

**Краудсорсинг и краудфандинг: инновационные социальные технологии
развития гражданского общества**

Рогова Анна Владимировна

Аспирант

*Белгородский государственный университет, Институт государственного и
муниципального управления, Белгород, Россия*

E-mail: rogovaanna@mail.ru

Одним из самых актуальных вопросов развития гражданского общества является поиск и использование качественно новых социальных технологий. К их числу относятся: краудсорсинг, как быстро развивающееся и эффективное средство достижения целей, путем взаимодействия усилий по схеме «общество-государство», и краудфандинг, как коллективное сотрудничество людей, которые добровольно объединяют свои деньги и иные ресурсы вместе через интернет для развития региона.

Применение данных инноваций государственного менеджмента обусловлено объективным усложнением и удорожанием процессов регионального управления и одновременно усилением их роли в жизнедеятельности населения. Сегодня и в прогнозируемом будущем невозможно упорядочить управленческую деятельность и систему государственного контроля без разработки и освоения современных технологий по всем важнейшим аспектам его организации и функционирования. При этом речь идет не о придании новых наименований старым, бюрократическим процедурам и операциям, а о качественно новом осмыслении.

Активное внедрение в управление гражданским обществом технологии краудсорсинга связано с развитием современных информационных и коммуникационных технологий, социальных сетей и различных диалоговых интернет-площадок. Краудсорсинг позволяет органам публичной власти принимать более эффективные управленческие решения с учетом мнений, требований, предложений населения (городов, области, страны) через привлечение к решению затрагивающих его интересы задач путем предоставления возможности высказывать предложения, обсуждать и оценивать эти предложения [1, 15].

В региональном управлении под краудсорсингом (crowdsourcing, crowd - «толпа» и sourcing – «использование ресурсов») понимается передача определенных производственных функции неопределенному кругу, координирующих при этом свою деятельность с помощью информационных технологий. Главная идея краудсорсинга заключается в том, чтобы необходимую работу исполняли не профессионалы, а любители. То есть целью данной технологии является использование потенциала большего количества людей для решения различных задач [2, 28].

Основой краудсорсинговых проектов, являются талантливые люди, которые готовы добровольно потратить свое время на обсуждение глобальных вопросов региона, которые не столько стремятся заработать денег, сколько получить моральное удовлетворение от своей деятельности.

Можно выделить следующие преимущества краудсорсинга:

1. Масштабируемость. Доступ к результатам труда практически не ограниченной аудитории позволяет быстро создать глобальный продукт в регионе.

2. Таланты. Одно из главных преимуществ краудсорсинга – привлечение талантливых людей по всему миру, что в итоге дает новые идеи и положительный результат.

3. Компетентность. Краудсорсинг гарантирует то, что каждый будет заниматься своим делом, а значит, задания будут выполняться людьми с соответствующей деловой квалификацией.

4. Простота внедрения. Реализация краудсорсинговых задач очень проста в использовании, обычно с помощью сайта или социальных сетей.

5. Незначительные затраты. Это недорогой инструмент развития региона, поскольку всю необходимую работу делают неоплачиваемые или малооплачиваемые профессионалы-любители.

Относительно новым методом финансирования проектов при помощи Интернета выступает следующая инновационная социальная технология, которая носит название «краудфандинг» [3, 75].

После удачных воплощений в области некоммерческих культурных и социальных проектов краудфандинг набирает свою силу и в сфере финансирования стартапов. Социальные сети позволяют создавать контент, распространять его и, конечно, обсуждать, минуя тем самым цепь привычных посредников.

В государственном менеджменте под краудфандингом (crowdfunding, crowd – «толпа» и funding – «финансирование») понимается коллективное сотрудничество людей, которые добровольно объединяют свои деньги и ресурсы вместе через интернет, чтобы поддержать усилия других людей или организаций [4, 19].

Главная идея краудфандинга заключается в том, чтобы необходимую работу исполняли не профессионалы, а любители. То есть целью данной технологии является использование потенциала большего количества людей для решения задач финансирования [5, 37].

Краудфандинг можно разделить по следующим категориям:

- по целям краудфандингового проекта: бизнес проект, креативный, политический, социальный проект;

- по цели для инвестора: пожертвование, не финансовое вознаграждение, финансовое вознаграждение, возвращение долга.

Ключевыми преимуществами и целями Краудфандинга являются:

1. Демократизация процесса поддержки искусства и культуры, а также генерирование дополнительного дохода для индустрии развлечений;

2. Поддержка инновационных решений и стартапов, что в том числе позволит традиционным посредникам находить успешных и талантливых людей;

3. Создание прозрачного и эффективного механизма для народного финансирования проектов.

Таким образом, широкое применение в государственном менеджменте инновационных социальных технологий, таких как краудсорсинг и краудфандинг, позволяет максимально задействовать преимущества информационно-коммуникативных ресурсов, повысить открытость работы, обеспечить прозрачность деятельности государственных органов, объединить население вокруг общих целей, создать условия для проявления общественной инициативы, а также сформировать инструменты обратной связи с активными гражданами, которые готовы и способны внести свой вклад в развитие гражданского общества в условиях кризиса.

Литература

1. 1. Анохин, А.Н. Краудсорсинг в государственном управлении зарубежных
2. стран и России // Государственная служба. – 2010. – №2.
3. 2. Иванов, В. Н. Инновационные социальные технологии государственного и муниципального управления. М.: Изд-во «Экономика», 2008. – 326 с.
4. 3. Дорофеев, Н. В. Регионы осваивают новые управленческие технологии// Российская Федерация сегодня. – 2012. – №12.
5. 4. Хау, Джефф. Краудсорсинг. Коллективный разум как инструмент развития бизнеса. — М.: «Альпина Паблишер», 2012. — 288 с.
6. 5. Howe, J. Crowdsourcing: Why the Power of the Crowd Is Driving the Future of Business. New York : Crown Business, 2008.