

Краудсорсинг как новая модель организации бизнеса

Хюппенен Алина Анатольевна,

Российский университет дружбы народов,

117198, Москва, ул. Миклухо-Маклая, д.6

Статья посвящена рассмотрению явления краудсорсинга, сущность которого состоит в привлечении человеческих ресурсов извне для поиска новых идей для решения как проблем, возникающих у предприятий, так и социальных проблем. Автор рассматривает значение человеческого фактора в цифровой экономике, виды краудсорсинга и примеры его использования, а также перспективы развития краудсорсинга в России.

Ключевые слова: коллективный разум, краудтехнологии, краудсорсинг, краудфандинг, краудинвестинг, краудлендинг, краудсоздание, краудwisdom, краудсторминг, краудголосование, краудрекрутинг.

JEL коды: M21.

Crowdsourcing as a new model of business organization

Khyuppenen Alina Anatol'evna,

Peoples' Friendship University of Russia (RUDN University)

117198, Moscow, Miklukho-Maklaya str., 6

The article is devoted to the consideration of the phenomenon of crowdsourcing, the essence of which is to attract human resources from outside to search for new ideas to solve both the problems that arise in enterprises and social problems. The author considers the importance of the human factor in the digital economy, the types of crowdsourcing and examples of its use, as well as the prospects for the development of crowdsourcing in Russia.

Keywords: collective intelligence, crowdtechology, crowdsourcing, crowdfunding, crowdinvesting, crowdlending, crowdcreation, crowdwisdom, crowdstorming, crowdvoting, crowdrecruiting.

Введение

Цифровая экономика и цифровизация бизнес-процессов являются мировыми трендами развития в современной экономике, они позволяют производителю и потребителю взаимодействовать на ином уровне. Цифровые технологии приводят к изменению бизнес-моделей предприятий, подрывая устои традиционного бизнеса. Успех в бизнесе сейчас зависит не только от активности внедрения цифровых технологий в практику бизнеса, но и от человеческого фактора. Человеческая креативность, использование возможностей коллективного разума и цифровых технологий, и позволяет формировать новые бизнес-модели, обеспечивать новый уровень конкурентоспособности компаний. Быстрое развитие современной экономики диктует более жесткие требования к эффективности деятельности компаний. Ресурсов компаниям не хватает, краудтехнологии помогают им решить данную проблему.

Обзор ранее выполненных исследований

Краудсорсинг- явление новое, недостаточно исследованное в цифровой экономике, вошло в оборот с 2006 г. [8]. Тем не менее, в работах таких зарубежных авторов, как Д.Хау, Д.Тапскотт, Э.Уильямс, уделено внимание массовому сотрудничеству, коллективному разуму, онлайн-сообществам и др. Российские авторы, посвятившие свои научные работы рассмотрению данного понятия (Долженко Р.А., Лукина Д.С., Максимов Н.Н., Попова И.В., Сивакс А.Н. и др.), рассматривают краудсорсинг как инструмент мобилизации интеллектуальных ресурсов, технологию взаимодействия власти и общества, способ активации развития персонала, способ оптимизации функционирования предприятия.

Человеческий фактор в цифровой экономике

Влияние человеческого фактора в настоящее время перехода к цифровой экономике настолько существенно, что современную экономику называют еще

краудэкономикой [14]. На базе цифровых технологий и способов взаимодействия с обществом уже возникли новые бизнес-модели и пути трансформации деятельности компаний.



Рис. 1. 14 частей краудэкономики.

Источник: составлено автором по [14].

Fig. 1. 14 Parts of the Crowd Economy.

Source: compiled by the author on [14].

Характеристика основных направлений краудэкономики представлена в табл. 1.

Таблица 1

Основные направления краудэкономики

№ п/п	Направления краудэкономики	Участники	Цели и результаты
1.	«Толпа»	Взаимодействие частных лиц и целевых некоммерческих организаций с заинтересованными сторонами.	Повышение авторитета, влияния, сбор средств.
2.	Потенциал «толпы»	Географически рассредоточенные участники «толпы» через интернет.	Получение рабочей силы, идей, решений или услуги, взносов
3.	Сотворчество	Привлечение компанией внешних ресурсов (человеческих и финансовых).	Совместное достижение взаимовыгодного результата, взаимодействие сотрудников

			разного уровня для генерации идей.
4.	Коллективный интеллект	Групповой интеллект, возникающий путем сотрудничества, коллективных усилий и конкуренции многих людей.	Более эффективное решение задач, создание и вывод на рынок нового продукта.
5.	Массовое сотрудничество	Коллективные действия в процессе работы большого количества людей независимо друг от друга над одним проектом.	Инновационные решения, приводящие к улучшению продукта.
6.	Экономика совместного использования	Экономическая модель, подразумевающая совместное использование физических и людских ресурсов.	Повышение производительности недоиспользованных ресурсов, снижение издержек.
7.	Краудфандинг, не основанный на акциях	«Толпа» вкладывает средства, для поддержания проекта, взамен имеют возможность получить не денежное «вознаграждение», услугу или товар.	Безвозмездное поддержание и развитие проекта.
8.	Краудфандинг на основе акций	Члены «толпы» могут стать совладельцами компаний, которые привлекают средства на основе предложения дивидендов и акций.	Получить долю в бизнесе или часть прибыли от реализации проекта.
9.	Онлайн-сообщества	Группы людей, собирающиеся и участвующие на веб-платформах и постоянно взаимодействующие друг с другом.	Новые идеи и решения для общих целей и задач.
10.	Открытые инновации	Объединение ресурсов организации с внешними кооперативами, приток и отток знаний.	Ускорение инноваций внутри предприятия, расширение рынка сбыта.
11.	Социальный бизнес	Предприятия, поощряющие совместное использование, взаимодействие и коммерцию через открытые социальные каналы.	Создание ценности корпорации или одной из его функций
12.	Равное кредитование	Социализированная торговля и прямое социальное кредитование между людьми без розничного и финансового посредничества.	Возможность предоставления финансовых услуг дешевле, чем в банках.
13.	Гражданское участие	Цифровые платформы, которые помогают информировать, организовывать и мобилизовать граждан, глобальные и региональные движения.	Ликвидация разрыва в видении власти и нужд граждан. Решение социально-значимых проблем.
14.	Валюта «толпы»	Альтернативный вид валюты, которая формируется и балансируется «толпой» - криптовалюта.	Универсальность, простота и открытость расчетных операций.

Источник: составлено автором по [10].

Table 1.

Description of the main directions of crowd economy

No	Directions of crowd economy	Members	Goals and Results
1.	«Crowd»	Interaction of individuals and target non-profit organizations with stakeholders.	Increasing authority, influence, fundraising.
2.	Potential «crowd»	Geographically dispersed members of the “crowd” over the Internet.	Receiving labor, ideas, solutions or services, contributions
3.	Co-creation	Attraction of external resources by the company (human and financial).	The joint achievement of a mutually beneficial result, the interaction of employees at various levels to generate ideas.
4.	Crowd Intelligence	Group intelligence arising through the collaboration, collective efforts and competition of many people.	More effective problem solving, creation and launch of a new product on the market.
5.	Mass Collabortion	Collective actions in the process of a large number of people working independently on one project.	Innovative solutions leading to product improvement.
6.	Sharing Economy	An economic model involving the sharing of physical and human resources.	Improving the productivity of underutilized resources, reducing costs.
7.	Non-Equity Based Crowdfunding	The "crowd" invests in order to support the project; in return, they have the opportunity to receive a non-monetary "reward", service or product.	Gratuitous support and development of the project.
8.	Equity-Based Crowdfunding	Members of the “crowd” can become co-owners of companies that raise funds based on the offer of dividends and shares.	Get a share in the business or part of the profit from the project.
9.	Online Communities	Groups of people gathering and participating on web platforms and constantly interacting with each other.	New ideas and solutions for common goals and objectives.
10.	Open Innovation	Combining the resources of the organization with external cooperatives, the influx and outflow of knowledge.	Acceleration of innovation within the enterprise, expansion of the sales market.
11.	Social Business	Businesses that promote sharing, collaboration, and commerce through open social channels	Creating corporate value or one of its functions.
12.	Peer-to-Peer Lending	Direct social lending and socialized commerce between people without a financial or retail intermediary.	The ability to provide financial services is cheaper than at banks.
13.	Civic engagement	Digital platforms that help inform, organize and mobilize citizens, global and regional movements.	Closing the gap in the vision of power and the needs of citizens. Solving socially significant problems.
14.	Crowd Currencies	An alternative type of currency that is formed and balanced by the “crowd” is cryptocurrency.	Universality, simplicity and openness of settlement operations.

Source: compiled by the author on [10].

Краудсорсинг - новый инструмент бизнеса

В литературе термин «краудсорсинг» обычно подразумевает под собой все краудтехнологии.

«Краудсорсинг – это мобилизация интеллектуальных ресурсов, которая предназначена для решения поставленных задач при помощи информационных технологий» [4].

Цель краудсорсинга – использование различных внешних ресурсов и идей для поиска новых решений поставленной задачи, с помощью привлечения большого количества людей на добровольной основе, которые имеют заинтересованность в решении данной проблемы. Используя возможности сторонних участников, организации находят новые, зачастую, ранее невообразимые пути решения сложных проблем.

Благодаря краудтехнологиям компании получают возможность знать, чего именно желает его потребитель. Таким образом, формируется отличная от традиционной бизнес-модель. Эти технологии трансформируют сложившуюся работу компании, путем изменения ее бизнес-модели. Барьеры между создателями, производителями и конечными потребителями разрушаются.

Модель краудсорсинга представлена на рис. 2.



Рис. 2. Модель краудсорсинга.

Источник: [11].

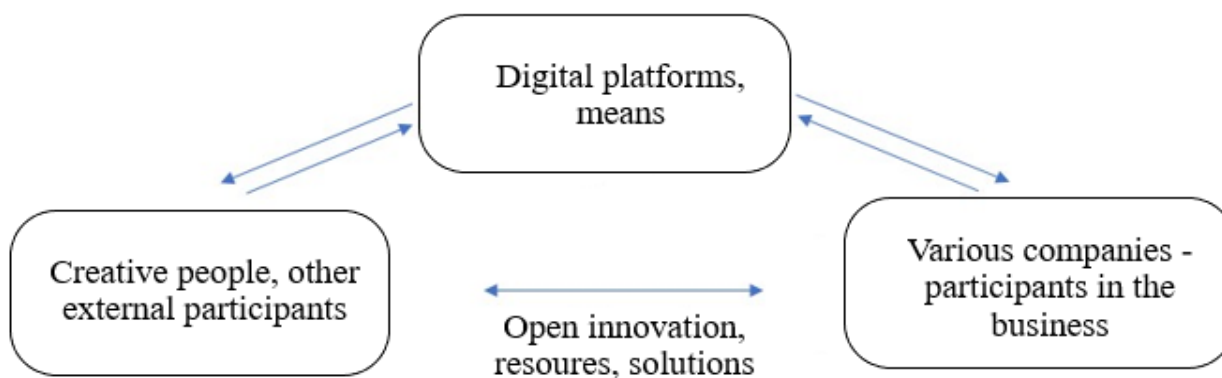


Fig. 2. Crowdsourcing model.

Source: [11].

Связь потребителя и производителя дает возможность компании иметь актуальную информацию о том, чего хочет клиент, в результате производитель имеет четкие планы о том, как должен далее развивать свой бизнес. В итоге, компания даже с минимальными собственными ресурсами, имеет возможность успешно и эффективно функционировать.

Краудтехнологии представлены сегодня следующими видами (табл. 2).

Таблица 2

Виды краудтехнологий

Вид	Характеристика	Примеры
Краудфандинг	Добровольное сотрудничество людей/спонсоров, которые объединяют свои средства для реализации идеи.	Kickstarter, Indiegogo, Fundable и т.д.
Краудинвестинг	Разновидность краудфандинга, основанная на финансовом вознаграждении.	ASSOB, AngelList, WiSeed
Краудлендинг	Современная краудтехнология, подразумевает под собой онлайн-процесс предоставления кредита на инвестирование проекта.	Kiva.org, Funding Circle, LendingClub
Краудсоздание	Предложения по созданию нового продукта, услуги.	Nike, Lego, Procter&Gamble, Threadless
Краудwisdom («Мудрость толпы»)	Способ выработки корпоративной стратегии или предсказания результата, с помощью знаний людей, привлеченных для решения этих проблем.	Starbucks

Краудсторминг	Поиск идей для улучшения товара или услуги.	L'Oreal, Local Motors, Adidas
Краудголосование	Использование мнений «толпы» для решения задач.	Google, Pepsi
Краудрекрутинг	Способ отбора перспективных рабочих кадров для конкретной компании, исходя из результата работы в краудсорсинговом проекте.	Witology, Росатом
Краудкастинг	Способ поиска людей (организаций), которые могут решить задачи компании.	Dell
Гражданский или социальный краудсорсинг	Способ взаимодействия власти и общества, для решения возникающих социальных задач.	Экокатастрофа 2011 года, произошедшая в Новой Зеландии, была за короткое время устранена с помощью краудсорсинга.

Источник: составлено автором по [11].

Table 2

Types of crowd technology

Types	Characteristic	Examples
Crowdfunding	Voluntary collaboration of people / sponsors who pool their funds to implement the idea.	Kickstarter, Indiegogo, Fundable, etc.
Crowdinvesting	A type of crowdfunding based on financial rewards.	ASSOB, AngelList, WiSeed.
Crowdlending	Modern crowdfunding technology implies an online process of providing a loan to invest in a project.	Kiva.org, Funding Circle, LendingClub.
Crowdcreation	Proposals for creating a new product, service.	Nike, Lego, Procter & Gamble, Threadless.
Crowdwisdom	A way to develop a corporate strategy or predict the outcome, using the knowledge of people involved in solving these problems.	Starbucks.
Crowdstorming	Search for ideas to improve a product or service.	L'Oreal, Local Motors, Adidas.
Crowdvoting	Using the opinions of the “crowd” to solve problems.	Google, Pepsi.
Crowdrecruiting	A method for selecting promising workers for a particular company, based on the result of work in a crowdsourcing project.	Witology, Rosatom.
Crowdcasting	A way of finding people (organizations) who can solve company tasks.	Dell.
Civil or social crowdsourcing	A way of interaction between government and society, to solve emerging social problems.	The eco-catastrophe of 2011 in New Zealand was eliminated in a short time by crowdsourcing.

Source: compiled by the author on [11].

Краудфандинг может иметь для спонсора финансовую и нефинансовую (билет на концерт, автограф) выгоду [13]. Исходя из цели проекта, краудфандинг может быть: креативный, социальный, политический и бизнес-проект.

Одна из популярных краудфандинговых платформ – Kickstarter, где создаются инструменты и ресурсы, которые объединяют людей вокруг творческих проектов и процессов и помогают воплотить им эти проекты в жизнь. Платформа ведет свою деятельность с 2009 года, и исходя из последних данных, смогла собрать 4,5 млрд долларов для осуществления проектов (рис.3).

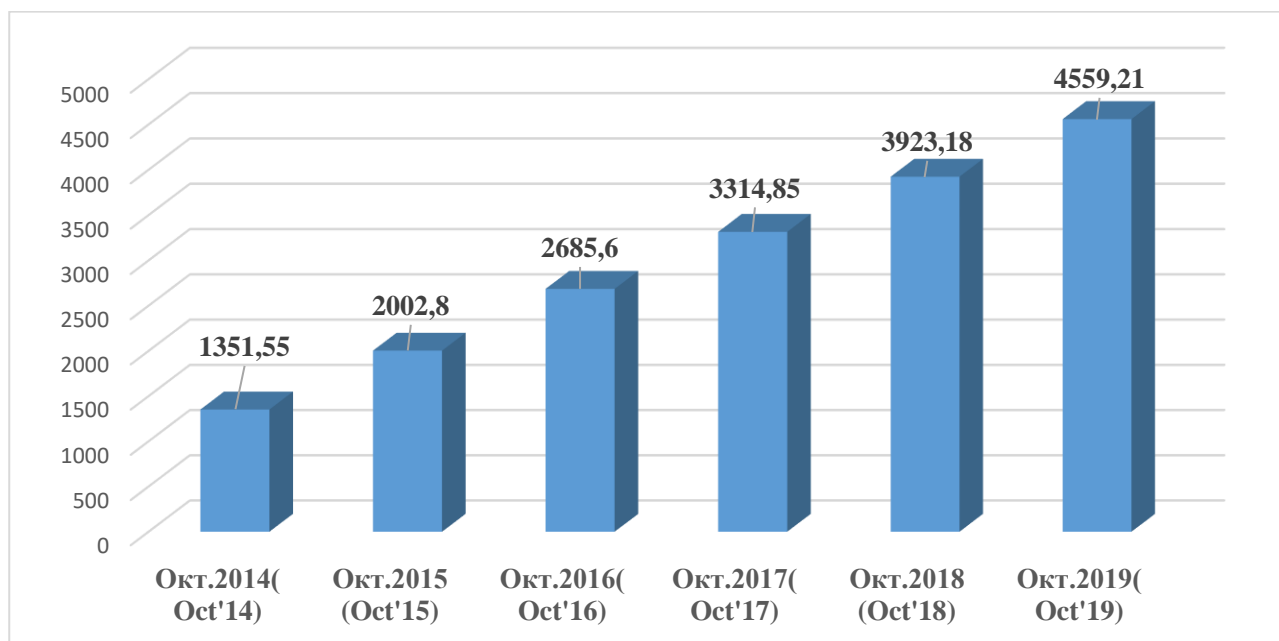


Рис. 3. Совокупный объем финансирования проектов Kickstarter (млн долл. США).

Источник: составлено автором по [9].

Fig. 3. Total funding for Kickstarter projects (million US dollars).

Source: compiled by the author on [9].

Модель с финансовым вознаграждением называется краудинвестингом и является составной частью краудфандинга. Данная модель обладает плюсом для инвесторов, так как она дает возможность потенциальным инвесторам вкладывать небольшие суммы.

Первая в мире краудинвестинговая площадка – ASSOB (Австралия). Действует с 2006 г. и дает возможность среднему и малому бизнесу продавать

доли своих предприятий желающим спонсорам. Общий объем инвестированных средств более 148 млн долл. США. Площадка насчитывает 30 494 инвестора [2].

Краудинвестинг популярен в разных странах (рис. 3).

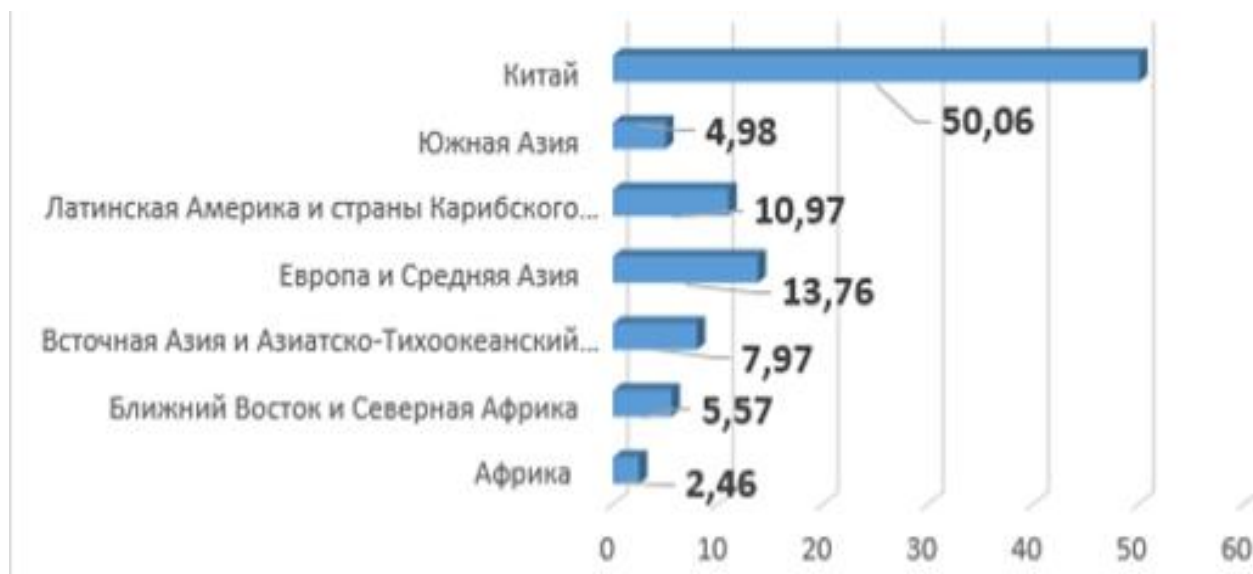


Рис. 4. Потенциал роста краудинвестинга по регионам мира до 2025 года (кроме США), млрд USD.

Источник: составлено автором по [1].

Fig. 4. Growth potential of crowdfunding by region of the world until 2025 (except the USA), billion USD.

Source: compiled by the author on [1].

Несмотря на то, что рынок краудфандинга зародился в США и Великобритании, на сегодняшний день Китай является лидирующим регионом в мире в последние несколько лет и продолжает расти (рис. 5).

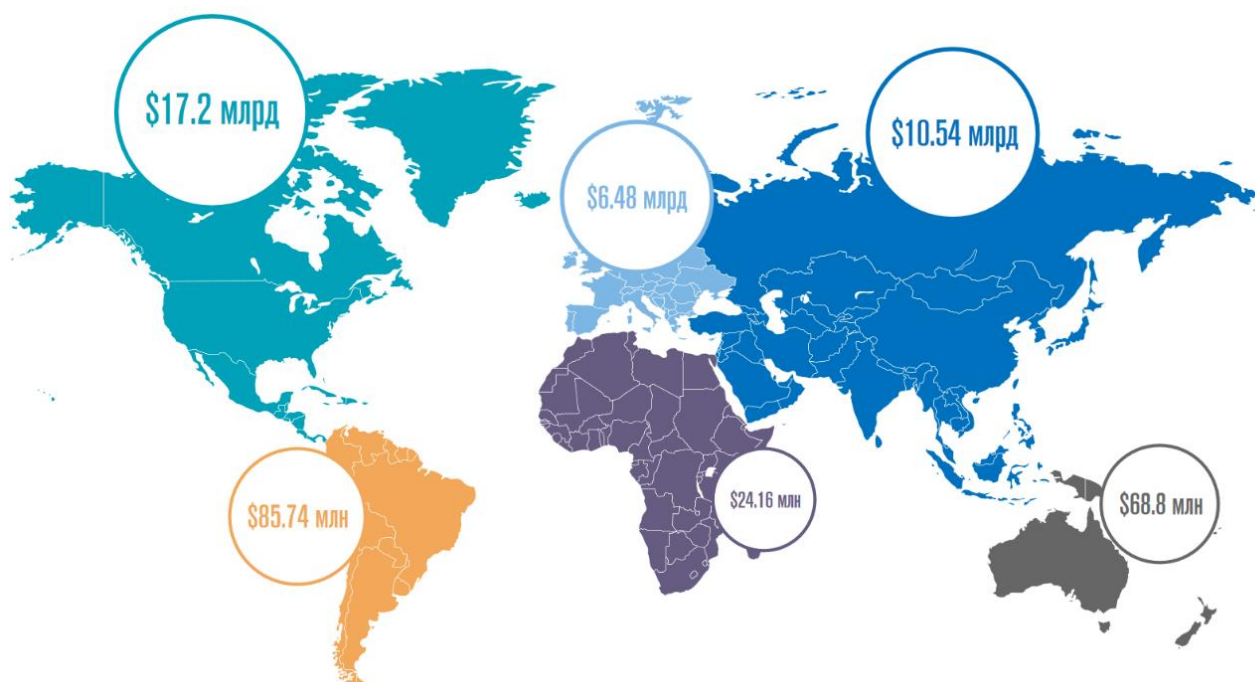


Рис. 5. Краудфандинг в мире, млрд долл.

Источник: [2].

Fig. 5. Crowdfunding in the world, billion dollars.

Source: [2].

Краудлендинг – это возможность получить кредит не от финансовых структур, а от внешних участников на инвестирование проекта онлайн. Скорость получения финансирования – главное преимущество данной модели. «Kiva.org» – первая краудлендинговая площадка, начала свою деятельность в 2005 г. в США.

Краудсоздание подразумевает под собой создание чего-то нового, например: продукта, дизайна, услуг и др. Так, компания Threadless имеет свою площадку, где покупатели предлагают различные дизайны футболок, которые, в последствии, реализуются и продаются. Nike дает возможность своим потребителям разработать дизайн кроссовок.

Краудwisdom («Мудрость толпы») дает возможность компаниям, благодаря идеям и знаниям людей, решать новые проблемы и задачи: выработать корпоративную стратегию, спрогнозировать результаты и др. Например,

Starbucks предложил своим посетителям украсить обычные белые стаканчики для кофе [10].

Краудсторминг позволяет осуществить поиск идей, которые смогли бы улучшить услугу или товар за счет потребителя. Так автомобиль «RallyFighter» был создан с помощью краудтехнологий на сайте «Local Motors», это был первый краудсорсинговый автомобиль.

Краудголосование — это обычно голосование за какой-нибудь из предложенных вариантов. Например, Coca-Cola благодаря голосованию смогла выбрать новый дизайн бутылки, Domino's Pizza через голосование определяет новый вкус пиццы.

Краудрекрутинг — способ подбора и поиска персонала, исходя из результата их работы в проекте. Первым проектом, осуществленным с помощью краудрекрутинга, являлся проект «ТеМП 2012» для отбора молодых специалистов в госкорпорацию «Росатом».

«Краудкастинг — поиск людей и организаций, способных решить задачи, стоящие перед научно-исследовательскими, опытно-конструкторскими и технологическими отделами крупных корпораций» [3]. Преимуществом данной технологии является то, что для решения какой-либо задачи не нужно нанимать группу профессиональных кадров, стоит лишь дать возможность предложить решить эту задачу людям извне и результат не заставит себя ждать.

Гражданский или социальный краудсорсинг дает возможность для взаимодействия органов власти и населения. Ориентируясь на мнение своих граждан, органы государственной власти могут принять более эффективное решение. Так, например, в Исландии краудтехнологии предоставили возможность гражданам страны создать собственную Конституцию [7].

Конкурентные преимущества краудтехнологий

Краудтехнологии предоставляют современному бизнесу значительные выгоды, обеспечивая им возможность повышать свою конкурентоспособность.

Это выражается в следующих направлениях:

1.Изддержки. Краудсорсинг позволяет снизить прямые затраты организации. Затраты на НИОКР, которые влияют на конкурентоспособность компании, также могут быть сокращены с помощью краудтехнологий. Исходя из информации о желаниях своих потребителей, производителю становится легче сформировать модель ценообразования, ценностную для предприятия, тем самым увеличивая свою маржу. Появляется возможность более точно спрогнозировать спрос и, как следствие, свое финансовое положение в будущем за счет прогнозирования своих денежных потоков. Это делает компанию более финансово устойчивой в долгосрочной перспективе, затраты на хранение нераспроданной продукции сокращаются.

2.Ресурсы. Краудсорсинг дает возможность привлечь большое количество ресурсов извне: финансовые средства, средства производства, другие материальные ресурсы, человеческие ресурсы. Люди, привлекаемые посредством краудсорсинга, предоставляют компаниям новые идеи, знания и решения, которые существенно могут повлиять на производительность. С помощью этой технологии компании с минимальными ресурсами могут иметь достаточные конкурентные преимущества.

3.Маркетинг. Применение краудтехнологий ведет к повышению эффективности работы маркетинговой службы. Краудсорсинг дает с минимальными затратами возможность создать или улучшить продукт, выбрать наилучшие варианты, оценить перспективу выхода нового продукта на рынок, снижать затраты на рекламу и продвижение продукта.

4.Стратегические и системные эффекты. Конкурентный рынок предполагает гибкость компаний, способность быстро приспособиться к изменениям. Благодаря краудсорсингу компании имеют более гибкую модель поведения, они могут быстрее сориентироваться в изменении направления своей деятельности. Имея информацию о предпочтениях потребителя, производитель выстраивает стратегию развития продукта, которая позволит ему развивать направления бизнеса, имеющие большую перспективу и улучшить свои позиции на рынке. Уровень лояльности потребителей к марке повышается, так как с

помощью краудсорсинга компания дает понять своим клиентам, что она готова к сотрудничеству с ними.

Краудсорсинг имеет и некоторые слабые стороны. Так как в поиске решения проблемы учувствует большое количество разных людей, не всегда есть возможность прийти к одному общему решению. Все имеют разный взгляд на ход решения проблемы, итогом здесь является нерешенная задача. И еще одна проблема связана с утечкой информации. Компании размещают свои проекты, ждущие решения, в открытом доступе, таким образом конкуренты могут также воспользоваться моментом и применить технологию на своем производстве. Компания должна постоянно следить за идеями, выбирать лучшие и запатентовывать их.

Развитие краудсорсинга в России

Краудсорсинг набирает стремительные темпы развития по всему миру, но Россия несколько отстает от этого тренда. В России только зарождался краудсорсинг, в то время как в западных странах краудтехнологии уже являлись основным источником финансового дохода.

Моментом зарождения краудсорсинга в России можно обозначить конференцию 2011 г., где Джефф Хауи, основатель термина «краудсорсинг», знакомил россиян с этими технологиями.

Краудсорсинг предоставил компаниям возможность снизить их издержки, что стало преимуществом для российских компаний, ведь их главная цель – это максимизировать свою прибыль.

В России функционируют краудфандинговые площадки, но не в таком количестве, как в других странах. Это объясняется рядом причин:

- позднее развитие, по сравнению с западными платформами;
- низкий уровень финансовой грамотности населения;
- низкий уровень финансовой грамотности компаний;
- подмена понятий: краудлендинг вместо краудинвестинга;
- низкий уровень доверия населения к финансовым проектам [2].

По данным Банка России, объем рынка краудфандинга демонстрировал рост с 2015 г. (1,5 млрд руб.) по 2018 г. (15,2 млрд руб.), но в 2019 г. произошло сокращение объемов рынка до 5,2 млрд рублей (рис. 6).

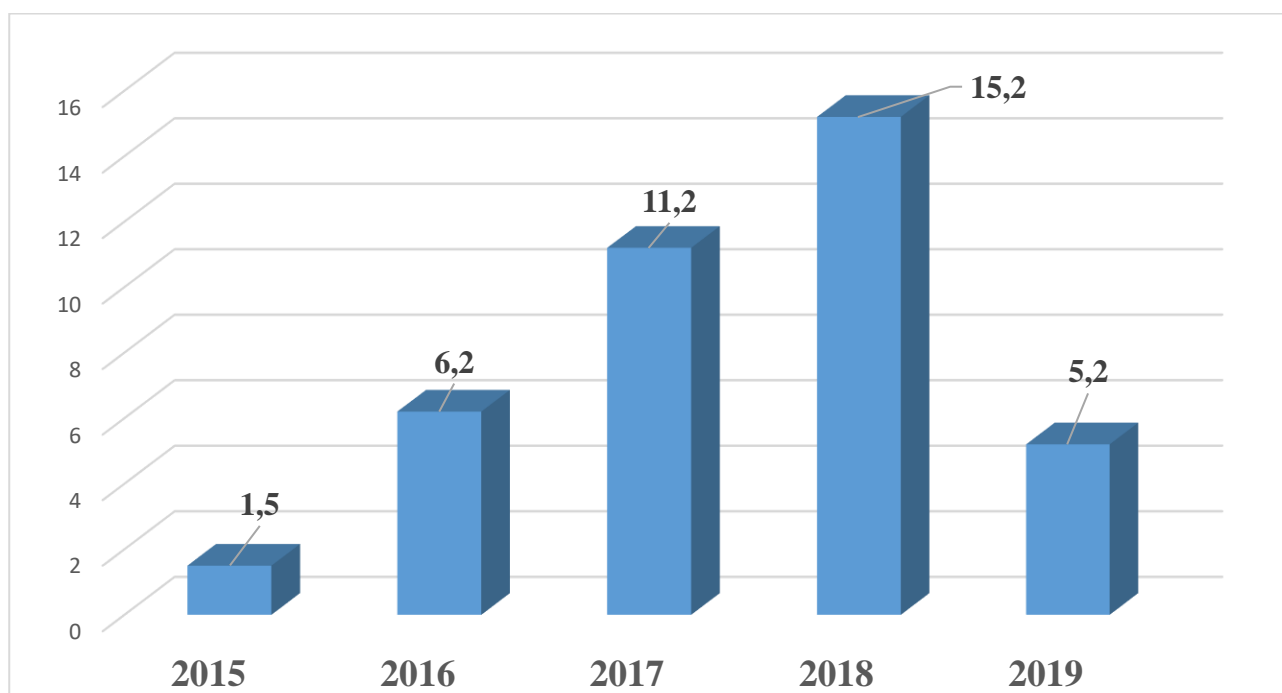


Рис. 6. Объем рынка краудфандинга в России, млрд руб.

Источник: составлено автором по [12].

Fig. 6. Crowdfunding market volume in Russia, billion rubles.

Source: compiled by the author on [12].

Причиной сокращения стала конкуренция со стороны банков, которые снизили требования к оценке платежеспособности заемщиков и сократили время выдачи кредита. По некоторым прогнозам, в 2020 г. рынок краудфандинга вновь начнет расти благодаря выходам новых игроков [12].

Наиболее крупные краудфандинговые платформы в России – Planeta.ru и Boomstarter.ru. Платформе Planeta.ru за весь период существования удалось собрать 1,2 млрд рублей, и каждый третий проект успешный [6]. На платформе Boomstarter.ru сумма всех собранных средств составила более 420 млн рублей, успешные проекты – 2 027.

Penenza – крупнейшая в России краудлендинговая платформа, работающая в сфере P2B-кредитования. Статистика, опубликованная на официальном сайте, показывает, что общая сумма займов составила 26 млрд руб. [5].

Деятельность, связанная с краудфинансированием, сталкивается с некоторыми рисками и проблемами для участников проекта. В России до 2019 г. эта деятельность не имела регулирующего законодательства. Федеральный закон от 02.08.2019 г. №259-ФЗ «О привлечении инвестиций с использованием инвестиционных платформ и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» вступил в силу 1 января 2020 г. Закон регулирует инвестиции, которые привлекаются с помощью краудфандинговых платформ. Но закон имеет неоднозначную оценку экспертов, так как многие вопросы в нем остаются открытыми.

В России начинают активно развиваться и другие виды краудтехнологий.

ПАО «Сбербанк России» с 2009 г. на основе использования «мудрости толпы» смог создать совершенно новую стратегию развития Сбербанка, внедрить в банковскую деятельность «бережливое производство», и продолжает непрерывно совершенствовать свою деятельность за счет краудтехнологий.

Главная отличительная особенность развития краудсорсинга в России от других стран в том, что наиболее активно стал развиваться гражданский и социальный краудсорсинг, краудсорсинг активнее стал развиваться также в сфере государственного управления. Органы власти внедряют краудтехнологии в самые различные стороны жизни с целью получения обратной связи от своих граждан.

Это дает возможность:

- повысить вовлеченность граждан в процесс создания и принятия государственных решений;
- возможность объединить силы общества и государства для повышения уровня демократизации в стране;
- государству своевременно реагировать на события в обществе.

В России краудсорсинг не так стремительно развивается, как в западных странах. Этому не способствует в том числе недостаточное государственное регулирование этой деятельности. Доработка нормативно-правовой базы, создание стимулов для инвесторов, разработка механизмов защиты спонсоров и повышение осведомленности населения в сфере краудфандинга даст толчок к успешному развитию краудтехнологий. Профессиональные участники и эксперты индустрии надеются, что рынок краудфандинга вырастет к 2025 г. до 25 млрд руб.

Заключение

Краудсорсинг стал мировым трендом развития. Все большее число компаний применяют краудтехнологии в своей деятельности, получая положительные эффекты. Развитие информационных технологий в сочетании с креативностью людей позволяет создавать совершенно новые бизнес-модели, предоставляет компаниям широкий спектр возможностей для успешного развития, возможности формирования новых конкурентных преимуществ.

Дальнейшее развитие компаний связано с расширением использования новых возможностей, созданием успешных экосистем для создания новых способов создания, продвижения и потребления товаров и услуг.

Список литературы

1. Потенциал Краудфандинга в развивающихся странах: Отчет Всемирного Банка [Электронный ресурс]. URL: <http://documents.worldbank.org/curated/en/409841468327411701/pdf/840000WP0Box380crowdfunding0study00.pdf> (дата обращения: 02.06.2020).

2. Краудинвестинг. Обзор рынка 2019: Россия и мир [Электронный ресурс]. URL: <https://puzzle.capital/wp-content/uploads/2019/09/Puzzle-Capital-Kraudinvesting.-Rossiya-i-mir-2019-1-1.pdf> (дата обращения: 05.06.2020).

3. Максимов Н. Н., Паршина В. С. Краудсорсинг как способ активизации развития персонала // Молодой ученый. – 2012. – №12. – С. 233-236.

4. Ослон А.А. Аналогия «умной толпы» [Электронный ресурс] // ВЦИОН, 2016. [Электронный ресурс]. URL: http://wciom.ru/fileadmin/file/nauka/grusha_2012/s4/oslon.pdf (дата обращения: 03.06.2020).

5. Официальный сайт платформы Penenza [Электронный ресурс]. URL: <https://penenza.ru/about-company> (дата обращения: 01.06.2020).

6. Официальный сайт платформы Planeta.ru [Электронный ресурс]. URL: <https://planeta.ru/about#statistics> (дата обращения: 01.06.2020).

7. Первая конституция страны, подготовленная с помощью краудсорсинга [Электронный ресурс]. URL: <https://witology.com/blog/kopysova/232/> (дата обращения: 03.06.2020).

8. «Самая богатая часть планеты работает бесплатно во время перерывов на кофе»: редактор Wired Джефф Хау о краудсорсинге [Электронный ресурс]. URL: <https://theoryandpractice.ru/posts/5001-camaya-bogataya-chast-planety-rabotaet-besplatno-vo-vremya-pereryvov-na-kofe-redaktor-wired-dzheff-khau-o-kraudsorsinge> (дата обращения: 05.06.2020)

9. Совокупный объем финансирования, объявленный проектам Kickstarter по состоянию на октябрь 2019 года [Электронный ресурс]. URL: www.statista.com/statistics/310218/total-kickstarter-funding/ (дата обращения: 30.05.2020).

10. Фуд-краудсорсинг: успешный опыт Starbucks, McDonald's и Ritter Sport [Электронный ресурс]. URL: <https://smartfoodexpo.ru/ru/article/fud-kraudsorsing-uspeshniy-opit-starbucks-mcdonald-s-i-ritter-sport> (дата обращения: 02.06.2020)

11. Хюппенен А.А. Краудтехнологии- новая модель организации бизнеса в цифровой экономике: ВКР. – М.: РУДН, 2019.

12. ЦБ зафиксировал резкое падение интереса россиян к краудфандингу [Электронный ресурс]. URL: www.rbc.ru/finances/18/11/2019/5dcd55c19a794751a1a5c3ca (дата обращения: 05.06.2020).

13. Что такое Краудфандинг? [Электронный ресурс]. URL: http://crowdsourcing.ru/article/what_is_the_crowdfunding (дата обращения: 03.06.2020).

14. 14 Parts of the Crowd Economy [Электронный ресурс]. URL: <https://crowdsourcingweek.com/14-parts-of-the-crowd-economy-landscape/> (дата обращения: 01.06.2020).

References

1. Potencial Kraudfandinga v razvivayushchihsya stranah: Otchet Vsemirnogo Banka [Crowdfunding Potential in Developing Countries: World Bank Report]. Available at: <http://documents.worldbank.org/curated/en/409841468327411701/pdf/840000WP0Box380crowdfunding0study00.pdf> (accessed 02.06.2020).

2. Kraudininvesting. Obzor rynka 2019: Rossiya i mir [Crowdinvesting. Market Overview 2019: Russia and the World]. Available at: <https://puzzle.capital/wp-content/uploads/2019/09/Puzzle-Capital-Kraudininvesting.-Rossiya-i-mir-2019-1-1.pdf> (accessed 05.06.2020).

3. Maksimov N. N., Parshina V. S. Kraudsorsing kak sposob aktivizacii razvitiya personala [Crowdsourcing as a way to boost staff development]. Molodoj uchenyj, 2012, №12, pp. 233-236.

4. Oslon A.A. Analogiya «umnoj tolpy» [The smart crowd analogy]. Available at: http://wciom.ru/fileadmin/file/nauka/grusha_2012/s4/oslon.pdf (accessed 03.06.2020).

5. Oficial'nyj sajt platformy Penenza [Penza official website]. Available at: <https://penenza.ru/about-company> (accessed 01.06.2020).

6. Oficial'nyj sajt platformy Planeta.ru [Planeta.ru official website]. Available at: <https://planeta.ru/about#statistics> (accessed 01.06.2020).

7. Pervaya konstituciya strany, podgotovlennaya s pomoshch'yu kraudsorsinga [The first constitution of the country, prepared through crowdsourcing]. Available at: <https://witology.com/blog/kopysova/232/> (accessed 03.06.2020).

8. «Samaya bogataya chast` planety` rabotaet besplatno vo vremya perery`vov na kofe»: redaktor Wired Dzheff Xau o kraudsorsinge [“The richest part of the planet works for free during coffee breaks”: Wired Crowdsourcing Editor Jeff Howe]. Available at: <https://theoryandpractice.ru/posts/5001-camaya-bogataya-chast-planety-rabotaet-besplatno-vo-vremya-pereryvov-na-kofe-redaktor-wired-dzheff-khau-o-kraudsorsinge> (accessed 05.06.2020)

9. Sovokupnyj ob'em finansirovaniya, ob'yavlenyj proektam Kickstarter po sostoyaniyu na oktyabr' 2019 goda [The total amount of funding announced to Kickstarter projects as of October 2019]. Available at: www.statista.com/statistics/310218/total-kickstarter-funding/ (accessed 30.05.2020).

10. Fud-kraudsorsing: uspesnyj opyt Starbucks, McDonald's i Ritter Sport [Food Crowdsourcing: Success Stories from Starbucks, McDonald's, and Ritter Sport]. Available at: <https://smartfoodexpo.ru/ru/article/fud-kraudsorsing-uspesnyy-opit-starbucks-mcdonald-s-i-ritter-sport> (accessed 02.06.2020).

11. Hyuppenen A.A. Kraudtehnologii- novaya model' organizacii biznesa v cifrovoj ekonomike [Crowd technologies - a new model of business organization in the digital economy], VKR, RUDN, 2019.

12. TsB zafiksiroval rezkoe padenie interesa rossiyan k kraudfandingu [The Central Bank recorded a sharp decline in the interest of Russians in crowdfunding]. Available at: www.rbc.ru/finances/18/11/2019/5dcd55c19a794751a1a5c3ca (accessed 05.06.2020).

13. Chto takoe Kraudfanding? [What is crowdfunding?]. Available at: http://crowdsourcing.ru/article/what_is_the_crowdfunding (accessed 03.06.2020).

14. 14 Parts of the Crowd Economy. Available at: <https://crowdsourcingweek.com/14-parts-of-the-crowd-economy-landscape/> (accessed 01.06.2020).