації, що імітує робочий процес [11].

Використовуючи краудрекрутинг, підприємство поступово втілює в життя краудсорсинговий проект, в процесі реалізації якого учасники, серед яких можуть бути як кандидати на вакантні посади, так і наявний персонал підприємства, отримують можливість проявити всі свої професійні, організаційні та особистісні здібності у вирішенні різноманітних бізнес-завдань. Під час цього організатор спостерігає за діями учасників і робить висновки, паралельно відбираючи кандидатів.

Розглянувши вищенаведені напрями використання крауд-технологій, можна зробити висновок, що їх впровадження сприятиме підвищенню ефективності діяльності підприємств та швидкому досягненню поставлених цілей. За останні роки використання крауд-технологій на вітчизняних підприємствах поширюється швидкими темпами, що дає змогу ефективно використовувати всі ресурси та досягати при цьому значних результатів.

ВИСНОВКИ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

На основі проведеного дослідження можна зробити висновок, що використання крауд-технологій є джерелом розвитку великої кількості підприємств і не менш значної чисельності талановитих людей, які поєднуються мережею Інтернет і вступають в добровільну, часто навіть неусвідомлену співпрацю, що в кінцевому результаті дає можливість переважній більшості населення користуватися новим, оригінальним продуктом, при цьому завдяки усуненню бюрократичних бар'єрів управління, активізації їх

творчого, організаторського, професійного, інтелектуального та трудового потенціалу, та взяття на себе відповідальності за подальший розвиток економіки суб'єкта господарювання і держави в цілому. Вітчизняні підприємства можуть використовувати крауд-технології у різних напрямках

своїї діяльності, отримуючи переваги застосування ресурсів від значної кількості учасників для вирішення своїх специфічних завдань. Перспективи подальших досліджень у даному напрямку пов'язані з оцінюванням ефективності застосування крауд-технологій в діяльності підприємства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Шуровьески, Джеймс. Мудрость толпы. Почему вместе мы умнее, чем поодиночке, и как коллективный разум формирует бизнес, экономику, общество и государство. Москва: Вильямс, 2007. 304 с.
2. Ceraso, Antonio. Crowd technologies: Rhetoric and power in peer production discourse. ProQuest: веб-сайт. URL: <http://search.proquest.com/docview/304988911> (дата звернення: 19.10.2019).
3. Хау, Дж. Краудсорсинг. Коллективный разум как инструмент развития бизнеса. Москва: Альпина Паблишер, 2012. 208 с.
4. Панкрухин, А. П. Краудсорсинг – соблазнительный маркетинговый агрессор: принципы, содержание, технологии. Практический маркетинг. 2011 №1 С. 43-47.
5. Полторак, К. А. Управління маркетинговими комунікаціями в епоху крауд-технологій. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2015. №3. С. 66-75.
6. Степура, В. В. Сутність та переваги краудфандингу як зовнішнього джерела фінансування проєктів. Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського. Серія: Економіка і управління. 2019. Т.30(69), №3. С.165-170. URL: http://www.econ.vernadskyjournals.in.ua/journals/2019/30_69_3/28.pdf.
7. Волосович, С. В., Василенко, А. В. Краудфандінг як інноваційний метод фінансування проєктів. Modern Economics. 2017. №5. С.13-19. URL: <https://modecon.mnau.edu.ua/issue/5-2017/UKR/volosovych.pdf> (дата звернення: 19.10.2019).
8. Меджибовська, Н. С. Краудфандинг для малого бізнесу: міф чи реальність? Економіка України. 2016. №10. С.20-34.
9. Краудворкінг: скільки можна заробити, сидячи вдома? BBC: веб-сайт. URL: https://www.bbc.com/ukrainian/entertainment/2013/09/130909_crowdworking_money_uk (дата звернення: 19.10.2019).
10. Майбутнє ринку праці. Протиборство тенденцій, які будуть формувати робоче середовище в 2030 році. PwC Україна: веб-сайт. URL: <https://www.pwc.com/ua/uk/survey/2018/workforce-of-the-future-ukr.pdf>. (дата звернення: 19.10.2019).
11. Краудрекрутинг – новая технология массового поиска талантов. Companion UA: веб-сайт. URL: <https://companion.ua/208489/> (дата звернення: 19.10.2019).

REFERENCES

1. Shurov'eski, Dzh. (2007). Mudrost' tolpy. Pochemu vmeste my umnee, chem poodinochke, i kak kollektivnyy razum formiruet biznes, ekonomiku, obshchestvo i gosudarstvo. [The wisdom of the crowd. Why together we are smarter than alone, and how the collective mind shapes business, the economy, society and the state]. Moskva: Vil'yams. [in Russian].
2. Ceraso, A. Crowd technologies: Rhetoric and power in peer production discourse. ProQuest. Retrived from: <http://search.proquest.com/docview/304988911>.
3. Khau, Dzh. (2012). Kraudsorsing. Kollektivnyy razum kak instrument razvitiya biznesa. [Crowdsourcing. Collective mind as a tool for business development]. Moskva: Al'pina Pablisher [in Russian].
4. Pankrukhin, A. P. (2011). Kraudsorsing – soblaznitel'nyy marketingovyy agresor: printsipy, sodержanie, tekhnologii [Crowdsourcing is a seductive marketing agent: principles, content, technologies]. Prakticheskiy marketing, 1, 43-47 [in Russian].
5. Poltorak, K. A. (2015). Upravlinnja marketyngovymy komunikacijamy v epohu kraud-tehnologij [Management of marketing communications in the era of crowd technology]. Marketyng i menedzhment innovacij, 3, 66-75 [in Russian].
6. Stepura, V. V. (2019). Sutnist' ta perevagy kraudfandyngu jak zovnishn'ogo dzherela finansuvannja proektiv [The essence and advantages of crowdfunding as an external source of project financing]. Vcheni zapysky Tavrijs'kogo nacional'nogo universytetu imeni V.I. Vernads'kogo. Serija: Ekonomika i upravlinnja, 30(69), 3, 165-170. Retrived from: http://www.econ.vernadskyjournals.in.ua/journals/2019/30_69_3/28.pdf [in Ukrainian].
7. Volosovych, S. V., Vasylenko, A. V. (2017). Kraudfanding jak innovacijnyj metod finansuvannja proektiv [Crowdfunding as an innovative method of project financing]. Modern Economics, 5, 13-19. Retrived from: <https://modecon.mnau.edu.ua/issue/5-2017/UKR/volosovych.pdf> [in Ukrainian].
8. Medzhybovs'ka, N. S. (2016). Kraudfandyng dlja malogo biznesu: mif chy real'nist'? [Kraudfanting for small business: a myth or a reality?]. Ekonomika Ukraїny, 10, 20-34 [in Ukrainian].
9. Kraudvorking: skil'ky mozha zarobyty, sydjachy vdoma? [Crowdwork: how much can you make while sitting at home?]. BBC. Retrived from: https://www.bbc.com/ukrainian/entertainment/2013/09/130909_crowdworking_money_uk [in Ukrainian].
10. Majbutnje rynku praci. Protyborstvo tendencij, jaki budut' formuvaty roboche seredovyshhe v 2030 roci [The

future of the labor market. Confronting the trends that will shape the work environment in 2030]. PwC. Retrived from: <https://www.pwc.com/ua/uk/survey/2018/workforce-of-the-future-ukr.pdf> [in Ukrainian].

11. Kraudrekruting – novaya tekhnologiya massovogo poiska talantov [Crowdrecruiting – a new technology for mass talent search]. Companion UA. Retrived from: <https://companion.ua/208489/> [in Ukrainian].

Товт Татьяна Иосифовна, Дрозд Надежда Васильевна. НАПРАВЛЕНИЯ ПРИМЕНЕНИЯ КРАУД-ТЕХНОЛОГИЙ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

С развитием технологий актуальна проблема поиска современных прогрессивных инструментов для эффективной деятельности предприятия и управления всеми его процессами. С этой целью рассмотрены направления применения крауд-технологий в деятельности предприятия. В ходе исследования, были использованы такие общие и специфические научные методы исследования: системный подход, методы логического обобщения и сравнения, научная абстракция, методы синтеза и аналогий. Методологическую базу исследования составили научные труды отечественных и зарубежных ученых, аналитические материалы по проблеме исследования. В статье предоставляется теоретическое обоснование сущности крауд-технологии как экономической категории. Доказано, что крауд-технологии связаны с организацией и использованием результатов деятельности сообществ, а также других неструктурированных групп в сети Интернет, на основе социального взаимодействия участников данных сообществ. В результате проведенного исследования определены основные направления применения крауд-технологий в деятельности предприятий, в частности краудсорсинг, краудфандинг, краудмаркетинг, краудворкинг, краудрекрутинг и др. Краудсорсинг это современный эффективный управленческий инструмент, который позволяет использовать знания работников, клиентов и партнеров для решения актуальных бизнес-проблем. Краудфандинг как коллективное финансирование означает сотрудничество людей, которые добровольно объединяют свои деньги или другие ресурсы вместе. Краудмаркетинг предполагает управление сетевыми сообществами в Интернете. Краудворкинг это выполнение платных, краткосрочных задач, которые передаются через интернет-платформы или смартфон. Краудрекрутинг это технологии поиска персонала в социальных сетях. На основании обобщений литературных источников и действующей практики, обоснованно преимущества и недостатки их использования как для крупных промышленных предприятий, так и для предприятий среднего и малого бизнеса, а также для самих участников краудсорсингового проекта. Приведенное исследование расширяет знания о сущности, значения и предпочтения от применения крауд-технологий на промышленных предприятиях для повышения конкурентоспособности и оптимизации их функционирования. Эта статья может быть полезной для менеджеров различных уровней, которые занимаются внедрением крауд-технологий в деятельности предприятий, как современных инструментов управления в контексте «открытых инноваций».

Ключевые слова: крауд-технологии, краудсорсинг, краудфандинг, краудмаркетинг, краудворкинг, краудрекрутинг, управления сообществами, предприятие.

Tovt Tetiana J., Drozd Nadija V. DIRECTIONS OF APPLICATION OF CROWD-TECHNOLOGIES IN THE ACTIVITIES OF ENTERPRISES

With the development of technologies, the urgent problem of finding modern progressive tools for the efficient operation of the enterprise and the management of all its processes. For this purpose, the directions of application of crowd-technologies in the activities of enterprise have been considered. In the process of research, such general and specific scientific methods of investigation were used: a systematic approach, methods of logical generalization and comparison, scientific abstraction, methods of synthesis and analogies. The methodological base of the research was made by scientific works of national and foreign scientists, analytical materials on the research problem. This article provides a theoretical justification of the essence of crowd-technology as an economic category. It has been proved that crowd-technology is associated with the organization and use of the results of communities, as well as other unstructured groups on the Internet, based on the social interaction of the participants in these communities. As a result of the research, the main directions of application of crowd-technologies in the activity of enterprises have been determined, in particular crowdsourcing, crowdfunding, crowd-marketing, crowd-working, crowd-recruiting and others. The crowdsourcing is a modern, effective management tool, which enables the use of knowledge employees, customers and partners to solve current business problems. The crowdfunding as collective funding means the collaboration of people, who voluntarily combine their money or other resources together. The crowdmarketing involves managing online communities on the Internet. The crowdworking is the implementation of paid, short-term tasks conveyed via Internet platforms or smartphone apps. The crowd-recruiting is the technology of personnel search in social networks. On the base of summarizing of literary sources and a valid practice the advantages and disadvantages of their use both for large industrial enterprises and for medium and small businesses, as well as for the participants in the crowdsourcing project themselves have been substantiated. This study expands the knowledge about the essence, value and preferences of crowd-technologies in industrial enterprises in order to increase competitiveness and optimize their functioning. This article may be useful for managers of various levels, who are involved in crowd-technologies implementation in the activity of enterprises, as a modern management tools in the context of “open innovation”.

Keywords: crowd-technology, crowd-sourcing, crowd-funding, crowd-marketing, crowd-working, crowd recruiting, communities management, enterprise.