

УДК 338:465

Даньшина Ю. В.

Університет таможенного дела и финансов

Бритченко И. Г.

Государственное высшее учебное заведение имени С. Тарновского  
(г. Тарнобжег, Польша)ИНФОРМАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ТЕХНОЛОГИЯ КРАУДСОРСИНГА КАК ТЕХНОЛОГИЯ  
ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В СИСТЕМЕ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ АДМИНИСТРАТИВНЫХ УСЛУГ

В статье исследованы научно-теоретические подходы к технологии краудсорсинга, а также предложена гипотеза эволюции. Раскрыта суть содержания краудсорсинга как информационно-управленческой технологии, с помощью которой можно реализовать паритетное взаимодействие граждан с органами государственного управления, на основе чего предложено применение технологии краудсорсинга в системе предоставления административных услуг.

**Ключевые слова:** технология, управление, краудсорсинг, электронизация, участие в государственном управлении.

**Постановка проблемы.** Необходимость оперативного реагирования на запросы общественности и удовлетворение их интересов приводят к поиску инновационных и эффективных технологий для взаимодействия и формирования истинно субъект-субъектных отношений в системе предоставления административных услуг.

В современных условиях электронизации происходит трансформация системы предоставления административных услуг в электронный вид, как следствие, понятие «взаимодействие» наполняется новым содержанием, результатом чего становится наделение субъекта обращения функциями субъекта предоставления административных услуг.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Внедрению информационно-управленческой технологии краудсорсинга в различных сферах жизнедеятельности человека посвящены труды отечественных исследователей, в частности работы В. Голка, А. Косенко, А. Марьина, А. Марченко, А. Нищенко. Среди зарубежных ученых этот вопрос рассматривали Дж. Хау, Л. Фон Ан, А. Жабин и другие.

А. Марченко в исследованиях краудсорсинга раскрывает его суть в мобилизации интеллектуальных и финансовых ресурсов через социальные сети и интернет-коммуникацию. Исследователь выделяет и обосновывает интеллектуальный краудсорсинг, который способствует преодолению социально-экономических, политических, культурных ограничений к знаниям. Краудсорсинг характеризуется исследователем как «ресурсомобилизируемая технология» [14, с. 18], а интеллектуальный краудсорсинг, по ее мнению, «позволяет оптимально сочетать и использовать ресурсы знаний участников интеллектуального сотрудничества в социальных сетях, добиваться положительного синергетического эффекта интеграции знаний» [14, с. 19].

Т. Нестик анализирует возможности краудсорсинга при прогнозировании будущего и выработке решений. Он выделяет типы краудсорсинга, рассматривает его психологические особенности в сравнении с другими методами управления знаниями [16].

Ряд исследований направлен на определение возможностей применения технологии краудсорсинга в законодательной деятельности. Так, Л. Самородова-Богацкая на примере Швейцарии рассматривает краудсорсинг как предварительный этап обсуждения проблематики, которая выносится на референдум [18].

Применение и результативность краудсорсинга исследовала Т. Аитамурто в труде «Краудсорсинг

для демократии: новая эра в принятии политических решений» [2]. В своем исследовании она приводит примеры использования краудсорсинга в политике различных стран, акцентируя внимание на том, что краудсорсинг не является эквивалентом демократии, но может использоваться как часть демократии.

А. Мухаев рассматривает краудсорсинг как механизм обеспечения честности и прозрачности выборов [15]. О. Попова изучает опыт американских избирательных кампаний в части применения краудсорсинга и возможности его адаптации в странах постсоветского пространства [17].

Л. Хайрутдинов первым исследует технологию антикоррупционного краудсорсинга [21].

А. Чальцев и А. Хомяк рассматривают краудсорсинг как практическую форму публичной политики [22; 23]. Учеными рассмотрены процессы применения краудсорсинга в публичной политике США и стран Западной Европы, а также проанализировано влияние применения онлайн-общества на видоизменения в публичной политике. Они аргументируют повышение уровня взаимодействия общества с государством благодаря краудсорсинговым технологиям.

П. Фельдман исследует проблемы становления и развития краудсорсинга как института электронной демократии, а также как форму политического участия, которая «осуществляется на виртуальной платформе в сети Интернет» [20, с. 21].

Л. Бадьин и С. Миньков выделяют основные типы краудсорсинговых стратегий [11, с. 64-65]. Ученые рассматривают краудсорсинг как синергию интернет-сообществ и акцентируют внимание на многочисленных недостатках краудсорсинга, связанных с информационным «шумом».

**Выделение нерешенных ранее частей общей проблемы.** Современное состояние системы предоставления административных услуг вполне позволяет реализовать вовлечение активных граждан, представителей гражданского общества, в процессы государственного управления, а также усилить их влияние на принятие управленческих решений. Система предоставления административных услуг имеет определенную информационно-технологическую инфраструктуру, которая может выступить площадкой для конструктивного, открытого, а самое главное, паритетного диалога между субъектами системы. Однако для организации активных граждан необходимо прибегнуть к современным информационно-управленческим технологиям, одной из которых является краудсорсинг.

**Цель статьи** заключается в изучении технологии краудсорсинга, определении понятия и теоретическом осмыслении внедрения и адаптации информационно-управленческой технологии для реализации взаимодействия между гражданским обществом и органами государственного управления.

**Изложение основного материала исследования.**

В мировой практике краудсорсинг сравнительно недавно распространился и зарекомендовал себя в государственном секторе, поэтому есть необходимость теоретического осмысления возможности адаптации этой технологии в украинские реалии государственного управления, что актуализирует наш исследовательский интерес.

Фактически краудсорсинг является технологией привлечения и организации людей, деятельность которых направлена на решение проблем различного характера, как правило, при помощи ИКТ, основана на бесплатном использовании их знаний и опыта для достижения определенных результатов и личного удовлетворения или общественного признания.

При изучении краудсорсинга мы опирались на экономические, социологические, психологические исследования, а также на исследования государственного управления науки. Следует отметить, что в плоскости отечественной экономической науки исследования технологии краудсорсинга единичны.

Прежде всего обратим внимание на то, что краудсорсинг первично находился в плоскости экономических наук и рассматривался как способ поиска инновационных бизнес-проектов. Одновременно с появлением первых краудсорсинговых проектов возникла необходимость нормативно-правовой регламентации коллективного сотрудничества и защиты идей авторским правом, соответственно, краудсорсинг стал объектом научного анализа юридической науки. Позже краудсорсинг стали рассматривать как объект социально-гуманитарных наук, поскольку эта технология оказалась адаптивной для привлечения различных ресурсов для совместной реализации проектов и решения определенных проблем.

Идеи краудсорсинга стали набирать обороты задолго до появления самого термина. Особое распространение они получили в решении сложных научных задач, которые не подвластны информационным технологиям, а требуют сверхвычислительной мощности. Зато современные возможности IT-ученых позволяют реализовать «коллективный разум». Один из самых известных проектов представляют распределенные вычисления, осуществляющие моделирование свертывания молекул белка, критически важного для изучения таких болезней, как, в частности, рак, синдром Альцгеймера, синдром Паркинсона, склероз. Количество процессоров, входящих в этот проект, превышает 350 тысяч [4].

Впервые для опредмечивания этих процессов в 2003 году таким ученым, как Л. Фон Ан, был предложен термин «человеческие вычисления», суть которого составляло оперирование возможностями человека для выполнения вычислительных задач, неподвластных компьютеру [1].

В 2004 году вышла книга «Мудрость толпы» Дж. Шуровески, в которой автор аргументировал поиск решения какой-либо проблемы с привлечением знаний многих людей. По словам автора, такая методика является более эффективной, нежели использование этих же умов раздельно. Также автор акцентировал внимание на том, что толпа может быть умной при соблюдении ряда

условий: во-первых, толпа должна быть разнообразной (состоять из независимых друг от друга людей); во-вторых, толпа должна быть децентрализованной; в третьих, толпа должна иметь возможность выразить свое мнение в единый вердикт.

В 2006 году журналистом, писателем и редактором журнала «Wired» Дж. Хоу впервые предложено понятие «краудсорсинг» в статье «Восход краудсорсинга», что дословно в переводе с английского языка обозначает «использование ресурсов толпы». Автор считает, что краудсорсинг «является актом компании или учреждения по передаче некоторой функции, ранее выполнявшейся своими сотрудниками, внешнему исполнителю, являющемуся неопределенным (и обычно весьма многочисленным) множеством людей в сети, в форме открытого призыва <...> Важной предпосылкой является использование формата открытого обращения к обширной сети потенциальных исполнителей» [6].

В другой своей работе «Краудсорсинг. Коллективный разум как инструмент развития бизнеса» Дж. Хау описывает идеи возникновения краудсорсинга, связывая их с программистами, которые работали над созданием операционной системы «Linux», которая была основана на открытом коде [12]. Для своего развития система «Linux» требовала труда многих программистов, но ограниченность в финансовых средствах вдохновила создателей системы взять на работу любителей и энтузиастов, которые согласились работать за идею.

Идею краудсорсинга подхватили представители управленческих и экономических наук. Д. Брэдхэм начал использовать краудсорсинг как инструмент решения коммуникационных проблем, используя возможности Интернета.

В зависимости от задачи краудсорсинга средства для ее решения могут проявляться в виде инструментов концепции «prosumer». Этого подхода придерживается С. Федонюк, считая, что краудсорсинг является проявлением просьюмеризма, то есть профессиональный потребитель или производитель-потребитель – это лицо, являющееся одновременно производителем и потребителем, что позволяет говорить о профессиональной и продукционной активности потребителей [19, с. 318].

В экономическом смысле термин «просьюмер» введен Э. Тоффлер в книге «Третья волна» (1980 год) и представляет человека, который с альтруизмом производит нужные ему продукты. Т. Крайникова указывает на причины возникновения просьюмеризма в труде «Демократизация и укрепление институтов гражданского общества» [13, с. 227]. Просьюмеризм используется для привлечения человеческих ресурсов на взаимовыгодной основе и основывается как на экономической мотивации потребителя, так и на возможности компенсации вследствие реализации собственных интеллектуальных и креативных способностей. На основе просьюмеризма создается организация участия в социально-экономических системах.

В системе предоставления административных услуг просьюмеры (субъекты обращения или просто граждане) являются компетентными и мотивированными сопроцедентами государственно-управленческих решений.

Технологический подход к просьюмеризму предполагает использование как универсальных средств электронной коммуникации, так и специализированных систем. Ведомыми проектами на основе просьюмеризма считаются финская утилитарная система «Open Ministry», обеспечивающая

гражданам и неправительственным организациям технологическую поддержку в качестве онлайн-сервисов для совместной работы, обмена и подписания петиционных инициатив; эстонский портал "Osale.ee", посредством которого каждый гражданин может сообщить о своих идеях или поддержать уже выдвинутые идеи по государственному управлению и прочее.

Ф. Климанн [7] считает, что краудсорсинг – это разновидность аутсорсинга, то есть инструмента управления организации, направленного на повышение эффективности деятельности, который предусматривает заключение контракта между заказчиком и поставщиком (аутсорсером) с целью выполнения последним как основных, так и второстепенных функций заказчика за определенную плату, что приводит к реорганизации и оптимизации деятельности, а при необходимости привлечение временного персонала.

Если обратиться к истокам идеи краудсорсинга, то можно увидеть, что корнями она уходит в ремесленный период, начиная свою эволюцию от селфсорсинга (рис. 1). То есть в течение многих лет существования сорсинга он трансформировался в различные формы, тем самым соответствуя духу современности.

В ремесленный период производство, управление, контроль, оценивание и совершенствование своей деятельности, товаров либо услуг были сконцентрированы в одних руках. Различные формы разделения труда отделили процесс контроля от рабочего процесса и позволили сформироваться такому виду сорсинга, как инсорсинг. Значительное увеличение объемов производства в индустриальный период обусловило необходимость привлечения внешних специалистов аудита, поскольку штатных специалистов было недостаточно для представления объективной ситуации и выявления первопричинных проблем. Косорсинг – способ организации контроля и аудита, объединяющий внутриорганизационных и внешних специалистов. Дальнейшие процессы разделения труда позволили поделиться специалистам определенными видами и функций производительной деятельности и предоставлять свои услуги на основании договора, что и зародило новую форму сорсинга, а именно аутсорсинг. Современные информационные и коммуникационные технологии позволили появиться такому явлению, как фрилансинг, который является осуществлением любой деятельности и выполнением любого объема работы дистанционно человеком, который не имеет никакого отношения к организации, однако обладает необходимым профессиональным уровнем для выполнения поставленных перед ним задач.

Несмотря на то, что технология краудсорсинга является сравнительно молодой, сегодня она представлена множеством видов и форм, каждая из которых служит для достижения определенной цели в различных сферах деятельности, что усложняет процесс классификации.

Одним из первых классификацию технологии краудсорсинга, когда она только начала свое самостоятельное существование, предложил Дж. Хоу [6]. Она была представлена так: рынок предсказаний; краудкастинг; краудстреминг; создание коллаборативной базы данных; общественное голосование; софинансирование; сопроизводство.

Однако за последнее время ситуация кардинально изменилась, значительное количество современных практик, основанных на применении технологии краудсорсинга, невозможно классифицировать, так как одна практика направлена на решение сразу нескольких задач, например коллективное голосование, предложение инициатив, предложение по совершенствованию законодательства.

Классификация Дж. Хоу оказала существенное влияние на поздние попытки исследования в этой области. Так, Ф. Клеemann и Г. Воб предложили классификацию, основанную на участии потребителей в разработке продуктов и их конфигурации; разработке проекта товаров и продуктов; решении поставленных задач; в открытых конкурсах; формировании рейтинга продукции; составлении отчетности перед сообществом [8].

Далее подобные и аналогичные классификации были предложены рядом ученых и исследователей, в частности Г. Гайдуковой, С. Гиртсом, И. Кораблиновой, А. Маркеевой, Е. Паком. Более поздние зарубежные исследования предлагают несколько критериев характеристик решаемой задачи, но по-прежнему не удается классифицировать некоторые практики, которые позволяют одновременно решать несколько разных задач. Не исключением стала и классификация Г. Сакстона.

Подобные проблемы присущи и ряду других современных классификаций технологии краудсорсинга. Так, например, классификация Дж. Корни [3] не дает возможность классифицировать практику, в которой комбинируются разные способы мотивации или требуются разные виды квалификации краудсорсеров.

Классификация краудсорсинга О. Гасмана [5], основанная на типе инициатора проектной активности, существенно дополняет изначальную классификацию и раскрывает новый спектр возможностей технологии. Так, исследователь делит проекты на:

– инициированные заказчиками, где организаторы проекта выступают в качестве посред-

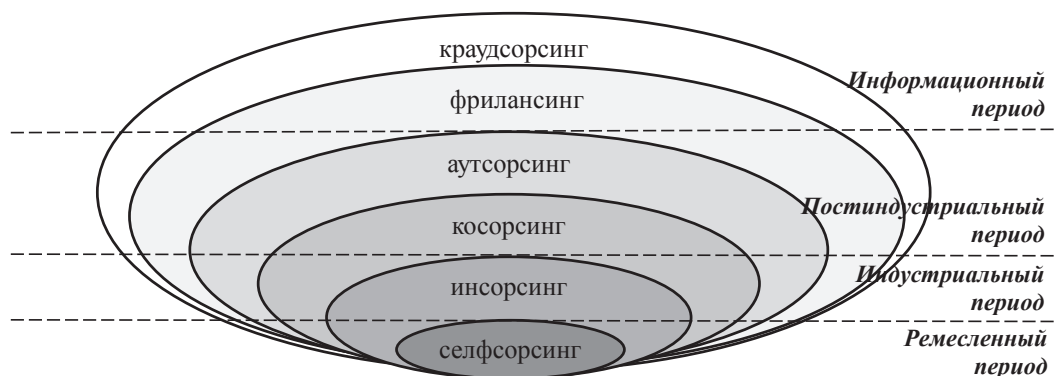


Рис. 1. Эволюция технологии краудсорсинга

ника между заказчиками и краудсорсерами, а также структурируют деятельность краудсорсеров, например порталы типа “InnoCentive”, “IdeaConnection”;

– инициированные краудсорсерами, например “Wikipedia”, “Mail.Ru”, “Yahoo Answers”, “OpenStreetMap”, где краудсорсеры могут высказать свое мнение, ответить на вопрос, написать статью и т. п.;

- поддерживаемые коммерческими компаниями;
- торговые площадки;
- инициированные государственным сектором.

Классификация Э. Шенка и К. Гитгарда [9] основана на критериях непрерывного или пошагового процесса и сложности решаемой задачи, например:

– “OpenStreetMap” – непрерывный краудсорсинговый проект, предполагающий решение простых задач (размещение на карте информации об объектах);

– “Crowdsprite” и “InnoCentive” – пошаговые проекты, предназначенные для решения сложных интеллектуальных задач;

– “CrowdSpring” и “E-generator.ru” – пошаговые проекты для решения творческих задач и т. д.

Анализ наиболее известных классификаций технологии краудсорсинга позволил сделать вывод о необходимости разработки комплементарной классификации, отражающей современные международные тенденции.

#### 1) По типу экспертной аудитории:

– внутренний, когда в качестве краудсорсеров могут быть задействованы только представители организации-заказчика; необходимость в таком краудсорсинге может возникнуть в силу потребности сохранить конфиденциальность вопроса/проблемы либо из-за необходимости в узкоспециализированных знаниях, которыми могут обладать только представители организации;

– внешний, когда краудсорсерами могут выступать сотрудники, клиенты, партнеры, заинтересованная общественность.

#### 2) По сектору:

– бизнес (позволяет с минимальными затратами корректировать развитие бизнеса);

– общественный/социальный (решение любого спектра задач, связанных с общественной деятельностью, отношениями между людьми, благотворительностью);

– политический/государственный (обсуждения различных законов и других государственных инициатив).

#### 3) По технологии реализации:

– классический (генерация идей краудсорсерами и их последующая оценка на основе простейшего онлайн-голосования; обладает рядом недостатков: многие перспективные идеи тонут в наиболее тривиальных и понятных большинству решениях; неравномерное распределение преимуществ; те идеи, которые по тем или иным причинам оказались в лидерах, так там и остаются; не достигается ключевая идея, которая заключается в коллаборации участников в целях выявления неявных знаний и коллективной работы над решениями);

– интеллектуальный (оптимизированный интеллектуальный потенциал для решения корпоративных задач путем объединения (синергии) интеллектуальных уровней участников и интеллектуальных способностей специалистов различных направлений за счет преодоления барьеров пространства и времени в результате социальных взаимодействий в онлайн-сфере).

#### 4) По субъекту-организатору:

– организация-инициатор (как правило, организуется на основе интернет-площадок, таких как, в частности, конкурсные; для решения микрзадач; для добровольных вычислений; справочные; по сбору идей; финансирования; аккумуляции вопросов; для рынков услуг; платформы для совместного использования данных; для рейтингования контента; для фолксномии, сетевой демократии);

– внешняя компания (внешний консультант, способный организовать эффективный процесс, владеющий технологическими и методическими наработками в вопросах организации краудсорсинга, мотивациями обсуждения, квалифицированными модераторами, фасилитаторами и организаторами процесса для решения сложных трансдисциплинарных задач).

#### 5) По направленности контента:

– поиск (решение поставленной организацией проблемы/идеи/инновационных инструментов/человека позволяет детализировать проблемные зоны в рамках рассматриваемого процесса, а также найти пути их решения);

– создание готового решения, продукта/услуги на основе имеющихся входящих требований организации;

– экспертиза документа/проекта/решения; внесение необходимых изменений, формирование итоговой версии;

– оптимизация затрат;

– повышение продаж.

#### 6) По продолжительности:

– целевой, который используется для решения конкретной задачи/проблемы в определенные сроки и открывается на проектной основе;

– постоянный, который используется для сбора предложений от сотрудников, клиентов и внешних контрагентов по совершенствованию работы организации, характерными особенностями являются форма обратной связи на официальном сайте, действующая на постоянной основе инфраструктура, состоящая из платформы, системы мотивации участников, института оценки потенциального экономического эффекта от поданных идей.

#### 7) По охвату аудитории участников:

– сотрудники организации;

– локальный;

– общегосударственный;

– мировой.

#### 8) По наличию фасилитатора:

– фасилитируемый (наличие должности, занимающейся организацией и ведением групповых форм работы с целью повышения их эффективности, среди основных задач которого стоит назвать контроль регламента; способствует комфортной атмосфере, сплочению группы, плодотворному обсуждению; исключение негативных и провокационных идей на этапе их зарождения; направление дискуссии в конструктивное русло);

– нефасилитируемый.

#### 9) По типу решаемых задач:

– краудфандинг – коллаборативное общественное финансирование на добровольных началах, направленное на поддержку других людей или организаций;

– краудинвестинг – инструмент для финансирования новых организаций, не имеющих достаточной кредитной истории или убедительного бизнес-плана для банка; отличие от краудфандинга заключается в том, что инвесторы получают долю в акционерном капитале организации и риск потери вложений;

– краудрекрутинг – отбор наиболее соответствующих требованиям конкретной организации кандидатур, владеющих профессиональными навыками и показавших высокие показатели во время проведения проекта, имитирующего рабочий процесс;

– краудтестинг – коллективное тестирование качества клиентского опыта при взаимодействии с мобильными приложениями, вебсайтами и т. д., которые привлекаются посредством специализированных технологических платформ, перед запуском продукта на рынок;

– краудвотинг – способ отбора и сравнения полученных результатов; голосование для принятия решения о том, какой из контент/продуктов лучше;

– крауд-криэйшн – коллективная работа над творческим заданием;

– краудсторминг – поиск предложений от потребителей совершенствования качества товаров или услуг;

– краудкастинг – поиск людей и организаций для построения на их основе эффективной сети участников, способной разрешить конкретную проблему или задачу, стоящую перед организацией; позволяет добиться принятия решений, направленных на определенные общественные проблемы с помощью ресурсов (интеллектуальных, информационных, организационных и т. д.) участников из различных сетей;

– краудпроизводство – деятельность, которая может быть осуществлена только усилиями открытого сетевого сообщества;

– краудсечинг – технология коллективного поиска и сбора информации, которая использует возможности социальных медиа и активизированного социального участия людей; наиболее эффективно применяется как инструмент решения широкого спектра общественных задач (примером служит поиск пропавших людей).

#### 10) По форме мотивации:

– нематериальная мотивация, которая основывается на состоятельности или сотрудничестве; возможность донести и реализовать свои идеи, почувствовать себя частью творческого процесса; личная заинтересованность в решении проблемы или ее большая социальная значимость, возможность получения доступа к ценной для краудсорсеров информации/архивам данных; изначально по своей сути краудсорсинг воспринимался как волонтерская деятельность, его участники готовы работать над проектами и решениями поставленных задач без каких-либо мотиваций и стимулов, то есть исключительно на основе желания самоутверждения, социальных онлайн-взаимоотношений с другими специалистами, экспертами, профессионалами и прочими; взаимодействия между ними дают возможность напрямую влиять на ход принятия решений; признание успешных результатов труда экспертным сообществом и обществом; ощущение причастности к благому делу, которое позволяет принести конкретную пользу обществу; трудо-

устройства и продвижения по карьерной лестнице; общение и поиск единомышленников для удовлетворения интереса и любопытства; раскрытие, определение уровня и реализации собственного потенциала; повышение альтруизма и социальной роли; ощущение реальной ответственности за свои идеи и решения; участие в создании инноваций;

– материальная мотивация, которая особенно характерна для коммерческих проектов, подразумевает денежные вознаграждения, дополнительную оплату к основному источнику дохода, получение гранта на обучение или повышение квалификации; получение дополнительно оплачиваемых выходных; призы и ценные подарки; награды, что является хорошим дополнением к личному резюме, способствует привлечению внимания потенциальных работодателей.

#### 11) По ограничению участия:

– закрытый, то есть в проекте принимают участие только идентифицированные участники, прошедшие краудкастинг;

– открытый, то есть доступ к проекту не ограничивается, но, как правило, направлен на определенную целевую аудиторию в зависимости от поставленных задач, сложности, рассматриваемой области и т. п.;

– массовый, то есть проект с неограниченным количеством участников.

#### 12) По типу контента:

– «контент человек»;

– «контент человек» с импортом внешних ресурсов;

– «технический контент»;

– «технический контент» с импортом внешних ресурсов.

Применение технологии краудсорсинга в маркетинговых и в социологических исследованиях является обычным явлением (например, данные экзит-пола, выражение мнения граждан о реформах, инновациях в государственном управлении).

Исследуемая технология открывает самый широкий спектр возможностей как для субъектов обращения, так и для субъектов предоставления. Она позволит наладить обратную связь, поскольку применение возможностей Интернета и социальных сетей дает возможность не только определиться с мнением потребителей различных категорий, но и своевременно внести изменения и скорректировать свою стратегию [10, с. 127].

**Выводы.** Таким образом, внедрение информационно-управленческой технологии краудсорсинга в систему предоставления административных услуг и использование ее как инструмента взаимодействия позволят вести открытый диалог органов государственного управления и общественности, обеспечат возможность гражданскому обществу влиять на процессы принятия управленческих решений, что отразится на качестве функционирования как самой системы предоставления административных услуг, так и на уровне доверия общества к органам государственного управления и на результатах государственно-гражданского партнерства.

#### Список использованных источников:

1. L. Von A., M. Blum, N.J. Hopper, J. Langford Using Hard AI Problems for Security. Advances in Cryptology. EUROCRYPT: Lecture Notes in Computer Science 2656. S. p.: s. n., 2003. P. 294-311.
2. Aitamurto T. Crowdsourcing for Democracy: A New Era in Policy Making. Publication of the Committee for the Future. 2012. № 1. URL: [https://www.eduskunta.fi/FI/tietoaeduskunnasta/julkaisut/Documents/tuvj\\_1+2012.Pdf](https://www.eduskunta.fi/FI/tietoaeduskunnasta/julkaisut/Documents/tuvj_1+2012.Pdf).
3. Corney J.R., Torres-Sanchez C., Jagadeesan P., Regli W. Outsourcing labour to the cloud International Journal of Innovation and Sustainable Development. 2009. Vol. 4(4). P. 294-313.
4. Folding@home. URL: <http://folding.stanford.edu>.

5. Gassmann O., Daiber M., Muhdi L. Der Crowdsourcing-Prozess. Crowdsourcing – Innovationsmanagement mit Schwarmintelligenz. Carl Hanser Verlag Munchen. P. 31-55.
6. Howe J. Crowdsourcing: Why the Power of the Crowd is Driving the Future of Business. URL: <http://www.bizbriefings.com/Samples/IntInst%20%20Crowdsourcing.PDF>.
7. Kleeman F., G.G. Voss, Rieder K. Un(der) paid Innovators: The Commercial Utilization of Consumer Work. Science, Technology and Innovation Studies. 2008. № 4(1). P. 5-26.
8. Kleemann F., Vob G., Rieder K. Un(der)paid Innovators: The Commercial Utilization of Consumer Work through Crowdsourcing. Science, Technology & Innovation Studies. 2008. Vol. 4. № 1.
9. Schenk E., Guittard C. Crowdsourcing: What can be Outsourced to the Crowd, and Why? INSA de Strasbourg, 2009.
10. Андреева Н., Барун М. Використання інноваційно-наукового центру з впровадження ресурсозберігаючих та екологоорієнтованих проектів на базі краудсорсингової платформи. Вісник ОНЕУ ім. І.І. Мечникова. 2014. Т. 19. С. 127.
11. Бадина Л., Миньков С. Краудсорсинг: синергия интернет-сообществ. Современные наукоемкие технологии. 2014. № 5. С. 63-66.
12. Хоу Дж. Краудсорсинг. Коллективный разум как инструмент развития бизнеса. Москва: Альпина Паблшер, 2012. 288 с.
13. Крайнікова Т. Медіапросьюмеризм: загальна характеристика явища. Вісн. Харк. держ. акад. культури. 2014. Вип. 44. С. 226-233.
14. Марченко О. Технологии краудсорсинга: социально-экономические основы и виды. Современный научный вестник. Серия: Экономические науки. 2013. № 25(164). С. 18-24.
15. Мухатаев А. Как краудсорсинг помогает провести честные выборы. URL: <http://www.lookatme.ru/mag/live/interweb/206003-indonesia-elections>.
16. Нестик Т. Краудсорсинг как модель управления знаниями: социально-психологические особенности и ограничения. Экономические стратегии. 2014. № 6-7. С. 170-174.
17. Попова О. Президентские выборы-2008: уроки США для России? Политическая экспертиза: ПОЛИТЭК. 2008. № 4. С. 229-239.
18. Самородова-Богатая Л. Традиции и инновации: cyberlandsgemeinde и краудсорсинг как современная реализация демократических технологий. Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2015. № 2. С. 184-186.
19. Федонюк С. Просьюмеризм / С. Федонюк. Новітня політична лексика (неологізми, оказіоналізми та інші новотвори) / за заг. ред. Н. Хоми, І. Вдовичина, Л. Угриня, Г. Шипунова та ін. Львів: Новий світ-2000, 2015. С. 318-319.
20. Фельдман П. Политический краудсорсинг как институт электронной демократии: проблемы становления и развития. Власть. 2014. № 6. С. 21-26.
21. Хайрутдинова Л. Антикоррупционный краудсорсинг и антикоррупционный аутсорсинг: понятие и содержание. Политика, государство и право. 2015. Т. 6 (42). URL: <http://politika.snauka.ru/2015/06/3157>.
22. Хом'як А., Чальцева О. Краудсорсинг як практична форма публічної політики. Гілея. 2014. Вип. 83. С. 381-383.
23. Хом'як А. Як працює електронна демократія (аналітика). URL: <http://grushevskogo5.com/sobitiya/yak-pratsyu-elektronna-demokrat-ya-anal-tika>.

**Даньшина Ю. В.**

Університет митної справи та фінансів

**Брітченко І. Г.**

Державний вищий навчальний заклад імені С. Тарновського  
(м. Тарнобжег, Польща)

## ІНФОРМАЦІЙНО-УПРАВЛІНСЬКА ТЕХНОЛОГІЯ КРАУДСОРСИНГУ ЯК ТЕХНОЛОГІЯ ВЗАЄМОДІЇ В СИСТЕМІ НАДАННЯ АДМІНІСТРАТИВНИХ ПОСЛУГ

### Резюме

У статті досліджено науково-теоретичні підходи до технології краудсорсингу, а також запропоновано гіпотезу еволюції. Розкрито сутність змісту краудсорсингу як інформаційно-управлінської технології, за допомогою якої можна реалізувати паритетну взаємодію громадян з органами державного управління, на основі чого запропоновано застосування технології краудсорсингу в системі надання адміністративних послуг.

**Ключові слова:** технологія, управління, краудсорсинг, електронізація, участь в державному управлінні.

**Dan'shina Yu. V.**

University of Customs and Finance

**Britchenko I. G.**

State Higher Vocational School Memorial  
of Prof. Stanislaw Tarnowski (Tarnobrzeg, Poland)

## INFORMATION AND MANAGEMENT TECHNOLOGY CROWDSOURCING AS A TECHNOLOGY OF INTERACTION IN THE SYSTEM OF PROVIDING ADMINISTRATIVE SERVICES

### Summary

The history of origin and scientific-theoretical approaches to crowdsourcing technology are investigated. The essence of the contents of crowdsourcing as information and management technology with the help of which it is possible to realize parity interaction of citizens with government bodies is disclosed. On the basis of which it was proposed to use the technology of crowdsourcing in the system of providing administrative services.

**Key words:** technology, management, crowdsourcing, electronization, participation in public administration.