

## ОСОБЕННОСТИ КРАУДСОРСИНГА КАК ЭЛЕМЕНТА ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ

**Пашнин А.О.**, аспирант

Научный руководитель – Сорвилов Б.В., д.э.н., профессор,  
зав. каф. экономической теории и мировой экономики  
Гомельский государственный университет им. Ф. Скорины  
г. Гомель, Республика Беларусь

Краудсорсинг (от англ. crowd – толпа, sourcing – использование источников) это вовлечение широкого круга не связанных друг с другом лиц в совместное решение различного рода задач (сбор средств для реализации какого-то проекта или с определенной целью, совместное волонтерство, генерация идей для решения определенной проблемы) с использованием различных IT-решений. В качестве характеристик краудсорсинга можно выделить:

- отсутствие формальной организации,
- независимость и распределенность субъектов (участников),
- решение задач снизу-вверх,
- использование онлайн-инструментов,
- наличие задачи, требующей решения (поставленной определенным лицом либо организацией или появившейся децентрализованно),
- может предполагать вознаграждение участников при постановке задачи сверху-вниз (чаще вознаграждение отсутствует).

Краудсорсинговые платформы предполагают, что создается определенная задача, и участники по своему желанию участвуют в ее выполнении (в том числе за вознаграждение): как краудфандинг, как поиск идей для решения какой-либо проблемы, как выполнение различных рутинных задач. К краудсорсингу можно отнести и различные хакатоны, а также участие широкого круга лиц в решении общественно значимых задач с использованием децентрализованной координации в интернете (например, кампания по помощи медикам во время эпидемии COVID).

Широкое участие населения в краудсорсинговых инициативах стимулирует предпринимательскую активность и участие граждан в предпринимательских инициативах в различных формах, что является важным элементом инновационной экономики.