Борис НИКОЛАЕНКО



Краудсорсинг на службе Правительства Москвы

Органы власти заинтересованы в том, чтобы принимаемые законы выполнялись, а для этого необходимо их признание населением как легитимных. Иными словами, людям должен быть ясен смысл предлагаемых изменений или ограничений, видна их социальная значимость.

Руководство страны понимает важность обратной связи. Так, на Петербургском международном экономическом форуме в 2012 г. Президент В.В. Путин заявил, что "любая законодательная инициатива, которая наберет больше 100 тысяч авторизованных подписей в Интернете, должна быть рассмотрена в парламенте"*. На уровне субъектов Федерации тоже существуют подобные правила. В Москве, например, вот уже 10 лет действует закон, по которому инициативная группа из 50 человек может внести в Мосгордуму законопроект, если соберет под ним 50 000 подписей. Однако закон существенно ограничивает тематику инициатив и практически не работает. Как отмечает председатель Мосгордумы Владимир Платонов, законопроекты по такой схеме когда-то вносились, но ни один не был принят. Авторы не предусматривали механизмов реализации своих инициатив, которые, как правило, носили популистский характер.

Правительство Москвы решило искать новые механизмы для обеспечения полноценного диалога с обществом для выработки наиболее оптимальных решений, поддержанных (а в некоторых случаях даже подсказанных) населением. Руководством Департамента науки, промышленной политики и предпринимательства Правительства Москвы было принято решение опробовать в качестве эксперимента технологию краудсорсинга.

Слово краудсорсинг состоит из двух слов английских слов: crowd – толпа и outsourcing – использование внешнего источника/ресурса. Термин впервые был введён писателем Джеффом Хау (Jeff Howe) и редактором журнала Wired Марком Робинсоном (Mark Robinson) в 2006 г. Авторы описывали новое явление, когда обычные люди, не будучи экспертами или сотрудниками компаний, участвуют в выработке решений для корпораций: «...происходящее напоминает "аутсорсинг" целой толпе (outsourcing to the crowd)...» [Хау, 2012]. Из этой фразы быстро родился термин «краудсорсинг».

При краудсорсинге организация ставит задачу перед онлайн сообществом. Желающие публикуют свои решения, а лучшие идеи выбираются голосованием. Победитель получает награду от компании, а та, в свою очередь, становится обладателем прав на предложенные решения [Хау, 2012].

Основное отличие краудсорсинга от аутсорсинга в том, что при аутсорсинге компания использует профессионалов, работающих в другой кампании, и платит им деньги. При краудсорсинге вознаграждение получают только люди, предложившие лучшие идеи, остальные не получают ничего, кроме удовольствия от работы. Участвовать в краудсорсинге может кто угодно, имея любой профессиональный опыт [Smith, 1994].

Что же движет людьми, предлагающими свои идеи? Ведь полноценное участие в проекте отнимает личное время и требует довольно больших умственных усилий. Главный мотив – возможность отдельного человека оказывать влияние на решение значимых проблем, быть соучастником их преодоления [Surowiecki, 2004]. Кроме того, можно достаточно быстро заслужить авторитет и обрасти связями, которые могут пригодиться в будущем. Успешные участники проектов нередко получают предложения о работе как от своих «коллег» по проекту, так и от компании, которая организовала конкурс.

* Vedomosti.ru, 07.02.2012г. http://www.vedomosti.ru

Борис НИКОЛАЕНКО, начальник отдела маркетинга ГБУ «Малый бизнес Москвы» (123100, г. Москва, Шмитовский пр-д, д.2, стр.1), магистрант МИГСУ РАНХиГС. E-mail:nikolaenkoboris@gmail.com

Аннотация: В статье отражены история происхождения краудсорсинга, а также процесс и результаты его применения для решения вопросов, стоящих перед ГБУ «Малый бизнес Москвы». Краудсорсинг позволяет привлекать к решению задач людей с разным профессиональным опытом, раскрыть за счет возможностей Интернета потенциал коллективного знания. Автор рассматривает требуемые условия для успешной реализации проекта, а также возможные риски. Результаты проекта позволяют рекомендовать его как способ решения сложных проблем, имеющих общественное значение, и как способ повышения легитимации принимаемых законопроектов.

Ключевые слова: коллективный разум; краудсорсинг; мудрость толп; фасилитаторы.

Современный краудсорсинг стал возможен благодаря Интернету, который позволяет создать среду для *умной толпы*, как назвал ее писатель Джеймс Суровики (James Surowiecki). В книге «Мудрость толп» ("The wisdom of the crowds") он утверждает, что «при правильных обстоятельствах группы невероятно умны и часто умнее, чем самые умные люди в группах по отдельности» [Surowiecki, 2004].

Интернет дает возможность каждому разработать свою собственную идею и вынести ее на обсуждение толпе, которая, в свою очередь, легко сможет отделить хорошие идеи от плохих. Скорость, широта охвата, анонимность, интерактивность, возможность работы с любым контентом – все это преимущества краудсорсинга в Интернете. Возможность прокомментировать соображение, высказанное другим пользователем, независимо от времени фактического пребывания людей у своих компьютеров, создает формат диалога. К тому же общение на краудсорсинговых площадках происходит в рабочем режиме, не превращаясь в бессмысленные состязания в остроумии, что характерно для обсуждений в формате обычных форумов. «Поддержанию порядка» способствуют «фасилитаторы», которые не только выступают модераторами дискуссии, но и направляют ее в нужное русло. Они отсекают людей, оскорбляющих других и координируют проект во времени [Кейнер, Линд, Толди, Фиск, Бергер, 2013. С. 344].

Идея краудсорсинга не нова. Еще в 1714 г. правительство Великобритании объявило конкурс на создание устройства, позволяющего определять долготу (The Longitude Prize). Задача казалась настолько неразрешимой, что победителю обещали приз в 20 000 фунтов стерлингов (3,5 млн долл. в современном эквиваленте). Награду получил Джон Гаррисон (John Harrison) в 1765 за изобретение морского хронометра. Еще одним примером является составление Оксфордского словаря.

В современном мире краудсорсингом пользуются как частные корпорации, так и государственные структуры. Так, с 2008 по 2009 г. Федеральная транспортная администрация США (FTA) использовала данную технологию для дизайна автобусных остановок в Солт-Лейк-Сити в проекте Next StopDesign*. Еще один известный пример краудсорсинга – проект службы по патентам и торговым маркам США (U.S. Patent and Trademark Office). В нем людей просят проводить работу по поиску ранее существующих патентов, а также оценивать их схожесть со вновь регистрируемыми. Проект получил название Peerto Patent**.

В России тоже есть успешные примеры использования краудсорсинга частными копаниями. Так, Сбербанк проводил проект по способам уменьшения очередей в своих отделениях, РЖД определяло уровень качества обслуживания на вокзалах, а Росатом искал молодых специалистов***.

Актуальность данной технологии признал и Президент России В.В. Путин. Выступая на обучающем семинаре для мэров российских городов, посвящённом вопросам внутренней политики и современным принципам эффективного управления, он коснулся темы применения краудсорсинга для решения административных и государственных задач: «Задействуйте механизмы коллективного отбора оптимальных решений... Это действительно эффективные вещи. Вы знаете, когда используя современные технологии, размещаете ту или иную задачу с предложением к людям найти решение, могут поступить совершенно неожиданные варианты, тысячи вариантов, из которых можно выбрать оптимальные. Такая практика достаточно эффективно в мире применяется. Почему у нас её не применить? Конечно, это можно и нужно делать»****.

Эксперимент по внедрению технологий краудсорсинга было решено проводить на базе сайта государственного бюджетного учреждения «Малый бизнес Москвы», подведомственного Департаменту науки, промышленной политики и предпринимательства Правительства Москвы. Оно было создано 18 апреля 2012 г. с целью осуществления мер по поддержке субъектов малого и среднего предпринимательства в соответствии с распоряжением Правительства Москвы №105ПП от 7 марта 2012 г.

В качестве пилотных проектов для обсуждения на платформе сайта были выбраны следующие темы: «Услуги ГБУ "Малый бизнес Москвы": реальность и перспективы», «Аренда и приватизация нежилых помещений у Правительства Москвы», «Концепция образовательной поддержки предпринимателей 2013–2016 гг. ».

Вынося на обсуждение тему по услугам для малого бизнеса, учреждение хотело проверить актуальность уже существующих мер поддержки, качество работы сотрудников подразделений, а также получить предложения от предпринимателей по новым мерам поддержки. Поскольку предполагалось, что предприниматели знают лишь об отдельных направлениях работы, одна из целей состояла в том, чтобы показать весь спектр мер поддержки малого и среднего бизнеса.

Тематика аренды и покупки помещений у города была выбрана в связи с низкой активностью предпринимателей в этой сфере. В ГБУ «Малый бизнес Москвы» обратился Департамент по конкурентной политике с просьбой провести опрос среди предпринимателей о причинах их нежелания участвовать в торгах. В рамках данного обсуждения планировалось не только обсудить сам закон №66 «О приватизации государственного имущества города Москвы», но и существующий порядок его реализации по продаже и аренде помещений через аукционы.

Обсуждение концепции образовательной поддержки совпало по времени с дискуссией на эту тему в Департаменте науки, промышленной политики и предпринимательства Правительства Москвы. Перед утверждением концепции было важно узнать, что думают о ней предприниматели.

---

* http://dbrabham.wordpress.com/crowdsourcing/next-stop-design/

** ttp://peertopatent.org/

*** http://witology.com/clients_n_projects

**** http://kremlin.ru/news/19480#sel=32:21,33:48

Сегодня в России краудсорсинговые проекты реализуют только две компании – Witology и Wikivote. Было принято решение остановиться на Wikivote из-за бюджетных ограничений проекта.

В задачи данной компании входит создание платформы в сети Интернет, разбивка задачи на этапы, упрощение контента, а также предоставление фасилитаторов на проект. Закон не выкладывается целиком, а разбивается на разделы, которые могут быть интересны для обсуждения и просты для понимания. Платформа ГБУ «Малый бизнес Москвы» располагается по адресу http://dialog.mbm.ru/

Для обсуждения всех трех проектов участникам был выделен месяц с 14 октября по 14 ноября 2013 г. В качестве призов за лучшие идеи и активную работу на площадке были предложены ноутбук Mac Book Air, планшет Apple iPad и, как главный приз – встреча с министром Правительства Москвы, руководителем Департамента науки промышленной политики и предпринимательства А.Г. Комиссаровым для обсуждения своих идей.

Для привлечения аудитории к участию в проекте на начальном этапе необходима полномасштабная рекламная кампания. Она была спланирована таким образом, чтобы использовать как обычные PR-механизмы (пресс-релизы и новостные выпуски), так и альтернативные возможности (организация мероприятий, социальные сети) для того, чтобы донести информацию до разных групп аудиторий.

За счет рекламной кампании и эффекта «сарафанного радио» удалось привлечь приемлемую аудиторию. К сайту площадки был прикреплен модуль Google Analytics. По полученным данным, за месяц работы площадки ее посетило 5233 человека, из них зарегистрировались и работали более 300 человек. Результатами коллективной работы явились 318 идей, 955 комментариев, 1720 голосов за идеи, обнаружено 20 проблем закона, разработаны 11 версий закона.

Дополнительным эффектом работы площадки стали отзывы предпринимателей о том, что власть начала прислушиваться к ним. Фасилитаторы переводили энергию «выпускания пара» по поводу некоторых решений городских властей в конструктивное русло, и критика преобразовывалась в реальные, интересные, полезные предложения и решения. Всех захватила возможность повлиять на политику города в сфере предпринимательства. Многие участники обсуждения, как и ожидалось, были удивлены разнообразием мер поддержки предпринимателей, а порой и самим существованием ГБУ «Малый бизнес Москвы». Таким образом, привлечение предпринимателей на площадку позволило сэкономить средства, выделяемые на рекламу для этой части аудитории. Следствием проекта стал более высокий рейтинг Департамента науки, промышленной политики и предпринимательства.

Технология оказалась удобной и для руководителей города: самые популярные мнения будут переданы им в виде отчета. Это тем более актуально в связи с тем, что в закон № 66 «О приватизации государственного имущества города Москвы» планируется внести дополнения. Высказанные в ходе проекта мнения и 11 предложенных участниками версий закона могут быть учтены, что, в конечном счете, создаст более представительную поддержку новой версии закона.

Успех пилотной серии проектов убеждает в необходимости продолжать работу площадки. Истинным результатом совместной работы власти и предпринимательского сообщества станет законодательное закрепление наиболее актуальных и содержательных предложений предпринимателей, их практическая реализация. Тогда расширится и круг вопросов, по которому возможно выработать консолидированное мнение.

Литература

Хау Дж.. Краудсорсинг: коллективный разум как инструмент развития бизнеса. Москва, Альпина Паблишер, 2012.

Кейнер С., Линд Л., Толди К., Фиск С., Бергер Д. Руководство фасилитатора. Как привести группу к принятию совместного решения. Альпина Паблишер, 2013.

Smith J.B. Collective Intelligence in Computer-Based Collaboration. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 1994.

Surowiecki J. M. The Wisdom of Crowds: Why the Many Are Smarter Than the Few and How Collective Wisdom Shapes Business, Economies, Societies and Nations. Little, Brown, 2004.

CROWDSOURCING ON SERVICE OF MOSCOW CITY GOVERNMENT

Boris Nikolayenko – head of marketing department of State budgetary organization «Small business of Moscow» (123100, Moscow, Shmitkovsky proezd, b. 2, case 1). E-mail: nikolaenkoboris@gmail.com

Summary: This article introduces crowdsourcing-online, distributed problem solving, both its historical grounding and exemplar case of using it to solve problems facing by the SFO Small Business of Moscow. Crowdsourcing allows to attract people with different professional backgrounds. With the possibilities of the Web it became possible to use "wisdom of crowds". This article also explores conditions needed for the successful project and ricks that should be considered. Results of the project allow to offer it as an useful tool for solving public problems and legitimizing upcoming laws.
Keywords: collective intelligence; crowdsourcing; wisdom of crowds; facilitators.

Reference

Khau Dzheff. Kraudsorsing: kollektivnyi razum kak instrument razvitiia biznesa. [Howe Jeff. Crowdsourcing: Why the Power of the Crowd Is Driving the Future of Business], Moscow, Al'pina publ., 2012.

Keiner S, Lind L., Toldi K., Fisk S., Berger D. Rukovodstvo fasilitatora. Kak privesti gruppu k priniatiiu sovmestnogo resheniia [Kaner S. with Lind, L., Toldi, C., Fisk, S. and Berger, D. Facilitator's Guide to Participatory Decision-Making, (2007) Jossey-Bass]. Al'pina publ., 2013.

Smith J.B. Collective Intelligencein Computer-Based Collaboration. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 1994.

Surowiecki J. M. The Wisdom of Crowds: Why the many are smarter than the few and how collective wisdom shapes business. Economies, Societies and Nations. Little, Brown, 2004.