О.Е. Комаров, А.В. Соколов (Ярославль)

Барьеры развития краудсорсинговых проектов\*

Краудсорсинг представляет собой передачу некоторых производственных функций большому кругу лиц, либо разрешение силами добровольцев общественно значимых проблем в рамках, которые координируются при помощи использования современных информационно-коммуникационных технологий (Хау, 2012, 288). На сегодняшний день проблема краудсорсинга является актуальной не только в мировом социуме, но и в российской среде. Большинство отечественных компаний и организаций стремится быть представленными в Интернете, организовать эффективное взаимодействие со своими партнерами и клиентами в виртуальном пространстве, использовать ИКТ для повышения эффективности своей деятельности. В рамках данной сети востребованность такой технологии, как краудсорсинг, выходит на совершенно иной уровень, потому что Интернет позволяет осуществить кооперацию граждан из любой точки мира за считанные секунды. Несмотря на существующие возможности эффективной реализации данной технологии краудсорсинга, в настоящее время её потенциал полностью не реализован. Это обусловлено наличием комплекса барьеров, которые не позволяют максимально эффективно применять технологию краудсорсинга на практике.

Первым препятствием на пути к успешной, эффективной реализации технологии краудсорсинга можно назвать барьер финансирования. Последствия введенных санкций предопределили появление экономического кризиса в Российской Федерации. Происходит урезывание бюджетов, осуществляется сокращение заработных плат – всё это ведёт к тому, что средств на создание и эффективную реализацию краудсорсинговых платформ в настоящее время также сокращаются. Большое количество потенциально эффективных и интересных проектов не получают своего реального воплощения и, соответственно, не доходят до граждан, оставаясь лишь в формате идеи.

Из предыдущего барьера вытекает проблема не эффективной рекламы некоторых проектов. Функциональная характеристика краудсорсингового проекта предполагает привлечение максимального количества участников. Отсутствие продвижения проекта в массы снижает его степень узнаваемости, большое количество людей могут просто о нём не знать вне зависимости от качества данного проекта.

Существенное влияние на развитие краудсорсингового проекта оказывает мотивационный фактор. К примеру, в отличие от краудсорсинга, аутсорсинг предполагает денежное вознаграждение за оказываемую услугу (Сивакс, 2015, 4). В современном мире заставить человека выполнить какую-либо работу без определённого денежного финансирования достаточно сложно. Краудсорсинг же ограничен в финансовой составляющей при мотивации участников, поэтому создатели краудсорсинговых проектов вынуждены находить новые, менее затратные методы мотивации. Зачастую, мотивы участия в проекте основаны на получении удовольствия и общности интересов. Для множества людей данная деятельность представляет собой хобби, интересное занятие, которым можно разбавить досуг с удовольствием, либо быть ориентированными на повышение своего статуса. Также люди могут быть стимулированы поиском единомышленников, расширением круга знакомств и общения и другое.

Нельзя не отметить также существующий барьер неравноценной конкуренции. Многие проекты прекратили своё существование по причине появления новых платформ. Казалось бы, фактор конкуренции приводит к развитию всех организаций и проектов, однако, к сожалению, зачастую, происходит обратное. Многие проекты созданы при непосредственном участии государственных структур, а, значит, имеют значительную финансовую, информационную и административную поддержку. В тоже время, многие краудсорсинговые проекты не имеют необходимого административного ресурса, и опираются в рамках деятельности, в большинстве случаев, лишь на профессионализм руководителей и команды.

Краудсорсинг как технология генерации идей и решений особую популярность приобрёл в сети Интернет. Однако многие ещё не в полной мере готовы к участию в политической жизни региона, особенно посредством сети Интернет. При этом большая группа населения индифферентна по отношению не только к краудсорсингу, но и к сети Интернет в целом. Современные краудсорсинговые проекты, в большей степени, предполагают привлечение новых людей посредством новейших ИКТ и Интернета. Поэтому участие людей, не имеющих к данным технологиям доступа, оказывается невозможным. Поэтому целесообразно выделение такого барьера, как технологический.

Краудсорсинг включает в себя широкий круг людей, вовлеченных лишь любопытсвом. Поэтому взаимная ответственность, зачастую, может быть не значительной. Данный фактор является ключевым при использовании возможностей краудсорсинга. Платформа, где участники не связаны никакими обязательствами и действуют свободно в полной мере, плохо подходит для решения серьезных задач.

Важным барьером развития краудсорсинга является психологический. Зачастую, в рамках краудсорсинговых проектов возникают трудности в управлении и контроле над большими массами людей. «Crowd» в переводе с английского означает толпа, а она, как известно, трудно управляема. Кроме этого, для краудсорсинговых проектов характерна легкость возникновения манипулирования при обсуждении различных мнений. Часто общественное признание получает тот, кто является наиболее активным. Степень объективности полученной информации не находится в прямой зависимости от активности отдельного участника. Также многие наиболее активные эксперты являются узкоспециализированными, поэтому их предложения решений существующих проблем не всегда являются максимально оптимальными.

В рамках психологического барьера возможно выделение более узкой проблемы, но не менее значимой, - коммуникативный барьер. Эффективный краудсорсинг может осуществляться только при наличии качественных обратной связи и взаимодействия руководителей и участников. В то же время многие проекты фактически являются закрытыми, то есть обратная связь с руководителями проекта отсутствует. Данный фактор порождает возникновение других барьеров, указанных ранее – мотивационных, психологических. Для психологического барьера также характерен фактор недоверия. Это связано с тем, что встречаются проекты, создателями которых являются недобросовестные руководители, в том числе и мошенники. Подобные проекты формируют негативный образ технологии краудсорсинга в целом.

По результатам использования краудсорсингового проект возникает трудность обработки полученной информации, особенно в ситуациях, когда она дублируется. Чтобы произвести обработку полученных идей и решений, осуществить их ранжирование, исключить некачественные инициативы, требуется колоссальное количество затраченного времени. Поэтому значимым становится временной барьер. Также существует невозможность контролировать ход реализации проекта (возникают трудности планирования результата по срокам). Особенно это касается тех проектов, где результат требуется в сжатые сроки.

Наличие существующих барьеров значительно осложняет развитие данной технологии. Однако, при грамотном управлении краудсорсинговым проектом, при правильной постановке целей и задач, проработке резервных путей решения проблем, насколько автор мотивирован достижению цели проекта при непосредственном применении технологии краудсорсинга, влияние данных барьеров можно свести к минимальному значению. Для успешного достижения поставленных целей в рамках проекта, его автору необходимы умения и навыки своевременного и грамотного преодоления возникающих барьеров и проблем.

\* Исследование выполнено при финансовой поддержке Министерства образования и науки Российской Федерации в рамках базовой части государственного задания на НИР ЯрГУ по проекту № 1127 «Правовые и социально-политические аспекты гражданской активности в современной России»

Список литературы

Сивакс А.Н. Краудсорсинг как способ оптимизации функционирования предприятий // Науковедение. 2015. №1. С. 4-8.

Хау Дж. Краудсорсинг: Коллективный разум как инструмент развития бизнеса. М.: «Альпина Паблишер». 2012 – 288с.