

УДК 681.518(504+631.145)

**КРАУДСОРСИНГОВА ПЛАТФОРМА В СИСТЕМІ
ЕКОЛОГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ
АГРОПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ**

Андрєєва Н.М., Козловцева В.А.

Розглянуто теоретичні питання щодо сутності краудсорсингової платформи у загальній системі управління вітчизняними підприємствами. На основі аналізу сучасних тенденцій розвитку економіки України визначаються наукові підходи щодо імплементації ідеології краудсорсингу та краудфандингу в систему екологічного управління підприємствами агропромислового комплексу держави.

Постановка проблеми. Упродовж тривалого часу розвиток національного агропромислового комплексу (надалі - АПК) вважається одним із стратегічних напрямків перетворень нашої країни. Подібний пріоритет генезису АПК серед інших галузей господарювання обумовлений високим рівнем споживчого попиту на продукцію АПК, як на внутрішньому, так і на зовнішніх ринках збуту. Головним фактором утримання вже існуючих ринків збуту національної продукції АПК та поширення її на нові споживчі ринки, є підтримання конкурентоспроможності продукції. Конкурентоспроможність продукції АПК досягається, перш за все, відповідністю її властивостей загальноприйнятим міжнародним стандартам якості взагалі, та стандартам екологічної якості зокрема.

Результати дослідження 2014 року компанії The Economist Intelligence Unit аналітичного підрозділу британського журналу Economist, відповідно до яких, Україна за рівнем продовольчої безпеки зайняла 52 місце зі 109 країн, свідчать про недосконалість існуючої системи екологічного управління на підприємствах агропромислового комплексу України [1]. Корегування екологічного менеджменту на підприємстві можливе за умови виявлення прогалин у налагодженому процесі управління, що у більшості випадків потребує сторонньої оцінки означеного процесу. Агропромислова сфера, з огляду на загальноживаність та наближеність продукції АПК до переважної більшості споживачів, є найбільш прийнятною для залучення громадськості до обговорення вектору розвитку екологічного менеджменту, винесення на розгляд інноваційних проектів сталого розвитку АПК, отримання відгуків щодо якості продукції, тощо. У зв'язку з цим, особливої актуальності набувають аспекти створення інформаційних платформ, здатних привернути увагу громадськості та спонукати її до надання пропозицій щодо напрямків розвитку підприємств агропромислового комплексу.

Аналіз останніх досліджень. З огляду на інноваційність краудсорсинга, як явища, дослідження еколого-економічних аспектів запровадження методології краудсорсингу в процеси управління на підприємстві знаходяться на початковій стадії доктринального аналізу. Серед науковців, що обрали краудсорсинг за предмет дослідження, та присвячують даній тематиці свої праці, слід виокремити наступних іноземних та вітчизняних науковців: Д. Бейкер, М.А. Гончарова, О.П. Косенко, І.А. Кораблінова, С.С. Кузьмін, О.С. Марченко, С.В. Полутін, А.В. Седлецького, В.О. Тегін, І.В. Трусевич, Б.Ф. Усманов, О.Ю. Шевчук та ін. Обґрунтування необхідності вдосконалення екологічного управління на підприємствах АПК та пошуку нових методичних підходів його провадження, знайшли своє відображення у вітчизняних наукових розробках Н.М. Андрєєвої [2-5], Б.В.Буркинського, В.А.Голяна, Т.П. Галушкіної, Є.В.Мішеніна, О.І. Фурдичко, С.К. Харічкова, М.А.Хвесика тощо. В той же час, поза увагою доктринальних досліджень залишаються теоретико-методологічні аспекти створення краудсорсингових платформ в межах функціонування агропромислової сфери.

Мета дослідження полягає у визначенні доцільності застосування краудсорсингових платформ в системі екологічного менеджменту підприємств агропромислової сфери діяльності в Україні.

Виклад основного матеріалу. Безперервний розвиток інформаційних технологій та економічних новацій є надійним рушійним фактором до трансформації структури динаміки капіталу в агропромисловому комплексі. Приймаючи до уваги подібні перетворення та зміщення акцентів зосередження «продуктивної уваги» споживачів, підприємства агропромислового комплексу всіх форм власності переорієнтовують власний менеджмент та застосовують передові соціо-інформаційні моделі, серед яких важливе місце посідає краудсорсинг. За прогнозами аналітиків компанії Gartner, існує велика ймовірність, що до 2017 року, переважна більшість виробників продукції, що користується найбільшим попитом серед населення, 75% інновацій запроваджуватимуть за допомогою краудсорсингу. За оцінкою компанії IBM, майже 24% великих корпорацій, вже сьогодні звертаються до краудсорсингових платформ, як способу отримання ідей для потенційних інновацій на виробництві [6]. Виникнення дефініції «*краудсорсинг*» (з англ. «*crowd*» – натовп, та «*sourcing*» – джерело, пошук ресурсів) пов'язується з іменами Дж. Хау та М. Робінсоном, які першими запровадили даний термін на сторінках журналу Wired у 2006 році [7, с. 158]. Слід відзначити, що наукове співтовариство не залишило даний термін поза увагою, у зв'язку з чим, подальший аналіз якої, набув свого розвитку в межах доктринальних досліджень сьогодення.

Аналіз наукових точок зору щодо терміну «краудсорсинг» надає можливість виокремити наступні підходи до визначення даної дефініції: краудсорсинг, як процес делегування повноважень; краудсорсинг, як певна технологія соціальної взаємодії; краудсорсинг, як інновації з розрахунком на споживача; краудсорсинг, як підхід до менеджменту;

краудсорсинг як метод організації праці та вирішення бізнесових завдань (див табл. 1.).

Таблиця 1.

Систематизація доктринальних точок зору щодо змісту терміна «краудсорсинг»

Дефініція	Науковці	Підходи до визначення терміну «краудсорсинг»
Краудсорсинг, як процес делегування повноважень	Дж. Хау, М. Робінсон, Іванов В.В., Коробова Г.М.	Краудсорсинг — це передача на підставі публічної пропозиції певних виробничих функцій невизначеному колу осіб без укладення трудової угоди [7; 8].
	Чугреєв В.Л.	Краудсорсинг є сучасною поширеною тенденцією розвитку соціально-орієнтованих технологій, що передбачає залучення великої кількості людей у вирішення певного кола завдань, найчастіше на безоплатних засадах [7, с. 158].
	Д. Бейкер	Краудсорсинг є засобом залучення колективного розуму різноманітних індивідів до вирішення проблеми організації, досягнення її продуктивних цілей [9, с. 88].
Краудсорсинг, як технологія соціальної взаємодії	Гончарова М.А.	Краудсорсинг — це технологія віртуальної (за допомогою Інтернета) соціальної взаємодії органів державного та муніципального управління і споживачів державних (муніципальних) адміністративних послуг, орієнтована на задоволення потреб останніх за рахунок надання їм права приймати участь в процесі прийняття державних управлінських рішень, що стосуються їх життєдіяльності [10, с. 103 - 104].
	Марченко О.С.	Краудсорсинг — це технології, орієнтовані на залучення за допомогою інтернет-мереж різних ресурсів величезної кількості людей, технології використання колективних ресурсів без територіальних, професійних, культурних, корпоративних та інших обмежень [11, с. 276].

	Румянцева І.	Краудсорсинг — це технологія використання ресурсів великої кількості людей в межах одного проекту [12, с. 43].
Краудсорсинг, як інновації з розрахунком на споживача	Тегін В.О., Трусевич І.В., Усманов Б.Ф.	Краудсорсинг — це інновації з розрахунком на користувача, за яких виробники покладаються на користувачів не лише у питаннях формулювання потреб, але й у визначенні виробів та удосконалень, які б могли задовольнити ці потреби [13, с. 24; 14 с. 82].
Краудсорсинг, як підхід до менеджменту	Ханнес Трейхль	Краудсорсинг є одним з підходів до менеджменту підприємства, відповідно до якого підприємство є орієнтованим у виробництві товарів та наданні послуг на клієнта, у зв'язку з чим, надає йому можливість приймати певні рішення, що стосуються діяльності підприємства [15, с. 3].
Краудсорсинг, як метод організації праці та вирішення бізнесових завдань	Мінц О.Ю., Ігнатович Г.І., Гура В.Л.	Краудсорсинг є одним з методів рішення шляхом залучення певного кола сторонніх осіб на безоплатних засадах, що надає можливість знизити вартість кінцевого продукту [16, с. 85; 17, с. 206 - 207].
	Шевчук О.Ю	Краудсорсинг - це прогресивний метод організації праці і вирішення бізнес-завдань, що створює умови для підвищення продуктивності праці з одночасною мінімізацією традиційних та науково-дослідницьких витрат [18, с. 286].

З огляду на вищенаведене, можна зробити висновок, що краудсорсинг являє собою заснований на використанні соціальної активності інформаційний проект, що переслідує мету квазі-суспільного пошуку вирішення поставленого завдання із залученням мінімальної кількості фінансових витрат та створенням перспективи відтворення отриманого результату у власних бізнесових процесах.

Слід відзначити, що інтегрування квазі-суспільного, а саме, не спеціалізованого елемента генерування корисної інформації в систему екологічного управління підприємствами АПК, якісно відрізняє краудсорсинг від «мозкового штурму» (на англ. - «brainstorming») і створює декілька додаткових перепон на шляху обробки потоку даних, що

надходять:

- неможливість обробки всіх отриманих в ході інформаційної події ідей;
- перевага візуальної складової та ординарності рішень над структурованістю та системністю їх альтернативних варіантів;
- обов'язкова потреба в оптимізації рішення в межах внутрішніх процесів агропромислового підприємства в разі відсутності повноти в межах сформульованого завдання і т.п.

Використання інформаційного простору в системі екологічного управління підприємствами АПК не тільки надає значної соціо-мобільності краудсорсинговим проектам, але й створює цілу низку викликів для самого підприємства, більшість з яких пов'язана з краудсорсинговою платформою.

Краудсорсингова платформа – це відтворена в інформаційному просторі спеціалізована комунікативна матриця, що дозволяє розміщувати конкурсні завдання та відстежувати характер їх виконання необмеженою кількістю людей або дозволяє вільно обмінюватися інформацією впливаючи на трансформації вже працюючої інформаційної програми.

Необхідно відмітити, що у світі вже існують приклади втілення у життя проектів краудсорсингових платформ. Так, у Російській Федерації створено краудсорсингову платформу *Citycelebrity*. Крім цього, в країні існує певний прототип краудсорсингової платформи під назвою Технологічна платформа *«Технології харчової та переробної промисловості АПК — продукти здорового харчування»* [19]. Неможливість назвати означений проект повноцінною краудсорсинговою платформою обумовлене існуванням основної умови щодо участі в обговоренні та наданні пропозицій в сфері розвитку агропромислового комплексу, яка передбачає обов'язкове членство на засадах некомерційного партнерства. Здебільшого, учасниками зазначеної форми співробітництва є організації та підприємства сільськогосподарської сфери діяльності, а також науково – дослідні установи. Основною метою даного проекту є сприяння переходу російського агропромислового комплексу до сталого економічного розвитку за рахунок створення повноцінної інноваційної системи. Функціонування подібної платформи покликане сприяти запровадженню наступних технологій: управління якістю продукції на різних етапах; створення нових сортів та гібридів сільськогосподарських рослин; екологічної безпеки ресурсозберігаючого виробництва та технологій переробки сільськогосподарської сировини та продуктів харчування; переробки та утилізації техногенних утворень та відходів; контролю та оцінки стану об'єктів навколишнього середовища та промислової безпеки. Необхідно акцентувати увагу на функціонуванні Експертної ради, консультативно–дорадчого органу в межах означеної платформи, що надає можливість здійснювати перевірку та подальшу фільтрацію отриманих пропозицій щодо розвитку агропромислової сфери, орієнтованої на створення продуктів здорового харчування, на предмет науковості, наявності умов та можливостей для їх потенційної реалізації,

зокрема наявності належного кадрового потенціалу, необхідних обсягів інвестицій, стан існуючих доктринальних досліджень тощо.

У Бельгії функціонують краудсорсингові платформи **Food** (з англ. продукти харчування) та **Plants** (рослини). В Україні створення спеціалізованих краудсорсингових платформ, орієнтованих на удосконалення функціонування та генезису сільськогосподарської сфери, лише набуває свого розвитку. Сьогодні місце краудсорсингових платформ посідають місцеві та Всеукраїнські форуми, різноманітні медіа – проекти в мережі Інтернет, соціологічні Інтернет - опитування і т.д., в межах яких, фактично реалізується краудсорсинг.

Розуміючи важливість розвитку агропромислової сфери для національної економіки та її місце у збільшенні ВВП країни (за п'ять місяців 2014 року загальний обсяг реалізованої аграрними підприємствами власно виробленої продукції порівняно з відповідним періодом 2013 р. збільшився на 28,6%, у т.ч. продукції рослинництва – на 47,7%, продукції тваринництва – на 9,9% у травні 2014 року [20]) під час зустрічі представників іноземних посольств в Україні, аграрних асоціацій та підприємців, представники аграрного бізнесу акцентували увагу на необхідності створення недержавної інформаційної платформи, що надасть можливість ознайомитися з умовами провадження господарської діяльності в Україні, наявними пропозиціями щодо розвитку агропромислової сфери, існуючими бізнес-проектами, що потребують інвестиційної підтримки. Таким чином, дана платформа створить підґрунтя для формування та залучення інвестиційних оферт, тобто реалізації стратегії краудфандингу. Актуальність реалізації краудфандингу на підґрунті краудсорсингової платформи в Україні підтверджується несприятливими тенденціями у порівнянні зі сферою промисловості та будівництва, обсягів капітального інвестування в агропромислову сферу (див. рис. 1).



Рис. 1. Візуалізація порівняльної характеристики обсягів капітального інвестування агропромислової сфери в Україні (за січень – червень 2014р.)

Так, протягом періоду, що охоплює січень – червень 2014 року, сільськогосподарське господарство отримало 6385,5 млн. грн. капітальних інвестицій, в той час, як в промисловість було інвестовано – 36151,1 млн. грн., а в галузь будівництва – 15342,3 млн. грн. [20].

Краудфандинг вважається альтернативною формою використання краудсорсинговою платформи, що передбачає пошук та залучення до фінансування проектів сторонніх осіб мотивованих майбутніми результатами від впровадження ідеї, сувенірними подарунками чи частиною перспективного прибутку (акційний краудфандинг).

Важливо розуміти, що краудфандинг, як елемент інвестиційного маркетингу, в той же час, значно відрізняється від венчурного інвестування за рахунок:

- наявності перспектив для інвестування у малих підприємств агропромислового комплексу, що обумовлено відсутністю інструментів тотального контролю в інвестуючого суб'єкта та перспектив до фактичної втрати керованістю власного бізнесу;
- відсутності жорсткого регулювання та втрати маркетингової еластичності поза умовами вже затвердженого бізнес-плану;
- відсутності чіткого поточного фінансування в визначених розмірах; і т.п.

З огляду на те, що якість продукції АПК відіграє важливу роль у збереженні здоров'я нації, яке визнається найвищою соціальною цінністю, а також з врахуванням таких характеристик, як специфіка знань та функціонування сфери екологічного управління підприємствами агропромислової сфери, керівникам підприємств АПК, слід виявляти ретельність при перевірці потенційної можливості використанні ідей та знань, отриманих в межах краудсорсингової платформи. Вбачається, що позитивні аспекти запровадження проектів на підґрунтя краудсорсингової платформи підприємствами АПК, знайдуть свій прояв у наступному:

- можливість отримати точку зору споживача щодо: споживчого попиту на екологічно – якісну продукцію, що надасть можливість виокремити подальші вектори розвитку підприємства та інвестувати кошти у найбільш перспективні сфери виробництва; удосконалення агропромислової продукції; наявності адміністративно – територіальних площин, в яких рівень поширення екологічно – якісної продукції досить низький, що створить можливість в перспективі віднайти нові ринки збуту продукції; найбільш прийняттого для споживачів виду оформлення продукції;
- можливість фактично реалізувати маркетингову програму щодо просування нової продукції на споживчому ринку;
- можливість віднайти експертну точку зору спеціаліста щодо його досвіду та бачення побудови системи екологічного менеджменту на підприємстві, з врахуванням специфіки генезису агропромислової сфери в Україні;
- скороченні витрат підприємства на соціологічних опитуваннях,

маркетингових програмах та чисельності відділу креативного менеджменту, що спричинить скорочення вартості продукції для кінцевого споживача, що в своє чергу, підвищить конкурентоздатність продукції на споживчому ринку;

- виникнення в процесі реалізації проекту краудсорсингу зацікавленості у потенційних інвесторів щодо перспективності розвитку певного напрямку діяльності агропромислового підприємства.

Наряду з позитивними проявами реалізації проекту краудсорсингу, існує і ряд негативних аспектів та загроз:

- відсутність належного нормативно – правового підґрунтя щодо регламентації функціонування подібних проектів;
- необхідність доручення додаткового менеджерського персоналу з метою вивчення та фільтрації неперспективних ідей;
- можливість проявів анти-конкурентних дій з боку інших підприємців агропромислової сфери, зокрема, використання у власних цілях інформації користувачів краудсорсингової платформи, розміщення недостовірної інформації під виглядом звичайних користувачів, тощо;
- непрофесійність в питаннях екологічного менеджменту та агропромисловій сфері переважної кількості відвідувачів краудсорсингового проекту.

На підставі вище проведеного дослідження, можна зробити наступні **висновки** і визначити **перспективи подальших наукових напрацювань** у даному напрямку:

1. Визначальну роль у процесі запровадження загальноприйнятих розвиненими країнами стандартів якості харчової продукції відіграє продуктивний екологічний менеджмент на підприємстві. Запровадження краудсорсингових проектів набуває широкого обговорення в контексті залучення прогресивних та екологічно спрямованих інноваційних ідей, що створять підґрунтя для корегування вектору реалізації екологічного управління в межах окремого підприємства, організації та установи.

2. Краудсорсинг є інформаційним проектом, результативність та перспективність існування якого, перш за все, залежить від високої соціальної активності та зацікавленості у конкретному проекті відвідувачів краудсорсингової платформи. Перспектива до отримання поставлених перед проектом цілей у поєднанні з мінімальними фінансовими витратами обумовлюють отримання популярності даного проекту серед бізнесових структур.

3. Відкриття краудсорсингових платформ, або ж реалізація краудсорсингових проектів на підґрунті вже існуючих мультиспрямованих платформ, є доволі перспективним для агропромислових підприємств, оскільки ретельна систематизація у поєднанні з інфільтрацією отриманої інформації, створює умови для удосконалення та розвитку екологічного менеджменту АПК підприємств України.

Література

1. Офіційний сайт The Economist Intelligence Unit. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economist.com/topics/economist-intelligence-unit>.
2. Андрєєва Н.М. Маркетингові екологічні стратегії як концептуальний базис сталого розвитку підприємства /Н.М. Андрєєва, О.М. Мартинюк //Механізм регулювання економіки. –Т. 2. – 2009. - № 2. – С.119 – 126.
3. Андрєєва Н.М. Органічне виробництво як складова забезпечення продовольчої безпеки України: економіко-правовий аспект впровадження / Н.М. Андрєєва / Матеріали доповідей учасників Всеукраїнської науково-практичної конференції «Органічне виробництво і продовольча безпека», 18-20 квітня 2013 року, м. Житомир : «Полісся», 2013. – С.25-30
4. Андрєєва Н.М. Продовольча безпека в епоху глобалізації: сучасні тенденції та перспективи розвитку / Н.М. Андрєєва.// В кн.: Агробізнес: проблеми, сучасний стан та перспективи розвитку : [Колективна монографія] // За заг. ред. Г.Є. Жуйкова, Я.В.Сухій, В.С.Ніценка. – Книга 2. - Одеса, ТОВ «Лерадрук»,2012. – С.260-272
5. Андрєєва Н.М. Зелені інвестиції в агропромисловий сектор як сучасна філософія трансформації економіки України в умовах сталого розвитку/ Н.М.Андрєєва, О.М.Мартинюк // В кн.: Агробізнес: проблеми, сучасний стан та перспективи розвитку : [Колективна монографія] // За заг. ред. Г.Є. Жуйкова, В.С.Ніценка. – Книга 3. - Одеса, ТОВ «Лерадрук»,2013. – С. 174 - 184.
6. Офіційний сайт Gartner Inc. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ibm.com/us/en/>.
7. Чугреев В.Л. Создание краудсорсинг проекта для публикации и обсуждения предложений по социально-экономическому развитию региона /В.Л. Чугреев//Проблемы развития территории. - 2012. - Вып. 6 (62). - С. 157 — 164.
8. Иванов В.В. Международные технологии краудсорсинга для развития инновационных кластерных зон /В.В. Иванов, А.Н. Коробова// Российский внешнеэкономический вестник. – 2012. - № 2. – С. 48 – 55.
9. Дэн Бэйкер. Инновация модели бизнеса через «краудсорсинг» с использованием социальных сетевых платформ /Дэн Бэйкер// Проблемы управления в социальных системах, Т. 4. – 2012. - № 6. – С. 87 – 99.
10. Гончарова М.А. Инновационная технология управления социально-экономическим развитием региона: краудсорсинг /М.А. Гончарова//Регион: системы, экономика, управление . - 2012. - № 4. - С. 102 — 104.
11. Марченко О.С. Краудсорсингові технології управління знаннями інноваційної фірми/ О.С. Марченко //Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого». - 2013. - № 2 (13). - С. 276 — 278.

12. Румянцева И. Краудсорсинг и социальное развитие общества / И.Румянцева //Социальная политика и социальное партнёрство. - 2009. - № 8. - С. 43-45.

13. Трусевич И.В. Краудсорсинг в разработке ИКТ-проекта по формированию перспективного резерва кадров /И.В. Трусевич, И.П. Трусевич// Инновационные образовательные технологии. - 2011. - № 4. - С. 24-28.

14. Усманов Б.Ф. Краудсорсинг: инновационные технологии для местной инициативы/ Б.Ф. Усманов//Знание. Понимание. Умение. – 2013. - № 3. – С. 80 – 85.

15. Панкрухин А.П. Краудсорсинг – соблазнительный маркетинговый агрессор: принципы, содержание, технологии/ А.П. Панкрухин //Практический маркетинг. – 2011. - № 1. – С. 3 –7

16. Минц А.Ю. Краудсорсинг, как метод решения задач в глобализованной экономике и особенности его использования на Украине /А.Ю. Минц// Вісник Приазовського державного технічного університету. Серія : Економічні науки. – Вип. 26. – 2013. – С. 85 – 90.

17. Ігнатович Н.І. Краудсорсинг у сучасному підприємстві: фінансові можливості/ Н.І. Ігнатович, В.Л. Гура//Світові тенденції та перспективи розвитку фінансової системи України: зб. матер. X Міжн. наук.-практ. конференції, 24-25 жовтня 2013 р. / Київський національний університет імені Тараса Шевченка – Київ, 2013. - С. 205 – 208.

18. Шевчук О.Ю. Вплив сучасних маркетингових Інтернет – технологій (краудсорсинг) на розвиток бізнесу /О.Я. Шевчук// Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки) . - 2013. - № 2(5). - С. 282 – 287.

19. Официальный сайт Технологической платформы - «Технологии пищевой и перерабатывающей промышленности АПК - продукты здорового питания» - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://xn7sbab4cbipghgw0a.xn--p1ai/>

20. Офіційний сайт Державного комітету статистики України. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

Abstract

Andryeyeva Nataliya , Kozlovceva Valentina

Crowdsourcing platform in the environmental management agricultural enterprises Ukraine

Theoretical questions concerning the nature of crowdsourcing in general it management system domestic enterprises. Based on analysis of current trends in the economy of Ukraine are defined scientific approaches to the implementation of crowdsourcing and crowdfunding ideology in environmental management system for state agricultural enterprises complex.