

Может ли репутация быть механизмом мотивации для инвестирования в коллективную собственность: на примере R-пакетов

Научный руководитель – Чирагов Мирза Назим оглы

Шапошников Д.В.¹, Фадеева Е.А.², Прыгунова А.Н.³

1 - Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Факультет экономических наук, Москва, Россия, *E-mail: dvshaposhnikov@hse.ru*; 2 - Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Факультет экономических наук, Москва, Россия, *E-mail: fadeevayekaterina@yandex.ru*; 3 - Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Факультет экономических наук, Москва, Россия, *E-mail: Sasha12051999@yandex.ru*

В современном мире знания - один из самых запрашиваемых трудовых ресурсов. Чем больше навыков и ценных характеристик имеет человек, тем выше его конкурентные преимущества на рынке труда.

Современные институты дают возможность людям защищать продукты своей интеллектуальной активности правами собственности. Развитие патентной системы, системы товарных знаков, авторских прав и прочие меры увеличивает персональную мотивацию для совместного использования знаниями, поскольку человек может быть убежден, что право на его продукт принадлежит ему и поддерживается правом собственности. В то же время, из теории коллективной собственности известно, что совместное использование ресурсов обществом может оказаться более выгодным из-за экономии на масштабе. К тому же оно позволяет увеличить производительность, расширить инновационные возможности общества[2]. Так что, мотивация людей инвестировать собственные знания в коллективную собственность представляет особый интерес для исследования.

В этой работе исследуются, какие механизмы могут мотивировать людей делиться своей интеллектуальной собственностью на открытых онлайн-платформах. Мотивация была изучена на примере пакетов - программ в языке программирования R, который используется для анализа данных. Его создатели и сообщество продвигают политику открытого программного обеспечения, позволяющую скачивать эти пакеты, которые разместили другие разработчики, бесплатно в специально созданном репозитории («банке пакетов»). R пакеты - хороший пример интеллектуальной собственности, поскольку их разработка включает персональные навыки и знания.

До некоторой степени, это кажется нерациональным для человека тратить свое время, силы и знания для коллективной выгоды, когда другие могут злоупотреблять усилиями создателей, таким образом, возникает классическая проблема безбилетника. Если человек не получает материальных выплат, могут ли социальные механизмы мотивировать его заниматься этим?

В работе уделено особое внимание репутации, так как это важный фактор для экономики совместного использования (sharing economy) в профессиональной среде[3]. Уровень, на котором человек доверяет другим людям влияет на вероятность использования интеллектуальной собственности других, и репутация может быть таким индикатором, который сигнализирует об уровне экспертности.

Репутация может мотивировать разработчиков делиться их пакетами, так как это дает возможность получать отзывы на онлайн-платформах, так что участники могут понять

качество своих продуктов. Не только разработчик будет иметь возможность понять свой уровень, но также другие могут построить свое мнение о человеке, основанном на реакции о продуктах. Более того, такое участие добавляет преимущества офлайн и позволяет формировать репутацию для своих социальных связей, в том числе, для людей, несвязанных с R-сообществом. Такие факторы могут формировать репутацию индивида, но важно понимать чувствуют ли разработчики такую мотивацию важной.

Для эмпирической части создана теоретическая модель. Использована методология авторов, которые изучали вопрос мотивации участников сообщества «Википедия» [1].

Был проведен опрос 214 разработчиков, включающий в себя вопросы о демографических характеристиках, опыте, сфере деятельности и типах мотивации, представленных в таблице 1. Соотнесение базируется на основе анализа ранее проведенных исследований [1,3]. При этом, отношение к типу мотивации измерялось по шкале от 1 (полностью не согласен) до 7 (полностью согласен).

Обнаружено, что наиболее мотивирующими факторами являются ценности и понимание. Карьера, взаимность и повышение значимости - менее популярные факторы.

Респонденты оценивают важность репутации на среднем уровне. Вероятно, данный тип мотивации не оказался значимым из-за специфичности сообщества. Существует возможность найти каждого разработчика пакета на официальном сайте, но не существует рейтинговой системы или специальной информации, которая может показывать реальный успех конкретного разработчика, а также может иметь место фактор анонимности.

Также плотность социального взаимодействия участников может объяснить, почему репутация не является значимой. Когда человек делится своими знаниями с людьми, которых он может встретить в реальности, для него важнее сохранять репутацию в сопоставлении с взаимодействием с людьми, находящимися по всему миру.

Дальнейшие исследования этого вопроса могут быть сфокусированы на более детальном изучении культурных норм и характеристиках институтов, функционирующих в различных обществах.

Источники и литература

- 1) Nov, O. (2007). What motivates Wikipedians? Communications of the ACM, 50(11), 60–64.
- 2) Wang, S., & Noe, R. A. (2010). Knowledge sharing: A review and directions for future research. Human Resource Management Review, 20(2), 115–131.
- 3) Wasko, M. M., & Faraj, S. (2005). Why Should I Share? Examining Social Capital and Knowledge Contribution in Electronic Networks of Practice. MIS Quarterly, 29(1), 35–57.

Иллюстрации

Таблица 1. Вопросы и связанные с ними типы мотивации

Тип мотивации	Вопрос
Ценности	Я считаю важным помогать другим
Карьера	Я делюсь пакетами, поскольку считаю, что это сигнализирует о моих навыках работодателям
Понимание	Написание пакетов и их размещение на онлайн-платформах позволяет мне получить новые знания
Повышение значимости	Я делюсь пакетами, поскольку, таким образом, ощущаю себя нужным
Идеология	Я считаю, что программное обеспечение должно свободно распространяться
Репутация	Участвуя, я зарабатываю уважение
Оценка своих знаний	Я делюсь пакетами, поскольку ощущаю высокий уровень своих знаний
Обязательства	Я знаю, что другие люди используют мои пакеты, поэтому я ощущаю ответственность и делюсь ими
Взаимность	Я делюсь своими пакетами, поскольку другие участники сообщества поступают также

Рис. 1. Таблица 1. Вопросы и связанные с ними типы мотивации