БАКАЛЕНКО Андрей Владимирович

Аспирант, организатор программы SURF Стенфордского университета

Институт экономики Российской академии наук

117218, РФ, г. Москва, Нахимовский пр., 32

Контактный телефон: (499) 724-15-41

e-mail: andrey.bakalenko@gmail.com

Эволюция представлений о краудсорсинге: мировой и российский опыт

Статья посвящена обзору и систематизации ключевых теоретических работ иностранных и отечественных авторов о краудсорсинге с целью обогащения теоретической базы и формирования более детального понимания краудсорсинга как феномена, который меняет представления о взаимодействии между экономическими агентами в XXI веке. В работе представлены трактовки ключевых авторских концепций и типологизаций видов краудсорсинга, а также раскрыта эволюция мнений о месте и роли краудсорсинга в развитии общества, компаний и государств. Автором определен динамический характер изменения термина «краудсорсинг» по мере развития знаний о термине. Установлена разница в подходах исследователей к анализу краудсорсинга в России и за рубежом, дана авторская трактовка феномена с учетом актуальных направлений его использования.

JEL classification: O31, M54

Ключевые слова: краудсорсинг; краудфандинг; экономика совместного использования; экономика знаний; государственная инновационная политика; открытое программное обеспечение; викиномика.

Введение

Современная экономика изменяется с невероятной скоростью. Если сравнить списки крупнейших американских корпораций «Fortune 500» в 1955 и 2014 гг., то окажется, что только 12% компаний представлены в обеих подборках, а значительная часть фирм из перечня 2014 г. в 1960 г. не существовала. Это касается в том числе и одного из лидеров капитализации – компании Apple [21]. Кардинальный рост скорости изменения рынков привел к уменьшению средней продолжительности жизни компании. Так, 50 лет назад лидирующие фирмы присутствовали на рынке в среднем 75 лет. Сейчас время жизни компании в среднем не превышает 15 лет [13], что вынуждает компании искать альтернативные варианты, которые позволят им оставаться лидерами. Одним из инструментов на новом пути развития стал краудсорсинг.

Термин «краудсорсинг» (англ. crowdsourcing от crowd – «толпа», sourcing – «использование ресурсов») появился относительно недавно и продолжает развиваться. Это связано в том числе с тем, что сам инструмент эволюционирует и различные экономические агенты находят все новые способы его использования. Поэтому так важно периодически делать срезы знаний для понимания текущего состояния данного феномена. Цель статьи заключается в агрегации и систематизации эволюции понимания краудсорсинга, иллюстрированных передовыми примерами использования инструмента, которые могут быть интересны научному сообществу. Спектр применения краудсорсинга максимально широк, и его изучение не только расширяет представление о том, в каких направлениях данный инструмент может дополнительно применяться, но и дает дополнительный повод для составления единого мнения о краудсорсинге.

Краудсорсинг: стадии развития термина

Прежде чем перейти к анализу исследований о краудсорсинге, рассмотрим инструмент, который является его предшественником – аутсорсинг. Компании используют аутсорсинг в основном для передачи части неосновного функционала другим фирмам с целью концентрации на других ключевых направлениях своего развития [17]. Так как компании боятся раскрывать информацию об основной деятельности другим агентам, ключевые направления развития, приносящие основной доход, не передаются на аутсорсинг. Организации таким образом ограничивают объем интеллектуальных ресурсов на основных направлениях деятельности фирмы. Стоит отметить, что так же был достигнут пик сокращения издержек за счет аутсорсинга и организации начали искать новые пути их уменьшения. Существование данных потребностей в системе с определенным набором предпосылок, такими как распространение Интернета и персональных компьютеров, привело к появлению краудсорсинга – нового инструмента производства благ в экономике.

Первый этап: начало использования и упоминания феномена. Первым примером упоминания краудсорсинга является конкурс, проведенный Парламентом Британии в 1714 г. Согласно поставленной задаче, необходимо было найти способ определения долготы на парусных судах [14. Р. 6]. В XX столетии было организовано еще несколько подобных соревнований, и лишь с появлением Интернета компании начали массово использовать преимущества краудсорсинга в своей деятельности. Это привело к созданию открытого программного обеспечения (ПО), использующего некоторые принципы краудсорсинга. Открытое ПО положило начало практическому анализу краудсорсинга [22. Р. 241], и в 2006 г. краудсорсинг получил теоретическое определение [16].

Впервые термин «краудсорсинг» встречается в статье Дж. Хау. Автор определяет краудсорсинг как процесс, в котором компания переносит определенные функции, до этого возлагавшиеся на сотрудников и поставщиков, на неопределенное достаточно большое количество людей в формате открытого запроса [16]. После короткой статьи Дж. Хау опубликовал полноценное исследование по данному предмету [10]. Ключевым достижением автора является определение основных этапов развития краудсорсинга. Дж. Хау анализирует предпосылки возникновения феномена, не выставляя их в определенной логической последовательности. Мы попытаемся дополнить автора и систематизировать предпосылки по времени их появления [10. С. 27–99].

Первой предпосылкой, по Дж. Хау, является увеличение доступности инструментов для производства различных благ [10. С. 73], особенно появление персональной электроники, массовое распространение которой позволило миллионам любителей соперничать с лучшими специалистами в своей отрасли.

Второй предпосылкой стало распространение свободного программного обеспечения [10. С. 51–53]. Производство открытого ПО строится на принципах краудсорсинга, которые предполагают объединение большого количества людей для создания программы. Причем исполнители не связаны с единой организацией трудовыми договорами. Открытое ПО все чаще используется в частных компаниях. К примеру, IBM продолжает увеличивать объем средств, вкладываемых в проект Linux, являющийся одним из ярких примеров открытого ПО. В 2014 г. компания инвестировала в Linux около 1 млрд дол. Эффект от инвестиций, по приблизительной оценке, составил около 10 млрд дол. [26]. Таким образом одна из самых крупных высокотехнологичных компаний на рынке получила десятикратный мультипликативный эффект от инвестиций, закрепив лидерские позиции и развив сообщество открытого ПО, так как идеология открытого ПО предполагает, что наработки любой стороны (в том числе IBM) могут использоваться другими компаниями и организациями. К примеру, Linux используется для торговли на Нью-Йоркской фондовой бирже, для управления скоростной

железнодорожной системой Японии, в программном обеспечении большинства автомобилей и во многих других сферах [26]. Экономика, в которой задействована Linux, достигла, по оценкам экспертов, 50 млрд дол. [23. Р. 56].

Со временем краудсорсинг начали применять не только в индустрии цифровых технологий, но и в других сферах. Уменьшение стоимости средств производства, о котором мы говорили, привело к «ренессансу любительства». Дж. Хау выделяет его как третью предпосылку [10. С. 29]. Миллионы людей смогли позволить себе видео- и фотокамеры, графические планшеты, персональные компьютеры и другие устройства. Потребители сами стали производителями блага, они начали конкурировать с профессионалами, работающими в индустрии на протяжении многих лет. Люди начали создавать коллективные произведения творческого труда и со временем объединились в виртуальные сообщества по интересам. Возникновение таких сообществ, вследствие ренессанса любительства, автор называет последней четвертой предпосылкой для возникновения краудсорсинга.

Как было отмечено, важнейшим пунктом в исследовании Дж. Хау является создание первой типологизации видов краудсорсинга. Для удобства мы представим ее в виде табл. 1.

Таблица 1

Виды краудсорсинга, по Дж. Хау

Тип сообщества	Массовое производство продуктов творческого труда	Использование разума коллективного общества	Фильтрация и организация большого объема данных	Использование «кошелька» социума
Описание	Организации публикуют собственные задачи и проблемы в научно-исследовательской, творческой или любой другой сфере и получают решения от любителей и профессионалов по всему миру. Примером может служить компания Innocentive	Данная категория включает рынки прогнозирования событий, поиск решений проблемы площадки публикации и оценки различных идей. Приводя несколько примеров, Дж. Хау подтверждает более эффективную работу краудсорсинга в данной сфере по сравнению с экспертной оценкой	Среднее видео, которое пользователи выкладывают на популярный видеоресурс YouTube, является очень низким. Тем не менее пользователи могут голосовать по поводу понравившихся публикаций и понижать рейтинг некачественных работ. Социум качественно фильтрует видео, и популярными становятся ценные и актуальные работы	Социум может вкладывать собственные средства в различные проекты. Дж. Хау приводит несколько примеров, в том числе из сферы социальных инвестиций. Так, Kiva позволяет людям кредитовать компании на африканском континенте

Составлено по: [10. С. 127–231].

Рассмотрим примеры использования краудсорсинга для более детального понимания типологизации, предложенной Дж. Хау. Одним из самых ярких примеров является «Википедия». Уровень качества статей, представленных в «Википедии» на английском языке, соответствует конкурентным коммерческим энциклопедиям [24], а с объемом накопленных на «Википедии» знаний не может конкурировать ни одна энциклопедия. Данные показатели были достигнуты благодаря использованию практически неограниченных интеллектуальных ресурсов – миллионы людей из разных точек земного шара могут вносить правки, замечания и редактировать статьи «Википедии», что является примером использования краудсорсинга. Данный инструмент лежит в основе работы

крупнейшей энциклопедии, и ее существование было бы невозможно без краудсорсинга. Таким образом, «Википедия» не просто использует краудсорсинг, а опирается на данный инструмент как основной для создания ценности.

Организацией, которая строит свою работу на основе краудсорсинга, является Kickstarter – площадка, позволяющая собирать деньги на различные проекты и кампании. В данном случае используется определенный тип краудсорсинга – краудфандинг, который аккумулирует финансовые ресурсы социума.

Хотя Дж. Хау не пишет об этом в своей работе, но, помимо интеллектуальных и финансовых ресурсов, краудсорсинг может использовать физические ресурсы социума. К примеру, компании Lyft и Airbnb дают возможность клиентам брать в аренду автомобили и недвижимость других участников сообщества. Такое применение краудсорсинга создало новую экономику, которая в последние годы стремительно набирает обороты: экономика совместного использования уже достигла 15 млрд дол., а к 2025 г., по оценкам экспертов, вырастет до 335 млрд дол.¹ Не вызывает сомнения тот факт, что краудсорсинг все чаще играет ключевую роль в появлении и развитии корпораций, позволяя им эффективнее, по сравнению с традиционными предприятиями, задействовать не только собственные, но и внешние ресурсы.

Таким образом, мы рассмотрели первую стадию – появление самого понятия «краудсорсинг» – и привели базовые примеры. Научное сообщество не остановилось на этом, и исследованием краудсорсинга занялось достаточно большое количество ученых. Теоретические концепции и трактовки термина «краудсорсинг» приведем в следующей части нашей работы.

Второй этап: развитие знаний о краудсорсинге. После возникновения термина «краудсорсинг», введенного Дж. Хау, появилась плеяда исследователей, занимающихся изучением феномена. Из наиболее значимых отметим работы Д. С. Бребхема. В своей самой яркой статье автор представляет читателю собственную точку зрения о природе краудсорсинга [12]. В ней Д. С. Бребхем анализирует определения краудсорсинга, данные таким авторами, как Дж. Хау, В. Леви и Дж. Суровиецки.

Ключевым пунктом в работе Д. С. Бребхема является его альтернативная позиция по эффективности краудсорсинга. В то время, как Дж. Хау заявляет о преимуществах краудсорсинга, Д. С. Бребхем активно критикует данный инструмент.

Во-первых, по мнению Д. С. Бребхема, краудсорсинг развивает тенденцию сохранения, если не уменьшения, власти общества. Сообщества, работающие на принципах краудсорсинга, существуют и появляются благодаря корпорациям – ветеранам рынка или новообразованным фирмам. Именно компании получают основную прибыль от использования краудсорсинга, выплачивая небольшую долю от разработанного продукта его авторам – членам сообщества [12. Р. 83]. Кроме того, на каждого победителя краудсорсингового запроса приходится тысячи участников, предложения которых остаются незамеченными.

Во-вторых, работа в сообществах, основанных на краудсорсинге, ведется в основном представителями одной демографической прослойки. Следовательно, не используется одно из потенциальных преимуществ сообщества – возможная вариативность мнений от представителей сообщества из разных слоев общества. Большая часть участников сообщества – люди с белым цветом кожи, с высшим образованием, моложе 30 лет, которые свободно говорят на английском языке. Таким образом, Д. С. Бребхем заявляет, что сила разнообразия, которую некоторые авторы выделяют как одно из преимуществ краудсорсинга, не играет роли в успешности использования инструмента [12. Р. 85].

¹ PricewaterhouseCoopers. The Sharing Economy. Consumer Intelligence Series. April 2015. URL: <https://www.pwc.com/us/en/technology/publications/assets/pwc-consumer-intelligence-series-the-sharing-economy.pdf>.

Помимо новой точки зрения на некоторые предпосылки успешности краудсорсинга, Д. С. Бребхем противопоставляет друг другу открытое программное обеспечение и краудсорсинг. Он утверждает, что различие между данными понятиями необходимо искать в результате деятельности компаний. Так, результат краудсорсингового запроса становится собственностью компании: частные корпорации получают прямую или косвенную прибыль от использования ресурсов социума. С другой стороны, результаты открытого ПО используются всем обществом или значительной частью сообщества [12. Р. 81–82]. Открытое ПО, по мнению Д. С. Бребхема, предполагает предоставление доступа к основным элементам продукта любому участнику сообщества с целью улучшения искомого продукта [12. Р. 81]. С. Д. Бребхем перефразирует общепринятое определение открытого ПО и расширяет его, не указывая, что открытое программное обеспечение относится лишь к цифровым программам. С другой стороны, Д. С. Бребхем определяет краудсорсинг как инструмент, позволяющий найти решение к задаче при помощи большого количества людей. Задача формулируется какой-либо компанией в онлайн-среде, и результаты запроса используется организацией для получения выгоды [12. Р. 76]. Данная формулировка сужает определение Дж. Хау, который четко не разграничивает выгодоприобретателя результатов краудсорсинга [10]. Таким образом, в работе Д. С. Бребхема прослеживается противопоставление концепции Дж. Хау.

Помимо Дж. Хау и Д. С. Бребхема, довольно большой круг авторов занимаются теоретическими исследованиями в области краудсорсинга. Например, Ж. Ля Веккиа и А. Кистернино определяют краудсорсинг в общих чертах как новый инструмент для решения проблем, возникающих в организации или бизнесе [18. Р. 425]. Д. Маццола и А. Дистефано утверждают, что краудсорсинг – это намеренная мобилизация креативных идей для решения определенной проблемы с использованием технологий Веб 2.0. Решение предоставляется в добровольном порядке, участники приглашаются компаний не столько для увеличения прибыли, создания продукта или рынка инноваций, сколько для решения одной определенной проблемы [20. Р. 3]. Р. Витла представляет краудсорсинг в виде процесса организации труда, в котором фирмы разделяют крупную задачу на большое количество небольших заданий для поиска решений посредством использования ресурсов сообщества. Взамен фирма предоставляет плату любому члену сообщества, который выполняет поставленную задачу [25. Р. 16]. Данные работы стали фундаментом для строительства базы теоретических знаний о краудсорсинге.

Важно отметить, что параллельно с развитием термина «краудсорсинг», рассмотренной в данной части работы, появляются другие понятия, близкие к краудсорсингу. В силу своей новизны термин не является до конца определенным, и до сих пор научное сообщество продолжает спорить о его трактовке. Альтернативные точки зрения на краудсорсинг, а также консолидированное определение термина [15. Р. 9–10] рассмотрим в последней части нашей работы.

Третий этап развития терминологии: конкурирующие и смежные понятия. Переходя к третьему этапу развития знания о краудсорсинге, стоит отметить, что вышеизложенные определения являются классическими с точки зрения краудсорсинга, так как они дополняют или уточняют определение, данное Дж. Хау. С другой стороны, мы можем выделить ветку альтернативного развития понятия и определения роли краудсорсинга. Одной из ключевых книг, содержащей альтернативный взгляд на краудсорсинг, является «Викиномика» [9]. Д. Тепскотт и Э. Вильямс не формулируют четкого определения термина «викиномика», но косвенно указывают, что это новая наука и искусство работы вместе. Это новая форма рынка, которая создает инструменты для появления новых компаний и даже новых отраслей экономики.

Такое изменение отраслей и создание новых сфер бизнеса, по мнению авторов, стало возможным благодаря двум основным причинам. Во-первых, появились новые бизнес-модели. Люди стали участвовать в работе над внешними проектами дистанционно,

как бесплатно, так и на коммерческой основе. Пользователи персональных компьютеров стали объединяться в интернет-сообщества для применения собственных талантов и получения дополнительного заработка. Такие объединения начали использоваться новыми компаниями для увеличения прибыли [9. С. 25]. Во-вторых, появились новые инструменты – Интернет и персональные компьютеры позволили объединить всех людей и значительно сократить издержки на коммуникации между членами групп. Это создало условия для создания фирм с альтернативной организационной структурой, в которой участники сообществ опираются в большей степени на самоорганизацию, чем на иерархию [9. С. 35; 19]. Подчеркнем, что данные предпосылки фактически повторяют предпосылки, отмеченные Дж. Хау [10].

Авторы не ссылаются на краудсорсинг в своих работах, а во второй книге даже противопоставляют термины «краудсорсинг» и «викиномика» [9]. Термин «краудсорсинг» впервые прозвучал в 2005 г., и стал популярным ближе к концу десятилетия. Книга Д. Тепскотта и Э. Вильямса вышла в 2006 г. В дифференциации данных терминов прослеживается скорее политический, нежели научный, подтекст. Создание нового термина «викиномика» в системе несформированного мнения о краудсорсинге и молодости данного термина способно повысить популярность работ этих авторов. Д. Тепскотт и Э. Вильямс приводят примеры, явно соответствующие термину «краудсорсинг».

По нашему мнению, «викиномика» – это новый термин, который обозначает новую группу организаций, использующих краудсорсинг в своей деятельности, т. е. викиномика – это не инструмент деятельности (в отличие от краудсорсинга), а сфера, в которой краудсорсинг играет ключевую роль. Именно использование краудсорсинга отличает компании, работающие в сфере викиномики, от других фирм.

Тем не менее нельзя недооценивать роль, которую данная работа сыграла в развитии понятия «краудсорсинг». Основная часть работы посвящена формированию гораздо более подробной классификации типов организаций [9], по сравнению с типологизацией, предложенной Дж. Хау [10] (табл. 2).

Стоит отметить, что не все виды компаний, которые входят в сферу викиномики, используют краудсорсинг. Приведенная типологизация характеризует как виды компаний, так и способы их взаимодействия. Например, идеаторы могут использовать рабочие места в стиле вики.

Возвращаясь к этапам развития знаний о краудсорсинге, необходимо остановиться на том, что исследованию практики краудсорсинга посвящено значительное количество работ. В нашей статье уже были рассмотрены некоторые примеры использования краудсорсинга коммерческими и некоммерческими организациями, поэтому мы не будем подробно останавливаться на исследованиях в данной области, а уделим внимание работе, в которой краудсорсинг выступает инструментом для повышения эффективности деятельности государственных организаций.

Подтверждением тезиса об успешности краудсорсинга в государственном секторе служит проект Peer-to-Patent, куратором которого была Б. Новек [6]. Проект Peer-to-Patent был изначально направлен на увеличение эффективности Бюро по регистрации патентов и торговых марок США (USPTO), которое до внедрения проекта год от года показывало ухудшающиеся результаты. Бюро столкнулось с несколькими ключевыми проблемами. Во-первых, количество патентов неуклонно росло: только за последние 10 лет в США их количество выросло в два раза. USPTO получает до 42 000 заявок ежегодно [6. С. 340], что привело к созданию очереди в 1 млн патентов [11. Р. 3]. Во-вторых, низким оставался уровень качества представленных патентов. В-третьих, появилась проблема поиска точной информации о предмете получения патента. Из-за технических и юридических ограничений эксперты патентного бюро весьма ограничены в технических инструментах поиска и во времени на поиск ответа. Следствием данных ограничений является низкая эффективность патентного ведомства США, что создало

дополнительную нагрузку на компании и судебную систему. В-четвертых, появляется все больше патентных троллей – компаний, основная цель которых заключается в получении прибыли за счет неправомерного патентования технологий.

Таблица 2

Виды краудсорсинга

Тип организации	Описание
Пионеры «пиринга»	Сообщества, члены которого организуются самостоятельно и работают на некоммерческой основе. Объектом производства в таких сообществах является информационное благо. Задачи могут быть разделены на мелкие подзадачи. Фактически в данном определении авторы заменяют понятие открытого ПО, которые было подробно рассмотрено в рамках анализа работы Дж. Хау
Идеагоры	Платформы, которые позволяют компаниям ставить задачи и находить решения. Например, Amazon Mechanical Turk – это система, которая позволяет заказчикам распределять работу на большую группу исполнителей. Работа разбивается на простые единичные задачи, за выполнение которых пользователи получают вознаграждение
Просьюмеры	Клиенты компаний, которые объединяются в сообщества и создают на основе существующих продуктов новые товары
Новые александрийцы	Организации из участников, которые занимаются сбором и публикацией информации в открытых источниках
Платформы для взаимодействия	Фирмы, создающие открытые платформы. Такие компании, как, например, Google, открывают собственные экосистемы для коммерческого и некоммерческого использования, часто получая дополнительную прибыль
Глобальный цех	Новый способ взаимодействия компаний, когда каждая отдельная фирма производит лишь один компонент итогового товара
Рабочие места в стиле вики	Новый способ организации предприятий, который позволяет работать удаленно при производстве благ

Составлено по: [9].

Таким образом, увеличение количества патентов, ухудшение их качества и технические ограничения самого патентного ведомства США, а также внешние ограничивающие факторы привели к существенному увеличению издержек компаний, которые пытались продвигать новые технологии и способы производства. В результате процесс внедрения новых технологий в США замедлился.

Проект Peer-to-Patent был запущен для решения вышеописанных проблем. На данной площадке происходит подробный анализ поданных патентных заявлений. Участники, большая часть которых является инженерами, врачами, ИТ-специалистами и другими профессионалами в своей области, анализируют поданные заявления, обсуждают возникшие вопросы и голосуют за лучшие решения. Предоставленная участниками информация помогает патентным экспертам точнее определять необходимость выдачи патента. Более того, некоторые подтверждающие документы, найденные участниками сообщества, используются сотрудниками патентного ведомства для вынесения вердикта. Данный проект мог быть реализован только благодаря краудсорсингу – привлечению большого количества специалистов и любителей, которые выбирали наиболее подходящие доказательства новизны патентов. Результатом проекта стало увеличение эффективности бюро, 73% патентных контролеров, которые принимали решение о выдаче лицензий по заявкам, поддержали внедрение подобной системы на постоянной основе; 59% экспертов отметили, что представленные участниками документы помогли в поиске решения. В данный момент проект успешно пилотируется в Австралии [6. С. 176]. Б. Новек утверждает, что государственным органам необходимо стать более

открытыми к новым идеям со стороны и создать инструменты, которые позволят более эффективно вовлекать внешних специалистов. Успех Peer-to-Patent не исключение, сегодня краудсорсинг может быть использован и в государственных органах.

Исследование краудсорсинга в России

Краудсорсинг довольно широкое распространение получил в России после его активной интеграции в Сбербанке России [5].

Большая часть авторов углубляется в исследование краудсорсинга с практической точки зрения и не уделяет должного внимания теоретическому анализу. Таким образом, российское научное сообщество в данном направлении осталось лишь на первой стадии исследования. Одним из основных авторов работ о краудсорсинге в России является Р. А. Долженко, исследующий использование краудсорсинга в банковских организациях [1]. Он определяет роль нового инструмента в трудовых отношениях [4] и роль краудсорсинга в формировании корпоративной культуры [2]. Наиболее интересным для нас является исследование эффективности краудсорсинга [3], в котором проанализированы краудсорсинговые проекты в Сбербанке России и выделены ключевые показатели измерения эффективности использования краудсорсинга. Среди данных показателей автор отмечает долю внедренных идей в общем количестве предложений, а также проводит сопоставление финансовых затрат с экономическим эффектом от их реализации [3. С. 36].

Некоторые российские авторы исследуют краудсорсинг с точки зрения роли краудсорсинга в науке. Так, С. В. Полутин и А. В. Седлецкий через призму анализа истории науки анализируют причины появления краудсорсинга [7]. Авторы пишут о развитии способов получения знания, о длительном негативном отношении, о переходе к любительству и о «ренессансе» любительства и доказательстве силы коллективного разума, которую использует краудсорсинг [7. С. 7]. Опираясь на примеры, они показывают, что коллективный разум всегда позволяет найти более качественное решение по сравнению с решением индивида. Авторы указывают на инновационное развитие краудсорсинга и на его ограничения. Интерес представляет авторская классификация проектов на основе мотивации участников. К первой категории С. В. Полутин и А. В. Седлецкий относят проекты для государственного сектора. Данным проектам соответствует мотивация естественного желания помочь своей стране [7. С. 72]. Для второй категории авторы выделяют проекты, использующие краудсорсинг в коммерческих целях. В данном случае мотивацией для участников сообществ является и получение дополнительного дохода, и «возможность самореализации и саморекламы» [7. С. 71]. Интерес представляет описание примера участия в краудсорсинговых сообществах без прямого знания участников, например простой сбор данных по запросам пользователей в Интернете позволяет компаниям определять популярность поисковых запросов [7. С. 73].

Одним из самых ярких является исследование российских практик краудсорсинга С. В. Пономарева [8]. Автор описывает несколько примеров, таких как «Карта помощи пострадавшим от пожара», которая позволяет находить добровольцев для тушения пожаров [8. С. 9], проект «Шаг к цели», направленный на повышение эффективности работы государственных чиновников благодаря открытой публикации их основной деятельности [8. С. 10], а также проект «Моя территория», который открывает возможность для жителей Перми рассказать о проблемах города, отметив определенную точку на карте [8. С. 11]. Анализ отечественных научных работ о краудсорсинге показывает, что российские авторы в большей степени концентрируются на изучении и классификации примеров краудсорсинга, а не на поиске трактовок термина. Уникальные трактовки данного понятия с учетом отечественной специфики его понимания и использования практически не идентифицируются в научных работах отечественных исследователей.

Появление большого количества работ в области краудсорсинга свидетельствует об интересе ученых к данному феномену, однако многообразие научных работ и точек

зрения требует их обобщения для формирования актуальных представлений науки и практики о понятии «краудсорсинг». Проведенный анализ дает возможность сформулировать авторское представление о данном феномене. Отметим, что в качестве основания была использована трактовка авторов работы [15. Р. 9–10], которые в 2012 г. провели обобщение понятий и определений краудсорсинга.

С нашей точки зрения, краудсорсинг – это деятельность заинтересованных индивидов по решению различных задач на многосторонней платформе, сформулированных отдельными индивидами, институтами, некоммерческими организациями или компаниями в формате открытого запроса. Преимущество данной трактовки заключается в том, что она отражает актуальные представления о краудсорсинге и фиксирует его ключевых участников и их действия. Участником может быть однородная или неоднородная любого размера группа индивидов с различным набором знаний. Выполнение задачи любой сложности предполагает активность участников в виде предоставления работы, денег, знаний или/и опыта для решения поставленной задачи, с одной стороны, и выгоду для всех участников процесса – с другой. Участник удовлетворяет определенную потребность, например получает экономическую выгоду, признание общественности, развивает определенный навык. Организатор взамен использует полученный совокупный результат, который создается участниками. Таким образом, можно говорить о первом приближении к единому определению краудсорсинга, которое, конечно, еще будет изменяться и развиваться.

Заключение

Краудсорсинг получил довольно широкое научное распространение, как в Российской Федерации, так и в мире. В большинстве случаев отечественные авторы развивают опыт прикладного использования краудсорсинга, в то время как зарубежные исследователи пытаются проанализировать краудсорсинг и с практической, и с теоретической точек зрения, представляя альтернативные трактовки и консолидированные определения.

В данный момент определение и понимание феномена продолжает формироваться, что приводит к появлению различных трактовок и альтернативной терминологии. Увеличивающаяся экономическая и социальная роль краудсорсинга не подвергается сомнению – возникает множество типов организаций, использующих различные виды краудсорсинговых сообществ.

В исследовании краудсорсинга необходимо больше внимания уделить систематизации примеров его использования, а также их количественному и качественному анализу, особенно в вопросах экономической эффективности. Это позволит точнее определить успешность применения краудсорсинга в различных видах деятельности, и следовательно, убедит большее количество организаций, коммерческих и государственных, в целесообразности использования данного инструмента в своей деятельности. Кроме того, важнейшим направлением исследования краудсорсинга остается финальное определение феномена, которое продолжает эволюционировать вместе с самим инструментом.

Источники

1. Долженко Р.А. Возможность организации и использования краудсорсинговых проектов в коммерческой деятельности // Вестник Томского государственного университета. 2014. № 379. С. 154–159.
2. Долженко Р.А. Краудсорсинг как инструмент воздействия на корпоративную культуру // Управление корпоративной культурой. 2014. № 4. С. 258–267.
3. Долженко Р.А. Некоторые аспекты оценки эффективности использования краудсорсинга в организации // Экономический анализ: теория и практика. 2014. № 36. С. 30–38.

4. Долженко Р. А. Трансакционные издержки использования новых форм трудовых отношений на примере краудсорсинга и возможные пути их снижения // Вестник Томского государственного университета. 2014. № 388. С. 181–187.
5. Долженко Р. А., Бакаленко А. В. Краудсорсинг как инструмент мобилизации интеллектуальных ресурсов: опыт использования в Сбербанке России // Российский журнал менеджмента. 2016. Т. 14. № 3. С. 77–102.
6. Новек Б. Wiki-правительство. Как технологии могут сделать власть лучше, демократию – сильнее, а граждан – влиятельнее: пер. с англ. М.: Альпина Паблишер, 2012.
7. Полутин С. В., Седлецкий А. В. Краудсорсинг как механизм активизации инновационного потенциала общества // Интеграция образования. 2012. № 3. С. 68–74.
8. Пономарев С. В. Краудсорсинг – технология создания виртуальных сообществ // Вестник Пермского государственного университета. Сер.: Политология. 2011. № 3 (15). URL: <http://www.polit.psu.ru/vestnik/ponomarev.htm>.
9. Тапскотт Д., Уильямс Э. Д. Викиномика. Как массовое сотрудничество изменяет все: пер. с англ. М.: Альпина Паблишер, 2012.
10. Хау Дж. Краудсорсинг: Коллективный разум – будущее бизнеса: пер. с англ. М.: Альпина Паблишер, 2012.
11. Allen N. Peer-to-Patent First Anniversary Report / Center for Patent Innovations at New York Law School; prepared by N. Allen, J. Merante, Y. Tham and others. URL: <http://www.peertopatent.org/wp-content/uploads/sites/2/2013/11/P2Panniversaryreport.pdf>.
12. Brabham D. C. Crowdsourcing as a Model for Problem Solving. An Introduction and Cases // Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies. 2010. Vol. 14. No. 1. Pp. 75–90.
13. Denning S. Peggy Noonan on Steve Jobs and Why Big Companies Die // Forbes. 2011. Nov. 19. URL: <http://www.forbes.com/sites/stvedenning/2011/11/19/peggy-noonan-on-steve-jobs-and-why-big-companies-die>.
14. Ellis S. A History of Collaboration, a Future in Crowdsourcing: Positive Impacts of Cooperation on British Librarianship // Libri. 2014. Vol. 64. Issue 1. Pp. 1–10.
15. Estellés-Arolas E., González-Ladrón-de-Guevara F. Towards an Integrated Crowdsourcing Definition // Journal of Information Science. 2012. Vol. XX. No. X. Pp. 1–14.
16. Howe J. The Rise of Crowdsourcing // Wired Magazine. 2006. June 14.
17. Khalili K., Azzizadeh F., Adhami A. Investigating the Relationship between Outsourcing and Performance Based on Balanced Score Card (Case Study Ilam Post Office) // AUTEX Research Journal. 2004. Vol. 4. No. 4. Pp. 228–231.
18. La Vecchia G., Cisternino A. Collaborative Workforce, Business Process Crowdsourcing as an Alternative of BPO // Daniel F., Facca F. M. (eds.) Current Trends in Web Engineering. Lecture Notes in Computer Science. Vol. 6385. Springer, Berlin, Heidelberg, 2010. Pp. 425–430.
19. Lee T. Overvalued ‘Unicorn’ Startups Stumble as They Get Reality Check // San Francisco Chronicle. 2015. Nov. 18. URL: <http://www.sfchronicle.com/business/article/Overvalued-unicorn-startups-stumble-as-they-6642219.php>.
20. Mazzola D., Distefano A. Crowdsourcing and the Participation Process for Problem Solving: The Case of BP // Information Technology and Innovation Trend in Organization: Proc. of the VII Conference of the Italian Chapter of AIS. Naples, 2010. Pp. 1–8.
21. Perry M. Fortune 500 Firms in 1955 vs. 2014; 89% Are Gone, and We’re All Better off Because of that Dynamic ‘Creative Destruction’ // American Enterprise Institute. 2014. Aug. 18. URL: <http://www.aei.org/publication/fortune-500-firms-in-1955-vs-2014-89-are-gone-and-were-all-better-off-because-of-that-dynamic-creative-destruction>.
22. Raymond E. The Cathedral and the Bazaar: Musings on Linux and Open Source by an Accidental Revolutionary. Sebastopol, CA: O’Reilly Media, 2001.
23. Tapscott D., Williams A. D. Macrowikinomics: Rebooting Business and the World. Portfolio, 2010.

24. Taraborelli D. Seven Years after Nature, Pilot Study Compares Wikipedia Favorably to Other Encyclopedias in Three Languages // Wikimedia. 2012. Aug. 2. URL: <http://blog.wikimedia.org/2012/08/02/seven-years-after-nature-pilot-study-compares-wikipedia-favorably-to-other-encyclopedias-in-three-languages>.

25. Whitla P. Crowdsourcing and Its Application in Marketing // Contemporary Management Research. 2009. Vol. 5. No. 1. Pp. 15–28.

26. Zemlin J. Who Says You Can Make Money with Open Source? // Linux. 2011. June 30. URL: <https://www.linux.com/news/featured-blogs/158;jim-zemlin/464045:who-says-you-cant-make-money-with-open-source>.

Conceptualization of Crowdsourcing: The World and Russian Experience

by Andrey V. Bakalenko

The article reviews and systematizes key theoretical works of foreign and domestic authors on crowdsourcing with the aim of enriching the theoretical base of crowdsourcing and forming a more detailed understanding of the term, because crowdsourcing is a phenomenon that overturns the notion of interaction between economic agents in the 21st century. The work presents interpretations of lead authors' concepts and typologies of different types of crowdsourcing, as well as the evolution of opinions on the place and role of crowdsourcing in the development of society, companies and the state both in the world and in Russia. The author highlights the dynamic nature of changes in the essence of the term 'crowdsourcing' over its conceptualization. In addition, the author establishes a difference in the approaches of researchers to the analysis of crowdsourcing in Russia and abroad and gives his own treatment of the phenomenon allowing for the relevant directions of its use.

Keywords: crowdsourcing; crowdfunding; sharing economy; knowledge-based economy; government innovation policy; open source software; wikinomics.

References:

1. Dolzhenko R. A. Vozmozhnost' organizatsii i ispol'zovaniya kraudsorsingovykh proektov v kommercheskoy deyatel'nosti [Possibility of organizing and using crowdsourcing projects in commercial activity]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta – Tomsk State University Journal*, 2014, no. 379, pp. 154–159.

2. Dolzhenko R. A. Kraudsorsing kak instrument vozdeystviya na korporativnuyu kul'turu [Crowdsourcing as an instrument of influence on corporate culture]. *Upravlenie korporativnoy kulturoy – Corporate Culture Management*, 2014, no. 4, pp. 258–267.

3. Dolzhenko R. A. Nekotorye aspekty otsenki effektivnosti ispol'zovaniya kraudsorsinga v organizatsii [Some aspects of assessing the effectiveness of using crowdsourcing in an organisation]. *Ekonomicheskiy analiz: teoriya i praktika – Economic Analysis: Theory and Practice*, 2014, no. 36, pp. 30–38.

4. Dolzhenko R. A. Transaktsionnye izderzhki ispol'zovaniya novykh form trudovykh otnosheniy na primere kraudsorsinga i vozmozhnye puti ikh snizheniya [Transactional costs of using new forms of labour relations at the example of crowdsourcing and possible avenues to reduce them]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta – Tomsk State University Journal*, 2014, no. 388, pp. 181–187.

5. Dolzhenko R. A., Bakalenko A. V. Kraudsorsing kak instrument mobilizatsii intellektual'nykh resursov: opyt ispol'zovaniya v Sberbanke Rossii [Crowdsourcing as a tool for mobilizing intellectual resources: Experience of use in Sberbank of Russia]. *Rossiyskiy zhurnal menedzhmenta – Russian Management Journal*, 2016, vol. 14, no. 3, pp. 77–102.

6. Noveck B. Wiki-pravitel'stvo. Kak tekhnologii mogut sdelat' vlast' luchshe, demokratiyu – sil'nee, a grazhdan – vliyatel'nee [Wiki Government: How technology can make government better, democracy stronger, and citizens more powerful]. Moscow: Alpina Publ., 2012.

7. Polutin S. V., Sedletskiy A. V. Kraudsorsing kak mekhanizm aktivizatsii innovatsionnogo potentsiala obshchestva [Crowdsourcing as a mechanism for activating the innovative potential of society]. *Integratsiya obrazovaniya – Education Integration*, 2012, no. 3, pp. 68–74.

8. Ponomarev S. V. Kraudorsoring – tekhnologiya sozdaniya virtual'nykh soobshchestv [Crowdsourcing – technology of creating virtual communities]. *Vestnik Permskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Politologiya – Review of Political Science*, 2011, no. 3 (15). Available at: <http://www.polit.psu.ru/vestnik/ponomarev.htm>.

9. Tapskott D., Uil'yams E. D. *Vikinomika. Kak massovoe sotrudnichestvo izmenyaet vse* [Wikinomics. How mass cooperation changes everything]. Moscow: Alpina Publ., 2012.

10. Khau D. *Kraudorsoring: Kollektivnyy razum – budushchee biznesa* [Crowdsourcing: Collective intelligence – the future of business]. Moscow: Alpina Publ., 2012.

11. Allen N., Merante J., Tham Y. et al. *Peer-to-Patent First Anniversary Report*. Available at: <http://www.peertopatent.org/wp-content/uploads/sites/2/2013/11/P2Panniversaryreport.pdf>

12. Brabham D. C. Crowdsourcing as a Model for Problem Solving. An Introduction and Cases. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 2010, vol. 14, no. 1, pp. 75–90.

13. Denning S. Peggy Noonan on Steve Jobs and Why Big Companies Die. *Forbes*, 2011, Nov. 19. Available at: <http://www.forbes.com/sites/stvedenning/2011/11/19/peggy-noonan-on-steve-jobs-and-why-big-companies-die>.

14. Ellis S. A History of Collaboration, a Future in Crowdsourcing: Positive Impacts of Cooperation on British Librarianship. *Libri*, 2014, vol. 64, issue 1, pp. 1–10.

15. Estellés-Arolas E., González-Ladrón-de-Guevara F. Towards an Integrated Crowdsourcing Definition. *Journal of Information Science*, 2012, vol. XX, no. X, pp. 1–14.

16. Howe J. The Rise of Crowdsourcing. *Wired Magazine*, 2006, June 14.

17. Khalili K., Azzizadeh F., Adhami A. Investigating the Relationship between Outsourcing and Performance Based on Balanced Score Card (Case Study Ilam Post Office). *AUTEX Research Journal*, 2004, vol. 4, no. 4, pp. 228–231.

18. La Vecchia G., Cisternino A. Collaborative Workforce, Business Process Crowdsourcing as an Alternative of BPO. In: Daniel F., Facca F.M. (eds.) *Current Trends in Web Engineering. Lecture Notes in Computer Science*, vol. 6385. Springer, Berlin, Heidelberg, 2010, pp. 425–430.

19. Lee T. Overvalued 'Unicorn' Startups Stumble as They Get Reality Check. *San Francisco Chronicle*, 2015, Nov. 18. Available at: <http://www.sfchronicle.com/business/article/Overvalued-unicorn-startups-stumble-as-they-6642219.php>.

20. Mazzola D., Distefano A. Crowdsourcing and the Participation Process for Problem Solving: The Case of BP. *Proc. of the VII Conference of the Italian Chapter of AIS "Information Technology and Innovation Trend in Organization"* (Napoles, Italy, 2010), pp. 1–8.

21. Perry M. *Fortune 500 Firms in 1955 vs. 2014; 89% Are Gone, and We're All Better off Because of that Dynamic 'Creative Destruction'*. American Enterprise Institute, 2014, Aug. 18.

22. Raymond E. *The Cathedral and the Bazaar: Musings on Linux and Open Source by an Accidental Revolutionary*. Sebastopol, CA: O'Reilly Media, 2001.

23. Tapscott D., Williams A. D. *Macrowikinomics: Rebooting Business and the World*. Portfolio, 2010.

24. Taraborelli D. *Seven Years after Nature, Pilot Study Compares Wikipedia Favorably to Other Encyclopedias in Three Languages*. Wikimedia, 2012, Aug. 2.

25. Whitla P. Crowdsourcing and Its Application in Marketing. *Contemporary Management Research*, 2009, vol. 5, no. 1, pp. 15–28.

26. Zemlin J. *Who Says You Can Make Money with Open Source?* Linux, 2011, June 30. Available at: <https://www.linux.com/news/featured-blogs/158;jim-zemlin/464045:who-says-you-cant-make-money-with-open-source>.

Contact Info:

Andrey V. Bakalenko, Postgraduate, Organiser
of Stanford US-Russia Forum
Phone: (499) 724-15-41
e-mail: andrey.bakalenko@gmail.com

*Institute of Economics of the Russian Academy
of Sciences*
32 Nakhimovskiy Ave., Moscow, Russia, 117218

Ссылка для цитирования: Бакаленко А. В. Эволюция представлений о краудсорсинге: мировой и российский опыт // Известия Уральского государственного экономического университета. 2018. Т. 19, № 2. С. 50–61. DOI: 10.29141/2073-1019-2018-19-2-4

For citation: Bakalenko A. V. Evolyutsiya predstavleniy o kraudorsinghe: mirovoy i rossiyskiy opyt [Conceptualization of crowdsourcing: The world and Russian experience]. *Izvestiya Uralskogo gosudarstvennogo ekonomicheskogo universiteta – Journal of the Ural State University of Economics*, 2018, vol. 19, no. 2, pp. 50–61. DOI: 10.29141/2073-1019-2018-19-2-4