

УДК 338.13

**Созанська Анастасія**

**Sozansky Anastasia**

Науковий керівник: викладач-методист, Обуд О. П.

*ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі»*

**СУЧАСНІ МАРКЕТИНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ – КРАУДСОРСИНГ  
MODERN MARKETING TECHNOLOGIES - CRAUDSORSING**

На сучасному етапі маркетингові технології перебувають у стадії якісних змін. Цьому сприяють, перш за все, розвиток інформаційних технологій та глобалізація. Зовсім недавно з'явилась принципово нова маркетингова технологія, яка дозволяє значно економити затрати на виробництво продукту і одночасно його рекламувати. Це так званий краудсорсинг. Термін краудсорсинг (crowdsourcing) був утворений з двох слів - crowd (натовп) і sourcing (підбір ресурсів). Основна ідея краудсорсингу полягає в тому, що певну роботу виконують не професіонали, а любителі, тобто "натовп", причому безкоштовно, на підставі публічної оферти, без урахування укладення трудового договору, на добровільній основі. Такі люди витрачають свій вільний час на вирішення завдань, які вони вважають важливими або які їм просто подобаються. Іншими словами, краудсорсинг - це використання потенціалу великої кількості людей для вирішення різних завдань найчастіше через соціальні мережі. Краудсорсинг як процес знайомий людству давно. Обговорення конституції або пенсійної реформи, висловлювання ідей з приводу реформування системи освіти, пропозиції щодо назви вулиці або міста - все це приклади краудсорсингу.

Краудсорсинг в рекламі, маркетингу і соціологічних дослідженнях став звичним явищем. За допомогою краудсорсингу можна отримати не тільки зворотній зв'язок зі споживачами, але і використовувати їх бачення і

уявлення про новий продукт, в результаті чого скоригувати свою рекламну стратегію. У певному сенсі, за допомогою краудсорсингу можна знизити витрати компанії, наприклад, на маркетинг і рекламу. Схема проста: фірма викладає в Мережі завдання, в реалізації якого можуть взяти участь всі бажаючі. Таким завданням може бути все що завгодно.

По-перше, мозковий штурм на будь-яку тему, скажімо, назва для нового продукту, девіз для рекламної кампанії або ідея щодо поліпшення якості обслуговування.

По-друге, краудсорсинг можна застосовувати як спосіб збору даних для маркетингового дослідження, з метою вивчення попиту, конкурентного середовища, лояльності споживачів до якогось продукту. Третє застосування - створення реального продукту, наприклад, рекламного ролика, концепції просування або дизайну товару. В світовій економіці є компанії, які систематично використовують краудсорсинг. Одним з яскравих прикладів комерційного краудсорсингу - це компанія Threadless, що займається виробництвом футболок. Дизайн футболок створюються відвідувачами сайту, і відвідувачі щотижня вибирають 4-6 моделей, які запускають у виробництво, якщо набереться достатня кількість попередніх замовлень. Переможці отримують призи та грошову винагороду, а їх імена друкують на етикетках футболок.

Таким чином, краудсорсинг - це прогресивний метод організації праці і вирішення бізнес-завдань, проте використовувати його варто з обережністю, пам'ятаючи про всі його переваги та недоліки. Тому використовувати краудсорсинг можна лише як допоміжний інструмент у маркетинговій стратегії компанії.