

THE PUBLIC REPUTATION OF THE UNIVERSITY: THE FACTOR OF THE TRUST IN THE EDUCATIONAL SPHERE

Shevchenko L. S.

The content and ways of the forming of the social reputation and the trust in the university are investigated. The influence on the university reputation such factors, as reputation of the educational service, the university teacher's reputation, the reputation of the consumers and customers of the educational services, are exposed. The conclusion about necessity of the reputational management is drawn.

Key words: university, social reputation, trust, reputational management.

УДК 330. 1: 330; 341,1

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КРАУДСОРСИНГУ ЯК ТЕХНОЛОГІЇ ІНТЕГРАЦІЇ ЗНАНЬ

О. С. Марченко, доктор економічних наук, професор
Національний університет
«Юридична академія України імені Ярослава Мудрого»

Розкрито зміст інтелектуального краудсорсингу як технології інтелектуальної співпраці поєднаних соціальними мережами носіїв неявних знань з продукування інтелектуального продукту. Доведено, що краудсорсинг є важливим елементом мережевої економіки, механізмом, що сприяє конвергенції суб'єктів інтеграції неявних знань та формуванню соціального капіталу інформаційного суспільства, чинником підвищення аллокаційної ефективності, позитивного синергетичного ефекту, економії трансакційних витрат інтеграції знань.

Ключові слова: краудсорсинг, інтеграція знань, мережева економіка, конвергенція, соціальний капітал, глобальний знаннєінтеграційний простір краудсорсингу.

Постановка проблеми. Інформаційне суспільство характеризується новими технологіями, основу яких складає мережева взаємодія учасників виробничого процесу, суб'єктів інноваційної діяльності тощо. Інтеграція знань на базі новітніх інформаційно-комунікаційних технологій набуває наднаціо-

нального характеру, оскільки до цього процесу залучаються знання величезної кількості людей, інтелектуальна співпраця яких завдяки соціальним мережам позбавляється територіальних, професійних, культурних, корпоративних обмежень. «Реміснича епоха передбачала, що все виробництво зосереджено в одних руках — це селфсорсинг. Індустріальна епоха привела до поділу праці — інсорсингу. Постіндустріальне суспільство запропонувало аутсорсинг, коли послуги стали виводитися за рамки одного підприємства, формуючи, таким чином, сервісну економіку. Аутсорсинг створив економічну основу для партнерських відносин між компаніями, привів до тріумфу стандарту соціальної відповідальності. Інформаційна епоха відкрила шлях краудсорсингу» [1].

Зараз мережеві технології використання знань необмеженої кількості людей, зокрема інтелектуальний краудсорсинг, викликають значний інтерес у організацій бізнесу, оскільки вони дозволяють без значних додаткових витрат суттєво прискорити прийняття управлінських рішень, розробку продуктів, послуг, технологій. Це актуалізує дослідження теоретичних основ зазначених технологій, що забезпечить їх ефективне використання на практиці.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Першим дослідником і популяризатором краудсорсингу є редактор і журналіст журналу Wired Джефф Хау, який у 2006 р. уперше використав термін «краудсорсинг», посилаючись на «висловлювання одного з керівників компанії Procter & Gamble, що, на відміну від аутсорсингу, який не дуже відрізняється від звичайного найму, краудсорсинг полягає у залученні людей ззовні та їх участі у творчому спільному процесі на засадах відкритого входу (Open Call)» [1]. Термін «інтелектуальний краудсорсинг» застосував журналіст The Economist Мартін Джайлс [2, с. 82]. У 2012 р. в Росії відбулася перша блок-конференція з краудсорсингу «CROWDCON Краудсорсинг в России», на якій обговорювалися актуальні теми впровадження різних видів краудсорсингових технологій для ефективного менеджменту ідей, розвитку бізнес-інновацій, соціального конструювання майбутнього, фінансування проектів, розробки та виробництва товарів [3].

У теперішній час дослідження інтелектуального краудсорсингу обмежуються доведенням його практичної цінності для менеджменту корпорацій, розвитку громадянської активності [4]. На нашу думку, ця технологія інтеграції знань, застосування якої породжує значні зміни не тільки у бізнесі і менеджменті, а й в освіті, консалтингу, соціальних відносинах, державному управлінні, потребує комплексного теоретичного аналізу. Важливим є формування наукової концепції інтелектуального краудсорсингу.

Формулювання цілей. Метою статті є обґрунтування теоретичних засад інтелектуального краудсорсингу як категорії економіки знань.

Виклад основного матеріалу. Інтеграція знань у виробництві, науці, освіті, інноваційній діяльності та ін. — це комплексний багатостадійний процес руху знань, що охоплює такі взаємопов'язані стадії, як створення, залучення, засвоєння, перетворення (трансформація), обмін, збереження, використання знань. Його кінцевим результатом є втілення знань у матеріальні і нематеріальні продукти, послуги, технології.

Головними формами знання, що інтегрується, є:

- кодифіковане (явне або формалізоване) знання, яке є відокремленим від людини, представленим у знаковій формі чи у формі символів;

- суб'єктивне (неявне або неформалізоване) знання (індивідуальне і колективне) як система понять, що відображають ставлення людини (групи людей) до дійсності та виступають продуктом її пізнавальної діяльності. Неявні знання «накопичуються і використовуються, але фактично ніде не формуються цілком і повністю. Навички і особисті напрацювання окремих майстрів, корпоративні традиції технічної культури — все це мають конкретні люди і компанії» [5, с. 45]. М. Мариничева поділяє неявні знання на три групи: знання, яких немає сенсу висловлювати, оскільки це наочно; знання, які людина не може сформулювати, але може продемонструвати, як це треба робити; знання, які людина, у принципі може сформулювати словами, якщо це буде необхідно [6, с. 17].

Л. Федулова визначає неявне знання як невідокремлене від людини знання, котре може бути як персональним, так і колективним [7, с. 39]. На рівні організації колективне знання (знання груп людей і організації в цілому) становить ключові компетенції¹, як згустки знань і навичок, що дозволяють у сконцентрованому вигляді виявити генетичні джерела її виживання і розвитку в конкретному діловому середовищі.

Традиційно інтеграція неявних знань базується на безпосередніх суб'єкт-суб'єктних відносинах, наприклад, учителя і учня (групи учнів) у процесі навчання; консультанта і його клієнта при консультуванні тощо. У теперішній час виникають і поширюються нові технології інтеграції неявних знань, «які людина, у принципі, може сформулювати словами, якщо це буде необхідно», основу котрих складає Інтернет — «невідомий до цього часу механізм поширення знань» [9, с. 34]. Однією з таких технологій є інтелектуальний краудсорсинг (від англ. *crowd-source-using* — використання джерел ресурсів «натовпу») — технологія використання колективного розуму (інтелектуального потенціалу) інтернет-спільноти. «Краудсорсинг — залучення безлічі людей для спільної роботи з використанням сучасних інтернет-технологій як

¹ Фахівці Гарвардського університету визначають ключову компетенцію як «колективне навчання організації» у сфері координації різноманітних виробничих здібностей персоналу компанії у сфері інтеграції різноманітних потоків технологій [8, с. 100].

середовища для колективної діяльності. По суті це модель розподіленого вирішення завдань за допомогою групи людей, де кращі рішення вибираються з великої кількості варіантів» [10].

Зараз існують і поширюються різні краудсорсингові технології, серед яких: інтелектуальний краудсорсинг — використання колективного розуму, краудфандинг (*donation of crowd* — добровільний внесок «натовпу») — колективне фінансування, краудрекрутинг (*crowd-recruiting*) — колективний підбір персоналу та ін. Цю статтю присвячено аналізу інтелектуального краудсорсингу.

У своїй праці «Краудсорсинг. Коллективный разум как инструмент развития бизнеса» Дж. Хау зазначає: «Головний принцип, який є рушійною силою краудсорсингу, означає: у групи знань більше, ніж у окремої людини. Вся хитрість полягає в тому, аби створити умови для реалізації цих знань» [9, с. 263].

Інтелектуальний краудсорсинг є технологією інтеграції неявних знань величезної кількості людей, яких об'єднує Інтернет, котрий, за висловлюванням Мартіна Джайлса, активно колонізується соціальними мережами [2, с. 82]. Ця технологія орієнтована на знання «натовпу», який «об'єднує людей найрізноманітніших здібностей, окремі особистості навіть мають науковий талант, досвід викладацької роботи. Компанії, що розмірковують хоча б на крок уперед, намагаються залучати цей інтелектуальний капітал і як наслідок змінюють прийняті підходи до процесу дослідницької роботи і розвитку в цілому» [9, с. 145].

Інтелектуальний краудсорсинг — це технологія інтелектуальної співпраці у соціальних інтернет-мережах, що спрямовується на сумісне створення інтелектуального продукту на основі інтеграції неявних знань великої кількості людей («натовпу»).

Розглянемо зміст інтелектуального краудсорсингу в системі координат категорій економічної теорії.

По-перше, виникнення та розвиток краудсорсингу безпосередньо пов'язані з формуванням *мережевої економіки*. М. Кастельс називає сучасне глобальне суспільство суспільством мережевих структур [11; 12]. «Мережевий принцип організації виробництва, ринку, капіталу та інших економічних і соціальних форм та інститутів відомий як одна з принципових змін, які щонайменше порівняні із “інформаційною революцією”» [13, с. 19].

Інтелектуальний краудсорсинг передбачає використання соціальних мереж інформаційного суспільства, завдяки яким, як пише М. Джайлс, «на допомогу індивідуальному інтелекту постійно приходите колективний розум» [2, с. 13]. Розвиток соціальних мереж суттєво спрощує процес інтеграції індивідуальних і колективних неявних знань, оскільки, наприклад, інформація про проблему, для розв'язання якої вони необхідні, стає доступною великій кількості людей.

Соціальні мережі сприяють інтелектуальній співпраці носіїв неявних знань, долаючи територіальні, корпоративні, освітні, професійні та інші обмеження. На думку І. Стрілець, «мережа як система децентралізованого управління набуває усе більш важливого значення. На базі мережевого принципу фірми будують свої як внутрішні, так і зовнішні зв'язки, причому подібні процеси відбуваються у різних культурних і національних контекстах» [14, с. 20].

На відміну від традиційних технологій інтеграції неявних знань — навчання і консультування, інтелектуальний краудсорсинг, по-перше, суттєво розширює коло суб'єктів, знання яких інтегруються для досягнення певної мети; по-друге, значно збільшує масштаб залучення, обміну та використання неявних знань людей, необхідних для створення інтелектуального продукту. Так, навчання як інтелектуальна співпраця вчителя і учня обмежується рамками навчального закладу, обов'язковим професійним статусом викладача, навчальною програмою тощо. Консультант — клієнтські відносини базуються на договорі з надання консалтингових послуг, що також обмежує можливості інтеграції неявних знань. У корпорації рівень інтеграції неявних знань персоналу визначається її структурою та менеджментом. Навпаки, краудсорсинг завдяки соціальним мережам, що спрощують масові комунікації та обмін інформацією, залучає до інтелектуальної співпраці людей як носіїв необхідних для розв'язання певної проблеми знань без урахування їх місцезнаходження, освіти, професії, соціального статусу, місця роботи, посади тощо. Як пишуть автори книги «Вікіноміка. Як масова співпраця змінює все» Дон Тапскотт, Ентоні Д. Уільямс, «доступність інформаційних технологій зростає, надаючи інструменти співпраці, створення цінності і конкуренції практично кожному. Це дає можливість людям вільно брати участь у процесі інновацій і створенні цінності в кожній економічній галузі» [15].

По-перше, інтелектуальний краудсорсинг є технологією інтеграції знань, що спирається на соціальні мережі. Але, слід підкреслити, ядром змісту краудсорсингу є не соціальні мережі, а інтелектуальна взаємодія, співпраця поєднаних мережами носіїв неявних знань, яка не має територіальних, корпоративних, професійних, соціальних, культурних та інших обмежень. Дж. Хау зазначає: «Краудсорсинг сягає своїм корінням у базовий егалітарний принцип: кожна людина має знання і таланти, які можуть бути потрібними іншим людям. У більш широкому сенсі краудсорсинг передбачає формування зв'язків між людьми» [9, с. 132]. Краудсорсинг — це технологія інтелектуальної співпраці в умовах мережевої економіки.

По-друге, в економіці знань виникнення та розвиток краудсорсингу як технології інтелектуальної співпраці носіїв неявних знань, об'єднаних мережами, є одним із проявів глобальної трансформації відносин конкуренції на *відносини конвергенції*, які А. Гальчинський у курсі лекцій «Економічна методологія. Логіка оновлення» розглядає «у контексті нової логіки безпосеред-

ньої взаємодії суб'єктів інформаційної економіки, економіки знань... Конвергенція — це насамперед механізм взаємодії з партнером з виробництва знань, із примноження інтелектуального багатства, неринкових цінностей. Революція у визначенні домінантної форми багатства потребує революції й у механізмах взаємодії суб'єктів його примноження. Відносини конвергенції формують відповідні механізми» [16, с. 556]. Інтелектуальний краудсорсинг через соціальні мережі забезпечує взаємозв'язки носіїв неявних знань, інтеграція яких здійснюється у процесі їх інтелектуальної співпраці. Зазначене дає підстави для визначення інтелектуального краудсорсингу як одного з *механізмів конвергенції суб'єктів виробництва знань* інформаційного суспільства. При цьому слід підкреслити, що технологія краудсорсингу сприяє формуванню глобального простору інтеграції знань, оскільки: 1) забезпечує наднаціональний рівень інтелектуальної співпраці, бо соціальні мережі не мають національних кордонів; 2) залучає неявні знання як фахівців, так і людей, професійна діяльність яких не пов'язана з проблемою, розв'язання якої є метою інтелектуальної співпраці. Як пише Дж. Хау, вирішення завдань, а багато з них, нагадаємо, завели у безвихідь кращих корпоративних учених, не вимагають неймовірних проривних інтелектуальних зусиль найталановитіших новаторів; все, що потрібно, — це розмаїття думок [9, с. 148]. Колективні неявні знання «натовпу» — це і є розмаїття думок. *Глобальний знаннеінтеграційний простір краудсорсингу*, який є механізмом конвергенції у сфері виробництва знань — інтелектуальної співпраці, забезпечує мережева економіка.

По-третє, сформований на базі технології краудсорсингу глобальний знаннеінтеграційний простір як відносини конвергенції носіїв неявних знань, інтелектуальна співпраця яких забезпечується соціальними мережами, є *соціальним капіталом інформаційного суспільства*. А. Гальчинський зазначає, що «ці визначення — конвергенція, інформаційна мережа і соціальний капітал — корелюють між собою, що зумовлює методологічну необхідність розглядати їх у системі спільних координат» [16, с. 559]. За визначенням Ф. Фукуями, «соціальний капітал — це креативний потенціал суспільства, що формується як результат наявної довіри між його членами. Він ґрунтується насамперед на утвердженні неформальних цінностей і норм, які поділяють певні групи людей, котрі мають можливість стабільного спілкування та співробітництва» [17, с. 27]. Краудсорсинг, з одного боку, спирається на довіру суб'єктів інтелектуальної співпраці у соціальних мережах, а з другого — виступає чинником, що формує довіру в інформаційному суспільстві.

По-четверте, інтелектуальний краудсорсинг дає змогу оптимально комбінувати і використовувати знаннєві ресурси учасників інтелектуальної співпраці у соціальних мережах, досягати позитивного синергетичного ефекту інтеграції знань. Дж. Хау наводить висловлення лауреата Нобелівської премії з економіки Фрідріха фон Хаска у книзі «The use of knowledge in society», що була на-

писана у 1945 р.: «Прогрес залежить не від отримання нових знань, а від ефективного використання знань, що вже є» [9, с. 148]. «Краудсорсинг, — пише Дж. Хау, — це механізм, за допомогою якого талант і знання знаходять застосування там, де вони затребувані. Він ставить провокаційне запитання: а що якщо розв'язання наших великих проблем зовсім не вимагає детального розгляду, бо це розв'язання вже десь існує і просто чекає, аби його виявили у складних переплетіннях живої людської мережі» [9, с. 25].

Результатом мережевої взаємодії суб'єктів інтелектуальної співпраці в межах глобального знаннеінтеграційного простору краудсорсингу можуть бути різні види інтелектуального продукту: розв'язання певної проблеми, інноваційна ідея, технологія або її модифікація, продукція, послуги та ін. Дж. Хау вирізняє такі головні форми використання технології краудсорсингу: 1) ринок прогнозів, на якому інвестори отримують «інформацію про майбутнє», пов'язану з очікуваними результатами; 2) краудкастинг або розв'язання конкретних проблем засобом спілкування у Мережі; 3) своєрідний мозковий штурм у Мережі, «зіткнення ідей» [9, с. 131]. Інтеграція знань на базі зазначених форм використання краудсорсингу забезпечує їх втілення у різні інтелектуальні продукти: 1) ринок прогнозів — спеціальна інформація (інформаційний продукт); 2) краудкастинг — розв'язання проблеми; 3) «зіткнення ідей» — нові ідеї, продукти, послуги, технології. Прикладом інтелектуального краудсорсингу на початку 2013 року є такі проекти:

— в Україні: проект «Укрпошта» із залучення пропозицій населення щодо формування тематичних планів випуску поштових марок, конвертів на 2014 р. (діяв до 1 березня 2013 р.) [18];

— у Росії: 31 січня 2013 р. на сайті МВС Росії проект громадської експертизи федерального закону, що дозволяє поліції відправляти на медичний огляд на алкогольне сп'яніння не тільки водіїв, а й пішоходів¹ [19];

— на всіх офіційних сторінках Volvo в соціальній мережі Facebook проводиться кампанія зі збирання ідей і думок для наступної версії програми «Volvo on Call. Idea Hub», яка дозволяє дистанційно керувати автомобілем з програми для Apple iOS (iPhone) та Android. «Аби ще краще розуміти потреби своїх клієнтів, компанія Volvo вирішила вдатися до краудсорсингу — залучення широкої громадськості за допомогою Інтернету — до розроблення нової версії програми» [20].

Інтелектуальному краудсорсингу, що спрямований на залучення, комбінацію та використання головного ресурсу інформаційного суспільства — знань, притаманний синергетичний ефект — збільшений результат інтелектуальної співпраці носіїв неявних знань.

¹ У 2013 році в Росії розпочав роботу інтернет-майданчик правового краудсорсингу [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://law.naiz.org>

По-п'яте, краудсорсинг, з одного боку, став можливим завдяки низьким трансакційним витратам залучення знаннєвих ресурсів через інтернет-мережі. З другого боку, застосування цієї технології дозволяє фірмам знижувати трансакційні витрати, пов'язані з використанням ринкового механізму забезпечення бізнесу знаннєвими ресурсами. Насамперед це стосується трансакційних витрат наймання фахівців певної кваліфікації на ринку праці. Краудсорсинг дає змогу залучити неявні знання величезної кількості людей поза ринкових відносин. Стверджуючи це, треба вказати, що цей аспект краудсорсингу потребує подальшого дослідження, оскільки такі проблеми, як мотивація учасників інтелектуальної співпраці, їх інтелектуальна власність та визначення власності на новостворений інтелектуальний продукт, є актуальними щодо розвитку і використання цієї технології.

Висновки. Інтелектуальний краудсорсинг є технологією інтеграції знань інформаційного суспільства. Його основу складає мережева економіка, зміст — відносини конвергенції учасників виробництва знань, механізм — інтелектуальна співпраця носіїв неявних знань у глобальному знаннєінтеграційному просторі, результат — аллокаційна ефективність, позитивний синергетичний ефект, економія трансакційних витрат залучення та використання знаннєвих ресурсів. Взаємозв'язки носіїв неявних знань, що становлять зміст інтелектуального краудсорсингу, є соціальним капіталом інформаційного суспільства (рисунок).



Рис. Категоріальні координати змісту інтелектуального краудсорсингу

ЛІТЕРАТУРА

1. Славін Б. Від краудсорсинга до ноосорсинга [Електронний ресурс] / Б. Славин. — Режим доступу: <http://www.osp.ru/os/2012/01/13012255/>.
2. Джайлс М. Настоящие друзья / М. Джайлс // Мир в 2050 году; под ред. Д. Франклина и Дж. Эндрюса. — М. : Манн, Иванов и Фербер, Эксмо, 2013. — 368 с.
3. Идеология коллективного творчества или «инновации вскладчину» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://thinkinnovative.ru/?p=2112>.
4. Рогова А. В. Применение технологии краудсорсинга в развитии регионального управления // Materiały IX Międzynarodowej naukowo-praktycznej konferencji «Strategiczne pytania światowej nauki — 2013»: Volume 8: Ekonomiczne nauki. — Przemysł: Nauka i studia, 2013. — С. 14–17.
5. Чездбо Г. Когда виртуальность оправдана: организации для инноваций / Г. Чездбо, Д. Тейс // Управление высокотехнологичным бизнесом ; пер. с англ. А. Силовой. — М. : Альпина — Бизнес — Букс, 2007. — С. 39–63.
6. Мариничева М. К. Управление знаниями на 100 %. Путеводитель для практиков / М. К. Мариничева. — М. : Альпина Бизнес Букс, 2008. — 320 с.
7. Федулова Л. І. Концептуальні засади економіки знань / Л. І. Федулова // Економічна теорія. — 2008. — № 2. — С. 37–59.
8. Инновационная экономика. — 2-е изд., испр. и доп. /А. А. Дынкин, Н. И. Иванова, Л. П. Грачев и др. — М. : Наука, 2004. — 352 с.
9. Хау Дж. Краудсорсинг. Коллективный разум как инструмент развития бизнеса / Дж. Хау ; пер. с англ. — М. : Альпина Паблишер, 2012. — 288 с.
10. Краудрекрутинг — новая технология массового поиска талантов // Компаньон. — 2012. — 31 авг. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.companion.ua/articles/content?id=208489>.
11. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс : пер. с англ. ; под ред. О. И. Шкаратана. — М. : ГУ ВШЭ, 2000. — 608 с.
12. Кастельс М. Становление общества сетевых структур / М. Кастельс // Новая постиндустриальная волна на Западе: Антология ; пер. с англ. ; под ред. В. Л. Иноземцева. — М. : Academia, 1999. — С. 462–494.
13. Экономика знаний и инноваций: перспективы России / А. В. Бузгалин, М. Ю. Павлов, Н. Л. Фролова и др. ; под. ред. А. В. Бузгалина. — М. : Экон. ф-т МГУ, ТЕИС, 2007. — 364 с.
14. Стрелец И. А. Новая экономика и информационные технологии : монография / И. А. Стрелец. — М. : Экзамен, 2003. — 256 с.
15. Танскотт Д. Викиномика. Как массовое сотрудничество изменяет все / Д. Тапскотт, Э. Д. Уильямс. — М. : BestBusinessBooks, 2009. — 392 с. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.likebook.ru/books/download/98707/>.
16. Гальчинський А. С. Економічна методологія. Логіка оновлення : курс лекцій / А. С. Гальчинський. — К. : АДЕФ-Україна, 2010. — 572 с.
17. Фукуяма Ф. Великий разрыв / Ф. Фукуяма : пер. с англ. ; под общ. ред. А. В. Александровой. — М. : ООО «Издательство АСТ», 2003. — 474 с.

18. «Укрпочта» приглашает украинцев поучаствовать в создании марок [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.objectiv.tv/010213/80282.html>.
19. Вечерняя Москва. — 2013. — 31 янв. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.vmdaily.ru/news/>.
20. Компания Volvo обратилась к Краудсорсингу [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://crowdsourcing.ru/article/volvo-i-crowdsourcing>.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО КРАУДСОРСИНГА КАК ТЕХНОЛОГИИ ИНТЕГРАЦИИ ЗНАНИЙ

Марченко О. С.

Раскрыто содержание интеллектуального краудсорсинга как технологии интеллектуального сотрудничества использующих социальные сети носителей неявных знаний по продуцированию интеллектуального продукта. Доказано, что краудсорсинг является важным элементом сетевой экономики, механизмом, способствующим конвергенции субъектов интеграции неявных знаний и формированию социального капитала информационного общества, фактором повышения аллокационной эффективности, положительного синергетического эффекта, экономии транзакционных издержек интеграции знаний.

Ключевые слова: краудсорсинг, интеграция знаний, сетевая экономика, конвергенция, социальный капитал, глобальное знаниеинтеграционное пространство краудсорсинга.

THEORETICAL ASPECTS OF INTELLECTUAL CROWDSOURCING AS TECHNOLOGY INTEGRATION OF KNOWLEDGE

Marchenko O. S.

The content of the intellectual crowdsourcing as the technology of intellectual cooperation of using social networking carriers of implicit knowledge in producing intellectual product is exposed. It is proved that crowdsourcing is an important element of the network economy, mechanism to promote the convergence of the subjects of the integration of implicit knowledge and the formation of social capital of the information society, the factor of increase of allocation efficiency, positive synergetic effect, of economy transaction costs of integration of knowledge.

Key words: crowdsourcing, integration of knowledge, the network economy, convergence, social capital, global space of the integration of knowledge of crowdsourcing.