

E.L. Grishina

ASSESSMENT OF PROMISING DIRECTIONS FOR APPLYING CROWDSOURCING AT NON-PROFIT ORGANIZATIONS

Ekaterina Grishina – assistant, the Department of Public Relations, St. Petersburg State Electrotechnical University “LETI”, St. Petersburg; e-mail: Ekaterina.spb2020@yandex.ru.

We look at practical aspects of using crowdsourcing at non-profit organizations from the point of view of the need to improve their performance concerning different social projects. Practical recommendations are based on the comparative analysis of crowdsourcing models in entrepreneurial structures and non-profit organizations in the context of modern management approaches.

Keywords: non-profit organizations; crowdsourcing; management of non-profit organizations in innovation economy; management methods and tools; managerial decisions.

Е.Л. Гришина

ОЦЕНКА ПЕРСПЕКТИВНЫХ НАПРАВЛЕНИЙ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КРАУДСОРСИНГА В НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

Екатерина Леонидовна Гришина – ассистент кафедры связей с общественностью, Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет «ЛЭТИ» им. В.И. Ульянова (Ленина), г. Санкт-Петербург; e-mail: Ekaterina.spb2020@yandex.ru.

В статье рассмотрены практические аспекты использования краудсорсинга в условиях некоммерческих организаций с точки зрения необходимости повышения эффективности их деятельности при реализации различных социальных проектов. Практические рекомендации формируются на основании проведенного сравнительного анализа моделей краудсорсинга в предпринимательских структурах и некоммерческих организациях в контексте подходов современного менеджмента.

Ключевые слова: некоммерческие организации; краудсорсинг; управление некоммерческими организациями в инновационной экономике; методы и инструменты управления; управленческие решения.

Расширение спектра современных информационных технологий и внедрение инноваций в организацию социально-экономической деятельности создает дополнительные условия для оптимизации развития не только исключительно предпринимательских структур коммерческого сектора, но и некоммерческих организаций. Среди наиболее эффективных современных инструментов и методов обеспечения эффективности любой организационно-экономической деятельности можно

отметить краудсорсинг как один из базовых элементов обеспечения цифровой экосистемы современной инновационной экономики, который позволяет усилить взаимодействие между всеми участниками рыночных отношений в режиме реального времени при одновременном снижении потенциальных транзакционных издержек.

Краудсорсинг как отдельная социально-экономическая категория современной науки стал активно использоваться в ор-

ганизации предпринимательской деятельности в начале 2000-х гг. и первоначально рассматривался, прежде всего, как управленческий инструмент, благодаря которому производитель мог обеспечить прямую связь с потребителем за счет возможности осуществления взаимодействия в рамках определенных цифровых сервисов или платформ. В основу такого рода взаимодействия был положен принцип необходимости учета персональных пожеланий и требований к продукции или услугам каждого конкретного потребителя, на основании которых могла быть изменена или диверсифицирована политика организации в различных областях: производственной, маркетинговой, сбытовой и т.д. С другой стороны, наличие обратной связи моментального характера обеспечивает повышение эффективности принятия соответствующих управленческих решений при одновременном снижении временных затрат [7].

В последующем краудсорсинг стал приобретать новые формы и механизмы обеспечения взаимодействия различных участников рынка, к числу наиболее востребованных из которых можно отнести:

- взаимодействие кадров управления организации с персоналом, особенно в условиях транснациональных компаний со сложной, комплексной организационной структурой и наличием большой филиальной сети, а также сетевых объединений и холдинговых структур, сформированных, в том числе с использованием принципов кластеризации и проектно-командной деятельности в контексте решения целого ряда организационных проблем. В данном случае наиболее распространенным вариантом использования краудсорсинга можно признать обеспечение обратной связи и выявление уровня удовлетворенности по целому ряду вопросов – от существующей организационной культуры до системы материального и нематериального стимулирования, принятой в организации. Кроме того, именно краудсорсинг может создать эффективную систему разработки и последующего внедрения внутренних рациональных предложений по оптимизации как производствен-

ной деятельности, так и организационной структуры и системы управления как во внутренней среде организации, так и относительно ее взаимодействия с внешним окружением в соответствии с заявленной миссией и целью деятельности [2];

- повышение эффективности выбора поставщиков и оптимизация их деятельности при решении ключевых вопросов формирования запасов различной категории и распределения готовой продукции в условиях необходимости соблюдения договорных отношений и принципов сбытовой политики;

- распределение ряда функций и направлений деятельности с возможностью привлечения сторонних участников в качестве внештатных исполнителей, в том числе в рамках конкурсных процедур и грантовой деятельности. В данном случае в качестве наиболее предпочтительных вариантов следует рассматривать поиск креативных идей и развитие творческого потенциала в условиях экономики впечатлений. В этом контексте весьма распространенным явлением становится поиск креативных решений по разработке дизайна упаковки или логотипа организации. В качестве примера, в данном случае, можно привести опыт компании бренда ручек BIC, который обратился к краудсорсинговой платформе «eYeка» с целью обновить визуальную презентацию бренда, чтобы привлечь более молодую аудиторию, и показать функциональность 4-цветной ручки. Конкурс разделили на два этапа: в первые 10 дней собирали идеи, затем дали 6 недель на создание видеоролика по отобранным направлениям. На первом этапе было собрано 110 идей из 27 стран, часть из которых – 84 видео от участников из 24 стран – была допущена ко второму этапу. Результатом краудсорсинговой кампании стали два видеоролика от креативщиков Ланы Бой (Lana Boy) из США и Сандры Лотерштайн (Sandra Loterstein) из Франции. Ролики опубликовали на YouTube. Оба видео в сумме посмотрели более 1 млн пользователей [4].

Однако краудсорсинг может быть эффективным инструментом не только исключительно для предпринимательских

структур, с точки зрения его использования для повышения эффективности ведения бизнес-процессов, но и некоммерческих организаций. По мнению автора, можно выделить следующие перспективные направления использования краудсорсинга в некоммерческих организациях в контексте стандартных моделей организации данного вида инновационной дея-

тельности (см. таблицу).

Как видно из представленной таблицы, использование краудсорсинга в некоммерческих организациях может расширить потенциальные возможности для реализации социальных проектов и повысить эффективность их деятельности с точки зрения конечного получателя услуг [3]. Вместе с тем, необходимо принимать

Перспективные направления использования краудсорсинга в некоммерческих организациях

Наименование модели краудсорсинга	Ключевые характеристики модели краудсорсинга (применительно к коммерческому сектору и предпринимательской деятельности)	Возможности использования модели краудсорсинга в секторе НКО
Crowd Wisdom	Сбор сведений, данных и мнений определенного числа респондентов относительно заявленной проблематики или обсуждаемого решения. При этом доступ к цифровому сервису может быть как общедоступным, так и ограниченным в рамках определенной категории выбранных пользователей. Активно используется в коммерческом секторе и представляет собой инновационное обеспечение реализации принципов широко известного управленческого метода «мозговой атаки»	<ul style="list-style-type: none"> - возможность ранжирования социальных проектов и временной последовательности их исполнения в рамках как отдельной НКО, так и на государственном уровне; - выбор символики, логотипа и т.д. отдельной НКО или общественной ассоциации; - реализация научных исследований и авторских идей в контексте реализации научной и образовательной политики государства или региона
Crowd Creation	Реализуется посредством участия контактной аудитории в разработке и принятии решений относительно отдельных видов товаров и услуг как совершенно новых, так и существующих, но требующих определенной модернизации по ряду направлений (физические свойства, дизайн, упаковка, рекламная деятельность и т.д.)	<ul style="list-style-type: none"> - формирование новых подходов к организации волонтерской деятельности, в том числе создание графических и видеоматериалов как по итогам проведенных акций, так и по планируемым мероприятиям; - поиск новых моделей, форм и механизмов организации социальной поддержки населения, в том числе возможность осуществления визуального контроля за деятельностью участников НКО
Crowd Voting	Возможность ранжирования и системной оценки, в том числе скрытого характера с точки зрения приоритета определенного выбора действий (просмотра в интернете, оценке контента в социальных сетях и т.д.), управленческих решений той или иной организации. В определенной степени может быть соотнесено с другим активно используемым методом современного менеджмента – экспертной оценкой. Вместе с тем, актуальным остается вопрос уровня компетентности и профессионализма респондентов, принимающих участие в оценке	<ul style="list-style-type: none"> - использование системы внешних экспертных оценок при проведении конкурсов среди НКО как на региональном, так и федеральном уровне; - учет внешних экспертных оценок при распределении грантов и организации других способов финансирования деятельности современных НКО на основании достигнутых результатов и мнений контактных групп

Crowdfunding	Наиболее распространённая модель краудсорсинга, предполагающая сбор определенных средств на реализации проектов, прежде всего в условиях креативных индустрий и экономики впечатлений. Активно используется именно в проектной деятельности, т.к. предполагает ограниченные сроки как сбора финансовой помощи, так и реализации самого проекта. При этом важным вопросом остается обеспечение прозрачности проведения операций по расходованию собранных пожертвований	- финансирование благотворительной деятельности по различным направлениям социального характера; - сбор средств на организацию волонтерской деятельности; - финансовая поддержка определенных общественных институтов (образовательных организаций, научно-просветительских проектов и т.д.)
--------------	--	--

Источник: сост. автором на основе [1; 5; 6].

во внимание целый ряд организационно-технологических барьеров, которые могут препятствовать реализации подобного рода инициатив. Среди таковых необходимо отметить: несовершенство нормативно-правового обеспечения, легализующего процедуры краудсорсинга, необходимость осуществления первоначальных инвестиционных вложений в развитие цифровых сервисов и платформ краудсорсинга, дополнительные требования к обеспечению безопасности данных участников краудсорсинговых процедур и т.д.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Болтенков И.А., Чанчиков А.А.* Краудсорсинг как способ управления общественно значимыми проектами // Горизонты развития проектного управления: теория и практика: материалы II Международ. науч.-практ. конф. / редколл.: С.М. Нечаева [и др.]. М., 2021. С. 287–289.

2. *Гасюк В.А.* Краудсорсинг как современный управленческий инструмент мобилизации кадровых ресурсов организации // Современные исследования проблем управления кадровыми ресурсами: сб. научных статей III Международ. науч.-практ. конф. М., 2018. С. 41–48.

3. *Доможирова О.В., Петрова Е.А.* Краудсорсинг как способ оптимизации функционирования предприятий // Белгородский экономический вестник. 2020. № 1 (97). С. 23–29.

4. Информационные материалы о примерах использования краудсорсинга // Vector: [сайт]. URL: <https://vctr.media/kak-rabotaet-kraudsorsing-idej-6-kejsov-mirovykh-brendov-11911/> (дата обращения: 24.06.2021).

5. *Карибджанов Ч.Е.* Краудсорсинг – инновационный инструмент управления // Вестник университета Туран. 2018. № 3 (79). С. 175–178.

6. *Левшина О.Н., Гусейнова Н.Э.* Краудсорсинг как инструмент повышения эффективности инновационной политики предприятия сервиса // XXII Царскосельские чтения: материалы Международ. науч. конф. СПб., 2018. С. 35–38.

7. *Медведева А.А., Сазонова Я.А., Орлова М.В.* Краудсорсинг как инструмент управления потребительским опытом // Реформы в России и проблемы управления: материалы 33-й Всерос. науч. конф. молодых ученых. М.: Изд-во Государственного университета управления, 2018. С. 124–127.