

Секция «Организационная психология и организационное консультирование»

## Использование инфокоммуникационных технологий в организационном взаимодействии

Научный руководитель – Блинникова Ирина Владимировна

*Донец Марина Артемьевна*

*Студент (специалист)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет психологии, Кафедра психологии труда и инженерной психологии, Москва, Россия

*E-mail: marina.donets@bk.ru*

Исследование посвящено особенностям деятельности участников краудсорсинга, под которым понимается инновационная технология организации взаимодействия сообщества для решения задач организации.

Краудсорсинг может рассматриваться как: модель управления процессом решения задачи в рамках парадигмы, основывающейся на привлечении интеллектуальных и творческих ресурсов широкого круга лиц (Бейкер, 2012); технология организации деятельности сетевого сообщества (Хау, 2012).

Процесс осуществления инфокоммуникационного взаимодействия с использованием краудсорсинга обладает рядом особенностей, связанных с совместной деятельностью и социально-психологическими характеристиками сообщества. Использование технологии краудсорсинга в организации может выполнить ряд функций, связанных с инновационным развитием организации, оптимизацией организационного взаимодействия и внутренних коммуникаций в целом, а также способствовать развитию интеллектуального капитала организации, и наиболее полному использованию человеческих ресурсов.

Внутренний краудсорсинг определяют как специфическую форму использования человеческих ресурсов организации, основанную на специальных технологиях и методологии коллективного взаимодействия, направленного на решение актуальных производственных задач организации различного уровня сложности, зачастую не связанных с должностными обязанностями сотрудников (Долженко, 2015).

Такие особенности внутреннего краудсорсинга в организации, как непрерывность процесса, практическая направленность задач и их связь с деятельностью организации, а также ограничение аудитории сотрудниками данной организации обуславливают необходимость исследования закономерностей их активности и совместной деятельности с целью поддерживать постоянную вовлеченность сотрудников в процесс, как условие эффективности применения данной технологии.

**Цель исследования:** описание и систематизация факторов осуществления взаимодействия сотрудников организации при использовании краудсорсинга.

**Гипотезы исследования:** 1. Показатели активности участников сообщества детерминированы особенностями задачи и проекта, а также профессиональной направленностью деятельности и должностной позицией участников. 2. Оценки качества идей экспертов и сообщества опираются на разные источники и слабо согласованы друг с другом

**Методика исследования:** Исследование осуществлялось путем статистической обработки сырых данных, полученных с площадки внутреннего краудсорсинга «Сбербанк Идея». Проанализированные данные включали в себя анализ сетевой активности 25 тысяч человек, сотрудников «ОАО Сбербанк» и дочерних организаций. В обработку были включены следующие параметры: *Данные по проектам:* название проекта; категория проекта; количество идей в проекте; количество авторов, участвующих в проекте; количество активных участников в проекте; количество оценок в проекте; количество комментариев в

проекте; количество одобренных предложений; длительность проекта. *Данные по пользователям:* идентификатор пользователя; функциональное подразделение пользователя; категория должности пользователя; категории проектов, в которых пользователь принимал участие; количество предложений пользователя в каждой категории проектов, в которых он принимал участие; количество оценок, поставленных пользователем в каждой категории проектов; количество комментариев, оставленных пользователем в каждой категории проектов; количество одобренных идей пользователя в каждой из категорий проектов; наличие и категория бейдже каждого из типов; общий рейтинг участника на площадке.

Обработка и анализ данных производилась методом однофакторного дисперсионного анализа, а также корреляционного анализа. Данные виды анализа были выбраны как наиболее соответствующие задачам исследования.

**Результаты:** Тип проекта, в частности, его тематическая направленность, связан с количеством предлагаемых участниками идей, но не с другими показателями активности участников краудсорсинга. Важным фактором краудсорсинга является профессиональная сфера деятельности участника, и его должностная позиция. Деятельность сотрудников различных уровней должностей, и занятых в различных функциональных направлениях деятельности банка, сосредоточена в проектах разного типа, в частности, различающихся требованиями к наличию опыта или специальных знаний в той или иной сфере, а также общей сложностью и комплексностью задачи, что согласуется с общими выводами относительно связи особенностей проекта, поставленной задачи и характеристик участников, и ее влияния на направленность активности участников.

Было показано, что социальная поддержка сообщества, действительно может являться одним из важнейших мотивационных факторов участия в краудсорсинге. Одним из ключевых механизмов реализации этого феномена являются внутренние инструменты взаимного оценивания на площадке краудсорсинга.

В дополнение в результате исследования было выявлено, что оценки рядовых пользователей и экспертов опираются на различные критерии. Было показано, что оценка сетевого сообщества связана не только с содержанием решения, но и с общей активностью участника в проекте. Такие результаты говорят о присутствии характерных в контексте любой социальной группы эффектов искажения при оценке. Экспертная оценка является более адекватной по отношению к целям краудсорсинга, который направлен на поиск наиболее качественного решения.

**Заключение:** В результате анализа подтвердилась гипотеза о взаимосвязи организационных характеристик сотрудника и проявленной активности в отношении различных задач. Было также показано, что оценки экспертов и сообщества опираются на разные основания и слабо согласованы друг с другом.

### Источники и литература

- 1) 1. Бэйкер Д. Инновация модели бизнеса через «краудсорсинг» с использованием социальных сетевых платформ // Проблемы управления в социальных системах. - 2012. - № 6. - 87-99 с.
- 2) 2. Долженко Р.А. Использование краудсорсинга как источника инновации и идеи в организации // Вестник НГУЭУ. - 2015. - № 1. - 224–237 с.
- 3) 3. Хау Дж. Краудсорсинг: Коллективный разум как инструмент развития бизнеса. - М.: Альпина Паблишер. - 2012. - 288 с.